

Public relations: strategia i nowe techniki budowania wizerunku, Wojciech Budzyński

Trudno jest znaleźć na polskim rynku wydawniczym książki poruszające tematykę public relations, które w sposób przystępny i konkretny systematyzują wiedzę na temat prowadzenia działań PR-owskich. Wojciech Budzyński w swojej publikacji „Public relations: strategia i nowe techniki budowania wizerunku” w sposób metodyczny, usystematyzowany i zwięzły stara się wyjaśnić na czym polega praktyka działań z zakresu PR.

Autor rozpoczyna książkę refleksją na temat istoty public relations, a także stara się podać dokładną definicję PR-u i jego psychologiczne aspekty. Dalej możemy się dowiedzieć jak wygląda organizacja działu PR w średnich przedsiębiorstwach. Budzyński analizuje wady i zalety posiadania własnego działu PR w firmie i wymienia ewentualne korzyści z zatrudnienia zewnętrznych specjalistów do tego typu działań. Jako interesujące rozwiązanie podaje on połączenie prac wewnętrznej sekcji PR z doświadczeniem firmy zewnętrznej. Informuje on także dlaczego warto dbać o wizerunek zarówno wśród własnych pracowników, klientów jak i całego środowiska lokalnego firmy.

W książce znajdziemy informacje jak od podstaw, poprzez liczne badania i analizy, określić wizerunek firmy i jak prowadzić działania, by nadać mu pożądany kształt. Dowiemy się jak ważne jest określenie celu i misji firmy, a także jak krok po kroku budować PR-owską strategię. Identyfikacja grup docelowych, , ustalenie zasad finansowania public relations w firmie, metody i techniki pomiaru efektywności prac, działania z zakresu : lobbingu, sponsoringu, czy relacji inwestorskich i komunikacji wewnętrznej to tylko niektóre poruszane przez w poradniku zagadnienia. Budzyński opisuje także dość ogólnie podstawowe działania w sytuacjach kryzysowych, a także informuje do czego służy i jak ważne jest stworzenie książki kryzysowej dla firmy.

Publikacja ma charakter poradnika i na pewno będzie pomocna studentom, praktykantom, stażystom i asystantom. Zawarta w niej metodyczna analiza działań PR, a także przejrzyste schematy, tabele i wykresy, będą przydatną i praktyczną pomocą także dla specjalistów i osób zajmujących się PR-em w firmach.

Monika Krajewska