



Mi Universidad

Súper Nota.

Nombre del Alumno: Siomara Grisel Vázquez Gómez.

Nombre del tema: Las Relaciones Públicas y su desarrollo operativo.

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Relaciones Públicas.

Nombre del profesor: Luis Eduardo López Morales.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategia de Negocios.

Séptimo Cuatrimestre.

Comitán de Domínguez, Chiapas, 12 de octubre del 2024.



Las Relaciones Públicas y SU DESARROLLO OPERATIVO.



ELABORADO POR: SIOMARA CRISEL VÁZQUEZ GÓMEZ.



2.2 INFLUENCIA SOBRE LA DIRECCIÓN DE VENTAS Y LOS CLIENTES.

Las Relaciones Públicas tiene una gran influencia en la dirección o departamento de ventas, ya que las Relaciones Públicas propicia para que el personal de ventas, tenga un buen desempeño y genere un ambiente armónico y como consecuencia aumente las ventas.

Las Relaciones Públicas generan ocasiones de negocios en escenarios favorables y provechosos y fortalecen los vínculos con clientes o futuros clientes. Las Relaciones Públicas logran consenso, fidelidad y apoyo del público en acciones presentes y futuras.



2.3 RELACIONES CON EL GOBIERNO ACTITUD, VALORACIÓN DE SITUACIONES, AYUDA ESTATAL.

Gobierno como órgano regulador:

- El gobierno regula ciertas actividades de las organizaciones por medio de leyes que emite.
- Así como la ley de impuesto sobre la renta, en el cual se refiere a los impuestos que la empresa u organismo deberá pagar.

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.

El gobierno como fuente de información:

A través de entidades del 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 impositivo:

Se ha reconocido al gobierno la capacidad y autoridad para crear y hacer cumplir un sistema tributario. Al planear el sistema impositivo nacional, estatal o municipal, los legisladores pueden cometer errores.

El gobierno como coordinador:

Este labor gubernamental de coordinación puede, en cierto momento, afectar a la organización en virtud de que el gobierno impulsara en ocasiones ciertas actividades económicas más que otras.

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.



2.4 RELACIONES PÚBLICAS CON OTROS ORGANISMOS.

Las cámaras de comercio y las industrias constituyen un importante medio que facilita la comunicación de comerciantes e industriales con el gobierno, ya que hace verdaderamente representativa la corriente de opinión de tales sectores privados ante los organismos gubernamentales imprimiéndole aún más esfuerzo.



Relaciones Públicas con la comunidad:

El término comunidad nos referimos al grupo de personas que viven en la misma zona o localidad en la que está establecida la organización y que tienen intereses similares.

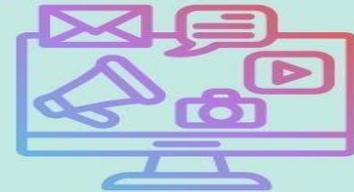
- Evitar la contaminación del ambiente.
- Mantener correctamente informados a los líderes de opinión pública comunitaria.
- Contribuir al desarrollo socioeconómico de la comunidad.
- Cooperar con las instituciones educativas comunitarias.



Estos puntos buscan generar los principios rectores de las Relaciones Públicas:

- Publicidad Institucional.
- Publicidad de la Organización.
- Visitas a ala organización por parte de diversos grupos.

Relaciones con los medios de comunicación: (Eduardo Romero), estamos acostumbrados a obtener gran parte de la información que necesitamos a través de los medios masivos de comunicación.



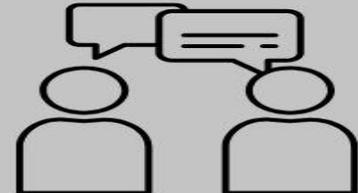
Relaciones Públicas con la prensa:

- Ayuda a los periodistas.
- No tratar de obtener publicidad gratuita de la prensa disfrazada en forma de noticias.
- No pedir supresiones a la prensa.
- Propiciar que los periodistas conozcan las actividades de la organización que pueden llegar a ser de interés para los lectores.



2.5 TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS: SOPORTES.

Los comunicadores y relacionistas públicos trabajan empleando una serie de técnicas y estrategias que les ayudan a conseguir al final del día su objetivo.



Relacionarse con la prensa, los medios de comunicación cumplen un papel importante en la esfera social.

Ejemplo:

- Agentes de comunicación.
- Relacionarse con los clientes.
- Comunicación visual corporativa.



- Espacios digitales.
- Comunicación interna.
- Patrocinadores.
- Relacionarse con las instituciones.
- Relacionarse con la comunidad.



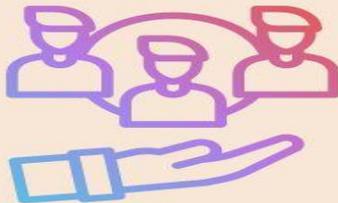


2.6 RELACIONES CON LOS CLIENTES: ACTUALES Y POTENCIALES.

Son aquellos clientes que visitan tus negocios ¡Ahora! son los que hacen posible que tengas fuentes de ingresos. Pero como dice su propio nombre, son actuales, es decir activos.

¿Qué son clientes potenciales?

Son clientes que tienen capacidades, recursos, necesidades, que les permite comprar tus servicios o productos.



No necesariamente tienen que ser actuales, incluso su concepto se utiliza más para referirse a esas personas, empresas, que cumplen con el perfil de cliente.

Pero el centro de este concepto es la potencia, es decir, que el cliente sea una "Mina de oro". No porque tenga mucho dinero, sino porque tiene: La necesidad de comprar en un negocio. Y tiene como pagar.



Cualquiera no puede ser un cliente potencial, y no tomar esto en consideración es correr el riesgo de que la mayoría de personas que atraigas a tu negocio: No tenga la necesidad de tu producto o servicio.

Clientes actuales VS Clientes potenciales:

No hay algo que diga "Mejor son los clientes actuales que los potenciales" o viceversa ¡Sería ilógico!

