

## **Auditoria de Imagem em Relações Públicas: LUSH, a Beleza em Nome de Causas**

*Juliana Moura da Silva*

*Mariana Santos Polli*

*Paulo Ricardo A. C. do Nascimento*

*Renata Oliveira Machado*

*Thaís Kawabe*

**FAPCOM**

**RESUMO:** Este projeto pretende compreender o cenário em que a empresa está inserida, bem como seus públicos de interesse – stakeholders, faz-se essencial no trabalho das Relações Públicas, através de um planejamento estratégico. O projeto foi desenvolvido para a organização LUSH Cosméticos Brasil e visa trabalhar a auditoria de imagem em Relações Públicas, analisando aspectos externos (macroambiente) e internos (microambiente), relacionamento com os públicos (consumidores, funcionários, mídia, corpo administrativo e Governo) frente à atuação no mercado. Realizamos pesquisas interna e externa para melhor compreender a comunicação e o relacionamento com os públicos envolvidos, para que assim possamos estabelecer um diagnóstico sólido a fim de traçar estratégias e ações eficazes para a comunicação da empresa, além de estar em consonância com a cultura organizacional da mesma e assim potencializar seus resultados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cosméticos; Relações Públicas; Cultura Organizacional; LUSH; Mercado “premium”.

<http://www.fapcom.edu.br/wp-content/uploads/2017/05/Eagle-Vision.pdf>