1983 PR

Poznajmy się

Jestem konsultantem PR. Komunikuję kluczowe decyzje dla biznesu.

Oferuję wsparcie PR w zakresie:

- prowadzenia biura prasowego i relacji z mediami
- monitorowania szans i zagrożeń dla reputacji
- aktywnego udziału w biznesowych i społecznych eventach
- porządkowania chaosu komunikacyjnego w postrzeganiu marki i firmy
- zarządzania marką i wizerunkiem kluczowych osób (zarząd, dyrektorzy, handlowcy)

Pracuję w systemie projektowym (abonament) lub stałej obsługi PR.

Dlaczego public relations?

Proszę rozważyć poniższe wyzwania, które wykraczają poza obszar marketingu czy prowadzenia social mediów...

Cztery wyzwania, które mogą ograniczać Twoją firmę dziś:

1. CHAOS KOMUNIKACYJNY

Zarząd mówi jedno. Marketing mówi drugie. Media piszą trzecie. Akcjonariusze słyszą jeszcze co innego.

Skutek: utrata zaufania rynku, trudności w ekspansji, brak klarownego wizerunku wśród klientów.

2. BRAK WIDOCZNOŚCI DLA DECYDENTÓW

Twoi konkurenci są cytowani w mediach. Twój prezes – nie. Twoja firma pojawia się w wiadomościach tylko wtedy, gdy coś pójdzie nie tak.

Skutek: klienci i partnerzy nie znają Twojej strategii, pracownicy wątpią w przywództwo, partnerzy odchodzą do konkurencji.

3. RYZYKO REGULACYJNE I WIZERUNKOWE

Prawo zmienia się szybciej, niż Twoja firma i jej usługi są w stanie się do niego dostosować.

Skutek: zamrożenie ekspansji, spadek wartości i marży, fala regulacyjna hamująca wzrost.

4. BRAK STRATEGII PODCZAS ZMIAN

Ekspansja na nowe rynki? Nowe inwestycje? Rebranding? Robisz to bez jasnego planu komunikacyjnego, więc wszyscy rozmawiają o Tobie – zamiast z Tobą.

Skutek: utrata kontroli nad narracją, niepotrzebne tarcia z mediami i pracownikami.

Dodatkowo: **brakuje biura prasowego oraz osoby odpowiedzialnej za wyszukiwanie szans na obecność w mediach i sprawne odpowiadanie na pytania dziennikarzy.**

KPI i mierniki sukcesu

Mierzę rzeczy, które wpływają na Twój biznes:

1. Pozycja medialna: zasięgi, jakość publikacji i przełożenie na decyzje.
2. Rozpoznawalność zarządu: wizerunek wśród kluczowych interesariuszy.
3. Wpływ na wycenę: zmiana wizerunku = zmiana wartości.
4. Zdolność do ekspansji: czy regulatorzy są otwarci na Twoje działania.

Rozwiązanie: plan i 3 filary

I. Strategia narracji (spójnej opowieści o firmie)

To nie tylko PR. To połączenie analizy, dynamiki opinii publicznej, technologii i strategicznej obecności – wszystko po to, by wpływać na postrzeganie Twojej organizacji i jej planów.

- **Jak to działa:** diagnoza kontekstu społecznego i politycznego (badania, a nie tylko intuicja); opracowanie spójnej narracji biznesowej; pozycjonowanie Ciebie (właściciela, zarządu) jako lidera, a nie podmiotu, który boi się mediów.

- **Co zmienia się dla Ciebie:** media nie dyktują opowieści o firmie – to Ty wpływasz na to, o czym dyskutują. Niezależnie od sytuacji (ekspansja czy kryzys) kontrolujesz pierwsze wiadomości. Inwestorzy i pracownicy słyszą spójną historię.

II. Pozycjonowanie zarządu (C-level) i dyrektorów/ekspertów

Widoczny prezes = firma z silnym przywództwem = kapitał do wzrostu.

- **Jak to działa:** program budowania wizerunku eksperckiego (media relations, konferencje); przygotowanie do sytuacji kluczowych – kryzysu, negocjacji, wejścia na nowe rynki; networking wśród decydentów i regulatorów.

- **Co zmienia się dla Ciebie:** Twój prezes jest znany mediom i branży – a nie prezes konkurencji. Każda zmiana w firmie ma twarz, autorytet i strategię. Akcjonariusze widzą profesjonalizm, co zwiększa zaufanie inwestycyjne.

III. Zarządzanie ryzykiem komunikacyjnym

Scenariusze kryzysowe. Procedury. Gotowość.

- **Jak to działa:** diagnoza ryzyk wizerunkowych; opracowanie procedur reagowania (crisis management); szkolenia medialne dla zarządu; monitoring mediów (system wczesnego ostrzegania).

- **Co zmienia się dla Ciebie:** kryzys nie paraliżuje – masz gotowy plan. Regulatorzy widzą kompetencje, a nie panikę. Sytuacje kryzysowe nie zostawiają blizn (lub są one minimalne).

Model współpracy

Jako doradca i konsultant, najczęściej pracuję z:

Prezes + Zarząd + Dyrektor Komunikacji/Marketingu + HR + Legal/Compliance.

Pamiętaj: skuteczna ekspansja medialna i PR wymagają spójnego wizerunku na wszystkich poziomach organizacji.

KIM JESTEM – DOŚWIADCZENIE NA MIARĘ ZADANIA

• Praktyk (FMCG, energetyka, cyberbezpieczeństwo) – sektory wrażliwe oznaczają doświadczenie w pracy pod presją regulacyjną i medialną. + 10 lat

• Autor książki „Po co jest PR?" – łączę psychologię społeczną z komunikacją biznesową.

• Dyrektor Komunikacji w Ministerstwie Rozwoju i Technologii – doświadczenie w regulacjach, mediach i kuluarach rządowych.

• Trener C-level – wiem, jak przygotować zarząd do spotkań z mediami i inwestorami.

• Członek PSPR (Polskiego Stowarzyszenia Public Relations).

• Współautor: biznesowy podcast o PR: Nieoczywiste Rozmowy o PR

• Współtworzyłem 6 biur prasowych (organizacje od 10 osób do 2500).

Zapraszam do rozmowy:

l.z@lukaszzajac.com / Tel. 571 700 377