

MAM NA IMIĘ SARA

SPECJALISTKA PR

czym się zajmuję

Celem moich działań jako specjalistki do spraw public relations jest wykreowanie, a później utrzymanie pozytywnego wizerunku firmy, dla której pracuję. Może to być zarówno duży koncern, jak i osoba publiczna, np. aktor, czy polityk. Moim zadaniem jest zbudowanie trwałych, dobrych relacji z uczestnikami tego rynku: mediami, władzami lokalnymi, organizacjami pozarządowymi, klientami, użytkownikami, fanami. Opracowuję materiały promocyjne: ulotki, foldery reklamowe, plakaty, reklamy telewizyjne i radiowe. Często prowadzę profil mojego klienta w serwisach społecznościowych. Piszę komunikaty prasowe dotyczące ważnych wydarzeń z życia firmy, osoby publicznej lub organizacji, którą reprezentuję. Promuję sukcesy i ociepłam wizerunek. W mojej pracy współpracuję z agencjami kreatywnymi i domami mediowymi, a jeśli moim pracodawcą lub klientem jest firma produkcyjna lub usługowa, to także z działem sprzedaży.

Wspólnie przygotowujemy np. kampanie reklamowe, dzięki którym chcemy pozyskać nowych klientów albo wzmocnić lojalność tych, którzy już nas znają. Tworzę i aktualizuję bazy danych klientów, śledzę na bieżąco pojawiające się w przestrzeni publicznej informacje dotyczące obsłużanej przeze mnie firmy czy osoby. Dzięki temu mogę wychwytywać i od razu prostować nieprawdziwe doniesienia prasowe i nieścisłości oraz reagować na krytyczne materiały w różnych mediach, stawiające mojego klienta w złym świetle. Pomagam w tym komunikacja z pracownikami, zarządem, udziałowcami. Sama też biorę udział w tworzeniu właściwych strategii komunikacyjnych na wypadek sytuacji kryzysowych. Doradzam zarządowi firmy w kwestii strategii zaistnienia na rynku i utrzymania dobrej pozycji wizerunkowej.



co powinłam umieć?

- Wiedzieć, jak utrzymywać dobre stosunki z mediami i z otoczeniem rynkowym, w którym funkcjonuje mój klient.
- Przygotowywać materiały promocyjno-komunikacyjne, organizować wydarzenia prezentujące daną markę lub osobę w dobrym świetle.
- Znać się na prowadzeniu skutecznych kampanii reklamowych oraz na komunikowaniu wewnętrznym i zewnętrznym, badać skuteczność realizowanych działań z obszaru public relations.
- Wiedzieć, jak najskuteczniej reagować w sytuacjach kryzysowych i znać strategie pozwalające wybrnąć z problemów wizerunkowych.



W mojej pracy ważna jest wiedza o różnych zjawiskach społecznych, sposobie funkcjonowania społeczeństw, regułach i procesach łączących lub dzielących ludzi. To pomaga mi tworzyć informacje prasowe budujące pozytywny wizerunek firmy lub osoby publicznej, którą reprezentuję. Dzięki znajomości języka angielskiego mogę śledzić publikacje dotyczące moich klientów w anglojęzycznych mediach, czytać anglojęzyczną literaturę branżową oraz znaleźć pracę w międzynarodowych firmach, których pracownicy lub zarząd posługują się tym językiem.

moje kompetencje miękkie

- umiejętność szybkiego podejmowania decyzji,
- umiejętność łatwego nawiązywania kontaktów z innymi,
- podzielność uwagi,
- samodzielność,
- kreatywność,
- umiejętność pracy pod presją czasu,
- odporność na stres,
- dokładność,
- łatwość wypowiadania się w mowie i piśmie,
- dobra pamięć.



gdzie mogę pracować?



Mogę znaleźć zatrudnienie w agencjach reklamowych, ds. public relations, medialnych, doradztwa personalnego urzędach, instytucjach samorządowych lub państwowych, biurach prasowych, redakcjach, organizacjach pozarządowych, firmach z różnych branż.

Mogę też otworzyć własną działalność gospodarczą i przyjmować zlecenia od różnych klientów.

sara peterson

przedmioty
szkolne, na
których
powinnam się
skupić

Język polski
Język angielski
Informatyka

