

PR-услуги

Жур Юлия

Матвей Мишур

PR услуги

PR использует различные оплачиваемые и некоммерческие каналы коммуникации, включая:

- Традиционные медиа;
 - Социальные сети;
 - Личное общение.
-
- **PR** действует более тонко, формируя не спрос, а положительный имидж компании, на основе которого впоследствии выстраивается интерес как потребителей, так и партнёров. **Современный пиар создает бренду имидж** честной, успешной, значительной, идущей в ногу со временем компании.

**Какие
проблемы
потребителя
решает PR,
какую
приносит
пользу?**

- **Качественный PR-материал** - это та информация, на которую посетитель интернет-сайта, читатель газеты или зритель информационно-аналитических программ с готовностью тратит свое время, когнитивные и нередко финансовые ресурсы.
- **Низкая цена средств PR.** Компания не платит за время или место в масс-медиа, таких как телевидение, радио, газета или интернет-страница. Компания, конечно, несет затраты по созданию средств PR (видео, написание текста, публикация в Интернете) или по оплате работы штатных сотрудников, выполняющих эту функцию. Эти затраты, как правило, значительно ниже других программ продвижения.

Функции Р Р

- Исследование, прогноз, анализ и интерпретация общественного мнения, отношения общественности к бренду.
- Разработка стратегий поддержки каждой кампании бренда и продвижения через редакционный контент.
- Написание и распространение пресс-релизов.
- Планирование и проведение специальных мероприятий по связям с общественностью и со СМИ.
- Написание контента для интернета — собственных и внешних сайтов.
- Управление присутствием бренда в социальных сетях и реагирование на публичные отзывы.
- Работа с общественными группами и другими объединениями по направлению социальной политики организации.

Основные и важные для потребителя характеристи ки PR

- PR - это то, что может содействовать улучшению взаимопонимания между организацией и теми, с кем она контактирует в ее рамках и за ее пределами;
- советы и рекомендации по формированию «общественного лица» организации;
- система мер, направленных на выявление и устранение различных слухов, других источников недопонимания;
- мероприятия, имеющие целью расширение сферы влияния предприятия с использованием ресурсов пропаганды, рекламы, выставок, видео- и кинопоказов;
- различные действия, нацеленные на улучшение контактов между людьми и организациями.

SWOT-анализ PR-услуг

Strengths (сильные стороны):

- Качественно оказанные **услуги PR** имеют много преимуществ:
- Повышение доверия потребителей к бренду и продукту.
- Масштабно и фактически бесплатно привлекают внимание целевой аудитории и стимулируют рост продаж.
- Доносят до потенциальных покупателей и партнеров ценную для них информацию.
- Эффективно повышают узнаваемость бренда.

SWOT- анализ PR- услуг

Weaknesses (слабые стороны):

- **Недостаток контроля компании над сообщением.** Нет гарантии, что история о продукте появится в газете вообще или будет транслироваться в то время, когда его увидит целевая аудитория компании. Более того, информация о продукте может быть представлена неправильно или некоторые важные детали пропущены.
- **Забывание каналов связи с обществом** невостребованной информацией, что не нужно ни публике, ни заказчикам.
- **Иногда результат от PR затягивается на долго.**

SWOT- анализ PR- услуг

Opportunities (возможности):

- Развитие положительного общественного мнения о компании
- Создание почвы для расширения компании
- Привлечение новой аудитории, ценных сотрудников и спонсоров
- Качественное продвижение, разъяснение сути сложных продуктов
- Поддержание положительной репутации бренда и налаживание стратегических взаимоотношений с:

Общественностью, потенциальными клиентами, партнерами и сотрудниками

SWOT- анализ PR- услуг

Threats (угрозы):

- Информация о продукте может быть представлена неправильно или некоторые важные детали пропущены. Следует также помнить, что известность, создаваемая СМИ, не всегда благоприятна и может быть разрушительной для организации
- Ухудшение репутации
- Отток клиентов и уход сотрудников при неудачном пиаре