

ВУЗ

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
на тему:
«ТЕМА»

Выполнил:

фио

Научный руководитель:

фио

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РАБОТЫ

Цель – разработка мероприятий по формированию позитивного имиджа ООО «Самрезтех».

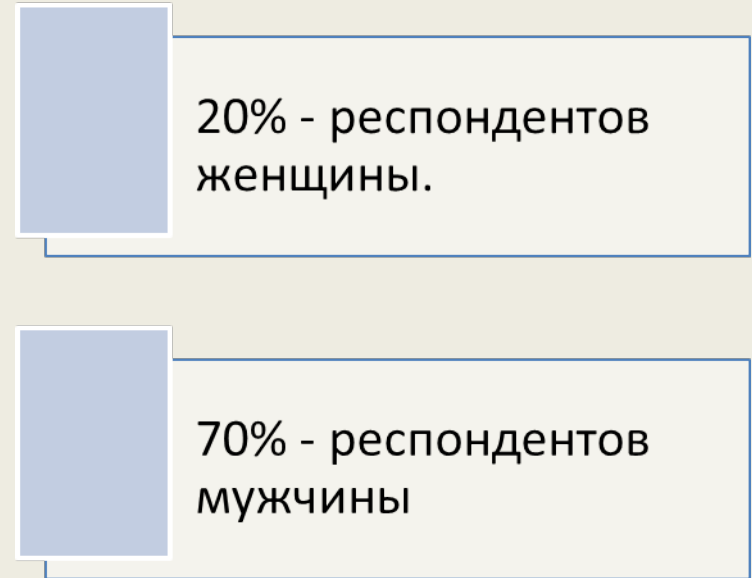
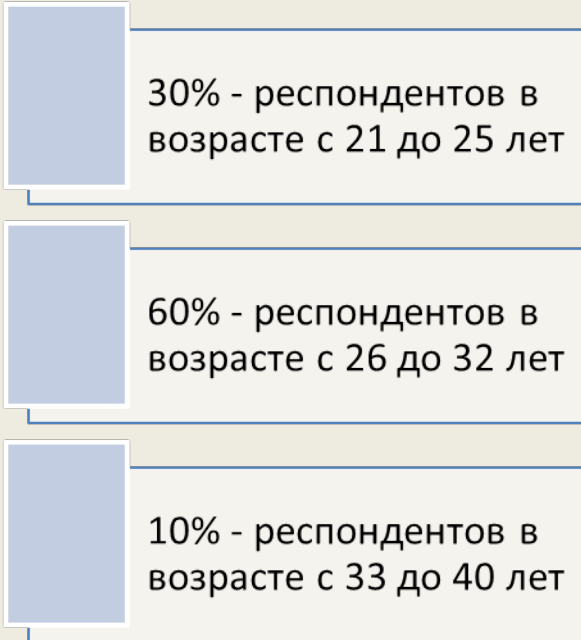
Задачи:

1. Рассмотреть позитивный имидж компании как результат PR деятельности.
2. Выявить механизм формирования имиджа.
3. Рассмотреть современные тенденции использования коммуникационных каналов для трансляции и позиционирования формируемого имиджа.
4. Проанализировать деятельности ООО «Самрезтех».
5. Проанализировать систему бизнес-коммуникаций ООО «Самрезтех».
6. Проанализировать видение имиджа ООО «Самрезтех».
7. Выявить «опорные зоны» формирования позитивного имиджа.
8. Разработать мероприятия по формированию позитивного имиджа.
9. Разработать мероприятия по транслированию позитивного имиджа.

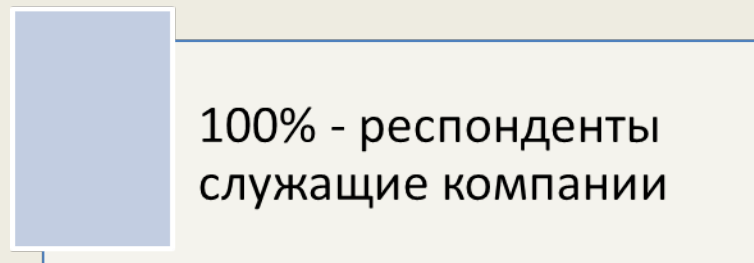
Структура респондентов

Возрастная структура респондентов

Гендерная структура респондентов



Социальная структура респондентов



Сильные свойства имиджевых коммуникации для канала продаж «Самрезтех»

