

İŞLETMELERDE HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİNİN ÖRGÜTLENMESİ

Öğretim Görevlisi
Meral GÜNEŐ ERGİN



Halkla İlişkiler Biriminin Genel Organizasyon İçindeki Yeri

- Kamu sektöründe halkla ilişkilerde sorumlu birimleri:
 - ❑ Genelgeler,
 - ❑ Kanun hükmünde kararnameler,
 - ❑ Yönetmelikler vb. resmi kanallardan gelen emir ve direktifler doğrultusunda örgütlenirken,
- Özel sektörde halkla ilişkiler biriminin örgütlenmesi **örgüt içi ve örgüt dışı** faktörlerin etkisi sonucu olmaktadır.



Kurum imajından, her türlü hedef kitle ile iletişimin oluşturulması ve sürekliliğinin sağlanması gibi geniş bir görev yelpazesi üstlenen halkla ilişkiler biriminin oluşturulması;

- Kuruluşun büyüklüğüne,
- Yönetimin halkla ilişkilere verdiği öneme,
- Kuruluşun halkla ilişkilere duyduğu gereksinime bağlıdır.



Türkiye’de bazı kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler birimi bir **uzmanın denetimindeyken**, bazı kuruluşlarda sorumluluk **Sosyal İlişkiler, Basın Müşavirliği, Basın ve Halkla İlişkiler, Dış İlişkiler ve Enformasyon Müdürlüğü** gibi birimlere dağıtılmıştır.

Özel kuruluşlar ise, işletmelerin kendi bünyelerinde oluşturdukları **halkla ilişkiler departmanları** yanında **özel danışman ajanslardan** da faydalanırlar.



Günümüz işletmeleri, halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesinde 4 değişik alternatiften birini seçebilir:

1. Halkla ilişkiler sorumluluğu halkla ilişkiler uzmanı olmayan bir personele verilebilir.
2. Halkla ilişkiler uzmanı istihdam edilebilir.
3. Dışarıda halkla ilişkiler danışman firmalarından birisine başvurulabilir.
4. Serbest çalışan bir halkla ilişkiler uzmanı ile müşterek çalışılabilir.



Yönetimin Halkla İlişkiler Görevlilerinden Bekledikleri

- **Bağlılık,**
- **Yönetimin kararlarına** halkla ilişkiler açısından **destek sağlanması,**
- Yönetim **politikalarını ve izlenen ilkeleri** ilgili çevrelere **anlatabilme** becerisi,
- Kurum personelinin şevkle çalışmasına, **verimli olmasına** yardımcı olunması,
- **Kuruma zarar verici** şeylerin yapılmasını veya söylenmesini önlemeye ya da azaltmaya yönelik çaba gösterilmesi.

Halkla İlişkiler Görevlilerinin Beklentileri:

- Yönetimin halkla ilişkilere **önderlik** etmesi,
- Onaylanmış halkla ilişkiler **programlarına destek** olunması,
- Halkla ilişkiler programlarının **yıllık programlar** halinde düzenlenmesi,
- Yapılması gerekli faaliyetler için **bütçe sağlanması**,
- **Kamuoyu araştırmaları** için yeterli **kaynağın** sağlanmasıdır.

HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİNİN DAHİLİ DEPARTMAN OLMASININ AVANTAJLARI



1. Sürekli Hizmet

Halkla ilişkiler biriminin örgüt içinde olmasının en önemli avantajı hiç kuşkusuz sürekli hizmet verme noktasında kendisini gösterir.

2. Halkla İlişkiler Birimi Organizasyon Dahilindedir

Bu birimlerde faaliyet gösteren personel organizasyonun parçasıdır ve yerel, ulusal ve uluslar arası organizasyonlar boyunca iletişimin sağlanması daha kolay olacaktır.

3. Ekonomiklik

İşletmelerin dışarıdan danışman firmalar tarafından sağlanmasına göre kimi zaman daha ekonomik olabilir.

4. Süreklilik

Organizasyonun faaliyetleri süreklilik arz ettiği için halkla ilişkiler faaliyetlerinin de devamlı yapılması gerekir, böylelikle bir **hedefe varma daha kolay** olabilir.



