

## Cele kampanii public relations

Public relations pomaga w osiągnięciu celów organizacji. Dokładne określenie celów i zadań pozwoli osiągnąć najlepsze wyniki.

Poniższa lista zadań ma dwa podstawowe cele:

1. pokazanie zakresu działań i celów public relations. Ponieważ będą się one zmieniać w czasie, należy ją systematycznie sprawdzać i aktualizować. Wracając do poprzednich wersji możesz być zaskoczony postępowaniem w realizowaniu celów.
2. skoncentrowanie się na wybranym projekcie oraz sprawdzenie czy i jak pasuje do ogólnego programu public relations. Zakreśl czerwonym flamastrem cele realizowanego właśnie projektu.

Wykorzystaj dodatkowe linie po każdym punkcie do wpisania uzupełniających informacji lub własnych komentarzy. Jeżeli organizacja ma odrębne wydziały/oddziały z odrębnymi produktami/liniami produktów z bardzo różnymi celami, być może niezbędne okaże się przygotowanie osobnej listy dla każdego projektu.

Data: \_\_\_\_\_

Odział/wydział: \_\_\_\_\_

Produkt/linia produktów: \_\_\_\_\_

Naszym celem jest (sprawdź wszystkie punkty):

Informowanie ludzi o tym jak wybierać, kupować i używać nasz produkt/usługę.

---

---

Przekonanie ludzi do kupna naszego - a nie konkurencyjnego – produktu/usługi.

---

---

Zmiana błędnych opinii o naszym produkcie lub usłudze.

---

---

Zdobyć nowych klientów, aby:

- odwiedzili nasze sklepy.
  - odwiedzili naszych przedstawicieli handlowych.
  - kupowali produkty naszej marki w sklepach detalicznych.
  - składali zamówienia przez telefon.
  - telefonicznie umawiali się na spotkania z przedstawicielami handlowymi.
  - inne \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Zmiana błędnych opinii o:

- naszej organizacji.
  - naszej branży.
  - naszym produkcie.
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Informowanie opinii publicznej o sprawach/problemach dotyczących

- naszej organizacji.
  - naszej branży.
  - naszego produktu.
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Skłonienie ludzi do głosowania za zmianami w prawie korzystnymi dla naszej organizacji.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Skłonienie ludzi do głosowania przeciwko zmianom w prawie szkodliwym dla naszej organizacji.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Przyciągnięcie inwestorów i umocnienie kursu akcji organizacji.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- Ochrona organizacji przed nieuzasadnionymi roszczeniami i sprawami karnymi.

---

---

- Przyciągnięcie wysoko wykwalifikowanych

- pracowników.
- ochotników.

---

---

- Przyciągnięcie ludzi do udziału w imprezie/wydarzeniu lub serii imprez/wydarzeń.

---

---

- Zwiększenie aktywności pracowników w wewnętrznych programach organizacji.

---

---

