

Public relations i reklama jako narzędzia pozyskiwania i utrzymania więzi z klientami na przykładzie firm transportowych

WSTĘP

ROZDZIAŁ I. ISTOTA I ZNACZENIE TRANSPORTU

- 1.1. Zakres pojęciowy transportu
- 1.2. Transport w procesie gospodarowania
- 1.3. Transportochłonność gospodarki narodowej
- 1.4. Rozwój systemu transportowego Polski

ROZDZIAŁ II. MARKETING W PRZEDSIĘBIORSTWIE TRANSPORTOWYM

- 2.1. Miejsce marketingu działalności transportowej
- 2.2. Zachowania konsumentów na rynku usług transportowych
- 2.3. Strategie marketingowe w transporcie
- 2.4. Usługa transportowa jako element marketingu

ROZDZIAŁ III. WPŁYW REKLAMY I PUBLIC RELATIONS NA POZYSKIWANIE I UTRZYMANIE WIĘZI Z KLIENTAMI PRZEDSIĘBIORSTW TRANSPORTOWYCH

- 3.1. Znaczenie promocji usług transportowych
- 3.2. Reklama jako czynnik warunkujący rozwój przedsiębiorstwa transportowego
- 3.3. Public Relations a rozwój przedsiębiorstwa transportowego

ZAKOŃCZENIE

BIBLIOGRAFIA

SPIS TABEL I RYSUNKÓW

Public relations (PR) i reklama to dwa różne narzędzia komunikacji marketingowej, które mogą być wykorzystywane do pozyskiwania i utrzymania więzi z klientami.

Public relations (PR) to działania mające na celu budowanie i utrzymanie dobrych relacji między przedsiębiorstwem a jego otoczeniem. Mogą to obejmować działania z zakresu komunikacji bezpośredniej, takie jak wydarzenia, konferencje prasowe, relacje z mediami, a także działania z zakresu komunikacji pośredniej, takie jak komunikacja kryzysowa czy CSR. PR pozwala na budowanie pozytywnego wizerunku firmy i zwiększanie zaufania do marki.

Reklama to natomiast narzędzie komunikacji skierowane do szerokiego grona odbiorców, mające na celu przedstawienie produktów lub usług oferowanych przez przedsiębiorstwo i przekonanie potencjalnych klientów do ich zakupu. Reklama może być prowadzona za pomocą różnych kanałów, takich jak telewizja, radio, prasa, czy internet.

Oba te narzędzia – Public relations i reklama – mogą być skutecznie wykorzystywane do pozyskiwania i utrzymania więzi z klientami. PR pozwala na budowanie pozytywnego wizerunku firmy i zwiększanie zaufania do marki, co przyciąga klientów i utrzymuje ich lojalność. Reklama natomiast pozwala na przedstawienie oferty i przekonanie potencjalnych klientów do zakupu produktów lub usług.

Warto zastosować zintegrowane podejście do komunikacji marketingowej, łącząc wykorzystanie PR i reklamy, aby osiągnąć jak najlepsze efekty.

Wykorzystanie PR i reklamy w połączeniu pozwala na budowanie trwałych relacji z klientami poprzez komunikację pozytywnych wartości i korzyści oferowanych przez firmę, oraz jednocześnie przedstawienie konkretnych ofert i promocji.

PR może być wykorzystywane do budowania pozytywnego wizerunku firmy poprzez publikowanie pozytywnych informacji na jej temat w prasie, w internecie czy też w mediach społecznościowych, co pozytywnie wpływa na postrzeganie firmy przez klientów. Reklama natomiast pozwala na skuteczne przedstawienie oferty i przekonanie klientów do skorzystania z niej.

Wykorzystywanie tych narzędzi w połączeniu pozwala na skuteczniejsze dotarcie do klientów i zwiększenie szans na pozyskanie ich lojalności. Warto pamiętać, że aby osiągnąć sukces, komunikacja powinna być spójna i odpowiadać na potrzeby i oczekiwania klientów.

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis!