

Pod hasłem „Zdobądź samodzielny zestaw do montażu wizerunku firmy” 2 sierpnia ruszyła najnowsza kampania reklamowa Programu Edukacyjnego PR w Budownictwie. Przygotowany mediaplan podzielony został na kampanię zasięgową, mającą na celu jak najszerzej dotrzeć do zainteresowanych, i mailingową, która ma zebrać potencjalnych uczestników szkoleń.

- Zdaję sobie sprawę, że temat public relations w budownictwie – szczególnie w grupie małych oraz średnich firm - jest czymś, co od zawsze było traktowane po macoszemu. Przy ograniczonych budżetach na promocję, właściciele firm stając przed wyborem na co i jak rozsądnie wydać środki poświęcone na promocję – zwykle decydowali się na bezpośrednią reklamę, która rokowała najszybszy zwrot z inwestycji. Jednak dobrze prowadzone działania public relations - szczególnie związane z tzw. PR produktowym, mogą w nieoceniony sposób wesprzeć działania reklamowe, realnie zwiększając ich skuteczność. Szczególnie widoczne jest to, gdy koszty związane z działaniami PR w firmie są nie wielkie – mówi Wiktor W. Kammer pomysłodawca Programu Edukacyjnego PR w Budownictwie.

Program Edukacyjny PR w Budownictwie przygotowany został tak, aby jak największa liczba jego absolwentów była gotowa podjąć samodzielne działania promocyjne w mediach po jego ukończeniu.

Budżet kampanii wyniósł 100 000 PLN

www.prwbudownictwie.pl

PR w Budownictwie