

УДК 339.138

PR-АКЦИИ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ОАО «ОЛЬСА»

А. С. МИХАЛЬЦОВА

Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Паблик рилейшнз (далее – PR) играет важную роль в успехе любого предприятия. Эффективная работа с общественностью позволяет формировать положительное восприятие бренда, привлекать новых клиентов, укреплять партнерские отношения и повышать уровень доверия к компании. Проанализируем PR-деятельность ОАО «Ольса». Для оценки параметров использовалась десятибалльная шкала (где 0 – отсутствие параметра, 10 – наилучшее значение). Результат представлен в табл. 1.

Табл. 1. Оценка использования ОАО «Ольса» различных инструментов PR

Инструмент	Оценка	Комментарий
Пресс-релизы	0	Данный параметр полностью отсутствует
Социальные сети	8	ОАО «Ольса» активно публикует страницы в социальных сетях. Контент является разнообразным. Посты публикуются 4–6 раз в неделю, что является хорошим показателем
Мероприятия	10	Предприятие довольно активно участвует в различных ярмарках и выставках как государственного, так и международного уровня
SEO	7	По ключевым запросам «Мебель садовая г. Могилев» и «Мебель для отдыха г. Могилев» сайт предприятия входит в ТОП-20 поисковой выдачи
Email-рассылка	0	Данный параметр полностью отсутствует
PR-акции	0	Данный параметр полностью отсутствует

Средняя оценка PR-деятельности ОАО «Ольса» по приведенным выше параметрам составляет 4,2. Показатель довольно низкий из-за полного отсутствия половины некоторых инструментов. Предприятию следует использовать пресс-релизы, т. к. они могут стать эффективным инструментом коммуникации для предприятия, помогающим продвигать бренд, информировать общественность и привлекать новых клиентов и партнеров. Также следует наладить email-маркетинг, т. к. данный инструмент позволяет увеличить продажи и повысить лояльность целевой аудитории. Что касается PR-акций, они способствуют повышению узнаваемости бренда и формированию имиджа. Примерами могут стать акции «Праздник двора» (для уличных тренажеров), «Летнее настроение» (для кемпинговой мебели), «Наши дети» (для детских игровых комплексов).