



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA PRAVOSODJE IN JAVNO UPRAVO



Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad

ODNOSI Z JAVNOSTMI ZA NVO

Barbara Pavlakovič, univ. dipl. komunikologinja

Črnomelj, 13. 4. 2012

ODNOSI Z JAVNOSTMI

So upravljanje vzajemno koristnih odnosov (vzpostavljanje in ohranjanje odnosov) med organizacijo in tistimi javnostmi, od katerih je odvisna uspešnost te organizacije.

(Scott Cutlip)

Ang: Public Relations = PR

ZAKAJ IZVAJAMO ODNOSE Z JAVNOSTMI?

- Za oblikovanje pozitivne podobe organizacije.
- Za večjo prepoznavnost v javnosti.
- Za povečanje pripadnosti naših članov.
- Za pridobivanje novih članov.
- Za povečanje ugleda pri financerjih, partnerjih.
- Za pridobivanje sredstev.
- Za vplivanje na odločitve, ki so pomembne za naše delovanje.
- ...

JAVNOSTI

So skupine, ki imajo dejanski ali potencialni interes in/ali vpliv na organizacijo.

(Philip Kotler)

Ang: Public, Stakeholders (deležniki)

KATERE JAVNOSTI POZNAMO?

- Člani organizacije.
- Zaposleni.
- Odločevalci (občine, župani, vlada, ministrstva).
- Podjetja oz. gospodarstvo.
- Druge organizacije.
- Splošna javnost.
- Mediji.
- ...

NOTRANJE JAVNOSTI

ČLANI

- Osebni kontakt.
- E-pošta, telefon, sms.
- Skupna srečanja in sestanki.
- Časopis organizacije.
- Spletna stran in Facebook organizacije.

ZAPOSLENI

- Osebni kontakt.
- E-pošta, telefon, sms.
- Redni usklajevalni sestanki.
- Letni razgovor.
- Skupna praznovanja.

ZUNANJE JAVNOSTI

ODLOČEVALCI

- Osebni sestanki in predstavitve dela NVO.
- Dopisi, vabila.
- Udeležba odločevalcev na dogodkih NVO.
- Prijava na razpise.
- Sodelovanje NVO pri dogodkih odločevalca.

GOSPODARSTVO

- Prošnje za sponzorstvo ali donatorstvo.
- Dopisi, vabila.
- Udeležba podjetnikov na dogodkih NVO.
- Sestanki in obiski v podjetjih.
- Objava logotipov podjetij na spletni strani, na prireditvi...

ZUNANJE JAVNOSTI

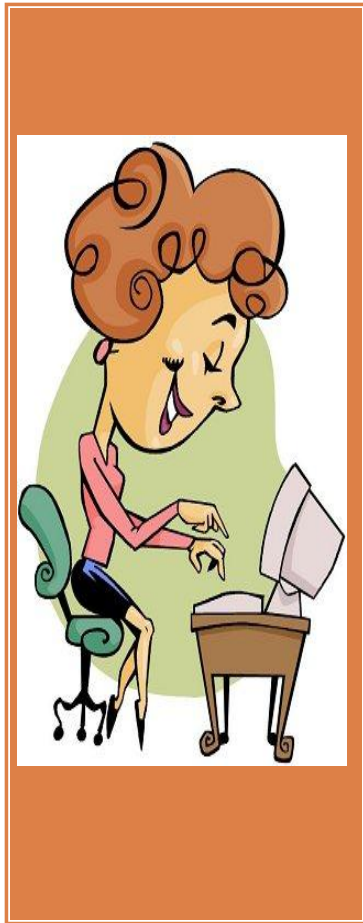
DRUGE ORGANIZACIJE

- Dopisi in osebni sestanki.
- Partnerji pri skupnih projektih.
- Sodelujoči na prireditvah.
- Drug drugemu smo lahko v pomoč in odpora.

SPLOŠNA JAVNOST

- Preko množičnih medijev (TV, radio, časopis, internet).
- Javne prireditve.
- Letaki in plakati.
- Osebni stiki.

LASTNOSTI PREDSTAVNIKOV ZA PR



- Organizacija določi eno osebo, ki je odgovorna za to funkcijo.
- Predstavnik pozna aktualnosti v NVO.
- Njihovo znanje je kilometer globoko in centimeter široko.
- Njegov kontakt je dostopen javnostim.
- Je v stiku s predsednikom organizacije za podajanje izjav...
- Uporablja kreativne načine doseganja javnosti.

