

Učinkoviti
odnosi s
javnošću





Što nisu odnosi s javnošću?

- ▣ Marketing
- ▣ Oglašavanje
- ▣ Propaganda
- ▣ Publicitet
- ▣ Novinarstvo



MEDIJI

- Mediji su ključni za postojanje odnosa s javnošću.
- Mediji su ovisni o odnosima s javnošću.
- Mediji nisu jedina svrha postojanja odnosa s javnošću?
- Tko na koga utječe?



A close-up photograph of a human hand, palm up, holding a tangled string of warm white LED lights. The lights are glowing, and the background is a clear, light blue sky. The hand is positioned in the lower right quadrant of the frame, with the fingers slightly spread. The string of lights is coiled and draped across the palm and fingers, creating a sense of holding something precious or fragile.

Proaktivno, reaktivno i krizno komuniciranje

Stvaramo li priče i nudimo ih medijima, ili čekamo da nas mediji sami kontaktiraju?

1.

Upravljanje komuniciranjem

- Informacija je moć ako ju se pametno upotrijebi...
- Komunikacija donosi rezultate ako je učinkovita...



Informiranje

Imidž

Razumijevanje

- Četiri modela odnosa s javnošću
 - Tiskovni agenti
 - Javno informiranje
 - Dvosmjerni asimetrični model
 - Dvosmjerni simetrični model



Koji model odnosa s javnošću primjenjujemo?

Tiskovni agenti

Važno je da se piše, a nije važno kako!
Publicitet je jedino ishodište
djelovanja odnosa s javnošću.
Istina nije nužna.

Dvosmjerni simetrični model

Osluškujemo i istražujemo mišljenja,
stajališta i želje naših javnosti te
radimo na međusobnom
razumijevanju i prilagodbi.

Javno informiranje

Dobri odnosi s medijima generiraju
pozitivan publicitet. U odnosima s
medijima treba biti proaktivan,
iskren, otvoren i transparentan.
Komunikacija je jednosmjerna.

Dvosmjerni asimetrični model

Osluškujemo i istražujemo što od nas
žele naše ciljne javnosti. Testiramo
naše poruke i aktivnosti prije
djelovanja, a zatim korigiramo i
prilagođavamo našu komunikaciju...

Upravljanje odnosima s javnošću

1. Analiza / Istraživanje
2. Planiranje
3. Realizacija
4. Vrednovanje

A person in a dark suit is holding a newspaper. The newspaper has a large 'Business' headline. Below it, there are various financial figures and charts. The person's hand is visible, wearing a watch with a blue face and orange accents. The background is blurred, showing an indoor setting with a plant.

Što je naš problem?

Kakav je naš imidž u javnosti?

Kako mediji izvještavaju o nama?

Je li javnost upoznata s našim aktivnostima?

Što o nama misli javnost?

Provodimo li uopće istraživanja
javnog mnijenja



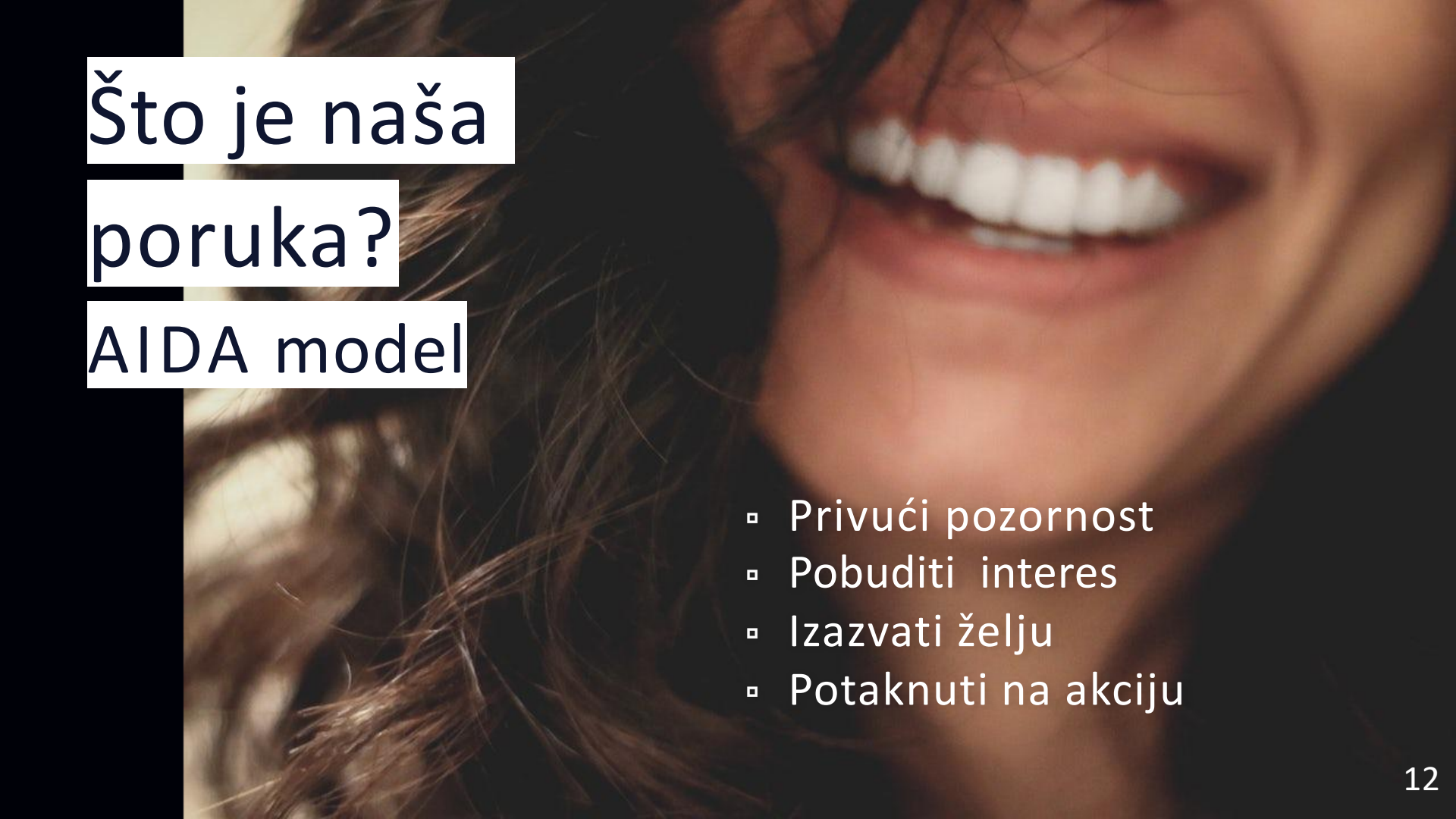
Što je naš cilj?

