



Opracowywanie strategii obsługi Public Relations

Działania komunikacyjne podejmowane przez firmy i instytucje powinny opierać się na zintegrowanej koncepcji określającej założenia strategiczne, wskazującej cele, identyfikującej grupy docelowe i prezentującej przesłania komunikacyjne.

Strategia komunikacyjna obejmuje również instrumenty i narzędzia Public Relations pozwalające na realizację wskazanych celów. Część finałową stanowi harmonogram porządkujący określone działania w czasie.

Tworzenie strategii komunikacyjnej jest procesem ciągłym. Musi ono uwzględniać zmiany otoczenia, skutecznie dostosowywać się do nowych wymagań i wychodzić naprzeciw bieżącym szansom. Podczas gdy cele i założenia zapewniają stabilność działań, o tyle narzędzia Public Relations elastycznie adaptują się do potrzeb.

Przy tworzeniu planu działań PR:

- przeanalizujemy potrzeby komunikacyjne firmy
- opracujemy strategię komunikacji zewnętrznej
- określimy najważniejsze cechy i formy przekazu komunikatu adresowanego do otoczenia
- opracujemy schemat komunikacji wewnętrznej oraz korporacyjnej
- zaplanujemy cykl szkoleń

Media relations

Doniesienia medialne w najwyższym stopniu wpływają na publiczny obraz organizacji lub marki. Dbając o odpowiedni wizerunek nie można pominąć zarządzania relacjami z przedstawicielami mediów. Szeroko pojęta współpraca z redakcjami mediów krajowych, regionalnych i lokalnych pozwala kontrolować proces powstawania i zachodzenia zmian w wizerunku uwarunkowanych aktywnością dziennikarzy.

Planowana kampania medialna będzie miała za zadanie zapewnienie identyfikacji i wzrost świadomości marki.

1. doradztwo w zakresie strategicznej współpracy z mediami

- analiza potrzeb komunikacyjnych organizacji
- opracowanie strategii działań w zakresie współpracy z mediami
- doradztwo w zakresie zakupu mediów

2. budowanie i utrzymywanie relacji z mediami

- press kit
- opracowywanie bieżących informacji prasowych
- konferencje prasowe i briefingi
- wywiady, spotkania z prasą
- odpowiadanie na zapytania dziennikarzy
- przekazywanie oświadczeń i komunikatów dla prasy
- merytoryczne kontrolowanie komunikatów wychodzących z firmy
- wsparcie medialne wydarzeń oraz przedsięwzięć, w które angażuje się firma

3. serwis fotograficzny

- dokumentacja fotograficzna artykułów i informacji o firmie
- fotografie na zamówienie mediów
- dokumentacja wydarzeń firmowych, imprez, targów, etc.

4. kreacja materiałów promocyjnych i reklamowych

- opracowania projektu merytoryczne i graficzne
- przygotowanie materiałów do produkcji
- wytworzenie produktu promocyjnego

5. badanie efektywności współpracy z mediami

- detekcja obecnego wizerunku organizacji w mediach
- jakościowa i ilościowa analiza publikacji o firmie
- bieżący monitoring mediów (prasa, Internet)
- powiadamianie o materiałach negatywnych/istotnych w sytuacjach kryzysowych (monitoring ERKA).
- przygotowywanie raportów z publikacji na temat klienta oraz raportów tematycznych zawierających publikacje poruszające wybrane zagadnienia
- monitoring reklam i ogłoszeń prasowych firmy klienta
- prowadzenie biblioteki publikacji, informacji, dokumentacji, fotografii i innych danych na temat klienta