MEDIJI

So posebna vrsta javnosti. Odnos med novinarji in predstavniki za odnose z javnostmi je **AMBIVALENTEN, saj so odvisni en od drugega, hkrati pa si ne zaupajo popolnoma.**

VRSTE MEDIJEV

- NACIONALNI MEDIJI

Pokrivajo večje dogodke, politiko, športne uspehe, nesreče.

- LOKALNI MEDIJI

So bolj dostopni, pokrivajo zgodbe iz lokalnega okolja.

VRSTE MEDIJEV

Sporočanje prilagodimo formatu medija:

- TISKANI MEDIJI (pošljemo pisano besedilo, dovolj kakovostne fotografije).
- RADIO (posredujemo govorno besedilo – izjavo).
- TELEVIZIJA (posnamejo sliko dogajanja in akcije, govorca).
- INTERNETNI MEDIJI (objavimo besedilo, fotografijo, posnetek, izjavo, lahko tudi nižje kakovosti).

KAKO DOSEŽEMO MEDIJE?

Odgovorni za objavo so UREDNIKI in NOVINARJI.

Za doseganje medijev potrebujemo seznam s kontakti
oz. MEDIJSKO ADREMO.

| MEDIJ | VRSTA MEDIJA | NOVINAR | NASLOV | E-NASLOV | TELEFON | OPOMBE |
|-------------|--------------|-----------------|----------------------------|------------------------------|--------------|------------------------|
| Belokranjec | časopis | Andreja Milavec | Gradac 139, 8332 Gradac | andreja.milavec @siol.net | 07 369 92 20 | www.belokranjec. si |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

NOVIČARSKA VREDNOST NOVICE

Dogodke za objavo novinarji izberejo na podlagi naslednjih kriterijev:

- NOVOST oz. PRAVOČASNOST
- POMEMBNE POSLEDICE ZA VELIK OBSEG LJUDI
- VELIK OBSEG UDELEŽENCEV
- NEOBIČAJNOST DOGODKA
- POMEMBNOST DOGODKA IN SODELUJOČIH
- KRAJEVNA BLIŽINA DOGODKA
- KONFLIKTNOST, KRIZA

LASTNOSTI NOVINARJEV



- Njihovo znanje je kilometer široko in centimeter globoko.
- Podatke želijo pridobiti čim prej in prvi objaviti zanimivo zgodbo.
- So malce leni – informacije želijo takoj in že pripravljene za objavo.
- Glavni način komuniciranja je internet in telefon.

LASTNOSTI NOVINARJEV



- Delajo predvsem med tednom, med vikendi pokrivajo le večje dogodke.
- Delovnik traja od 9. ure do zvečer.
- Do informacij pridejo preko spremljanja konkurenčnih medijev, uradnih poročil, prijateljev in znancev, naključno, zaradi načrtnega obveščanja organizacij.

OSNOVNI NAPOTKI DELA Z MEDIJI

- Vedno govori resnico in preverjene informacije.
- Različni govorniki in njihova sporočila naj bodo usklajeni.
- Ne pretiravamo s številom sporočil za medije.
- Poslano po e-pošti naj bo v priponki in v besedilu maila.
- Predstavnik za odnose z javnosti govori v imenu organizacije in ne v svojem imenu ter je vedno dostopen medijem.

SPREMLJANJE MEDIJSKIH OBJAV

KLIPING je dnevni izbor prispevkov, objavljenih v medijih. Redno spremljanje objav omogoča:

- Hiter odziv na objavljene trditve.
- Dokaz o opravljeni dejavnosti pri poročilih za razpise.
- Analizo o uspešnosti dogodka.
- Oceno javne podobe organizacije.
- Nabor podatkov o medijih in novinarjih, ki pokrivajo naše področje dela.
- Spremljanje dela konkurence.



NAČINI DOSEGANJA MEDIJEV

ORODJA ODNOSOV Z JAVNOSTMI

SPOROČILO ZA MEDIJE

- Pisno sporočilo.
- Za pomembne novice.
- Pošlje organizacija oz. predstavnik za odnose z javnostmi.

NOVINARSKA KONFERENCA

- Dogodek.
- Za zelo pomembne novice.
- Sodeluje predsednik in ostali pomembni člani.

SPOROČILO ZA MEDIJE

Je pisne oblike, ima novičarsko vrednost in krepi podobo organizacije. Njegov namen je doseči publiciteto.



