



Mi Universidad

Super nota

Nombre del Alumno: Gladis Andrea Herrera De León

Nombre del tema: Las relaciones públicas y su desarrollo operativo.

Parcial: 2

Nombre de la Materia: Relaciones Públicas

Nombre del profesor: Lic. Luis Eduardo López Morales.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategias de Negocios

Cuatrimestre: 7

Relaciones públicas

Las relaciones públicas y su desarrollo operativo

2.2 influencia sobre la dirección de ventas y los clientes

Un principio esencial a la hora de prestar un excelente servicio, es que los miembros de la organización sean conscientes que el jefe más importante no es quien están por encima en el organigrama, sino quienes son nuestros consumidores. Y no es más importante quien más gente mande.

“Él es el inicio del proceso, tiene que vivirlo, contagiar masivamente la organización en el servicio al cliente externo e interno”



2.4 Relaciones públicas con otros organismos

- Relaciones con el periódico.
- La Importancia de la Comunicación.
- Relaciones con la prensa.
- Los públicos.
- Comunicación Organizacional.
- Las relaciones públicas básicas para los organismos no lucrativos.



2.6 Relaciones con los clientes actuales y potenciales

- ¿Qué son clientes actuales? 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.
- Clientes actuales VS Clientes potenciales: Si has entendido los conceptos anteriores sabrás que no hay algo que diga “Mejor son los clientes actuales que los potenciales” o viceversa ¡Sería ilógico!.



2.3 Relaciones con el gobierno actitud, valoración de situaciones, ayuda estatal.

- El gobierno como fuente de crédito: sus relaciones con aquellas sociedades nacionales de crédito que puedan llegar a financiarla, a fin de facilitar el proceso de obtención de créditos.
- 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, esta labor gubernamental de coordinación puede, en cierto momento, afectar a la organización.
- El gobierno como competidor: competencia con un sector o institución gubernamental, la organización debe mantener sus relaciones con él de la misma manera como si se tratara de un competidor privado, es decir, en ambos casos se debe competir lealmente con calidad, precio, servicio, condiciones, etc.
- El gobierno como fuente de información: Indicadores Económicos (actualización mensual mediante hojas sustituibles), índices de Precios (mensual), Indicadores de Producción y Ventas del Sector Industrial (mensual), Encuestas de Opinión Empresarial del Sector Industrial (mensual), Indicadores Financieros Regionales (trimestral).

2.5 Técnicas de comunicación en relaciones públicas: soporte

1. Relacionarse con la prensa.
2. Relacionarse con los clientes.
3. Comunicación visual corporativa.
4. Espacios digitales.
5. Comunicación interna.
6. Patrocinadores y mecenas.
7. Relacionarse con las instituciones.
8. Relacionarse con la comunidad.
9. Grupos de presión o lobbys.
10. Comunicación financiera.



Referencias:

Bibliografía: Universidad del Sureste, UDS (2024) Libro de Relaciones Laborales . Licenciatura en Administración y estrategias de negocios, Chiapas, México. UDS