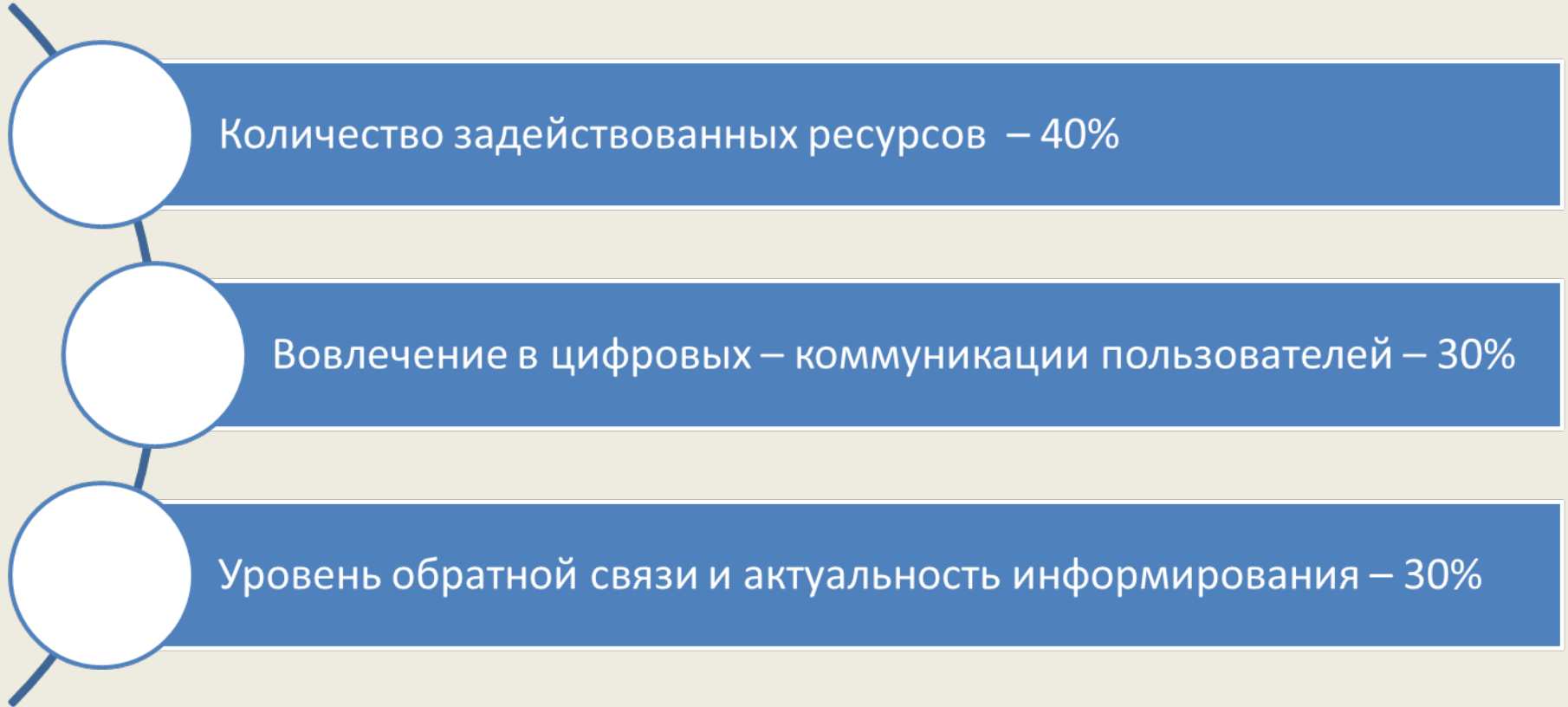
Комплексность информации о компании и модельном ряде – 50%

Соотношение рекламы и объективной информации в коммуникациях – 30%

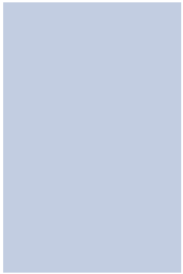
Использование современных коммуникативных технологий – 10%

Доступность интернет ресурсов для пользователей - 10%

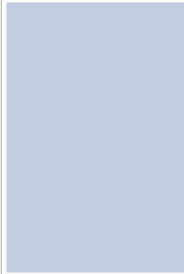
Свойства имиджевых коммуникации для канала продаж «Самрезтех»



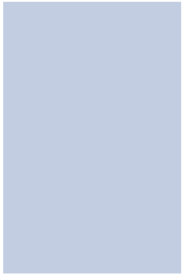
В качестве возможностей развития имиджевых – коммуникации для «Самрезтех» респонденты выделили следующие



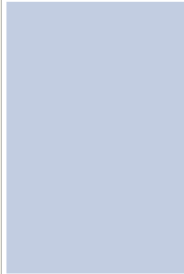
Расширение мультимедейности формата имиджевых – коммуникации для канала продаж «Самрезтех» – 35%



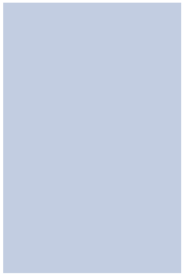
Увеличение усилий для привлечения и удержание клиентов – 24%



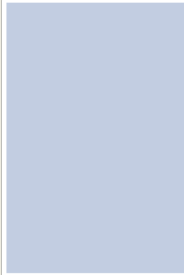
Увеличение уровня интернет сервисов – 18%



Следить за актуальностью информации – 14%

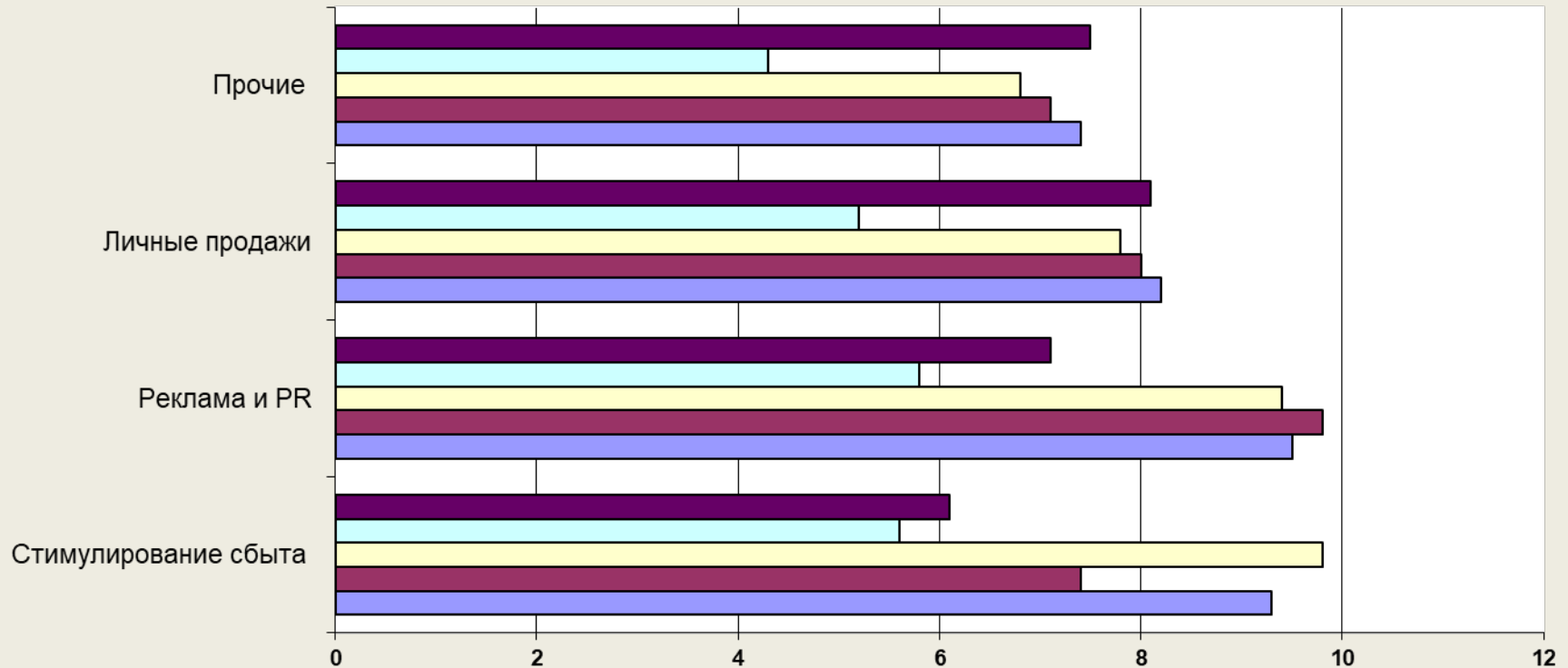


Более активно использовать соцсети – 6%



Использовать привязку сайта акции и бурнусные системы – 3%

Результаты оценки респондентов коммуникационного воздействия на целевую аудиторию материалов «Самрезтех»



