

БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯ И ПОЗИТИВНЫЙ КОРПОРАТИВНЫЙ ИМИДЖ

На пути экономических и политических реформ появились и активно развиваются социальные институты, необходимые для нормального функционирования современной рыночной экономики. Политическая и экономическая открытость дала импульс к расширению различных сфер бизнеса. Соответственно возросла интенсивность бизнес-коммуникаций, без которых невозможно сегодня представить работу коммерческих и государственных структур.

Истоки бизнес-коммуникаций лежат в public relations. Можно утверждать, что стабильный успех в бизнесе зависит от людей и деловых связей, которые эти люди создают, поддерживают и развивают. Бизнес-коммуникации позволяют корпорациям более эффективно осуществлять взаимодействие с внешней средой посредством обмена информацией.

Современные бизнес-коммуникации представляют собой самостоятельную управленческую функцию, эффективное выполнение которой возможно только при профессиональном подходе. Практика показывает, что модель бизнес-коммуникаций наилучшим образом подходит к укреплению репутации и позитивного имиджа компаний, поскольку соединяет в себе преимущества всех технологий работы с целевыми аудиториями: маркетинга, рекламы, PR.

Целью бизнес-коммуникаций компании является формирование позитивного корпоративного имиджа, работающего на повышение ее конкурентоспособности на рынке. Он облегчает доступ организации к различным ресурсам: финансовым, информационным, человеческим, материальным. Имидж помогает приблизить компанию к своим целевым аудиториям, сделать ее более открытой.

Формирование и управление корпоративным имиджем становится эффективным при использовании продвинутых технологий и стратегий бизнес-коммуникаций. К таким технологиям, в частности, относятся интегрированные маркетинговые коммуникации (Integrated Marketing Communications). ИМС — это философия и стратегия бизнес-коммуникаций, следуя которой можно вывести на новый качественный уровень все виды взаимодействия целевыми аудиториями. Стратегия ИМС позволяет превратить набор мероприятий по продвижению, рекламе и PR в эффективную маркетинговую стратегическую политику с привлечением всего арсенала исследовательских и рекламных средств. Также стратегия информационной открытости является одним из ключевых элементов развития имиджа компании.

Управление корпоративным имиджем базируется на интегрированном использовании технологий бизнес-коммуникаций, которыми владеют профессионалы. Обмен опытом и налаживание плодотворных контактов между ними будут способствовать укреплению позиций компаний на международном рынке посредством эффективного менеджмента корпоративного имиджа.