

PR в Малом бизнесе

Салдана Алекс

- В современных Российских условиях, малому бизнесу с трудом даётся полное и качественное использование всех инструментов PR.
- Среди основных причин можно выделить:
 - 1) Ограниченные финансовые возможности
 - 2) Недостаточность знаний и опыта.

Актуальность данной темы

- Польза от PR деятельности очевидна- это и формирование привлекательного имиджа
- И создание новых линий сбыта товара



- 1) отношения с потребителями товаров и услуг
- 2) проведение презентационных мероприятий
- 3) Организация рекламных мероприятий
- 4) Заказ внешним структурам проведения обзоров общественного мнения или других исследований
- 5) Контроль за рекламой

Основные задачи для PR менеджера в компании

- Особым элементом формирования имиджа является правильно проводимая политика торговой марки.
- Можно выделить 6 основных направляющих, касающихся торговой марки.
 - 1. Характеристики.
 - 2. Выгоды.
 - 3. Культура.
 - 4. Пользователь.
 - 5. Ценности.
 - 6. Индивидуальность.

- 1) История – никто о вас не знает, так помогите всем понять кто вы есть (придумайте интересную историю вашего возникновения)
- 2) Размах – конечно обманывать не хорошо, но иногда нужно кое что о себе и приукрасить
- 3) Создайте атмосферу своей востребованности

Краткие
рекомендации
для любого
молодого,
малого бизнеса