- Влияние на формирование бренда «Самрезтех»
- Оригинальность/необычность продвижения «Самрезтех»
- Соответствие реализации программ продвижения их замыслу и специфике ТТК
- Интерес к программам продвижения «Самрезтех»
- Запоминаемость инструментов продвижения «Самрезтех»

Оценка семантические поля медиаобраза компании «Самрезтех» в медиатекстах

Поле медиаобраза компании «Самрезтех»	Частота в тесках
Продукция	0,09
Корпоративные ценности	0,07
Современное технологии	0,04
Амбиции и возможности	0,06
Инвестиционные возможности	0,08
Различные события	0,05
Партнерство - программы	0,08
Качество	0,07
Персонала	0,04
Стабильность	0,05
Перспективы	0,07
Итого	0,7

Видение имиджа «Самрезтех» направлено на восприятия следующих образов относительно компании



В наибольшей мере «Самрезтех» должно ассоциироваться у внешнего окружения с такими понятиями как: «честный, дружелюбный, уверенный, домашний и сдержанный»

В наименьшей мере внешнее окружение должно связывать «Самрезтех» с понятием «агрессивный», так как это может скорее оттолкнуть возможных партнеров и затруднить привлечение потребителей

В качестве недостатка следует отметить, что имидж «Самрезтех» стремится в основном в отношении одного бизнес-направления «суши»

Необходимо, что бы бренд «Самрезтех» обладал имиджем «индивидуальной, уникальной, отличной от других компаний», то есть, реализован четкий образ компании, а не отдельных бизнес-направлений

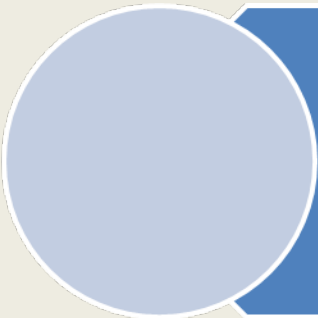
Необходимо развивать внутренний имидж «Самрезтех» среди персонала

В управлении своим имиджем «Самрезтех» следует уделять большее значение категориям

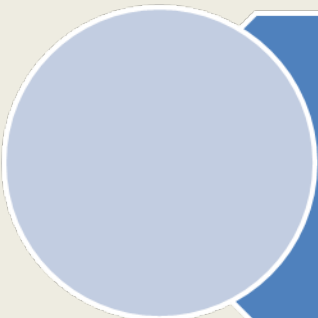
Первая по значимости задача – усилить позиции «Самрезтех» в направлениях имиджа «Активный, мобильный, сильный, сдержанный»

Вторая по значимости задача – усилить позиции «Самрезтех» в направлениях имиджа – «компетентность, адаптивность, надежность».

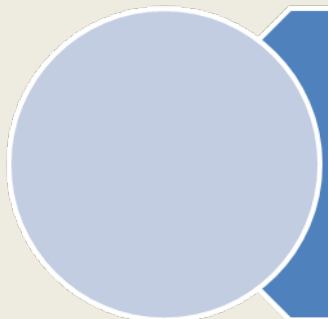
В качестве стратегических «опорных зон» развитие имиджа «Самрезтех» предлагается выделить следующие



«Персонал как опорная зона развития имиджа «Самрезтех»» - комплексное развитие качества персонала, тем самым обеспечивая стратегический потенциал для привлечения и развития

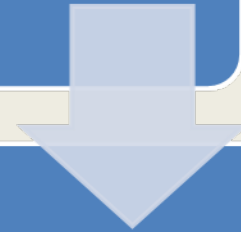


«Взаимодействия с партнерами как опорная зона развития имиджа «Самрезтех»» - формирование предпринимательской среды для развития взаимодействия с партнерами компании



«Целевая аудитория имиджа «Самрезтех»» - увеличение информационного потока с учетом сегментации представлены покупку и лиц принимающих решение о закупке товаров «Самрезтех»

«Мероприятие 1: Переход к мультимедийному формату внешних рекламных коммуникаций «Самрезтех»



Мероприятие 2: Предложения по использованию напольной графики в BTL-рекламе для «Самрезтех»



Мероприятие 3: Использовать не прямые рекламные акции компании «Самрезтех»

«ТЕМА»

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!