



Връзки с обществеността

**КАМПАНИЯ НА КОМПАНИЯТА „БРИТА-М“,
НАСОЧЕНА КЪМ ИНФОРМИРАНЕТО НА
ОБЩЕСТВОТО ЗА ЗДРАВΟΣЛОВНОТО ХРАНЕНЕ
И ВРЕДНИТЕ ЕФЕКТИ ОТ ДИЕТИТЕ**

Разработил:.....

Проверил:

2015

I. ПОЗИЦИОНИРАНЕ

„Брита-М“ е компания специализирана в промоция и дистрибуция на богата гама от медикаменти, дермо-козметични продукти, хранителни добавки, медицински изделия и салонна козметика. Компанията разполага с четири собствени офиса, разположени на територията на България. Главният офис се намира в град София - там са ситуирани: основния склад на фирмата, медицински офис и модерно оборудвана зала за семинари и обучения. Останалите три офиса на компанията са разположени в градовете Варна, Пловдив и Плевен, където фирмата разполага с медицински офис, зала за срещи и обучения и складово помещение. Екипът на „Брита-М“ се състои от 42 служители - изключително компетентни и добре обучени продуктови мениджъри, медицински и търговски представители, дилъри, офис сътрудници и куриери. Компанията притежава собствена дистрибуторска мрежа и рекламен отдел. „Брита-М“ е ексклузивен и единствен представител за България на световноизвестни фармацевтични корпорации, дермо-козметични и козметични марки. Нашите продукти ще откриете в над 1500 аптеки, над 200 дрогерии, в множество частни дерматологични клиники, над 250 престижни козметични салони и множество водещи СПА центрове в луксозни хотели в България.

Благодарение на дългогодишния опит в сферата на промотиране и дистрибуция на широка гама от медикаменти, дермо-козметични продукти, хранителни добавки, медицински изделия и салонна козметика, Булгермед е създавала и поддържа много добри бизнес отношения с редица световноутвърдени фармацевтични и козметични компании.

Към момента компания „Брита-М“ се ползва с признание и доверие от страна на клиенти, партньори и служители.

Нашата компания „Брита-М“ предприема проект, който цели информиране и даване на публичност на този проблем в нашето общество.

Разнообразната храна, правилното и здравословно хранене са изключително важна част от нашия живот ежедневно. Според предварителни проучвания и анализ в България обществото ни страда от липса на култура относно здравословното хранене и вредните ефекти от диетите. С идването на лятото отвсякъде ни заливат предложения

за диети за отслабване и реклами на различни продукти, обещаващи да изваят нашето тяло като на древногръцка богиня.

В забързаното ежедневие е все по-трудно да се спазват какъвто и да е вид диети, често се яде на крак в паузата между задачите на работа, а вечерта завършва с обилна вечеря, особено ако сме гладували цял ден. Двете крайности са еднакво вредни за организма – както гладуването, така и преяждането. Ключът към здравословното хранене е в балансираната диета. Преди всичко храната е удоволствие, а не мъчение.

Правилната диета е тази, която помага на организма да функционира по-добре и подобрява метаболизма, а не довежда до спад в имунната система. Затова е изключително важно да следите приема на ценните за организма витамини и минерали, протеини, сложни въглехидрати и ненаситени мазнини.

Пъблик рилейшънс (връзки с обществеността) е специфична система за организация и управление на социалната информация (като в управлението се включват целият процес на производство на информация със заинтересованото лице и придвижването чрез каналите за масово осведомяване или по друг път), за да формира целенасочено мнение на обществеността или на отделни целеви групи.

Нашата компания „Брита-М“ ще проведе инцидентна (ад хок) PR кампания, свързана със затвърждаване положителния имидж на компанията. Като присъща част от човешките взаимоотношения, пъблик рилейшънс са характерни, както за организирани системи, така и за отделните индивиди - личностен (персонален) пъблик рилейшънс.

Настоящият проект на „Брита-М“ е персонално насочен.

Настоящият PR на кампания на „Брита-М“ цели да представя положителните черти на организацията, нейните добродетели, достойнства и да създаде на тази основа благосклонно отношение и доверие сред обществените групи. Информационната дейност на белия пъблик рилейшънс, който е градивен, протича по обичайните канали за масово осведомяване или на базата на лични контакти като не прекрива границите на законността.

II. ПЛАНИРАНЕ И ПРОГРАМИРАНЕ

2.1. Комуникационни цели

- Утвърждаване на организацията като социално отговорна;

- Утвърждаване на организацията като спазваща всички нормативни и етични правила;
- Засилване популярността от корпоративни до крайни клиенти
- Утвърждаване имиджа на компанията и превръщането ѝ в просперираща
- Да образова целевата публика

2.2. Целеви групи

- Младите хора и тези, които ги обгрижват;
- Хора, имащи проблеми с храненето и диетите, и техните близки;
- Всички хора, повечето от които не се замислят от вредата от нездравословното хранене и диетите.

Повечето от публиките, към които се отнася тази кампания са латентни, защото голяма част от обществото не осъзнава връзката с проблемната ситуация. Активните публики са тези, които разпознават проблема и/или за засегнати от него - хора, имащи проблеми с храненето и диетите, и техните близки.

2.3. Стратегии

Комуникационната стратегия следва да се основава на реализирането на проактивна информационна кампания. „Брита-М“ лансира теми, свързани със здравословното хранене и вредните ефекти от диетите и своята гледна точка към тях в зависимост от собствения си дневен ред. По този начин, „Брита-М“ има възможност да провокира публичен дебат по темата за здравословното хранене и вредните ефекти от диетите и да аргументира собствената си позиция, следвайки собствената логика на комуникационната си стратегия. Използва се комуникацията чрез масовите медии, която включва: брифинги и съобщения за медиите.

Навсякъде, всички дейности на кампанията, ще бъдат приндирани с логото на „Брита-М“, защото всяка една ПР кампания е свързана с маркетинг и реклама на фирмата. Тъй като кампанията ще е за здравословното хранене, от изключително значение е да се подбере времето за кампанията. Настоящият план за изпълнение обхваща тримесечен период – януари – март 2015 г. – веднага след коледните и новогодишни празници – време, свързано с неправилно хранене и преяждане. Ще бъдат извършени основни дейности като: