

image not found or type unknown



Связи с общественностью, или PR (Public Relations) является некой формой посредничества, коммуникации между предприятием и целевой аудиторией. Основной задачей которой является отслеживание и анализ изменений общественного мнения.

PR является одним из важнейших аспектов в сфере рекламы, так как он обеспечивает имидж, образ организации в глазах потребителей.

Как и везде, в PR существуют свои принципы и свои функции. Среди принципов выделяются: комплексность, объективность, планомерность, непрерывность, оперативность, эффективность, законность.

Принцип комплексности заключается в рассмотрении мнения всех целевых аудиторий и групп общественности. Все проводимые PR-мероприятия должны дополнять и подкреплять друг друга.

Принцип планомерности подразумевает под собой оперативное и долгосрочное планирование PR-кампаний. В составлении стратегий очень важно прогнозировать тенденции изменений общественного мнения.

Принцип оперативности требует быстрой реакции на изменение общественного мнения, что в свою очередь послужит уменьшению негативных последствий и осложнений во взаимоотношениях с общественностью.

Принцип объективности требует использования достоверной информации при составлении PR-кампаний.

Принцип непрерывности заключается в постоянной работе в установлении связей и воздействии на целевую аудиторию.

Принцип эффективности подразумевает под собой наличие положительных результатов от каждой PR-кампании. То есть увеличение общих экономических показателей фирмы и превышение совокупности затрат на подготовку, организацию и реализацию.

Принцип законности представляет собой соблюдение всех законов и отсутствие нарушений чьих-либо прав по ходу составления и осуществления PR-кампании.

Выполнение этих принципов закрепляет за собой успешное взаимодействие между компанией и целевыми аудиториями.

Среди функций выделяются: контроль мнения и поведения общественности, реакция на общественность, установление доверительных и взаимовыгодных отношений.

Контроль мнения и поведения общественности осуществляется в поддержании информационной базы общественного мнения в актуальном состоянии, разработке успешных PR-кампаний и оперативном преодолении возникающих проблем и барьеров.

Под реакцией на общественность подразумевается приоритет мнения целевой аудитории, непрерывный учет предпочтений общественности и удовлетворение потребительских нужд и запросов.

И, наконец, установление доверительных и взаимовыгодных отношений. Сюда относится обеспечение наиболее полного удовлетворения потребностей целевой аудитории, получение коммерческой выгоды, достижение гармоничных отношений между компанией и общественными группами.

Подводя итог, можно сказать, что PR-деятельность имеет сложную и комплексную структуру, но при соблюдении всех принципов, будут успешно осуществляться все ее функции.