

HALKLA İLİŞKİLER

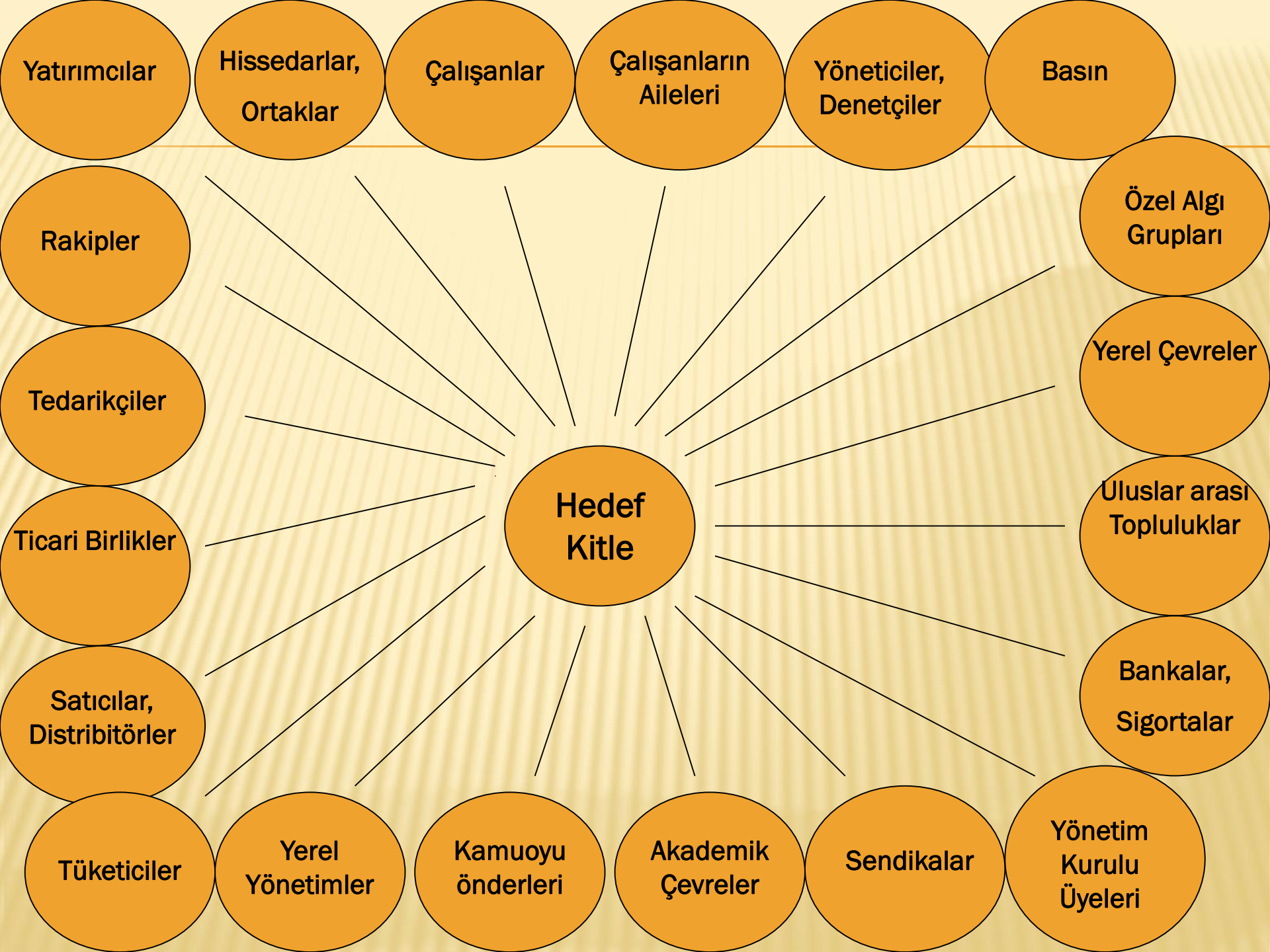
HEDEF KİTLE

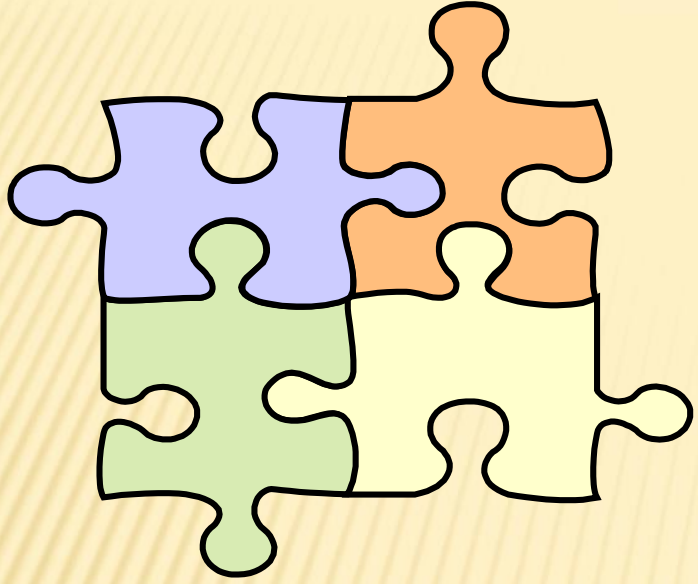
Hedef Kitle: “Kuruluşun dikkate alması gereken, ortak beklentileri olan, kuruluşla doğrudan ya da dolaylı bağı olan insan toplulukları” olarak tanımlanmaktadır.

Faaliyetleri ile kurumu olumlu ya da olumsuz yönde etkilemesi olası kitleye **hedef kitle** diyoruz.

Her kuruluşun içinde bulunduğu halk kesimi (hedef kitle) farklıdır. Örneğin, bir hükümet için halk ülkede yaşayan tüm insanlar, bir spor kulübü için taraftarlarıdır. Bir hastane için hastane çalışanları ve varsa ortakları, danışmanlar ile hastane dışında yer alan ve hastane ile ilişkisi bulunan tüm kişi ve kuruluşlar; hastalar, aileleri ve yakın çevresi, ziyaretçiler, resmi daireler ve sigorta şirketleri, bağış ve yardım yapan kişi ve kuruluşlar, ilaç ve diğer tıbbi malzeme temin eden tedarikçiler, dernekler, medya kuruluşları...

Aile planlaması çalışmalarında 15-44 yaş grubu kadınlar, okullarda aşı kampanyalarında çocuklar hedef kitle olabilmektedir.





İşletmeler için hedef kitle;

- ❖ Kurum içi hedef kitle,
- ❖ Kurum dışı hedef kitle,
 - ❖ Toplum ,
 - ❖ Medya

olmak üzere dört kısımda incelenebilir.

1. KURUM İÇİ HEDEF KİTLE

