



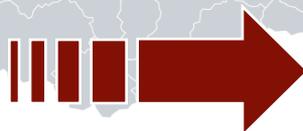
PR-компания  
2020-2025

# Компания «Релематика»

30 марта **2001 года** в г. Чебоксары — центре российского релестроения, в результате слияния сильнейших коллективов разработчиков микропроцессорных устройств РЗА была образована компания «ИЦ «Бреслер»



**ИЦ БРЕСЛЕР**

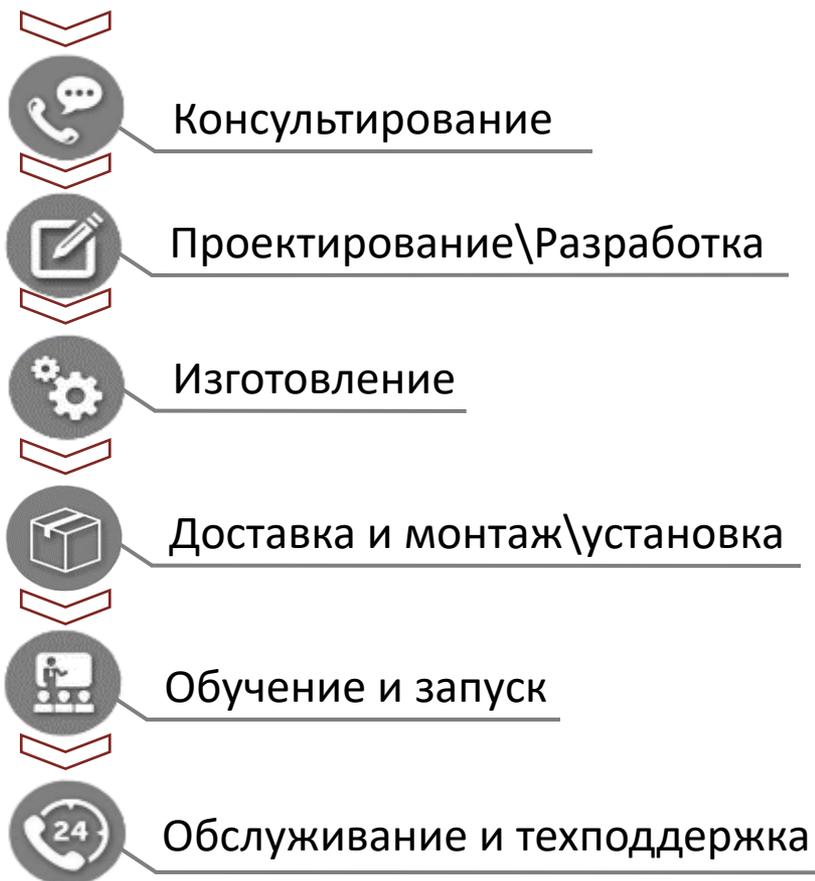


**Релематика**

**В ИЮЛЕ 2016 ГОДА КОМПАНИЯ ООО «ИЦ «БРЕСЛЕР»  
БЫЛА ПЕРЕИМЕНОВАНА В ООО «РЕЛЕМАТИКА»**

# Компания «Релематика»

Комплексный подход к выполнению  
любой поставленной задачи!



# Проблема

## Высочайший уровень конкуренции на рынке



# Цели PR-компании

## Основные маркетинговые цели



Поддержание, укрепление и  
Повышение положительного имиджа  
в деловой среде



Формирование положительного  
общественного мнения



Формирование взаимоотношений  
с общественными организациями



Внутренний PR компании



# Этапы реализации PR-компании

В основу комплекса продвижения легла «Концепция Консюмеризма», что означает заботу о клиентах, сотрудниках и обществе в целом.

Мы делаем ставку на клиентоориентированный сервис в широком смысле от первого до последнего контакта.

Для эффективной работы нам необходима основа в виде налаженных внутрикорпоративных процессов:

- Взаимодействие с коммерческим департаментом – они раньше всех узнают новости от заказчиков, например, где и когда планируется запуск объекта и т.д.
- Взаимодействие с Департаментом разработок – новые разработки, идеи, конференции, награждения.
- Взаимодействие с Учебным центром и т.д.

## Получаемый результат

-  укрепление имиджа стабильного предприятия, с большим запасом прочности
-  повышение узнаваемости бренда
-  повышение лояльности целевой аудитории
-  увеличение численности посетителей сайта и соц.сетей
-  повышение авторитета в научных кругах
-  и, как следствие, увеличение продаж



Спасибо за  
внимание!

**ООО «Релематика»**

г. Чебоксары, пр. И. Яковлева, 1  
428020, Россия

Тел. (8352) 24 06 50

E-mail: [info@relematika.ru](mailto:info@relematika.ru)

Сайт: [www.relematika.com](http://www.relematika.com)

