



Relaciones públicas

ANACLAUDIA ALBORES RUIZ

ING. KARINA MARÍCRUZ PÉREZ

RELACIONES PÚBLICAS

RELACIONES *publicas*

DIRECTIVOS Y EMPLEADOS

BUENA COMUNICACIÓN

- SATISFACCIÓN
- MOTIVACIÓN
- PRODUCCIÓN
- INFORMACIÓN

ARMONIZAR INTERES

INDIVIDUAL
GRUPAL

SONDEOS

IDEA GENERAL

OPINIONES DE LA ORGANIZACIÓN

DIRECCIÓN Y R.P.

CONSTRUYE
GESTIONA

IMAGEN DE
LA EMPRESA

PÚBLICO
MEDIOS

- REDACCIÓN
- PREPARACIÓN
- ORGANIZACIÓN
- EXPOSICIONES

INFLUENCIAS

- 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.

INFLUENCIAS DE DIRECCIÓN DE VENTAS

LO MÁS IMPORTANTE ES EL CLIENTE

PERCEPCIÓN DE SERVICIO

CANALES

- OPTIMIZAN EL TIEMPO
- MEJORA LAS RELACIONES
- ESTANDARIZA INSTANCIAS

RELACIÓN CON EL GOBIERNO

FUENTE DE CREDITO

FINANCIAMIENTO

COORDINADOR

- ECONOMÍA
- ACTIVIDADES NACIONALES
- EQUILIBRIO DEL PAÍS

COMPETIDOR

RAMAS PRIVADAS

INFORMACIÓN

- CENSOS
- INVESTIGACIONES
- ESTUDIOS

OTROS ORGANISMOS

PERIÓDICO

CONSULTAS DE PRENSA

ASESORÍAS

COMUNICACIÓN

CUIDAR LA RELACIÓN CON LA COMUNIDAD

ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS

- CREDIBILIDAD
- SERIEDAD
- BUENA VOLUNTAD