

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



PR firmy

Czyli jak i po co kreować wizerunek firmy?

dr Maria Roszkowska-Śliz

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

22 października 2013 r.

Organizatorzy



EKONOMICZNY UNIwersYTET DZIECIĘCY

WWW.UNIwersYTET-DZIECIĘCY.PL

ŚWIĘTY MIKOŁAJ?



Maria Roszkowska-Śliż



Maria Roszkowska-Śliż



Maria Roszkowska-Śliż

CO TO JEST WIZERUNEK?

**Wyobrażenie, jakie mamy
o osobie, rzeczy, firmie lub instytucji.**

Sposób postrzegania i myślenia o niej.

Maria Roszkowska-Śliż

KTO UPOWSZECHNIŁ WSPÓŁCZESNY WIZERUNEK ŚW. MIKOŁAJA?



Maria Roszkowska-Śliż

WIZERUNEK COCA-COLI

Święta

Rodzina

Miłość

Bliskość

Obiad

Maria Roszkowska-Śliż

PO CO NAM WIZERUNEK?

DWA PRODUKTY W SKLEPIE
KTÓRY WYBIERZESZ DO WIGILIJNEJ KOLACJI?



czy



Maria Roszkowska-Śliż

CO WPŁYWA NA WIZERUNEK?

Wizerunek to rezultat tego:

1.co robisz

2.co mówisz

3.co inni mówią o Tobie

Maria Roszkowska-Śliż

JAK BUDOWAĆ WIZERUNEK?

Wizerunek to rezultat tego:

1.co robisz

2. co mówisz



3.co inni mówią o Tobie

POLE DLA PUBLIC RELATIONS

Maria Roszkowska-Śliż

PUBLIC RELATIONS



Ciągły **proces komunikacji** nastawiony na budowanie wzajemnie korzystnych **relacji z otoczeniem**.

Celem jest kształtowanie założonego **wizerunku** firmy i zdobycie **poparcia** dla jej działań.

Maria Roszkowska-Śliż

JAK SZYBKO MOŻNA ZNISZCZYĆ WIZERUNEK?



Maria Roszkowska-Śliż

FORMY PUBLIC RELATIONS



Maria Roszkowska-Śliż

FORMY PUBLIC RELATIONS



Maria Roszkowska-Śliż

EVENT=WYDARZENIE

CECHY:

- Cel
- Odbiorca
- Określony czas (jednorazowe wydarzenie)
- Harmonogram
- Budżet
- Ocena



Maria Roszkowska-Śliż

ZADANIE

Przygotujcie pomysł eventu (wydarzenia) promującego Waszą szkołę.

Zaplanujcie:

- Dla kogo będzie ta impreza?
- Jakie będzie jej hasło?
- Co będzie główną atrakcją przyciągającą uczestników?
- Co będzie działo się w trakcie?
- Jak ocenicie efekty eventu?