5. Kolay İş Birliği

İşletmede çalışan birçok kişi ve birimler halkla ilişkilere katkıda bulunarak faaliyetleri daha kolay hale getirerek başarı şansını artırır.

6. Ulaşılabilirlik

Özellikle **acil kararların** alınması gerektiğinde süratli hareket imkanı söz konusudur.

7. Sanayiden Haberdardır

Faaliyet gösterdikleri alanlar hakkında daha fazla bilgi birikimine sahiptirler.



HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİNİN DAHİLİ DEPARTMAN OLMASININ DEZAVANTAJLARI



- 1. Büyük harcamalar gerektirebilir;** yeterli sayıda yetenekli personel çalıŐtırılması ve tanıtma araçlarının, çeşitli makine ve gereçler kullanılarak kuruluş içinde hazırlanması paraya bağlı eylemlerdir.

2. Halkla ilişkiler görevlisinin kuruluş ile çok iç içe olması onun **objektif olma** özelliğini olumsuz yönde etkileyebilir.

3. Kuruluştaki çalışanlar üstlerinin **emirlerine boyun eğme zorunluluğu** hissederler ve yanlış isteklerine de iş kaybetme endişesi nedeni ile karşı çıkamayabilir.



Halkla İlişkiler Hizmetinin Örgüt Dışından Satın Alınması

İşletmeler kendi halkla ilişkiler bölümleri olsa bile **halkla ilişkiler şirketlerine başvurabilirler.**

Nedenleri ne olabilir?

1. Yönetim, daha önceden böyle bir halkla ilişkiler programı yürütmemiştir ve bu nedenle düzenlenecek bir projeyi götürecek **deneyime sahip değildir.**
2. İşletmenin merkezi, iletişim ve finansal **merkezlerden çok uzağa kurulmuştur.**
3. İşletme tarafından belli tarihlerde yerine getirilmesi gereken **çok sayıda halkla ilişkiler düzenlemeleri** bulunabilir.



4. **Uzmanlardan yararlanmak** için işletme dışına yönelmek gerekebilir.
5. Kendi halkla ilişkiler bölümü olan bir örgüt, kendisinin sürekli olarak karşılayamayacağı **üst düzey uzmanlık hizmetlerini** bu kuruluşlardan sağlar.
6. Örgütlerin dışa yönelik olarak yürütecekleri politikaların işleyişinde, örgütten **bağımsız olarak değerlendirme yapacak** dış kuruluşlara gereksinme vardır.



Halkla İlişkiler Hizmetinin Örgüt Dışından Satın Alınmasının Avantajları



1. Bağımsızlık: Halkla ilişkiler firmaları, kuruluştan bağımsız oldukları için **objektif davranabilmeleri ve eleştiride bulunmaları** daha kolaydır.

2. Deneyim: Çok çeşitli örgütlerle çalıştıkları için daha geniş bir etki alanına ve deneyime sahiptirler.

3. Medya Bilgisi: Bir kuruluş içindeki halkla ilişkiler yöneticisine oranla **medya ile daha yakın** ilişki içinde olma ihtimali yüksektir.

4. Uzman Personel: Yetenekli elemanlara sahiptirler. Özellikle araştırma, sponsorluk, finansal halkla ilişkiler alanlarında **uzman kadroları** söz konusudur.

5. Kaynaklar: Teknik açıdan genellikle daha geniş imkanlara sahiptirler.



Halkla İlişkiler Hizmetinin Örgüt Dışından Satın Alınmasının Dezavantajları



- 1. Sadakat Paylaşımı:** Kuruluş içi iletişimde çoğu zaman yetersiz kalmaktadır, bu firmalar kuruluş personeline yabancı olarak görülmekte ve yeterince yakınlaşma sağlanamamaktadır.
- 2. Endüstri Hakkında Sınırlı Bilgi:** Kuruluşla ilgili ayrıntılı bilgiye sahip olmaları genellikle güçtür.

- 3. Ücret Sınırlamaları:** Çalışmalar ücretle sınırlıdır.
- 4. İletişim:** Kuruluş yöneticisine dilediği anda ulaşması konusunda çoğu kez güçlüklerle karşılaşmaktadır.
- 5. Tecrübe Eksikliği:** Büyük danışmanlık şirketleri yeterli uzman, eğitilmiş personel istihdam edebilmektedirler, ancak daha küçük çaptaki şirketler ise bundan yoksundurlar.



