

# McDonald's chce poprawić wizerunek

23 sierpnia 2011

STANY ZJEDNOCZONE. Jak informuje serwis BizTek, Jan Fields, prezes międzynarodowego koncernu McDonald's w USA, na początku miesiąca rozpoczęła tzw. „Listening Tour”, czyli cykl wykładów na terenie Stanów Zjednoczonych, których celem jest poprawa wizerunku fast foodów wśród matek i dzieci.

Główny cel wykładów Fields to przekonanie amerykańskich matek, że żywność serwowana w sieciach McDonald's nie jest „aż tak szkodliwa”, jak przekonują lekarze i dietetycy. W trakcie spotkań, przedstawiciele koncertu usiłują również zachęcić rodziców do tworzenia wspólnego i całkiem nowego menu McDonald's, zawierającego odżywcze posiłki. Koncern McDonald's zamierza też wyrzucić wpływ na te osoby, które dzięki udziałowi w spotkaniach zapewnią firmie darmową reklamę. Mowa tu o internautach i tzw. twórcach nowych mediów, a więc osobach piszących blogi, bądź stale udzielających się na portalach społecznościowych, jak Facebook czy Twitter.

Specjaliści od public relations nie są przekonani, że koncern osiągnie zamierzony cel. Co więcej, spora część komentatorów uważa, że McDonald's strzelił sobie w stopę, przyznając w pewien sposób, że ich żywności daleko do zdrowej i pożywnej (vide chęć tworzenia nowego menu).

Źródło: [Autonom](#)