

5-3-2022

# Estrategias de relaciones públicas

De investigación y públicos

<https://katherig.github.io/>

KATHERI GUARDIOLA RAMIREZ  
FACULTAD DE MERCADOTECNIA  
5<sup>TO</sup> SEMESTRE  
RELACIONES PÚBLICAS

A continuación, se describirán estrategias de relaciones públicas enfocadas en la investigación y los públicos, en base a la película “Amor por contrato”.

- Hacer una investigación de datos duros sobre el público al que te tratarás de dirigir, tal como se muestra en la película durante la primera escena donde uno de los personajes habla sobre la cantidad de adolescentes de un rango de edad, número de escuelas y un promedio de ingresos, esto para tener un amplio conocimiento sobre cierto sector al que se dirigirán.
- Tener definidos los sectores a los que estarás dirigido y saber cómo dirigirte a ellos, tomando en cuenta comportamiento, estilos de vida, gustos, entre otras cosas. Por ejemplo, en dicha película cada personaje se dirige a cierto segmento poblacional y de acuerdo a esto es como se dirigen a ellos, entre los segmentos se encuentran: mujeres y hombres adultos, adolescentes hombres y mujeres, con un determinado estilo de vida, etc.
- La identidad o imagen corporativa que tiene una empresa para atraer a sus stakeholders o públicos, la percepción que ellos tienen y lo que se les quiere comunicar, así como crear confianza en estos, en la película se ve esto reflejado en la manera que tratan de verse frente a sus públicos, una identidad corporativa como una familia con prestigio, ejemplar y “perfecta”.
- Organización de eventos para concretar objetivos, esto se puede notar en especial fiestas, que son organizadas en la película, por parte de la familia, estos para lograr su objetivo de vender indirectamente sus productos y una gala organizada por parte de una antagonista para cumplir su objetivo de vender los productos de cosméticos de la marca para la que trabaja.
- El dar regalos como parte de relaciones públicas a potenciales clientes, en esta película se puede ver esta estrategia al principio cuando un personaje va a dejar un regalo con muestras de cosméticos de una nueva línea perteneciente a la compañía para la que trabaja, esto se puede ver comúnmente cuando empresas envían “regalos” o paquetes de PR a influencers para que estos los muestren a sus públicos y así atraer clientes.
- Se lleva a cabo una investigación estratégica, para saber qué se debe hacer, que se quiere conseguir, se investiga cómo llegar a los medios para que estos difundan la información y enfocarse en el público objetivo, esto se puede notar cuando uno de los personajes pide a un vendedor que le dé clases de golf, siendo este vendedor el medio de difusión de información hacia el público objetivo, logrando una venta indirecta siendo esto lo que se quiere conseguir.

- La solución de problemas en base a una previa y buena investigación de su mercado, esto se ve aplicado en el momento que se presenta una solución para nada favorecedora para dos personajes durante una cena en un restaurante y estos conociendo a su mercado (las personas con las que tenían la cena) buscaron la manera de solucionar dicha situación adaptándose a su mercado, haciendo algo que ellos “esperarían”, manteniendo así la buena relación con su público.
- Se realiza una investigación introspectiva, se hace un auto-examen de estándares, costumbres, características, entre otras cosas, es decir se estudia el comportamiento de los publicirrelacionistas, esto se puede detectar cuando un alto mando de la empresa para la que los personajes trabajan, hace una inspección y un análisis de cómo son las ventas que cada personaje tiene, así como su aumento y saber cuándo y si deben mejorar.
- Con el público interno se trata de evitar que se de deserción, así como tener un buen personal, se puede observar esto cuando para evitar que uno de los personajes sea desechado como trabajador de la empresa otro personaje habla con él, le menciona lo que tiene que mejorar, así como las tácticas a utilizar para que este mejore su desempeño.
- Relaciones con la comunidad, aquí hay una participación planeada, activa y continúa con una comunidad para de esta manera mejorar y mantener un ambiente que dé beneficio a la institución, esto se puede notar cuando todos los personajes pertenecientes a la empresa tratan de formar lazos con sus públicos, generando amistades y relaciones con ellos.