Örgütün çevreyle iyi ilişki kurabilmesi için önce kendi içinde ilişkilerinin iyi olması gerekir. Çünkü kendi içinde iyi ilişkileri olan kurumun dışarıyla da iyi ilişkiler içinde olacağı varsayılır.

İşletme içerisinde önemli sorunlarını çözememiş, kendi personeli ile problemleri olan bir kuruluşun çevreyle uyumlu bir halkla ilişkiler programı yürütmesi mümkün değildir.

Çalışanlarla Kurum Arasında İyi İlişkiler Kurabilmek İçin;

Kurumlar çalışanlarını bilgilendirmeli: Kurumlar çalışanlarını kurumun hedefleri, stratejileri, günlük çalışmaları, ürünleri ve hizmetleri ile ilgili gelişmeler hakkında bilgilendirmelidirler. Buradaki amaç, iç hedef kitlenin kendi çalışma alanını tanıması ve kurum dışından gelebilecek soruları yanıtlayabilmesidir. Kurumlar iyi haberlerin yanı sıra kötü haberleri de vermelidir.

Kurumlar Çalışanlarını Motive Etmelidir: Çalışanlara kurumun değer yargıları iletilmelidir. Kurumların insancıl tarafları anlatılarak, kuruluşla duygusal bağlantılar oluşturarak çalışanlar motive edilmelidir. İnsan ilişkileri yaklaşımı göz önünde bulundurulmalıdır. Buradaki amaç ise, çalışanların kişisel aktivitesini, yaratıcılığını ve memnuniyetini geliştirmektir. Böylece kurumdan memnun olan çalışan dış hedef kitleye karşı kurumunu iyi tanıtır ve sonuna kadar kurumunu savunur.