Danışmanların Seçimi ve Kullanımı

- Halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesinde gerekse değerlendirilmesinde danışman veya danışman bir firma seçmek faydalı olabilir.

Danışman seçmeden önce ihtiyaç belirlenmelidir.

- **Hangi konuda yardıma ihtiyaç vardır?**
- **İletişim programının tüm hesaplarının gözden geçirildi mi?**

İhtiyaç türü belirlendikten sonra bu iş için ayrılacak **bütçe belirlenmelidir.**



Danışman seçiminde ve kullanımında dikkat edilmesi gereken hususlar:

1. Danışman firmanın **türü ve büyüklüğü** belirlenmeli,
2. Daha önce işletmenin işgal ettiği alanla ilgili bilgisi ve **tecrübesi** olup olmadığı, verdiği **referanslar** kontrol edilmeli,
3. Hizmetleri yürütebilecek **kapasite** de olup olmadığı,
4. **Finansal yeterliliği,**
5. Firma ile ücret ve yapılacak faaliyetler konusunda **sözleşme yapılmalı**, beklentiler iyi bir şekilde tanımlanmalıdır.



Danışmanlardan Maksimum Getiriyi Elde Edebilmek İçin

1. **Ön hazırlık** yapılmalı; danışmanlar gelmeden önce işletmeyle ilgili tüm bilgileri edinmelidirler.
2. Danışmanın sahada ne yapmak niyetinde olduğu saptandıktan sonra aktivite, toplantı, konferansların **programı hazırlanmalıdır**. Bu planlama zaman kaybını önler ve toplantının amaca ulaşmasını kolaylaştırır.



3. Belirli periyotlarda **rapor vermesi** sağlanmalıdır. Problem çözümede danışmanların raporları son adım olarak görülür.

4. **Süreç değerlendirilmeli**, program sürekli izlenerek değerlendirilmelidir. Başarıyı ve danışmanın son ürününü değerlendirmek ve tüm süreci incelemek ileriki danışman seçimlerinde yardımcı olacaktır.



Sonuç olarak, günümüzde halkla ilişkiler faaliyetlerinin **kuruluş içinden mi yoksa danışman firmalar tarafından mı yerine getirilmesi** gerektiği konusundaki **tartışmalar** hala devam etmektedir.



İŞLETMELERDE HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNİN ORGANİZASYONU

Küçük işletmelerin **personel sayısının azlığı** nedeni ile halkla ilişkiler uzmanı istihdam edilemediği için halkla ilişkiler görevi **diğer idari birimlere ek görev** olarak verilebilir ve bazı halkla ilişkiler uygulamaları bizzat **işletmenin sahibi** tarafın yürütülebilir.



- **Orta büyüklükteki** bir işletmede ise, halkla ilişkiler uğraşları giderek daha **yoğunlaştığından** bu işleri yürütmek üzere işletme içinde değişik birimlerden bir iki hakla ilişkiler uzmanını çalıştırılabilir.
- Halkla ilişkiler birimi işletmelerde bazı durumlarda **şeflik** şekline de dönüşebilir.
- Bazı işletmelerde ise, kendi bünyesinde bir halkla ilişkiler örgütlenmesine gitmek yerine **reklam ajansı gibi piyasada** çalışan halkla ilişkiler bürolarından biriyle anlaşılabilir ve o büronun danışmanlığında işler yürütülebilir.



- **Belirli büyüklük ölçeğine ulaşmış** işletmelerin sosyal sorumluluklarını tam anlamıyla yerine getirebilmek ve toplumun desteğini kazanabilmek için kendi bünyelerinde **halkla ilişkiler birimi ya da bölümü** oluşturmaları yerinde bir karar olacaktır.



İŞLETMELERDE HALKLA İLİŞKİLER YÖNETİCİSİNİN SORUMLULUKLARI

- İşletmelerin halkla ilişkiler yöneticisinin sorumluluğu ve görevlerinin kapsamı; **hedef kitlelerinin büyüklüğü, önemi, finansal kaynakları, işletmelerin büyüklüğü** ve yönetim tarafından kararlaştırılan destek gibi faktörler tarafından belirlenmiştir.

