

ВАЛЕРИЙ СИДОРЕНКО | АНДРЕЙ ЕРМОШКИН

НЕЙРО ПИАР

КАК ЭФФЕКТИВНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ
ИИ В PR, GR И МАРКЕТИНГЕ

abc
РЕКОМЕНДУЕТ

Валерий Геннадьевич Сидоренко
Андрей Андреевич Ермошкин
Нейропиар. Как эффективно
использовать ИИ в
PR, GR и маркетинге
Серия «АВС рекомендует. Книги от
экспертов Адизес Бизнес Консалтинг»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=73887027

Нейропиар. Как эффективно использовать ИИ в PR, GR и маркетинге:
ISBN 978-5-04-246044-9

Аннотация

Авторы-практики из digital-агентства «Интериум» успешно внедрили ИИ в управление коммуникацией. Не только в производство контента и аналитику, но и в работу с командой, разработку PR-стратегий, выстраивание PR и GR-взаимодействия.

Эта книга о том, как перейти от хаотичного использования нейросетей к системной модели работы, в которой ИИ становится частью общей логики управления коммуникациями. В ней собрано 10 нейросценариев применения ИИ в PR и GR, которые помогут упростить рутину.

В книге вы найдете чек-листы, примеры промптов, кейсы и алгоритмы, которые подскажут:

- как уйти от разрозненных инструментов и создать управляемый «конвейер» решений;
- какие функции в коммуникациях уже можно делегировать ИИ, а где критически важен человек;
- чем помогут нейросети в антикризисных коммуникациях и управлении репутацией.

Содержание

Об авторах	6
Вместо предисловия	7
Введение	9
Эпизод 1	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

**Валерий Геннадьевич
Сидоренко
Нейропиар
Как эффективно
использовать ИИ в
PR, GR и маркетинге**

© В. Сидоренко, А. Ермошкин, текст, 2026

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2026

Об авторах

Валерий Сидоренко – генеральный директор digital-агентства полного цикла «Интерриум», специализирующегося на комплексных digital-коммуникациях и репутационном менеджменте. Имеет 12 лет опыта в управлении PR-, digital- и антикризисными проектами. Член Общественного совета при Министерстве цифрового развития, связи и массовых коммуникаций России.

Андрей Ермошкин – исполнительный директор digital-агентства полного цикла «Интерриум». Имеет 14 лет опыта в digital-коммуникациях. Реализовал проекты как для крупных государственных компаний, так и для среднего и крупного бизнеса. «Специалист года» по версии PROBA Awards 2024.

Вместо предисловия

В 2022 году я по просьбе коллег из РБК написал статью на модную, но тогда еще мало кому понятную тему – о нейросетях. Точнее, о том, как нейросети будут применять преступники. Я помню, как спорил с редактором, назвавшим статью «алармистской». «Вы рисуете какую-то антиутопию», – настаивал он.

Тем не менее 15 июня 2022 года статья все-таки вышла под заголовком «„Темная сторона“ нейросетей». В ней я, помимо прочего, предупреждал о появлении «умных» чат-ботов для обмана людей: «ИИ-революция превратит их в товар „из коробки“: любой преступник <...> сможет настроить такого бота на свой вкус». А еще рассуждал об управляемых нейросетями дронах и новых видах фишинга: «ИИ способен проанализировать огромные массивы данных о компании и конкретном сотруднике, так симитировав слог приятеля или официальное письмо, что на него кликнут без сомнений».

Отдавая текст в публикацию, я и предположить не мог, что всего через месяц на свет появится Midjourney, а спустя еще четыре месяца – ChatGPT, которые и станут первыми всадниками предсказанной ИИ-революции. Сегодня, спустя три года после выхода той статьи, ИИ более не диковинка, а реальность. Нам – государству, обществу и обычным людям – придется научиться с ним сосуществовать и использо-

вать его во благо. Уже идут масштабные процессы, которые перевернут PR и маркетинг: кого-то выведут в лидеры, а кого-то оставят на обочине. Чтобы на ней не оказаться, каждое агентство и каждая компания должны уже сегодня внедрять нейросети в свою жизнь. А как именно, мы и поразмышляем в этой книге.

Валерий Сидоренко

Введение

*Не просто книга, но сериал в токенах.
Не просто мануал, но прожитая боль.
Не просто информация, но DIY¹ в пиаре.*

Если вы работаете в PR, маркетинге или GR, вам уже знакомо это: задач становится больше, сроки короче, ожидания выше, – а ресурсов чаще всего столько же или даже меньше. ИИ в этой реальности оказывается рабочим инструментом, который делает работу команды быстрее, точнее и эффективнее.

Эта книга нужна вам, если вы хотите:

- разобраться, **какие ИИ-инструменты реально помогают** в коммуникациях;
- понять, **как внедрять ИИ в работу всей команды**;
- увидеть **реальные кейсы**: что именно делали коллеги, какими шагами, что получилось на выходе;
- собрать **набор рабочих сценариев**, которые можно повторить в своей компании или агентстве.

