

Выбирая целевые группы, компания отвечает на следующие вопросы:

- ▶ На кого мы собираемся влиять проводимой PR кампанией? Кого именно мы пытаемся убедить или информировать?
- ▶ Люди, на которых необходимо повлиять, прислушиваются к лидерам мнений. Кто они? Как с ними связаться? Как убедить их помочь?
- ▶ Целевые группы м.б. внешними и внутренними, первичными и промежуточными (лидеры мнений, которые влияют на первичную аудиторию и др.)