- Halkla ilişkiler yöneticisinin sorumluluklarını belli başlı birkaç kategoriye ayrılabilir. Bunlar:
- Açıklama ve tavsiyede bulunma,
- Pazarlama faaliyetlerine yardımcı olma,
- İletişim faaliyetlerini yürütme,
- Diğer sorumlulukları.



1.Açıklama ve Tavsiyede Bulunma Sorumluluğu

1. Değişik kitlelerinin işletme hakkındaki **bakış açılarını yönetime açıklamak**, uygun program ve aktiviteler önermek.
2. **Kitlelerin davranışlarındaki eğilimleri** rapor etmek, böylece yönetimi davranışsal değişimleri daha verimli bir şekilde karşılayabilmeye hazırlanmak.

3. İşletme yönetiminde görev almak, kurum içi halkla ilişkiler danışma hizmeti sağlamak, **kararlar alınmadan ve uygulanmadan önce halkın beklentilerini göz önüne alarak değerlendirildiğinden** emin olunmasını sağlamak.
4. İşletmenin **kamuoyunda iyi bir şekilde algılanması** için mevcut ve tasarlanan faaliyetler konusunda uygun tavsiyelerde bulunmak.
5. İşletme ve hedef kitlesi arasında **iletişimi sağlamak** ve iletişim sistemini geliştirmek üzere **veri toplamak ve analiz etmek**.



2. Pazarlama İle İlgili Sorumluluklar

1. Kısa ve uzun vadeli imkan ve hizmetlerin gelişimi için **kurumsal hedeflerle yakından ilgili olmak.**
2. Kurumsal planların gelişmesine destek sağlayacak ve rehberlik edecek **pazar araştırmaları geliştirmek** ve yürütmek.

3. Planlamacılara olađan halkla iliřkiler tuzaklarına dūřmemeleri için **daniřma hizmetleri vermek.**
4. Pazarlama **amaçlarını destekleyen uygulamaları** geliştirmek.
5. Araştırma raporlarını ve diğer teknikleri kullanarak, pazarlama ve **pazar iletişim programlarını verimlilik** açısından değerlendirmek.



İletişim İle İlgili Sorumluluklar

1. Kurumsal ve bölümsel amaç ve hedefleri geliştirecek yayım araçları gibi **iletişim materyallerini geliştirmek.**
2. Bu materyalleri inandırıcı bir şekilde ve inanılabilir bir mesaj ile hedef **kitlelere ulaşacak şekilde yönlendirmek.**
3. İşletmelerin değişik hedef kitleleri ile yönetim ekibi arasında **iki yönlü iletişim kanalı oluşturmak.**

Diğer Sorumluluklar

1. Yönetimin amaç ve politikalarını esas alarak, medya ve toplumsal ilişkiler vasıtasıyla **yerel çevrede kurumla ilgili olumlu imaj geliştirmek,**
2. İşletmenin çevresini oluşturan müşterilerle yüz yüze ilişkilerde örgütün **olumlu bir tutum içinde olmasını sağlamak** için bu konuda çalışmalar yapmak,
3. İşletmenin haberleşme politika ve programlarını saptayarak bunların gerçekleşmesi için **üst düzey yöneticiler ile işbirliği yapmak** ve üst yönetime önerilerde bulunmak,

4. İşletmeye ait bilgilerin çevreye duyurulabilmesi amacıyla **politikalar oluşturmak**, yöntemler geliştirmek,
5. Kitle iletişim araçlarıyla ilişki kurmak ve işletme ile ilgili haberlerin bu araçlarda yer almasını sağlamak, **medyanın ilgilendiği her konuda bilgi vermek**,
6. İşletmeden çevreye doğru çıkan değişik nitelikteki **haberlerin birbirleriyle uyumunu sağlamak** ve ortaya çıkabilecek bu konudaki çelişkileri önlemek,



7. Halkla İlişkiler yönetime danışman olarak, ülke yönetiminde etkili olan grupların ve yüksek tabakanın ve onun beklentilerini yönetime iletmede bireysel olarak alınmayan kararların alınmasında **yönetime yardımcı olmak,**
8. Halkla ilişkiler bölümünde çalışacak **personeli seçmek, yönlendirmek, eğitmek** ve nezaret etmek, iş tanımları ve performans standartlarını geliştirmek, personelin performansını değerlendirmek,
9. Bölümün faaliyet **bütçesini hazırlamak,**
10. Gerekli **kayıtları ve istatistikleri tutmak,** raporlar hazırlamak.



