

image not found or type unknown



Развитие рыночной экономики привело к увеличению количества субъектов, заинтересованных в правильном и эффективном формировании собственного имиджа.

Корпоративный имидж — это впечатление, взгляд на других как на деловых партнеров, образ, который помогает нам успешно решать рабочие проблемы. Успешный имидж бизнеса влияет не только на восприятие окружающих нас, но и на наше восприятие себя, что позволяет нам получить самооценку, улучшить свои профессиональные результаты и подняться на социальную ступень.

При его создании вообще нельзя игнорировать массовое восприятие компаний. И для него сегодня социальная неопределенность границ предпринимательства особенно заметна. "Сейчас мы все деловые люди", - говорят те, кто пытается что-то сделать для себя; во-вторых, бедность социального опыта, отсутствие представлений о цивилизованных и устоявшихся формы бизнеса; в-третьих, отсутствие серьезной поддержки для создания положительного имиджа предпринимателя. И наша собственное государство здесь плохая помощь, и обычным предпринимателям не нравится ... Тенденция реальных или мнимых олигархов, криминализация компаний усугубляет ситуацию. Однако вопрос доверия населения может влиять на ситуацию компании. Это надо как-то выяснить. Предприниматели могут рассчитывать только на себя, как говорится, спасение утопающих - это работа утопающих.

Или в этой ситуации, возможно, компания не создает имидж и «подметает эту проблему под ковер»? Это возможно, но в этом случае оно формируется стихийно одними и теми же заказчиками и партнерами и поэтому является неуправляемым. Когда мы видим новое, непонятное, мы больше «против», чем «за».

По этой причине серьезные деловые люди в больших городах давно поняли необходимость положительного имиджа. Некоторые создают сервисы в PR-организации, которые создают и поддерживают положительный имидж компании. Другие - те, кто не может позволить себе содержать собственных пиарщиков - обращаются за помощью к специализированным агентствам. В общем оба варианта хороши.

На самом деле вы можете ограничиться одной рекламной кампанией. Однако инструменты PR намного эффективнее и, прежде всего, дешевле для компании.

Следует отметить, что секрет успеха - далеко не количество рекламных объявлений в газетах, на радио и телевидении. Залог успеха - прочность концепции развития PR. Независимо от непредсказуемости реакции общественности при создании компании, вся система должна обязательно следовать единой концепции, а именно логике.

Имидж не является самоцелью. Когда человек совершает совершенствования, они предполагают, что имидж необходим для достижения определенных целей: подбора работодателя, построения дружеских отношений в коллективе, продвижение по службе. Давайте подробнее рассмотрим задачи в процессе общения, необходимые для их решения. картины.

Имидж обозначает, отличает одну личность от другой, показывает ее особые характеристики, подчеркивает преимущества. Специалисты называют эту номинативную функцию номинативной. Имидж должен сделать предмет восприятия привлекательным. Это показывает его эстетическую функцию. Образ объекта помогает установить эффективные контакты с определенной аудиторией и поэтому в определенной степени реагирует на потребности и идеи этой аудитории. Эта функция имиджа называется адресной.

Выделяет следующие функции специально сформированного единого изображения

1. Ценностные функции: 1. Личностно возвышающая. Эффективный образ создает ауру привлекательности вокруг личности. Она становится общественно необходимым, не притормаживая проявление ее лучших качеств. 2. Комфортные межличностные отношения. Очарование людей объективно приносит больше сочувствия и доброжелательности, терпимости и такта в общении. 3. Психотерапевтическая. Благодаря признанию его неординарного характера и повышенной общительности человек приобретает устойчивый основное настроение и уверенность в себе.

2. Технологические функции: 1. Межличностная адаптация. Благодаря правильно подобранному имиджу вы сможете быстро войти в определенную социальную среду, привлечь внимание и выстроить дружеские отношения. Подчеркните лучшие личностные и профессиональные качества. Благоприятный имидж позволяет представить наиболее привлекательные характеристики человека, позволяя людям, которые контактируют с ним, научиться именно тем качествам,

которые создают симпатию или хорошее настроение. 3. Затенение негативных черт личности. С гармонично подобранным макияжем, одеждой, аксессуарами, прическами и т.д. можно отвлечь людей от недостатков человека. 4. Организация внимания. Привлекательный имидж невольно привлекает людей, и поэтому психологически проще организовать то, что человек говорит или демонстрирует. 5. Превышение возрастных норм. Благодаря хорошему подбору поведения и различных социальных ролей, вы чувствуете себя комфортно, общаясь с людьми разного социального и профессионального статуса, независимо от их возраста.

Картина помогает формировать необходимое отношение общественности к человеку, повышает эффективность коммерческого общения. Основные функции индивидуального образа, по мнению В.М. Шепеля: создают нотку привлекательности, успокаивают межличностные отношения, обретают уверенность в себе, адаптируются к межличностным отношениям, подчеркивают лучшие личностные и коммерческие качества, скрывают негативные личностные качества, привлекают внимание общественности, преодолевают возрастные группы.