

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

KARINA MARICRUZ

PEREZ GUILLEN

RELACIONES PUBLICAS

Cuadro sinóptico

CARLOS MANUEL AGUILAR HIDALGO

RELACIONES PÚBLICAS Y PUBLICIDAD

Directivos y empleados

esto les permite estar bien informados acerca de sus instituciones y a la vez fomentará que le digan a los directivos lo que piensan

es probable que se empiecen a manifestar quejas pequeñas, pero importantes, por ejemplo, referentes a la limpieza del lugar de trabajo, o a la iluminación deficiente mala ventilación

La dirección y las relaciones públicas

se encargan de construir y gestionar la imagen de una empresa de cara al público en general y a los medios de comunicación

tienen que mantenerse dentro de su presupuesto, y de que los acontecimientos suceden en el momento adecuado

Influencia sobre la organización

Establecer una diferenciación. Adecuar los mensajes a las distintas audiencias Educar al usuario de los servicios. Crear tendencias de opinión. Posicionar las empresas, proyectos y productos. Construir credibilidad. Desarrollar relaciones con los líderes de opinión. Identificar las necesidades de los consumidores / usuarios. Establecer una comunicación continua con los públicos. Construir alianzas y sociedades (socios). Construir conciencia y visibilidad. Introducir nuevos conceptos en el mercado. Defenderse de los ataques de los competidores

Influencia sobre la dirección de ventas y los clientes

El único capacitado para definir lo que es calidad es el cliente (Interno – Externo). Nos interesa la calidad percibida y el sentimiento de valor. Para satisfacer al cliente hay que conocer sus expectativas y retroalimentarnos de sus percepciones. Todo en la empresa es producto. El cliente está dispuesto a pagar el valor de la calidad, siempre y cuando perciba y reciba el valor agregado (servicio). En cada contacto con la empresa el cliente incrementa o disminuye su percepción de calidad. Todos en la empresa son parte del producto. Los clientes siempre quieren más y esto es lo que garantiza la permanencia del proceso de Calidad Total.

Relaciones públicas con otros organismos

Consultoras de Prensa, las empresas pueden obtener asesoría para dirigirse al público indicado

RELACIONES CON LA PRENSA El otorgarle especial atención a la prensa no significa que consideremos a ésta el medio más importante, ya que estamos conscientes de que existen otros más como la radio y la televisión que lo superan en cobertura y fuerza