İŞLETMELERDE HALKLA İLİŞKİLER UZMANININ FAALİYETLERİ

- Halkla ilişkiler uzmanı, **etkili bakış açısı** benimsemeli ve aktif ve deneyimli olmalı, **tarafsız bir bakış açına** sahip olmalıdır.
- **Kaliteyi** her zaman en yüksekte tutmak ve **müşterinin mutluluğunu** muhafaza etmek zorundadır.

- Araştırma Yapmak,
- Halkla İlişkiler Politikasını Saptamak ve Programlarını Hazırlamak,
- Fon Tedariki,
- İşletmeye Yeni Personel Katma,
- Medya ile İlişkiler,
- Gerekli Malzeme ve Araçların Tedariki
- Yayın İşlerini Yürütmek,
- Eğitim Vermek,
- Yönetim,
- Toplum Katılımı,
- Özel Gün, Sergi, Toplantı, Seminer ve Konferanslar Düzenlemek,
- Lobicilik.



1. Araştırma Yapmak

- Hedef olarak seçilen **kitlenin özellikleri, eğilimleri,** görüş ve davranışlarının belirlenmesi, **problem alanlarının tespiti,** fırsatlar ve muhtemel üzümlerin belirlenmesi için araştırma yapmak halkla ilişkiler uzmanının en önemli görevlerinden biridir.
- Halkla ilişkiler etkinliklerini planlamak amacıyla yapılabilcek araştırmalar şöyle sıralanabilir:
 1. Çevreyi izleme amaçlı araştırmalar,
 2. İmaj araştırmaları,
 3. Sosyal sorumlulukla ilgili araştırmalar.



2. Halkla İlişkiler Politikasını Saptamak ve Programlarını Hazırlamak

- Üst yöneticilere, halkla ilişkiler politikası oluşturucu önerilerde bulunmak, halkla ilişkiler programını işletme yönetimi ile işbirliği içinde yapmak ve uygulamak. Uygulamadan doğan aksaklıkları işletmenin yetkili organlarına iletme.



3. Fon Tedariki

- İşletmelerin gerek mevcut hizmetleri kesintisiz sürdürebilmesi, gerekse yeni hizmet ünitelerini açılması, ihtiyaç duyulan araç ve gereçlerin alınması ve yeni yatırımlar yapabilmesi için kaynağa ihtiyacı vardır.



4. İşletmeye Yeni Personel Katma

- Eğer işletme faaliyetleri için ihtiyaç duyduğu **kaliteli personeli** işletmelerine katmak kurumsal olarak öncelik veriyorsa, halkla ilişkiler bu amacın gerçekleştirilmesinde önemli görev üstlenmek durumundadır.
- Çünkü, kalifiye eleman ve uzmanların halkla ilişkiler planlarının başarıya ulaşmasında rolü hayatidir.



5. Medya İle İlişkiler

Medya ilişkileri, işletmelerin halkla ilişkiler açısından **en görünür ve en geleneksel ilişkilerindedir**. İşletmenin plan ve projeleri konusunda eksik yanlış bir bilgi veya bir bilginin vaktinden önce topluma sızması, birinin işletme hakkındaki olumsuz konuşması kuruma zarar verebilir. Halkla ilişkiler uzmanı medya ile iletişim kurarak işletme ile ilgili haberleri yayınlatabilmeli ve değişik medya araçlarında yer alan haberlerin koordinasyonunu sağlamalı, yöneltilecek eleştirileri cevaplamalı ve yanlış anlaşılmaları düzeltmelidir.



6. Gerekli Malzeme ve Araçların Tedariki

Halk ilişkiler birimi görsel-işitsel iletişim ürünler gibi araç ve gerecin tedariki konusunda **sorumluluk bilincine sahip olmalıdır**. Örneğin; okumayı sevmeyen veya okumaya ilgi duymayan insanlara işletmenin tanıtımı konusunda video yayınlarının kullanımı daha uygun olacaktır. Özellikle, kuruluşun gelişim sürecini aktaran sinevizyon, film gibi görsel işitsel araçların hazırlanması kurum tanıtımında kullanılabilir.