Kurumlar Çalışanlarını Yönetmelidir: Kurumlar başarılı bir yönetimle çalışanlarının kendilerine yön bulmalarını ve işletme ile bütünleşmelerini sağlayabilmelidir. Aynı zamanda sadakat de yaratmalıdır.

a) Personelle İlişkiler:

b) Ortaklarla İlişkiler:

c) Sendikalarla İlişkiler

KURUM İÇİ HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMASINDA KULLANILAN YÖNTEMLER VE ARAÇLAR

1. Personelin İşletme Yönetimine Katılımı:
2. Personelle İlişki Büroları:
3. Üst Düzey Yöneticilerin Bölüm Ziyaretleri:
4. Personelin Yönetimle İletişimi
5. Personel ile Toplantı
6. Personel için Düzenlenen Geziler
7. Organizasyon Etkinlikleri
8. Yazılı ve Basılı Araçlar
9. Duyuru Tahtaları
10. Telefon Enformasyonu
11. İş Görenlerin Ailelerine Yönelmek

2. KURUM DIŞI HEDEF KİTLE

1. Tüketicilerle İlişkiler

2. Bayilerle İlişkiler

3. Satıcı ve Aracılarla İlişkiler

4. Çevreyle İlişkiler

5. Kamu Kuruluşlarıyla İlişkiler

6. Eğitim Veren Kuruluşlarla İlişkiler

7. Finansal Kurumlarla İlişkiler

3. TOPLUMLA İLİŞKİLER

4. MEDYA İLE İLİŞKİLER

Medya: yazı, ses ya da görüntü aracılığıyla iletişim kurmayı sağlayan yazılı ve elektronik basın, internet, haberleşme uydusu, frekans dağılımı, multivizyon, faks, telefon vb. kitle iletişim araçlarının tümü

Medyada amaç: Bilgilendirmek, halkı eğitmek

- ✓ Yerel gazeteler,
- ✓ Ulusal gazete ve dergiler,
- ✓ Radyo,
- ✓ Televizyon,
- ✓ İnternet

DERSTE YARARLANILABİLECEK KAYNAKLAR

Dilaver Tengilimoğlu, Sağlık Kuruluşlarında Halkla İlişkiler. Gazi Kitabevi, 2001, Ankara

Dilaver Tengilimoğlu, Yüksel Öztürk, İşletmelerde Halkla İlişkiler, 2008, Seçkin Kitabevi, Ankara.

Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Örnek Olaylar, Editör: Rasime Ayhan Yılmaz, 2011 , Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları, Eskişehir.

Mehmet Akif Özer, Halkla İlişkiler Dersleri, 2009, Adalet Yayınları, Ankara.

Zeyyad Sabuncuoğlu, İşletmelerde Halkla İlişkiler, 2010, Alfa Aktüel, Bursa.

Rıdvan Karalar, Halkla İlişkiler, 1994, Metin Ofset, Eskişehir.

Halkla İlişkiler, Editör: Haluk Gürgen, 2006, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları, Eskişehir.

Nuri Tortop, Halkla İlişkilere Giriş, 2009, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

DERSTE YARARLANILABİLECEK KAYNAKLAR

M. Sezai Türk, Ahmet Güven, Yeni Başlayanlar İçin Halkla İlişkiler, Stratejik Halkla İlişkiler, 2007, Gazi Kitabevi, Ankara.

Abdullah Özkan, Halkla İlişkiler Yönetimi, 2009 Sosyal Yayınlar, İstanbul.

Ümit Arklan, Halkla İlişkiler ve Bilgi Edinme Hakkı-Türk Kamu Yönetimi Açısından Bir Yaklaşım, 2009, Literatürk, İstanbul.

Metin Kazancı, 1999, Halkla İlişkiler, Turhan Kitabevi, Ankara.

Yeşim Kalyon, Halkla İlişkiler, 2007, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.