



УПРАВЛЕНИЕ ИМИДЖЕМ

Подготовила студентка 2 курса 351 группы
Липская Маргарита

Имидж

- представляет собой символический образ объекта, основанный на результатах обработки информации. Говоря об имидже организации, можно заметить, что положительный образ фирмы является важной составляющей успеха.



Имидж организации

- представление о компании, которое она сама создает для формирования нужного впечатления о себе у партнеров, клиентов и конкурентов.

Главные задачи управления ИМИДЖЕМ компании: отстройка от конкурентов и повышение уровня доверия к ней у клиентов.

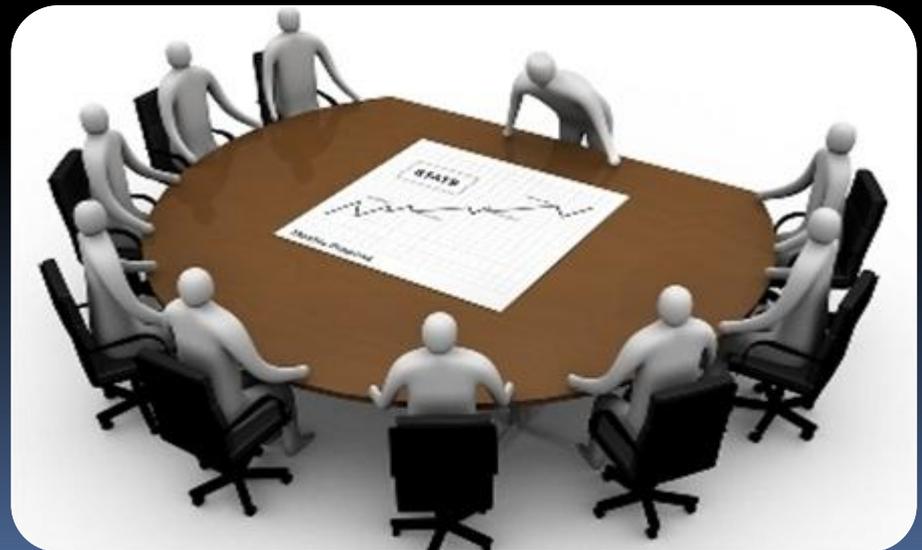


Грамотно разработанный имидж компании увеличивает ее стоимость, а также предоставляет предприятию следующие конкурентные преимущества:

- 1) положительную динамику развития бизнеса;
- 2) активное продвижение компании;
- 3) привлечение квалифицированных и профессиональных сотрудников.

Функции имиджа:

- **Правильное позиционирование**
- **Произведение запланированного впечатления.**
- **Грамотная мотивация**



Принципы имиджа:

- сочетание всех элементов имиджа в соответствии с маркетинговой концепцией компании;
- достижение правдоподобности и достоверности образа компании;
- яркость и конкретность образа;
- простота понимания имиджа компании.



Профессиональные инструменты :

- **Позиционирование**
- **Мифологизация**
- **Эмоционализация**
- **Дистанционирование**
- **Визуализация**
- **Внедрение модели восприятия**

Улучшение имиджа организации позволяет:

- *Увеличивать объемы продаж*
- *Уменьшать маркетинговые и сбытовые расходы*



Факторы, влияющие на управление имиджем компании:

- *Требования аудитории* (нужно подстраиваться под менталитет и особенности восприятия информации целевыми группами);
- *Требования площадок*, через которые ведется работа по повышению имиджа компании (сообщение будет лучше восприниматься, если оно соответствует тематике и стилю изложения информации, транслируемой этим каналом);
- *Требования уже сформировавшегося имиджа компании* (нельзя сразу перестроить один образ на другой). Оптимальный инструмент для определения этого параметра – мониторинг социальных сетей.

Способы воздействия на аудиторию для улучшения имиджа компании:

КОМПАНИИ:

- *PR от минуса*
- *PR от нуля*
- *PR от плюса*



Основные способы поддержания имиджа компании с использованием социальных сетей:

- Сбор обратной связи от клиентов и внедрение изменений по их просьбе. В случае массовых обращений способствует повышению уровня обслуживания.
- Высокое качество оказываемых услуг. Грамотный фирменный стиль, правильно выстроенная стратегия взаимодействия и прочие инструменты становятся неэффективными при плохом уровне обслуживания.
- Презентация. Возможность тестирования товара повышает лояльность пользователей к нему и всей компании в целом. Презентации должны поддерживать интерес к организации. Это поможет увеличить процент пользователей, вовлеченных в коммуникации.

Повышению имиджа компании в социальных сетях способствуют:

- Максимальная открытость;
- Предоставление только правдивой информации;
- Внимание к каждому пользователю (он лидер общественного мнения сообщества, которое его окружает), что особенно укрепляет имидж компании, как заботящейся о своих клиентах;
- Внимание к каждому сообщению;
- Работа с негативными отзывами.



Спасибо за внимание!