



PR KAMPANIYASINIŇ MAQSETLI AUDITORIYA MENEN ISLESIW USILLARI

Esengeldieva Ásem Yuriy qızı

Qaraqalpaq mámleketlik universiteti student

ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 01-June 2024 yil

Ma'qullandi: 04- June 2024 yil

Nashr qilindi: 08- June 2024 yil

KEY WORDS

PR kampaniya, maqsetli auditoriya, baspasóz konferenciyası, brifing, press tur, press-lunch, maqsetlilik, muwapiqlılıq.

ABSTRACT

Maqalada PR kampaniyasınıń maqsetli auditoriya menen islesiw usılları máselesi kórip shıǵılǵan. Sonıń menen birge, maqsetli auditoriya hám onıń túrleri, ishki hám sırtqı auditoriyanıń parqları ámeliy mısallar menen úyrenilgen.

PR kampaniyalarına bolǵan mútajlıktı keltirip shıǵaratuǵın tiykarǵı sebepler bir neshe faktorlarǵa baylanıslı. PR kampaniyası óz iskerligin eń dáslep media joybarın puxta islep shıǵıwdan baslaydı. Media joybarlaw, birinshi náwbette, ulıwma reklama kampaniyasınıń bir bólegi bolıp, ol ulıwma strategiyaǵa muwapiq taktikalıq mashqalalardı sheshiwi kerek. Reklamayı jaylastırıw kestesin proektlestiriw maqset hám wazıypalarǵa muwapiq ámelge asırıladı. Jámiyetshilik penen baylanıslardı basqarıw turmıs tárizi insannıń ulıwma turmıs tárizi menen de, óz waqtın hám aqshasın qanday jumsawı menen de belgilenedi.

Nátıyjeli PR iskerligi ushın birinshi, tiykarǵı auditoriyalardı, sonıń menen birge, ishki hám sırtqı bólinetuǵın maqsetli auditoriyalardı anıqlaw júdá zárúrli bolıp tabıladı. Sırtqı hám ishki auditoriya menen islewde baylanıs ornatiw hám málim tásir qurallarınan paydalanıw múmkin.

PR kampaniyaların tayarlawda zárúrli basqısh auditoriyanı (maqsetli gruppalardı) tolıq úyreniw boladı. Bunnan tisqari, kim sırtqı maqsetli auditoriyaǵa hám kim ishki auditoriyaǵa tiyisli ekenligin anıqlaw júdá zárúrli bolıp tabıladı.

Ishki maqsetli auditoriyaǵa shólkemdiń barlıq xızmetkerleri, sonıń menen birge, napaqarxorlar hám kampaniya xızmetkerleriniń jaqınları, yaǵnıy jámiyettiń shólkem menen tikkeley baylanıslı bolǵan hám korporativlik imidjin tasıwshısılar qatarına kiretuǵın bólegi kiredi.

Sırtqı maqsetli auditoriya jámiyettiń shólkem iskerligine tiyisli bolǵan bólegin óz ishine aladı. Maqsetli auditoriyalar anıqlanǵannan keyin, bul maqsetli auditoriyalar menen islewde háreketlerdi ámelge asırıw ushın zárúr bolǵan shamalardı anıqlaw kerek.

Maqsetli auditoriya menen islewde PR qánigeleri bir qatar wazıypalardı sheshiwge umtıladı, olar tómendegiler:

- maqsetli auditoriyanıń talapların úyreniw;
- maqsetli auditoriyanı xabardar etiw;
- baylanıslardı ornatiw hám qollap-quwatlaw;

- dawlardıń aldın alıw;
- ishki hám sırtqı bazarlarda iskerlik strategiyasın qalıplestiriw.

Sırtqı maqsetli auditoriya ushın arnawlı ilajlar islep shıǵıladı. Olar tómendegilerden ibarat:

- baspasóz konferenciyaları
- baspasóz ilajları
- press-túrler
- press-lunchlar
- brifingler
- konferenciyalar,
- klientler sorawları,
- tuwrıdan-tuwrı pochta xızmetleri hám basqalar.

Ishki maqsetli auditoriya ushın qánigelestirilgen ilajlar da ótkeriledi:

- eń jaqsı qánige ushın tańlaw
- korporativ ilajlar
- ishki maqsetli auditoriya jetiskenliklerin kórsetiw.

Korporativ ishindegi ilajlar unamı korporativ imidjdi qalıplestiriwge járdem beredi. Tovarlar hám xızmetler; Kárxanalar, firmalar, yaǵnıy, reklama beretuǵınlardıń imidjin qalıplestiriw.

PR kampaniyasınıń maqsetli auditoriyasın hám olar menen islew usılların anıqlaw tez hám joqarı nátiyjege erisiwge jol ashadı.

Maqsetli auditoriya – kópshilik ishinen anıqlanǵan, arnawlı PR hám reklama iskerligi baǵdarlanǵan, reklama beretuǵınlardı qızıqtıra alatuǵın hám hár qanday maǵlıwmatqa háwesker paydalanıwshılar toparı.

