

- Предотвращение слухов, ложной и негативной информации по отношению к организации.
 - Формирование репутации компании через СМИ, контроль публикаций.
- Возможность донести информацию до клиентов, партнеров, инвесторов через СМИ.
 - Предоставление информации от первых лиц компании и своевременная реакция на публикации, выходящие в СМИ
- Сохранение и укрепление позиций организации во время кризиса