7. Yayın İşlerini Yürütmek

Halkla ilişkiler bölümü, **basın bültenlerini ve duyuruları** hazırlar. İşletme çalışanlarına yönelik bültenleri ve dış çevrelere gönderilecek **yıllık faaliyet raporları** gibi dokümanları da hazırlayabilir. Kuruluştaki yeni işe başlayanlara yol göstermek amacıyla **rehber kitapçıklar** hazırlanabilir.



8. Eğitim Vermek

İşletmelerin yüz yüze geldikleri rekabet ortamında halkla ilişkiler personelinde devamlı **profesyonel eğitim hayati** önem taşır. Bununla beraber, bir disiplin olarak halk ilişkiler çok hızlı bir değişim içindedir, değişimlerin takibi eğitim ile mümkün olmaktadır.



9. Yönetim

Halk ilişkileri bölümü de herhangi bir bölüm gibi idare edilmelidir. Bu, program yönetimi için gerekli personeli ve bütçeyi kapsar. Yönetim teknikleri diğer bölümlere uygulandığı gibi halk ilişkileri bölümünde de uygulanabilir.



10. Toplumun Katılımı

İşletmeler gerek özel ve gerekse de genel amaçlarına ulaşabilmek için hedef kitleleri ile iç içe olması gerekir. Bu konuda oluşacak tüm fırsatları değerlendirmesi gerekir.



11. Özel Gün, Sergi, Toplantı, Seminer ve Konferanslar Düzenlemek

İşletme turları, yıl dönümü kutlamalarını, toplum eğitimi programları ve diğeri uygulamalar halkla ilişkiler adına yapılabilecek bazı uygulamalardır. Ayrıca, seminer, konferans, workshop gibi eğitsel toplantılar organize edilebilir.



12. Lobicilik

İşletmeyi ilgilendiren yasaların çıkartılmasına yardımcı olmak ve gerekli kamuoyunu oluşturmak. Diğer işletmelerle ilişkileri geliştirmek, tüketici ve meslek birlikleriyle ilişki kurmak halkla ilişkiler faaliyetleri arasında yer alır.



Halkla İlişkiler Departmanında Görev Yapabilecek Kişilerde ve İş Yerlerinde Bulunması Gerekli Özellikler

Halkla ilişkiler alanında çalışacak kişilerin bu alanda eğitim veren **yüksek okullardan mezun olması başarılı** olmanın ön koşuludur ancak, yeterli değildir.

Neden?



Halkla İlişkiler Uzmanlarında Bulunması Gereken Özellikler

- İletişim yöntemleri hakkında bilgili olması yanında, yönetim ve organizasyon yeteneğine sahip olmak,
- İnsan ve toplum psikolojisi, sosyoloji, ekonomi, işletmecilik, hukuk ve genel kültür konularında bilgi sahibi olmak,
- Güçlü bir kişilik ve liderlik yeteneğine sahip olmak,
- İyi derecede yabancı dil bilmek,
- Etkili yazma, etkili konuşma ve etkili dinleme konularında yetenekli olmak,

- **Yayın ve raporlama** konusunda bilgili olmak,
- Yazılı ve sözlü **basınla ilişki kurma** becerisi,
- **Araştırmacı ve yenilikçi** bir kişiliğe sahip olmak,
- **İşini sevmek**, karşılaştığı sorunlara karşı soğukkanlı, hoşgörölü ve sabırlı olmak,
- Karşı tarafa inanç ve ilgi sağlayacak bir dış görünüşe sahip olmak, **temiz ve düzgün giyinmek**,
- Hepsinden önemlisi sevecen, sıcak bir davranış ve **güler yüze sahip olmak.**



İşyerinde Halkla İlişkiler Açısından Bulunması Gereken Özellikler

- Güven Verici Olmalı
- Temizlik
- İç Açıcılık
- Düzen
- Çalışanlar Giyim Kuşam ve Davranışlarına Özen Göstermesi



İşyerinde Halkla İlişkiler Açısından Bulunması Gereken Özellikler

1. Güven Verici Olmalı:

Çalışma yeri olarak kullanılan binanın halka güven sağlayacak bir yapıda olması gerekir. Rekabetin geçerli olduğu kuruluşlarda bu konu çok önemlidir. Binanın sağlam görünüşü ve estetik yapıya sahip olması gerekir.