Ónimniń maqsetli auditoriyasın anıqlaw hám izlew biznestiń tiykarǵı máselelerinen biri bolıp tabıladı. Bul bolsa, kárxana tabısı hám rentabelligin kepillikleydi. Maqsetli auditoriya ulıwma auditoriyadan qarıydarlardıń geografıyalıq, demografıyalıq, ekonomikalıq, psixologiyalıq hám minez-qulıq qásiyetleri menen baylanıslı bolǵan hár qıylı ayrıqshalıqlarǵa kóre parıqlanadı.

PR kampaniyası ádetde kópshilikke arnalǵan bolsa da, biraq maqsetlerdiń juwmaqlawshı kompleksi mudamı arnawlı bir shólkem hám jaǵdayǵa baylanıslı boladı. PR programmasınıń mádeniy, ekonomikalıq hám siyasiy konteksti ózgeriwi múmkin, ayırım jaǵdaylarda dáslepki rejege ózgeris kirgiziw yamasa maqsetlerdi qayta kórip shıǵıwdı talap etedi.

Marketing hám PR rejesiniń tiykarǵı elementleri tómendegiler bolıp tabıladı: jaǵdaynı analiz qılıw, maqsetler, strategiya, taktika, ámelge asırıw kestesi hám byudjet.

PR kampaniya – bul ulıwma strategiyalıq ideya menen birlestirilgen, shólkemniń arnawlı bir mashqalasın (PRdiń tiykarǵı predmeti) sheshiwge qaratılǵan hám texnologiyalıq sub'ekt tárepinen ámelge asırılatuǵın maqsetli, sistemalı túrde islengen hám pitken PR-operaciyalar hám olardı qollap -quwatlaytuǵın ilajlar kompleksi.

Shólkem iskerliginiń málim bir basqışında PR mámleket kapitalın kóbeytiw hám saqlaw jáne onıń múnásibetlerin muwapıqlastırıw boyınsha jergilikli mashqalanı sheshiwge qaratılǵan bólek háreketi sıpatında túsiniledi. Solay etip, PR-operaciyalar degende júdá quramalı PR-hádiyseler túsiniledi, mısalı, kórgzebeler, prezentaciyalar, baspasóz

konferenciyalari hám individual PR-akciyalar, misali, súwret maqalasın jaylastırıw yamasa shólkem basshısı menen intervyu hám bir qatar aralıq PR formaları.

PR kampaniyalarınıń tiykarǵı qásiyetleri tómendegilerden ibarat.

Mashqalanı baǵdarlaw. PR-kampaniya mudamı málim bir waqtınıń ózinde payda bolǵan shólkemdiń arnawlı bir mashqalasın sheshiwge qaratılǵan.

Maqsetlilik. PR kampaniyası mudamı anıq maqsetke erisiwge qaratılǵan.

Muwapıqlıq. PR-kampaniya PR operaciyalari hám olardı qollap -quwatlaytuǵın ilajlardıń izbe-iz sisteması, yaǵnıy turaqlı strukturaǵa iye hám belgilengen maqsetke erisiwge qaratılǵan tártipli háreketler kompleksi bolıwı kerek.

Rejelestiriw. PR-kampaniya mudamı arnawlı islep shıǵılǵan tártip-qaǵıydalarǵa muwapıq, aldınan tayarlanǵan rejege muwapıq ámelge asırılauǵın iskerlik bolıp tabıladı.

Diskretlik, sheklengen waqt sheńberi, baslanıwı hám aqırınıń bar ekenligi.

Juwmaqlap aytqanda, búgingi jedel pátler menen rawajlanıp baratırǵan informaciý dáwirinde bunday xızmetlerge bolǵan talap artpaqta. Jámiyetimizdiń barlıq salalarında PR kampaniyalarınıń xızmeti maqsetlerdi ámelge asırıwda eń qolay hám nátiyjeli qural wazıypasın atqarmaqta.

Adabiyotlar:

1. Почепцов Г. Паблик Рилейшнз для профессионалов. – М.: 2000.
2. Berneys E. L. The Later Years. Public Relations Insights 1956-1986.-Rhinebeck: Free Press, 1986.-P.12.
3. Калемел С.М., Сеитер А.К., Брум Э.М. Паблик Рилейшнз. Теория и практика. – М.: Издательский дом. «Вильянс». 2001.
4. Муминов Ф. Паблик рилейшнз: история и теория. – Т.: Ижод дунёси. 2004.
5. Arziyev F. Pablik rileyshnz – axborot ortidagi manfaat. //Xalq so`zi, 2003, 4 noyabr.
6. PRESS LANGUAGE IS A QUALITY OF LITERARY AND ORAL LANGUAGE SIZE. G Seitnazarova - Конференции, 2020
7. Relativity of the Genre, Theme, Idea and Image in Artistic Expression. SG Suxanatdinovna.