

Úvod do PR

Tomáš Jelínek

Společenství a komunikace



CO JE PR?
JE PR VĚDA?

Definice PR (www.prsa.org)

- PR je strategický komunikační proces, který buduje vzájemně prospěšné vztahy mezi organizacemi a jejich veřejností/cílovou skupinou. Ve své podstatě je PR o ovlivňování, zapojování a budování vztahu s klíčovými zainteresovanými stranami, přičemž přispívají ke způsobu, jak je organizace vnímána.

Definice PR (MediaGuru)

- Jde o techniky a nástroje, pomocí kterých společnosti budují a udržují vztahy se svým okolím a veřejností (tedy se svými zaměstnanci, zákazníky, dodavateli, investory, komunitami, a potažmo s celou společností) nahlíží její postoje a snaží se je ovlivňovat. Jedná se o dlouhodobou cílevědomou činnost, která by měla mimo jiné zajišťovat poskytování informací veřejnosti a zároveň získávat zpětnou vazbu. Důležitým aspektem je obousměrnost komunikace.

Ukázky

Aktuality

Ulice ponese jméno po slavné sušence

Na krátkou, ale za to o to srdečnější návštěvu Opavy zavítal velvyslanec USA v Česku Bijan Sabet. Navštívil vávrovickou továrnu firmy Mondelez International a podpořil návrh této firmy pojmenovat ulici, ve které sídlí, jménem výrobku Oreo. Ten se z Opavy exportuje do celého světa. Další ulice by pak v budoucnu mohla nést jméno po Amálii Fiedorové, která se svým manželem Kašparem začala v polovině 19. století ve slezské metropoli péct oplatky a stojí tak za bezmála dvoustoletou tradicí Opavy jako města oplatek a sušenek.



„Rád bych popíral vše nejlepší Opavě a jejím obyvatelům k letošním oslavám 800. výročí města. Jsem hrdý na to, že město má v americké firmě Mondelez tak silného partnera. Dlouhá tradice pekařského průmyslu Opavy podpořená americkou investicí je základem trvalé prosperity obyvatel regionu,“ uvedl americký velvyslanec Bijan Sabet s odkazem na loňské oznámení investice 1,5 miliardy korun do moderní high-tech linky na sušenky Oreo, které patří mezi nejoblíbenější sušenky na světě nebo na skutečnost, že právě tato firma je spolu s Model Obaly generálním partnerem letošních oslav města.

Emmanuel Chilaud, ředitel výrobního klastru společnosti Mondelez v Česku, pak primátoru Tomáši Navrátilovi předal symbolickou tabuli s navrhovaným názvem nové ulice a žádost o pojmenování některé z budoucích ulic po slavné Opavance. *„Líbí se mi oba návrhy, které spojují historii s budoucností, a předložím je orgánům města k projednání. Spolupráce s úspěšnými podniky je základem naší strategie pro hospodářský a společenský růst Opavy,“* uvedl Navrátil. Přejmenovat ulici podle sušenek Oreo by neměl být zásadní problém. Jedná se pouze o úsek od železnič-

