

ПЛАН СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПРОСУВАННІ БРЕНДУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Гусаковська Т.О., Войт Б.Р.

Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава

План стратегічних комунікацій відіграє важливу роль у формуванні впізнаваності бренду, побудові довгострокових відносин із цільовою аудиторією та зміцненні конкурентних позицій підприємства. В умовах цифрової трансформації, активного розвитку соціальних мереж, змін у поведінці споживачів і зростання значущості репутаційного капіталу ефективно планування стратегічних комунікацій стає необхідною умовою успішного просування бренду. План стратегічних комунікацій передбачає використання комунікаційних стратегій для досягнення місії та основних функцій організації; використовує планування та дослідження для визначення пріоритетних аудиторій або сегментів аудиторії та розробки стратегій, тактик і повідомлень для зміни ставлення чи поведінки; допомагає менеджерам зі зв'язків з громадськістю та комунікації зосередити зусилля та ресурси на потрібних напрямках і отримати найбільшу віддачу від інвестицій; дозволяє організації проактивно використовувати можливості, а не просто реагувати на проблеми, що виникають у її зовнішньому та внутрішньому середовищі. Він служить дорожньою картою для комунікаційних зусиль компанії. У ньому описано елементи та кроки, які ефективно доносять повідомлення до цільової аудиторії. Коли комунікації є стратегічними, це допомагає сформувати ключове повідомлення для найбільш ефективного комунікаційного впливу.

Аналіз наукових підходів та практичних аспектів розробки стратегічних комунікацій свідчить, що цей процес має базуватися на комплексному аналізі зовнішнього та внутрішнього середовища, чіткому визначенні цілей, аудиторії, комунікаційних стратегій і тактик [1-3]. Важливим аспектом є використання SMART-методології для постановки цілей, що забезпечує їхню вимірюваність та досяжність. Гнучкість стратегічного плану комунікацій є критично важливою, оскільки сучасний динамічний ринок вимагає швидкої адаптації до змін у споживчих перевагах, технологічному середовищі та регуляторних умовах. Використання ситуаційного аналізу, дослідження аудиторії та вибір ефективних комунікаційних каналів сприяє створенню дієвого комунікаційного процесу.

Література:

1. Argenti P. A., Howell R. A., Beck K. A. The Strategic Communication Imperative. *MIT Sloan Management Review*. 2005. №46(3). P. 83-89.
2. Ekruk U. How to Develop a Strategic Communications Plan. URL: <https://www.solaabuluassociates.com/communications-plan-4779-2/> (дата звернення: 10.04.2025).
3. Miller R. Internal Communications Tactics vs Strategy: What's the difference? URL: <https://www.allthingsic.com/whats-the-difference-between-tactics-and-strategy/> (дата звернення: 10.04.2025).