2. Temizlik:

Bir kuruluğu, halkın temizlik yönünden güven verici ve sempatik bulması için şu hususlara dikkat edilmelidir:

- **Dış sıvanın** ve badananın temiz görünüşlü olması,
- Duvarlara **afişler** asılmamalı,
- **Binanın çevresi** temiz tutulmalı,
- **Seyyar satıcıların** binanın önünde devamlı olarak bulunmalarına engel olunmalı,



- **Camlar** temiz tutulmalı,
- Kapı girişlerine **paspas** konulmalı,
- Kapı yanları, pencere önü ve salonlar **çiçekler** ile donatılmalı,
- **Perde, halı ve yolluklar** belirli aralıklarla temizlenmeli,
- Lavabo ve **tuvaletler** temiz tutulmalı.



3. İ Açıcılık

- Binanın dış görünümü **sevimli** olmalı,
- Camları geniş, salonlar iyi **ışıklandırılmış** ve açık renkte boyanmış olmalı,
- Bina içinde **gereksiz eşya** bulundurulmamalı, canlı çiçeklere yer verilmeli,
- Binanın içi çok iyi havalandırılmalı ve **sıcaklık 20-22** derece civarında olmalıdır.



4. Düzen:

- Binanın dışı, bahçesi, koridorları ve giriş **düzenli** olmalı,
- **Bekleme salonu** ve odalardaki eşyalar en uygun ve kullanışlı biçimde yerleştirilmeli
- Masanın üstü, dolaplar **dağınık** olmamalı, dosya ve klasörle düzgün biçimde yerleştirilmeli,
- Bürolarda bulunan bilgisayar ve diğer **araçlar en uygun yere** konulmalıdır.



5. Çalışanlar Giyim Kuşam ve Davranışlarına Özen Göstermesi:

İşletmede çalışan herkes statü farklılığı gözetilmeksizin müracaat eden müşterilere yardımcı olmalı, giyim ve kuşamına özen göstermelidir. Ayrıca, duruş ve tavırlarına dikkat etmelidir.



Meslek Olarak Halkla İlişkiler

Kurumlar arası etkili ilişkileri devam ettirmek için bütün organizasyon çeşitlerinin ihtiyaç duyduğu **halkla ilişkilere olan talep giderek artmaktadır. Yönetimin bir parçası olan** halkla ilişkiler çalışanları, organizasyonları tarafından verilen politik kararlarda daha fazla söz sahibi olmayı günümüzde kazanmaktadırlar.



Halkla İlişkilerde İş Bulma

Değişik organizasyonlarda halkla ilişkiler elemanı olarak çalışmak isteyenlerin **iş bulmalarını kolaylaştıracak bazı** konulara dikkat etmeleri, başvuru yapacaklara bazı avantajlar sağlayabilir. Doğru işe yerleşmek için, dikkatli araştırma yapılması gerekir.

1. Kendini Bilme:

İş bulmak temelde kişinin kendini tanıtabilmesi sürecidir, bu nedenle ürünü (yani kendini) bilmek demektir. Niteliklerinin bir listesini yapması bir başvuru sırasında bir avantaj sağlayabilir.



2. Sahip Olunan Dokümanların Bir Araya Toplanması:

Ödüller, şimdiki ve önceki iş bilgileri, özgeçmiş işe girmek isteyenleri tanımaya yardımcı olur. Kişinin bütün zayıf noktalarını ve güçlü yanlarını belirlemesi faydalı bir adım olarak görülmektedir.



3. Uygun Hedefi Seçmek: Doğru işvereni seçmenin anahtarı, çalışmak istenilen alanı, kişinin yeteneklerine ve bilgisine ihtiyaç duyan kuruluşların türünü ve muhtemel organizasyonları araştırmaktan geçer.



4. Kayıt Tutmak: Başvuruda bulunulan işlerle teması kesmemek için her bir muhtemel işveren için bir dosya hazırlanabilir. Anlaşmanın her parçası firma ve iş kar verenler hakkında basit temel bilgiler dosyalanmalıdır.

