

Katarzyna Nakonieczna

***PR w bibliotece - świadome
kształtowanie relacji z
otoczeniem.***

PUBLIC RELATIONS

- Świadomość
- Dwukierunkowość
- Budowanie
- Kształtowanie
- Perspektywa
- Empatia

Tożsamość / Wizerunek

- Własny obraz wykreowany przez instytucję
- Suma wyobrażeń otoczenia

Podstawowe elementy wizerunku

- Atrybuty tożsamości: nazwa, logo
- Oferta: usługi, dostępność
- Środowisko: wygląd, atmosfera, udogodnienia
- Ludzie: pracownicy i użytkownicy
- Kultura organizacji: normy, zachowania, zasady

Podstawowe grupy odbiorców

1. Użytkownicy
2. Społeczność lokalna
3. Media
4. Instytucje finansujące
5. Instytucje z którymi współpracujemy, konkurujemy, kontaktujemy się

Jak dotrzeć?

- festyny, wydarzenia kulturalne, ośrodki zdrowia, przedszkola, szkoły, urzędy pracy, kościół
- strona internetowa, fora, portale lokalne, media, blogi
- drogowskazy, informatory, wywieszki, tablice, ulotki

Wartość – różnica pomiędzy całkowitą wartością produktu dla klienta oraz kosztem, jaki musi on ponieść w związku z jego pozyskaniem.

Philip Kotler