Što želimo postići?

A close-up photograph of a person's hand, palm facing forward, with the index finger pointing towards the right. The hand is positioned on the left side of the frame, with the thumb pointing upwards and slightly to the left. The background is a solid, muted blue-grey color. A white rectangular box is overlaid on the upper part of the hand, containing the title text.

Tko su naše javnosti?

- O kojim društvenim skupinama i institucijama ovisimo?
- Na koga želimo utjecati?
- Tko nam je važan?

A close-up, slightly blurred photograph of a woman's face, focusing on her mouth and teeth as she smiles broadly. Her hair is dark and voluminous, framing the right side of her face. The background is dark and out of focus.

Što je naša

poruka?

AIDA model

- Privući pozornost
- Pobuditi interes
- Izazvati želju
- Potaknuti na akciju

Strategije i taktike u odnosima s javnošću

Strategije

- Jačanje informiranosti.
- Promjena mišljenja i stajališta.
- Promjena ponašanja.
- Upravljanje identitetom i imidžom
- Dugoročne kampanje i aktivnosti

Taktike

- Priopćenja.
- Izjave za medije.
- Konferencije za novinare.
- Intervjui.
- Novinarska mapa.
- Novinarska adrema.
- Press clipping.

Komunikacijski kanali i mediji

Što naša ciljana
javnost gleda,
sluša, čita?

Kakav je format
poruke?

Koji je medij
najprikladniji?



Akcija

Oživotvorenje strategije kroz pojedinačne korake (taktike)...



Strateški odnosi s javnošću su proces...

ANALIZA /
ISTRAŽIVANJA /
RAZUMIJEVANJE
SITUACIJE I
PROBLEMA

DEFINIRANJE
CILJEVA, JAVNOSTI,
PORUKA,
STRATEGIJE,
TAKTIKA,
KOMUNIKACIJSKIH
KANALA I TERMINA...

KOMUNICIRANJE,
ODNOSI S
MEDIJIMA,
ORGANIZIRANJE
DOGAĐAJA...

VREDNOVANJE /
EVALUACIJA
ANALIZA
MEDIJSKOG
IZVJEŠTAVANJA,
POVRATNE
INFORMACIJE
CILJNIH
JAVNOSTI...

The background of the slide is a dark, textured surface with a grid of square openings. Inside some of these openings, there are glowing, three-dimensional numbers and symbols. Visible numbers include '4', '0', '1', '7', and '1'. The glow is a warm, golden-yellow color, creating a sense of depth and light against the dark background.

EVALUACIJA

Koliko vrijede rezultati našeg djelovanja?

Rezultat učinkovitih odnosa s javnošću

1.

Poznavanje



2.

Razumijevanje



3.

Prihvaćanje

A vlastiti mediji?

www

Kako upravljamo vlastitom slikom na Internetu?

Facebook i sl.

Jesmo li prisutni i aktivni na društvenim mrežama?

Vlastita izdanja, portali i sl.

Koliki je doseg našeg medija i kojoj se ciljnoj skupini obraćamo?

A photograph of two men sitting on a rocky, grassy hillside under a clear blue sky. The man in the foreground, wearing a light blue shirt and khaki pants, is sitting on a folding chair and looking through binoculars. The man behind him, wearing a dark blue shirt and grey pants, is pointing his right arm towards the horizon. A telescope is leaning against the rocks next to the man in the foreground. The background shows a hilly landscape with some vegetation and distant mountains.

Ne zaboravimo našu vlastitu
društvenu mrežu i
odnose s javnošću
“od usta do usta” ...