



Komuniciranje s javnošću

„Nije važno šta kažete, važno je šta drugi čuju!“

Sadržaj

Odnosi s javnošću su kompleksna djelatnost čiji zadatak je da odredi strategiju komunikacije kako bi unaprijedila sliku i ugled koju kompanija ili njeno rukovodstvo žele imati u javnosti. Glavni cilj odnosa s javnošću je izgradnja i održavanje pozitivnog imidža. Ciljanom PR strategijom ćete postići željenu percepciju javnosti. Na ovom seminaru ćemo vam predstaviti savjete za uspješan PR u savremenim okolnostima.

Svaki medij ima svoje ciljeve, svoju ciljnu skupinu, svoje sponzore i svoju politiku. Međutim, svi mediji žele privući pažnju javnosti. Vi odlučujete da li će vaša kompanija biti subjekt ili objekt interesa javnosti. Ukoliko ne komunicirate s medijima ili uspostavite loš odnos s njima, onda ćete biti objekt vijesti i nećete imati utjecaj na ono što se o vama govori i piše. Zbog toga je bitno na pravi način komunicirati s novinarima i medijskim kućama tako što ćete im pavovremeno davati informacije, koje su aktuelne i zanimljive kako bi privukle pažnju javnosti. Svaka kompanija bi trebala imati pripremljenu strategiju kriznog komuniciranja. Teško da postoji kompanija koja nije imala manju ili veću kriznu situaciju koju je morala iskomunicirati. Nekad će do krize doći zbog vašeg propusta, nepredviđenih okolnosti, loše procjene, a nekad će to biti izmišljeni i planirani napad iz različitih pobuda. Situaciju je dodatno usložila pojava interneta i digitalnih medija, koji omogućavaju brzo širenje informacija i mogućnost plasiranja, kako istinitih tako i lažnih informacija, velikom broju ljudi. Vaša komunikacija u kriznim situacijama će biti toliko dobro, koliko dobro ste se pripremili. Brzine vaše reakcije na krizu i spretnost u komunikaciji će u velikoj mjeri odrediti koliko će kriza trajati i koliko štetu će prouzročiti.

Predavač

Mr. sc. Ivana Marić, savjetnica za odnose s javnošću i javne nastupe. Magistrica ekonomskih nauka Univerziteta u Sarajevu i doktorantica na Centru za interdisciplinarnе studije Univerziteta u Sarajevu. Ivana će sa polaznicima podijeliti svoje višegodišnje iskustvo komuniciranja s javnošću, rada s medijima i nastupa pred kamerama. Pored priprema svojih nastupa, Ivana pomaže brojnim klijentima da kvalitetno komuniciraju sa javnošću, da se pripreme za TV i javni nastup, da oblikuju intervjue, da drže govore, da ovladaju neverbalnom komunikacijom i slično. Klijenti su joj direktori i vlasnici kompanija, vodeći ljudi u nevladinim organizacijama te brojni poduzetnici, političari, profesori i druge javne ličnosti.

Kome je edukacija namijenjena

Osobama koje se bave odnosima s javnošću u kompanijama, srednjem menadžentu koji je često u situaciji da komunicira kako sa klijentima tako i da u medijima objašnjavaju aktuelne situacije i probleme, pojedincima čiji posao zahtjeva komuniciranje sa širom publikom i svima koji žele naučiti da bolje komuniciraju.

Šta ćete naučiti

Na ovoj edukaciji ćete imati priliku da naučite kako da efikasno komunicirate s medijima i javnošću, kako funkcionira javnost i na koji način ljudi primaju i obrađuju informacije koje im plasirate. Naučit ćete osnove strategija odnosa s javnošću za kompanije, uključujući kako izgraditi odnose s medijima, šta je to što novinari traže i cijene. Saznat ćete kako da iskoristite slabosti i snage medija u interesu svoje kompanije. Imat ćete priliku da naučite kako da se pripremite za komuniciranje u kriznim situacijama. Po završetku edukacije imat ćete znanja i vještine potrebne za privlačenje pažnje medija i javnosti.

Na predavanja možete ponijeti svoj laptop koji možete koristiti tokom kursa. Wi-fi konekcija je dostupna.

Komuniciranje s javnošću

Nacrt programa

- Dolazak učesnika
- 10.00 h Otvaranje radionice
Predstavljanje predavača i učesnika
- 10.15 h **„Odnosi s javnošću“**
- Na koji način ljudi primaju i tumače informacije?
 - Kako održavati dobar imidž i ugled kompanije?
 - Kako se istaći u nepreglednoj masi informacija
 - PR na društvenim mrežama
- 11.45 h Pauza
- 12.00 h **„Odnosi s medijima“**
- Identificiranje i analiza medija
 - Uspostavljanje i održavanje kontakta s novinarima i medijskim kućama
 - Kako iskoristiti slabosti i prednosti medija?
 - Pisanje medijskih objava
- 13.00 h Radionica: Pisanje obavijesti za medije, analiza i preporuke
- 13.30 h Ručak
- 14.30 h **„Krizno komuniciranje“**
- Priprema strategije komunikacije za krizne situacije
 - Da li trebate reagovati, kada, kako i putem kojih kanala
 - Saniranje štete
 - Primjeri iz prakse
- 16.00 h Završetak edukacije