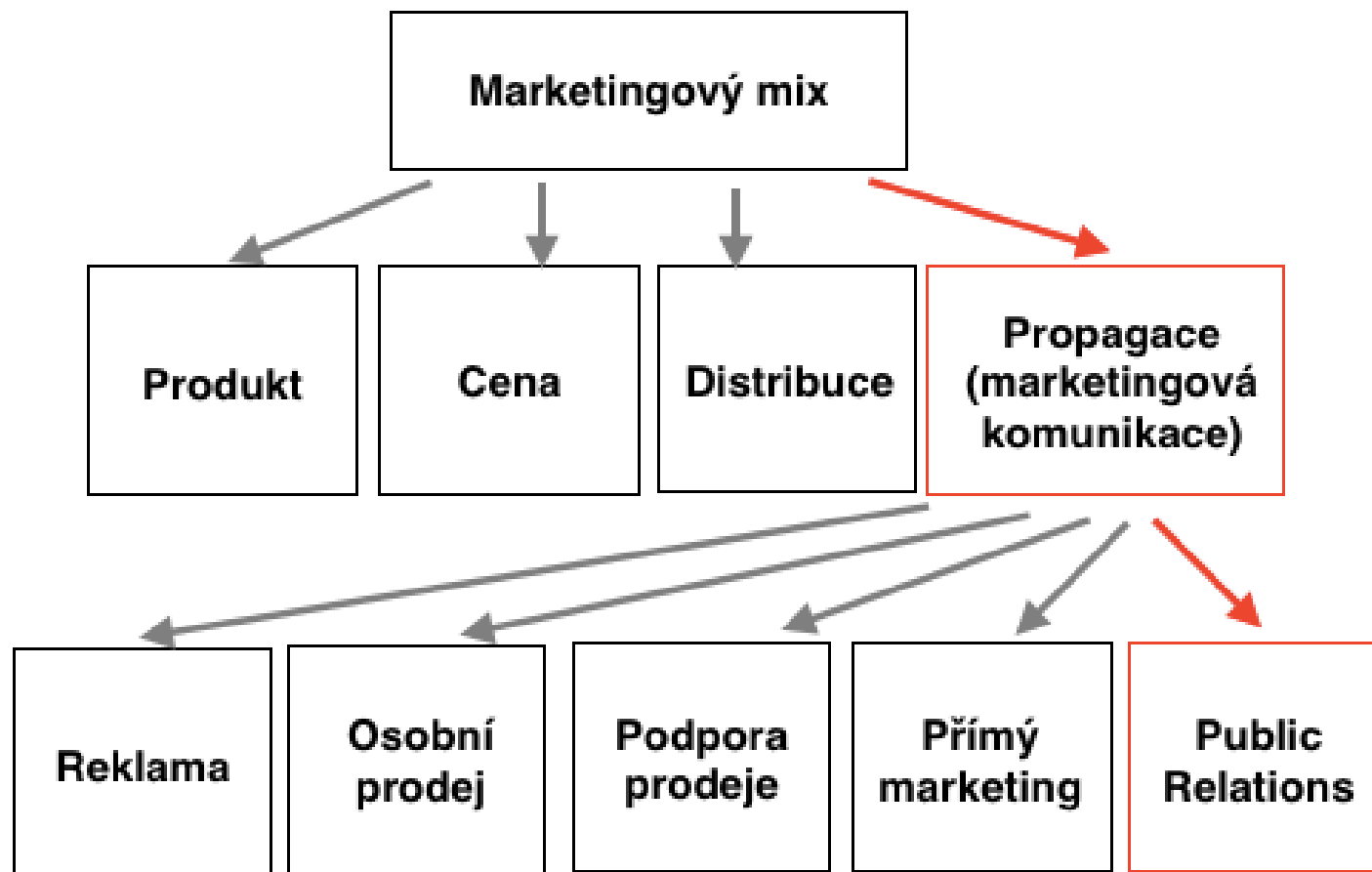
ní trati po rychlostní silnici na Krnov. Výhodou je, že na této ulici je jediné číslo popisné, a to právě zmíněné továrny. Přejmenování by tak nemělo dopad na nikoho dalšího, nikdo by si nemusel měnit doklady atd.

Druhý návrh pak město zařadí do tzv. zásobníku názvů budoucích ulic. V některých médiích se objevilo, že by tímto jménem měla být přejmenována některá z ulic ve Vávrovicích. To však není pravda, toto jméno by v případě souhlasu zastupitelů mohla nést některá z nově postavených ulic ve městě. (rok)

Nástroje PR

Tomáš Jelínek

Marketing a PR – model A



Marketing a PR – model B



+



Ještě jednou model B



Vnitřní veřejnost

- Pravidelné pracovní mítinky
- Teambuilding
- Hodnocení zaměstnanců
- Tiskové zprávy o firemních úspěších
- Firemní časopis, aplikace
- Eventy pro zaměstnance

Vnější veřejnost

- Media Relations
- Public Affairs (Government Relations, Lobbying)
- Investor Relations
- Community Relations
- Minority Relations
- Výstavy, konference,...
- Sponzoring
- Firemní kultura + CSR

Seminární projekt

- 2-3 studenti utvoří virtuální PR agenturu
- Dají si název a vymyslí si své zaměření
- Později dostanou zadání k přípravě PR strategie a komunikačního plánu
- Prezentace strategie a komunikačního plánu/zápočet