

Objetivos de un Departamento de Relaciones Publicas

Una empresa debe relacionarse constructivamente con una gran cantidad de público interesado. Entre los objetivos de un departamento de relaciones publicas o (RR.PP.) están las de mejorar la utilidad de las herramientas de promoción empleadas por la empresa de servicios.

Una compañía sabia se esfuerza por mantener relaciones exitosas con su público objetivo. La mayoría de las empresas tienen un departamento de relaciones públicas. Este departamento mantiene un canal de comunicación con el público objetivo a fin de construir la buena voluntad de la organización.

En el presente artículo te indico los principales objetivos y funciones que desempeñan los profesionales de relaciones publicas.

Objetivos de un departamento de relaciones publicas

Las RR.PP. no son más que la práctica de proteger y mejorar la reputación de cualquier organización/empresa en particular o, en realidad, de cualquier persona. En el mundo actual de competencia feroz, donde cada organización se esfuerza por trabajar para lograr su imagen de marca, hoy por hoy, las (RR.PP.) se han convertido en una necesidad.



Es esencial entonces, conocer los objetivos de un departamento de relaciones publicas. Las actividades de relaciones publicas aseguran el flujo correcto de información entre la organización y su público, también llamado público objetivo.

Da clic aquí si estás buscando trabajo en el [Departamento de Relaciones Publicas de un Hotel](#)

6 Principales objetivos de las relaciones publicas

Las RR.PP. contribuyen en gran medida a mantener la imagen de marca de una organización a los ojos de su audiencia, partes interesadas, inversores y todos los demás asociados con ella. Al igual que otros aspectos de la promoción de marketing, en esta área de trabajo se utilizan para abordar varios objetivos generales que incluyen:

1- Creación de conciencia:

Al presentar un nuevo producto o relanzar un producto existente, los especialistas en marketing pueden utilizar un elemento de RR.PP. para generar atención y conciencia del cliente, especialmente a través de ubicaciones en los medios, anuncios en redes sociales y eventos especiales.

2- Creación de interés:

Cualquier atención positiva que las relaciones publicas pueda generar entre los medios de comunicación, ya sea que resulte en una historia en profundidad o solo una breve mención, puede ayudar a atraer el interés dentro de un público objetivo.

Por ejemplo, durante la temporada navideña, una nueva comida festiva puede recibir apoyo de relaciones publicas con comunicados promocionales enviados a los medios de comunicación de alimentos, o mediante un evento de muestreo gratuito que puede atraer la cobertura de televisión local.

3- Proporcionar información:

Se pueden utilizar para proporcionar a los clientes información detallada sobre productos y servicios. A través de materiales producidos por la organización, como videos tutoriales en línea, boletines informativos para clientes, publicaciones en redes sociales, y cualquier otro material útil cuya información ayude a los clientes a comprender el producto u organización.

4- Estimulación de la demanda:

Si bien no es tan eficaz como la promoción de ventas para mover a los clientes a realizar una compra, las relaciones publicas pueden ser una técnica útil para aumentar la demanda. Por ejemplo, una historia positiva sobre un producto en un medio de comunicación importante puede conducir a un aumento perceptible en las ventas del producto.

5- Reforzar la marca:

En muchas organizaciones, este departamento también participa en el refuerzo de la marca al mantener relaciones positivas con audiencias específicas y, por lo tanto, ayudar a construir una imagen sólida.

Hoy en día es crucial para las organizaciones y marcas construir una imagen favorable. Una imagen sólida ayuda al vendedor a hacer crecer su negocio y también puede ayudar a proteger a la organización en tiempos de crisis.

6- Asesoramiento:

Los departamentos de relaciones públicas asesoran a la alta dirección en aspectos relacionados con asuntos públicos. Esto también incluye asesorar a la compañía en caso de un accidente del producto.

Además, aconseja a la alta dirección para que adopte programas positivos y eliminen prácticas cuestionables para que no surja publicidad negativa contra la empresa.

Puedes leer: [10 Tips para armar un curriculum vitae para turismo y hotelería](#)

Roles de gestión de relaciones públicas



Las relaciones públicas pueden y deben hacer una contribución importante para ayudar a formar las ideas de una organización sobre lo que es, lo que debe hacer y lo que sus públicos quieren y esperan de ella.

Gestión de la comunicación

La comunicación juega un papel esencial en las relaciones públicas efectivas. La comunicación bidireccional entre ambas partes es esencial y la información debe fluir en la forma deseada entre la organización y el público.

El receptor debe entender lo que el remitente pretende comunicar para una relación pública efectiva. En otras palabras, los receptores (público, público objetivo, partes interesadas, empleados, inversores) deben comprender claramente el mensaje del remitente. (Organización en este caso).

Gestión de crisis

Establecer métodos y políticas que se utilizarán cuando las operaciones de una organización se involucren en una emergencia que afecte al público. Esto incluye políticas y procedimientos para la distribución de información a empleados, medios, gobierno y otros públicos clave.

Gestión de problemas

Esto implica identificar problemas y tendencias relevantes para una organización y luego desarrollar y ejecutar un programa para tratarlos. Se incluye el estudio de asuntos de política pública de interés para una organización.



Gestión de relaciones

Esto implica el papel de las relaciones publicas en la identificación de públicos clave y el establecimiento de estrategias para construir y mantener relaciones de beneficio mutuo con esos públicos.

Gestión de la reputación

La planificación e implementación de políticas, procedimientos y estrategias que demuestran el compromiso de una organización con la responsabilidad pública y social, el comportamiento ético, la identidad corporativa y la reputación con públicos clave.

Gestión de recursos

La gestión de recursos humanos y financieros gira en torno a establecer objetivos, planificar, presupuestar, reclutar y contratar personal de relaciones publicas y administrar esos recursos.

Gestión de riesgos

Este rol implica ayudar a una organización a reconocer áreas de peligro potencial y recomendar los cambios necesarios antes de que los peligros potenciales se conviertan en crisis.

Gestión estratégica

Actuando como consejero, esta profesional sirve en el equipo de gestión ayudando a la organización a desarrollar políticas sólidas que sean de interés para el público y la [organización](#). El profesional de relaciones publicas integra una comprensión de las preocupaciones y actitudes de los públicos clave en el proceso de toma de decisiones gerenciales de la organización.

Te invito a leer también: [Qué se necesita para un trabajo como Recursos Humanos](#)

Conclusión

En el escenario actual de competencia feroz, cada organización lucha por mantenerse un paso por delante de sus competidores. Es esencial que cada organización se comunique bien con sus partes interesadas, socios y todas y cada una de las personas asociadas con ella. Esos son los principales objetivos de un departamento de relaciones publicas.

<https://grandhotelier.com/>



Si estás buscando trabajo en hoteles como gerente de relaciones publicas, no dejes de consultar en grandhotelier.com, la mejor [bolsa de empleo online en Mexico](#) y únete a la cadena de hoteles en Ciudad de Mexico.