LASTNOSTI SPOROČILA ZA MEDIJE

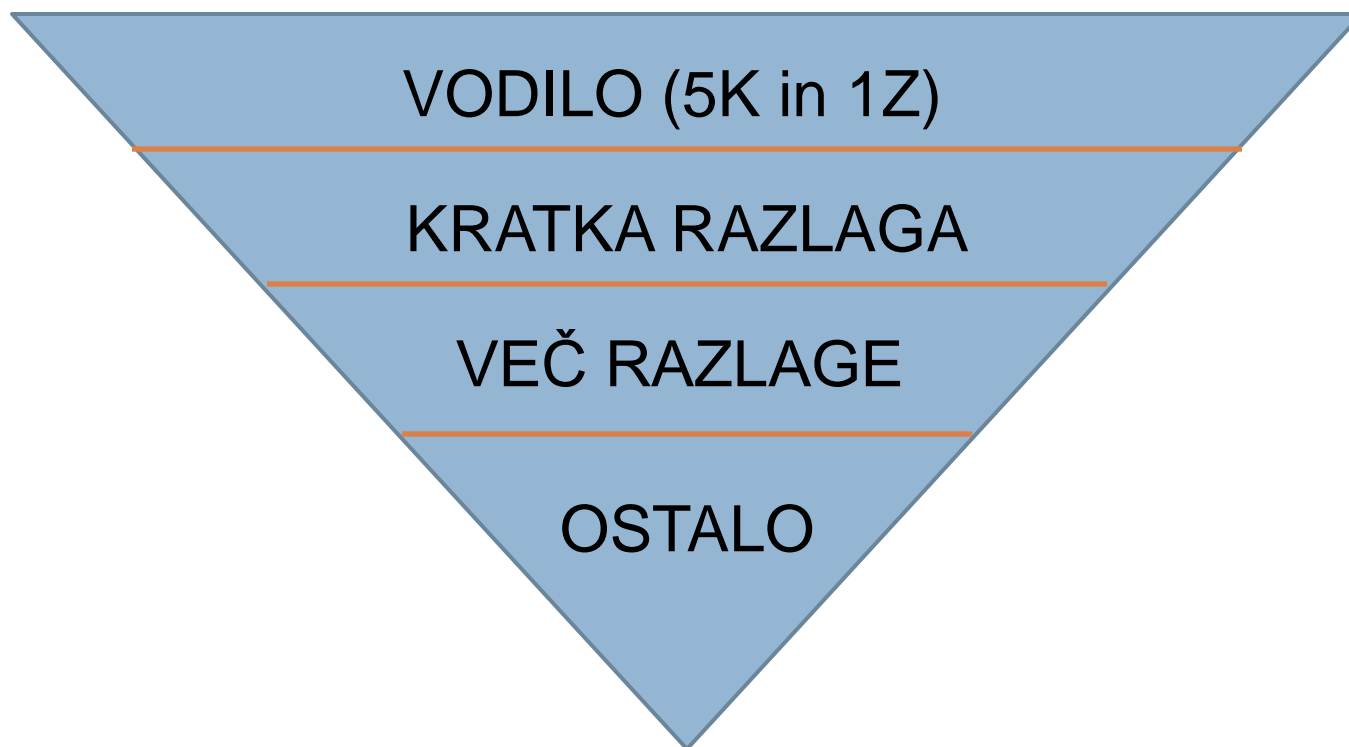
- KRATKO (največ 1 A4 stran).
- JASNO (opiše ključno vest).
- NEPOSREDNO (ne ovinkari, ni žargona).
- Z DEJSTVI (brez mnenj in interpretacij).
- PRIPRAVLJENO ZA OBJAVO (pisano v 3. osebi).
- TEHNIČNO BREZHIBNO (oblikovno in slovnično).

ELEMENTI SPOROČILA ZA MEDIJE

- Glava pošiljatelja (naslov in logotip organizacije).
- Naslov (ki pritegne).
- Ime zvrsti (sporočilo za medije).
- Datum in kraj.
- Besedilo.
- Kontaktni podatki (za več informacij).

MODEL OBRNJENE PIRAMIDE

Sporočilo za medije je žanr **VESTI** in odgovarja na:
5K in 1Z (KAJ, KDO, KDAJ, KJE, KAKO, ZAKAJ).



NOVINARSKA KONFERENCA

Je dogodek namenjen medijem, s ciljem, da bi informirali in dosegli publiciteto. Na novinarski konferenci predstavimo novico, ki ima zelo veliko novičarsko vrednost.



