

Public Relations



Szkoła praktycznej ekonomii – młodzieżowe miniprzedsiębiorstwo



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Fundacja
Młodzieżowej
Przedsiębiorczości
A Member of JA Worldwide

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

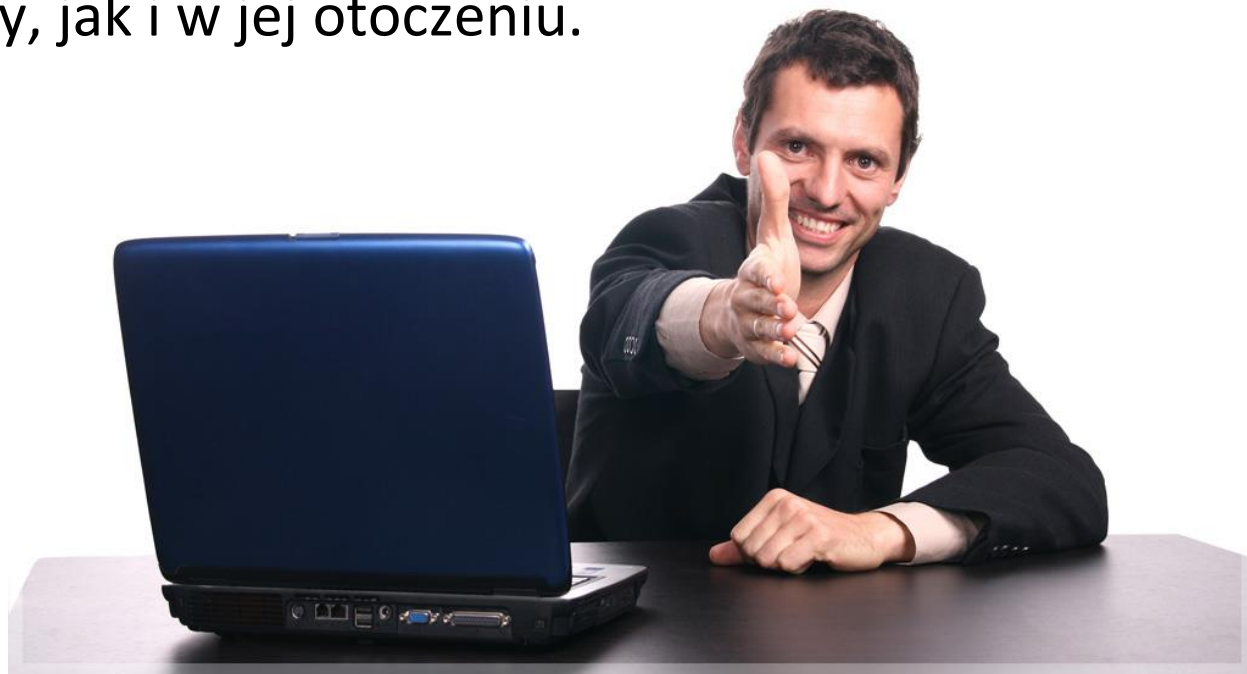


Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Public Relations (PR)

to działania nakierowane na:

- kreowanie wizerunku firmy,
- sprawną, planową, efektywną komunikację, zarówno wewnątrz firmy, jak i w jej otoczeniu.



Wizerunek firmy to sposób jej postrzegania przez:

- klientów,
- konkurentów,
- dostawców.



Na kształtowanie wizerunku firmy wpływają między innymi:

- efekt pierwszego wrażenia,
- wygląd biura – siedziby firmy,
- jakość pracy pracowników bezpośrednio kontaktujących się z klientami,
- wygląd strony internetowej, przydatność i aktualność informacji,
- cechy wspólników (ich osobowość, popularność, reputacja).

Firma buduje swój dobry PR poprzez:

- troskę o środowisko naturalne,
- wspieranie społeczności lokalnej,
- wspieranie określonej grupy społecznej,
- sponsorowanie imprez sportowych, kulturalnych.



Przykłady działań PR w miniprzedsiębiorstwie

- Kontakty ze szkolnymi i lokalnymi mediami.
- Organizacja lub współorganizacja imprez szkolnych lub lokalnych (piknik, ognisko).
- Organizacja spotkań z dostawcami, klientami.
- Organizacja imprez promujących nowe produkty, firmę, wspólnika, opakowanie.
- Przygotowanie strony www.

Przykłady działań PR w miniprzedsiębiorstwie

- Prezentacja firmy w Internecie, na portalach społecznościowych.
- Wydawanie firmowej gazetki.
- Prowadzenie firmowej gabloty w szkole.
- Wspieranie organizacyjne lub finansowe organizacji szkolnych i lokalnych.
- Sponsoring wydarzeń szkolnych i lokalnych (np. nagród w konkursach).