

image not found or type unknown



С развитием интернета потребители стали более избирательными. Информация стала доступна широкой общественности. И прежде чем стать чьим-то клиентом, партнером или сотрудником, большинство пользователей интернета изучают мнения, сравнивают, формируют свое представление о фирме и уже на основе этого принимают решение.

Развитие имиджа организации — это первостепенная задача владельца бизнеса. Ведь иначе никакие средства, вложенные в рекламу и продвижение, не окупятся. Создание положительного имиджа — это непрерывный процесс. Нельзя один раз провести работы и забыть, как и нельзя возвращаться к этому вопросу лишь иногда, когда появляется угроза потерять авторитет.

Прежде чем приступить к работе по формированию своего имиджа, необходимо провести предварительное исследование. Изучению подвергается целевая аудитория, ее потребности и предпочтения, площадки, на которых потенциальные клиенты собираются и общаются. Анализируется сама фирма, сфера деятельности, выделяются ее слабые и сильные стороны, оценивается известность на текущий момент. Также рассматривается имиджевая политика конкурирующих предприятий.

Разработка концепции заключается в создании идеального образа, к которому необходимо стремиться при формировании положительного имиджа в глазах целевой аудитории. Это конечная цель, достигнув которую, нужно будет лишь поддерживать репутацию на желаемом уровне.

На основе данных, полученных в результате исследования, создается план действий по формированию положительного имиджа компании. Важно не концентрироваться только на одной группе целевой аудитории — например, только на потенциальных клиентах

Корректировка проводится после того, как была реализована первоначальная стратегия, а также был проведен мониторинг ее эффективности. Если какие-то цели по созданию имиджа не были достигнуты и репутация организации все еще не соответствует ожиданиям, в план вносятся необходимые доработки. После тщательной подготовки задуманное претворяется в жизнь для достижения

желаемого имиджа организации.

Инструменты формирования положительного имиджа организации:

1. Разработка фирменного стиля (логотипа, слогана, истории и миссии);
2. Имиджевая реклама в онлайн- и офлайн-среде;
3. Работа со средствами массовой информации (создание информационных поводов) ;
4. Проведение социальных мероприятий и благотворительных акций;
5. Организация конференций и круглых столов;
6. Управление репутацией в интернете (генерация позитива и работа с отрицательными отзывами);
7. Ведение групп в социальных сетях («ВКонтакте», Instagram, Facebook, «Одноклассники» и т. п.);
8. Ведение экспертного блога в Сети;
9. Клиентская поддержка (работа с существующими клиентами).

Эти и многие другие инструменты можно и нужно использовать, чтобы сформировать имидж организации. И чем больше методов будет использовано, тем лучше для репутации компании. Но самое главное — это предоставление качественных услуг, производство и продажа хорошего продукта, честность в работе с партнерами и сотрудниками.