



PR firmy

Public Relations (PR) to wszystkie działania firmy mające na celu nawiązanie nowych, jak również podtrzymanie już istniejących stosunków między przedsiębiorstwem a różnorodnymi elementami otoczenia przedsiębiorstwa. Działania PR mają na celu zbudowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa w społeczeństwie. Działania podejmowane w ramach public relations oraz działania typowo reklamowe uzupełniają się wzajemnie. Reklama nastawiona jest bardziej na osiągnięcie szybkiego efektu, jakim jest np. poinformowanie klientów o wprowadzeniu nowego produktu na rynek, aktualnych promocjach czy zmianie wyglądu opakowania, podczas gdy public relations charakteryzują działania długookresowe i nakierowane raczej na promocję firmy jako takiej, a mniej samych jej produktów czy oferowanych przez nią usług.

Lista przykładowych działań PR miniprzedsiębiorstwa i mediów

Kontakty ze szkolnymi i lokalnymi mediami

- △ Dostarczanie informacji o firmie i jej działaniach dla prasy, radia, telewizji, serwisów internetowych itp.
- △ Publikacja artykułów promocyjnych
- △ Wywiady ze współnikami w prasie, radiu, telewizji, serwisach internetowych itp.
- △ Publikacja artykułów na tablicy ogłoszeń w szkolnej gablocie itp.

Organizacja lub współorganizacja imprez szkolnych lub lokalnych

- △ Piknik, ognisko, grill, dyskoteka, oficjalne uroczystości szkolne, dni otwarte szkoły itp.

Organizacja spotkań okolicznościowych

- △ Z dostawcami
- △ Z klientami

Organizacja imprezy promującej nowe produkty, nową firmę, nowego współnika, projekt opakowania itd. Tylko od pomysłowości współników zależy temat imprezy promującej firmę.

Przygotowanie strony www i prezentacja miniprzedsiębiorstwa w Internecie lub na portalach społecznościowych.

Przygotowanie i wydawanie firmowej gazetki lub prowadzenie firmowej gabloty w szkole.

Wspieranie organizacyjne lub finansowe organizacji szkolnych i lokalnych (np. klubów wolontariusza, klubów sportowych, kół zainteresowań, szkolnego zespołu muzycznego).

Sponsoring wydarzeń szkolnych i lokalnych (np. nagród w konkursach).

Przykłady działań PR znanych światowych firm

(na podstawie informacji z ich firmowych serwisów internetowych)

„Pomiędzy 2 listopada i 24 grudnia 2010 roku, **IKEA Social Initiative** przekazało 1 euro z każdej zabawki pluszowej i dwóch książeczek dla dzieci opowiadających o pluszakach, sprzedanych w sklepach IKEA na całym świecie, na rzecz projektów UNICEF i Save the Children, by wspierać



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Fundacja
Młodzieżowej
Przedsiębiorczości
A Member of JA Worldwide

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

edukację dzieci w trudnej sytuacji życiowej. Od początku kampanii w 2003 roku, wspólnie z naszymi klientami zebraliśmy 23,7 miliony euro. Środki te pomogły poprawić warunki życia ponad 8 milionom potrzebujących dzieci. Mamy nadzieję, że w tym roku na całym świecie zbierzemy kolejne 10 milionów euro”.

„**Hyundai** wyznaje zasadę, że sport to uniwersalny język, którym porozumiewają się ludzie różnych narodowości, ras i wyznań. Sport to siła, która potrafi zjednoczyć i zmobilizować do działania. Jako oficjalny partner Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2008 i 2004 roku oraz Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej Niemcy 2006 Hyundai rozwija swą globalną działalność marketingową w kategorii sportu. Piłka nożna jest numerem jeden na sponsoringowej liście Hyundai”.

„**Henkel Polska i Fundacja Przyjaciółka** po raz szósty przyznały stypendia naukowe gimnazjalistom z domów dziecka w ramach programu „Wiem, że warto się uczyć”. Wsparcie finansowe otrzyma czterdziestu uczniów osiągających najlepsze wyniki w nauce lub wyróżniających się talentem sportowym lub artystycznym”.