Встречайте то, что уже стало частью нашей профессии: **большие языковые модели и нейросети**. Вы, возможно,

¹ *Do It Yourself* – «сделай это сам». Вид деятельности, при котором человек самостоятельно изготавливает, ремонтирует или улучшает вещи, мебель, предметы интерьера, не прибегая к помощи профессионалов.

уже ими пользуетесь: чтобы черновик текста появился быстрее, чтобы сократить документ, придумать структуру, накидать идеи, сделать расшифровку интервью или вытащить главное из большого массива информации.

СЕГОДНЯ ИИ ПО МАСШТАБУ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ – КАК АЛЕКСАНДРИЙСКАЯ
БИБЛИОТЕКА, ОКАЗАВШАЯСЯ У НАС
НА РАБОЧЕМ СТОЛЕ.

Но чаще всего мы используем его, чтобы отредактировать текст или сгенерировать картинку.

В этой книге мы покажем, **как раскрыть потенциал ИИ**: превратить его в системный инструмент, который помогает делать коммуникации заметно эффективнее – от стратегии и подготовки материалов до процессов, контроля качества и управляемого результата.

Мы – практики коммуникаций. Мы не пишем нейросети и не соревнуемся с инженерами в технических подробностях. **Если вы профессиональный разработчик или исследователь ИИ, отнеситесь к этой книге как ко взгляду PR-специалистов на технологии – через призму коммуникаций, стратегий и человеческих смыслов.** А если вы работаете в PR, маркетинге или GR – здесь вы найдете понятные сценарии применения, которые можно быстро адаптировать под свою команду и задачи, чтобы это сэкономило время, повышало качество и помогало успевать больше без выгорания.

Мы описываем не абстрактные возможности ИИ, а подход, который уже применяем в digital-агентстве «Интеримум» – в работе с проектами, клиентами и внутренними процессами. Технические моменты появляются в книге только там, где они действительно помогают повторить шаги на практике.

Книга построена как серия из **10 тематических эпизодов-глав**. В центре каждого – история «типичного пиарщика», а вокруг нее практические рекомендации, чек-листы, ссылки на инструменты, примеры формулировок, комментарии практиков и рыночный контекст. Это сделано специально, чтобы читать было легко, а применять – просто.

Каждый пример будет разобран **от входных данных до результата**: вы увидите, что именно делается на каждом шаге и как это повторить. А еще мы покажем, как отдельные инструменты связываются в процесс – в понятный рабочий «конвейер», где меньше хаоса, лишних согласований и «бутылочных горлышек».

Кем бы вы ни были – руководителем, тимлидом или специалистом, эта книга поможет стать эффективнее. Владельцам и топ-менеджерам она даст понимание, как выстраивать «агентство будущего» или современный отдел коммуникаций, где рутина автоматизирована, а люди заняты смыслом, стратегией и качеством. Специалистам даст конкретные инструменты и схемы, которые можно применять в своей зоне ответственности уже сейчас, не дожидаясь «большой транс-

формации сверху».

Мы писали эту книгу для практиков, для тех, кому нужен не вдохновляющий манифест, а понятные шаги и рабочие решения. Чтобы ИИ перестал быть экспериментом – и стал нормой вашей работы. Эта книга не привязана к моде на конкретные сервисы. Инструменты будут меняться – названия, интерфейсы и кнопки обновятся уже через месяц, но **логика работы с ИИ останется**. Мы даем **алгоритм мышления и внедрения**: как выбирать задачи, как ставить запросы, как собирать процессы, как контролировать качество и риски, как превращать ИИ из случайного помощника в устойчивую систему. Именно поэтому книга останется актуальной, даже когда сменятся модели, платформы и тренды.

И еще одна важная деталь про механику книги: рядом с описанием кейсов, инструментов и рабочих сценариев вы будете периодически встречать QR-коды. Они ведут на сайт книги – там тот же пример раскрыт подробнее, с расширенным разбором шагов, дополнительными материалами и тем, что невозможно полноценно показать на страницах: иллюстрациями, видео, примерами и обновляемыми ссылками на сервисы. Это сделано специально, чтобы книга оставалась удобной и компактной, а всё «живое» и визуальное – было доступно на сайте и всегда оставалось актуальным.

*QR-код на сайт книги
«Нейропиар»*



Эпизод 1

Знакомьтесь: погонщики роботов

В этом эпизоде мы с вами...

- разберем, как менялась профессия пиарщика;
- увидим, как технологии влияют на управление и эффективность;
- поговорим, когда ИИ реально упрощает, а где всё еще нужен человек;
- соберем первые инструменты – для анализа, автоматизации и фактчекинга.

PR сегодня – это не про лайки, не про пресс-релизы и уж точно не про глянцевые улыбки. Это про доверие, про то, как объяснить людям, что компания – не просто логотип и продукт, а живой организм, который слушает, отвечает, ошибается, исправляется и снова идет вперед. Пиарщик сегодня – не мастер блестящих заголовков, а переводчик смыслов в коммуникации между бизнесом и обществом. Он говорит на языке фактов, эмоций и иногда – отчаянного здравого смысла. Ему приходится знать сразу множество языков, чтобы уметь найти общий со всеми.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.