



Sheyla Pola García Aguilar,
Las relaciones Públicas y su desarrollo operativo.
Parcial 2.
Relaciones Publicas.
Luis Eduardo Lópezx Morales.
Administración y Estrategias de negocios.
Cuatrimestre: 7.

LAS RELACIONES PÚBLICAS Y SU DESARROLLO OPERATIVO.

INFLUENCIA SOBRE LA DIRECCION DE VENTAS Y LOS CLIENTES.

Las relaciones públicas estos clientes internos, externos y consumidores son también algo más que eso: son públicos muy importantes para su labor y para el desarrollo empresarial de la organización.

RELACIONES CON EL GOBIERNO ACTITUD, VALORACION DE SITUACIONES, AYUDA ESTATAL.

El gobierno como fuente de crédito.

Las relaciones con el gobierno considerado como fuente de crédito cobraron mayor importancia a partir del primero de septiembre de 1982, fecha en que entró en vigor el decreto por el cual se nacionalizó la banca privada, ya que con ello el Estado se convirtió en la principal fuente de financiamiento para un mayor número de organizaciones.



El gobierno como coordinador.

Los tres aspectos del gobierno mencionados hasta ahora convierten a éste en un coordinador de la economía y actividades nacionales, función que realiza con el fin de lograr un desarrollo armónico y equilibrado del país.

El gobierno como competidor .

El gobierno compite con la iniciativa privada en muy diversas ramas de las actividades económicas, a través de empresas descentralizadas principalmente, así como de otros organismos oficiales.



El gobierno como fuente de información A través de entidades tales como la Secretaría de Programación y Presupuesto, el Banco de México, Nacional Financiera, S. A., el Banco Nacional de Comercio Exterior y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, el gobierno realiza censos, investigaciones y estudios que constituyen una valiosa información para organizaciones de muy diversos tamaños y tipos, que pueden ser de utilidad.

El gobierno como órgano regulador.

Actividades de la organización por medio de logos que emitan.

El gobierno como órgano impositivo.

Se ha reconocido que el gobierno la capacidad y autoridad para crear y hacer cumplir un sistema tributario.



RELACIONES PÚBLICAS CON OTROS ORGANISMOS.

Las cámaras de comercio y las de industrias como medio de comunicación en el Gobierno.

La cámara de comercio y las industrias constituyen un importante medio que facilita la comunicación de comercial o industriales de gobierno, ya que hace verdaderamente de corriente de opiniones.



Consultoras de Prensa.

Una opción disponible actualmente son las consultoras de prensa. Allí, las empresas pueden obtener asesoría para dirigirse al público indicado, para lo cual será necesario primero seleccionar entre los distintos espacios ofrecidos por los medios de comunicación (agencias de noticias, diarios, revistas, radios y canales de televisión).

La Importancia de la Comunicación.

Asesorar a las empresas acerca del diseño y puesta en práctica de estrategias de comunicación que se adecuen a sus diferentes públicos y que, por lo tanto, repercutan positivamente en sus resultados empresariales es el objetivo que persigue toda consultora de prensa.



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.

Los públicos.

La mayoría de las asociaciones gremiales y profesionales orienta sus tareas y su información hacia segmentos específicos de nuestra sociedad en vez de dirigirlos hacia el público en general.



Comunicación Organizacional.

Las relaciones y comunicaciones con el personal de una asociación son esenciales para alcanzar los objetivos de los organismos intermedios.



Las relaciones públicas básicas para los organismos no lucrativos.

Cada vez más la credibilidad y seriedad está impactando en la imagen de las organizaciones no lucrativas, siendo ésta su carta de presentación, con la que no sólo genera una buena voluntad hacia las funciones que desempeña y al propio organismo, sino que es la herramienta utilizada para generar ingresos y la participación activa de las personas.

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS: SOPORTES.

1. Relacionarse con la prensa Los medios de comunicación cumplen un papel importante en la esfera social. A través de ellos se informa la población.

2. Relacionarse con los clientes Un negocio depende de sus clientes en tanto que son quienes compran sus productos y pagan por ellos. Por eso, comunicarse con ellos es importante, para favorecer la conexión entre ambas partes.

3. Comunicación visual corporativa Algo que siempre será símbolo icónico de la empresa es su marca. Es su sello de identidad y lo que se queda grabado en la mente de la gente. La marca, el logo, son cosas que también comunican.



4. Espacios digitales Como corporación, en la actualidad resulta imprescindible que esté presente en el entornodigital. Y para estarlo, debe tener creados una serie de canales y espacios donde los usuarios puedan encontrarle.



Comunicación interna Es cierto que hay la comunicación e que mirar de puerta para afuera, pero lo que pasadentro también importa.



6. Patrocinadores y mecenas Tener apoyos puede resultar beneficioso para una compañía. Pero esos apoyos hay que cuidarlos y mantenerlos informados, porque están confiando en la empresa y dejando su dinero en ella, y ese favor hay que recompensárselo.



7. Relacionarse con las instituciones Otra fuerza de poder a tener en cuenta. Los poderes públicos también tienen voz y voto y sus decisiones repercuten en la empresa, así que la relación con ellos debe ser positiva.

8. Relacionarse con la comunidad Igual que hay que mantener una buena relación con las instituciones hay que hacerlo con la sociedad. Los miembros de la sociedad son al final quienes realizan las compras, por lo si como empresa no se está en buenos términos, se verá afectado en los resultados que consiga.



9. Grupos de presión o lobbys Puede ocurrir que, ante cualquier crisis, la empresa se enfrente a un grupo que intenta mermar su actividad.

10. Comunicación financiera A una empresa a veces le toca hablar de números. Debe responder a los accionistas y a todos los que deciden invertir y depositar su dinero en la empresa.

RELACIONES CON LOS CLIENTES: ACTUALES Y POTENCIALES

¿Qué son clientes actuales y potenciales? Para que comprender mejor vamos a definir sus conceptos por separados.

¿Qué son clientes actuales? No hay que ser un sabio para entender este concepto. Son aquellos clientes que visitan tus negocios ¡Ahora! son los que hacen posible que tengas fuentes de ingresos. Pero como dicesu propio nombre, son actuales, es decir activos.

