УДК 330

ЗНАЧЕННЯ ПІАРУ ТА ЙОГО АКТУАЛЬНІСТЬ В НАШОМУ СЬОГОДЕННІ

Л. Якименко, група УФЕБ-23Мз
Науковий керівник: ***Т. Рябоволик,*** канд. екон. наук, доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет

Піар – це життєво необхідний інструмент для успішного розвитку будь-якого підприємства в сучасному світі, де конкуренція та інформаційний шум постійно зростають.

Обґрунтування:

• Підвищення впізнаваності бренду: Піар-кампанії роблять компанію відомою та впізнаваною, що сприяє залученню нових клієнтів та партнерів.

• Формування позитивного іміджу: Грамотний піар створює та підтримує позитивний образ компанії, що веде до довіри з боку цільової аудиторії.

• Збільшення продажів: Позитивний імідж та впізнаваність бренду сприяють зростанню попиту на продукцію чи послуги компанії.

• Підсилення конкурентних переваг: Піар допомагає компанії виділитися на тлі конкурентів та підкреслити свої сильні сторони.

• Залучення талановитих співробітників: Сильний бренд та позитивний імідж роблять компанію більш привабливою для роботи, що сприяє залученню талановитих кадрів.

• Підвищення інвестиційної привабливості: Грамотний піар робить компанію більш привабливою для інвесторів, що може призвести до отримання додаткових коштів для розвитку бізнесу.

Актуальність:

• Зростання конкуренції: У сучасному світі конкуренція у всіх сферах бізнесу постійно зростає. Щоб вижити та процвітати, компаніям необхідно використовувати всі доступні їм інструменти, включаючи піар.

• Зміна поведінки споживачів: Споживачі стають все більш вибагливими та добірливими. Вони хочуть купувати продукти та послуги у компаній, яким вони довіряють. Піар може допомогти компаніям завоювати довіру та лояльність споживачів.

• Розвиток нових технологій: З появою нових технологій з'являються нові можливості для піару. Компанії, які вміють використовувати ці можливості, мають значну перевагу перед своїми конкурентами.

• Глобалізація: Бізнес стає все більш глобалізованим. Щоб успішно конкурувати на світовому ринку, компаніям необхідно мати сильний бренд та позитивний імідж, що можна досягти завдяки грамотному піару [1].

Піар - це не просто реклама чи маркетинг, а цілеспрямована діяльність, яка є життєво необхідною для успішного розвитку будьякого підприємства в сучасному світі.

Приклад піару для аграрного підприємства "Зелений лан"

Підприємство: "Зелений лан" - це сімейне господарство, яке протягом 20 років вирощує екологічно чисті овочі та фрукти на родючих землях Полтавської області.

Цільова аудиторія:

• Місцеві жителі, які шукають свіжі та якісні продукти харчування.

• Сімейні пари з дітьми, які дбають про здорове харчування.

• Магазини та ресторани, які хочуть пропонувати своїм клієнтам екологічно чисті продукти.

Канали комунікації:

• Соціальні мережі: Створення сторінок у Facebook, Instagram та Telegram, де

публікуватимуться фотографії та відео з господарства, рецепти страв з вирощених продуктів, інформація про акції та розпродажі.

• Веб-сайт: Створення веб-сайту, де буде представлена інформація про підприємство, його продукцію, ціни, способи доставки та контактні дані.

• Реклама в місцевих ЗМІ: Розміщення рекламних банерів та статей про "Зелений лан" в місцевих газетах та журналах.

• Участь у ярмарках та фестивалях: Участь у ярмарках та фестивалях, де можна буде представити продукцію "Зеленого лану" потенційним покупцям.

• Співпраця з інфлюенсерами: Співпраця з місцевими інфлюенсерами, які б публікували відгуки про "Зелений лан" у своїх соціальних мережах.

Значення піару:

• Підвищення впізнаваності бренду "Зелений лан".

• Збільшення продажів продукції.

• Підвищення довіри до підприємства з боку покупців.

• Посилення лояльності клієнтів.

• Залучення нових партнерів.

Актуальність піару:

• В умовах зростаючого попиту на екологічно чисті продукти харчування піар є важливим інструментом для аграрних підприємств, які хочуть підкреслити свою відданість екологічним принципам та запропонувати своїм клієнтам високоякісну продукцію.

• Завдяки піару аграрні підприємства можуть знайти нових клієнтів, збільшити обсяги продажів та підвищити свою прибутковість.

Крім того, піар може допомогти аграрним підприємствам:

• Налагодити зв'язки з місцевими органами влади та громадськими організаціями.

• Покращити імідж підприємства.

• Підвищити мотивацію співробітників.

• Збільшити інвестиційну привабливість підприємства [2].

Піар - це потужний інструмент, який може допомогти аграрним підприємствам досягти своїх цілей та стати успішними на ринку.

Список літератури

1. Для чого компаніям та брендам потрібен PR та що це таке. URL: https://perfect-pr.com.ua/dlya-chogo-kompaniyam-ta-brendam-potriben-pr-ta-shho-ce-take/ (дата звернення: 24.04.2024)

2. Піар в сучасних реаліях. URL: https://business.diia.gov.ua/cases/pr/piar-v-sucasnih-realiah (дата звернення: 24.04.2024)