ELEMENTI IZVEDBE

- Vabilo na novinarsko konferenco (vsaj 1 teden prej).
- Sporočilo (kaj bomo povedali).
- Predstavnik za odnose z javnostmi (povezuje, napoveduje govorce).
- Glavni govorci (usklajena sporočila).
- Vprašanja novinarjev (na koncu konference).
- Pogostitev (ni obvezna).

GOVORCI

- PREDSEDNIK – govori na splošno, vizionarsko.
- GOST – če sodelujemo še z drugimi partnerji.
- STROKOVNJAK – pove podrobnosti, razlaga.
- ČLAN TIMA – še bolj pojasni podrobnosti.



PRIPRAVA NOVINARSKKE KONFERENCE

- Primeren prostor, dostopen in jasno označen.
- Urejen prostor (govorniški pult/miza, logo, rože, stoli).
- Lista prisotnosti novinarjev.
- Gradivo za medije (sporočilo za medije, razlagalno gradivo, darilce).
- Časovno omejena na 30 – 45 minut.

IZJAVA ZA MEDIJE

Govorec mora biti pripravljen, znati mora tudi odgovarjati na vprašanja.

V kratkem času povedati željeno sporočilo.

Pomemben je urejen izgled.



POROČILO O DOGODKU

Pošlje se takoj po dogodku.

Pisno besedilo, ki je že oblikovano kot medijska novica.

Priložene fotografije, izjava, video posnetek.

LOKALNO.SI

DOMOV LOKALNO AKTUALNO VAŠA ZGODBA NAMIG ZA PREMIK OSMRTNICE IN ZAHVALE RSS ARHIV

Daisy girls: Odločno na poti k ciljem; velikonočni prazniki v znamenju plesa

Komentiraj Natisni Objavi Buzz Všeč mi je

10.4.2012 | 11:40

Članice plesno – navijaške skupine Daisy girls so trenirale in nastopale tudi med velikonočnimi prazniki. V soboto so pripravile Dan odprtih vrat in popestrile zaključek mednarodnega košarkarskega turnirja Rudolfovo 2012, v nedeljo niso manjkale na tekmi Krka – Union Olimpija ter se veselile pomembne zmage Krkašev, trenirale pa so tudi na velikonočni ponedeljek. Vse to z razlogom: pripravljajo se na svoj premierni nastop na tekmovanju, odprtem državnem prvenstvu, ki bo 3. junija v ljubljanski Hali Tivoli.

Sobotni nastop ob zaključku mednarodnega košarkarskega turnirja v športni dvorani Marof je bil nekaj posebnega tudi zato, ker je občinstvo na takšnih prireditvah drugačno kot na tekmah KK Krka. Delček nastopa, ki so ga gledalci pospremili z bučnim aplavzom, si lahko ogledate spodaj v priloženem videu.

»Nastopati pred polnimi tribunami dvorane Leona Štuklja, v takšnem vzdušju, kot je bilo na tekmi med Krko in Union Olimpijo, predstavlja poseben adrenalin in užitek,« so si bile enotne Daisyke po nedeljski tekmi dveh večnih rivalov. Vadbo na velikonočni ponedeljek pa je vodila Mojca Mesojevec, instruktorka pilatesa in učiteljica smučanja. Training z Daisy girls ji je predstavljal nov izziv. »Dekleta so zaradi obilice treningov fit, imajo veliko (plesno)športnega znanja in poteritakem tudi visoka pričakovanja, kar zadeva to področje. Z vadbo sem želela pretrgati morebitno rutino v njihovih treningih, jim pokazati nekaj drugačnega, nekaj novega, a hkrati intenzivnega. Dekleta so me navdušila s svojo resnostjo in discipliniranostjo, kar mi je omogočilo, da sem se nad njimi lahko tudi nekoliko »izživela«. In ker ena ni nobena, se že veselim naslednje vadbe,« je po treningu dejala Mojca.

Nekajdnevni počitek bo dekletom po napornem vikendu prav prišel, a kaj kmalu sledijo novi treningi in nastopi. Čez vikend bodo tako dolenske plesne marjetice popestrile zaključni turnir v košarki za mladince, ki se bo odvijal v ŠD Leona Štuklja in kjer se bodo za naslov državnega prvaka potegovali tudi mladinci KK Krka.



Daisy girls
(v njihovem imenu: Sabina Gosenca)

VAJA

Pripravite sporočilo za medije o vašem dogodku ali o današnji delavnici.

Hvala za pozornost!