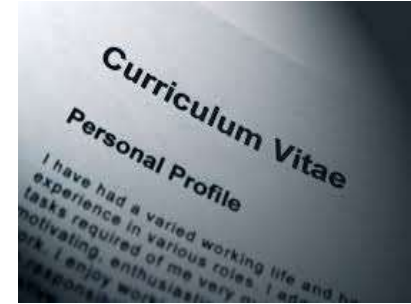


5. Özgeçmiş ve Başvuru Mektubu Hazırlamak:

Hedef organizasyonlar belirlendikten sonra, bir özgeçmiş ve bir başvuru mektubu hazırlanmalıdır.

Başvuru mektubu hazırlarken şu genel kurallar takip edilmesinde fayda vardır:

- a) Başvuruyu yapan önemli özelliklerini vurgulaması gerekir. Bir nevi satış mektubudur yalnız **abartılmamalıdır.**



- b) Başvuru yapılan işletmelerin ne istediği hakkında düşünülmesi** ve bunu mektup hazırlanırken göz önüne alınması gerekir.
- c) Daha önceden veya şu anda çalıştığın diğer yerler ve diğer insanlar hakkında eleştirel bir şeyler** söylenmemesi gerekir. Zira, birçok işveren, bir başka yerde mutsuz olduysan, onlarla da mutsuz olacağına inanır.



- d) **Maaş ve avantaj** konularında istenildiğinden bahsedilmemesi uygundur. Normalde bu konular görüşmede ele alınır.
- e) Mektubunun **iyi bir şekilde hazırlanıp** hazırlanmadığına bakılması gerekir. **Lekli ve özentisiz** yazılmış bir mektup başvuru sahibi için olumsuz bir not olarak kaydedilir. Yapılan yanlış imla kuralları hemen fark edilecektir. Kaliteli beyaz kağıt kullanılması gerekir ve asla mektubun karbonunu veya fotokopisi gönderilmemesi gerekir.

- f) **Mektubu ilgili kişiye gönderilmesi** gerekir, yöneticiye ya da genel başkana değil.
- g) Başvuru mektubu başvuru sahibinin kişiliğini ve **niteliklerini yansıtmalı** ve ayrıca aradığı işi belirtmelidir.
- h) Mektubunun sonunda **görüşme talep edilmesi** gerekir.



6. İlk Görüşme:

Mektup ve özgeçmişlere cevap olarak hedeflenen organizasyonlardan biriyle görüşmek için bir davet alındığında, daveti yapan kişiye **telefonla ulaşılmalıdır.**



7. İş Görüşmesinde İletişim Kurmak:

İş görüşmesinde aktif olabilmek amacıyla, başvuru yapılan işletme hakkında önceden bir araştırma yapılması gerekir. Bu araştırmada **başlıca ürünler** ve servisler, **üst düzey yöneticilerin isimleri** ve hakkındaki gerçekler, diğer konumları, **toplam satışları**, işçilerin sayısı, **pazar payı**, finansal pozisyonu, **tarihi**, **yakın takipleri**, problemleri gibi organizasyon hakkında kesin bilgiler sağlamalıdır.

Ayrıca, **iş görüşmesine katılacakların görüşülen kişinin adını bilinmesi** ve telaffuz edebildiğinden emin olması artı puanlardır.

8. İş Görüşmesindeki Soru Kategorileri:

Bir mülakatçının mülakat esnasında sorabileceği **soruların tahmin** edilmeye çalışılması başarılı bir iş görüşmesinin altın anahtarlarından birisidir.

Gelecekteki hedeflerle ilgili sorular?

Teknik yeterliliklerle ilgili sorular?

Kişisel niteliklerle ilgili sorular?

Kapasite ile ilgili sorular?



9. Görüşmede Sözsüz İletişim:

Bir iş görüşmesinde göz temasının kurulması mülakata katılan ile mülakatı yapanlar arasında güven uyandırmak için çok önemlidir.

Eller ve bacaklar sinir ve endişeyi açığa vurabilir.

Güven izlenimini vermek için sürekli olarak hareketlerin kontrol altında tutulması gerekir.

