

# **7. BÖLÜM:**

# **HALKLA İLİŞKİLERDE**

# **HEDEF KİTLE**

Öğretim Görevlisi  
Meral GÜNEŞ ERGİN

# İşletmeler Hedef Kitleyi

- Örgüt İçi,
- Örgüt Dışı,
- Toplumla,
- Medya ile ilişkiler.

# 1. KURULUŞ İÇİ HEDEF KİTLE

- Örgüt personeli de **kuruluşların iç müşterisi** olarak düşünölmeli ve halkla ilişkiler hizmetlerinin başarısında önemli bir etkisi olduğu unutulmamalıdır.
- Karşılıklı iyi niyete dayalı ilişkiler geliőtirmek suretiyle örgütte **verimliliği artırmak** amaçlanmalıdır.

- İç halkla ilişkiler, kurumun hem düzeninin hem de dinamizminin bir göstergesidir. Örgütün çevreyle iyi ilişki kurabilmesi için önce kendisinin iyi olması gerekir.
- İfade edildiği üzere, **iyi halkla ilişkiler kurumun içinde başlar.**
- Bu nedenle, iç halkla ilişkileri asıl olarak bu yaklaşımla değerlendirmek ve örgüt **performansının** ayrılmaz bir parçası olarak nitелеmek gerekir.

## **İç hedef kitle dendiğinde:**

- Örgüt içinde çalışan personel,
- Ortakları,
- Sendikalar, iç hedef kitle kapsamı içinde yer alırlar.

# Personelle İlişkiler

- Bir kuruluşta hedef kitle olarak çalışanlar denildiği zaman, tepe yöneticilerden en alt kademedeki çalışan iş görenlere kadar farklı ücret ve statüde çalışan bütün personel ve aileleri akla gelir.

- Her personelin **çevresine kuruluş hakkında bilgi akışı sağlayan** bir halkla ilişkiler çalışanı gibi işlev gördüğü göz önünde bulundurulursa, onların içinde çalıştıkları kuruluş hakkında doğru bilgilendirilmesi, son derece önem taşımaktadır.

- Çalışanlara ***faaliyetler, çalışmalar, gelişmeler ve değişiklikler*** hakkında bilgi verip onları bu konularda aydınlatıp, onları ikna ederek firmanın birer **gönüllü** halkla ilişkiler personeli yaparak örgütün tanıtımı gerçekleşmektedir.



# Ortaklarla İlişkiler

- Günümüz şartlarında işletmelerin büyük bir kısmı **çok ortaklı** bir şirket biçiminde kurulurlar. Normal şartlarda ortaklar değişik nedenlerle bir araya gelirler.
- Fakat, yılda bir kez düzenlenen genel kurul toplantıları dışında bilgi alma imkanı bulunmayan ortakları, **çalışmalar, alınan yeni kararlar, gelişmeler, geleceğe ilişkin projeler** konusunda bilgilendirmek halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemli bir kısmını oluşturur.

# Sendikalarla İlişkiler

- **Küreselleşen** dünyamızda belirli sayıda eleman çalıştıran işletmeler sendikaların varlığı ile karşılaşır. Sendikalar çalışanların **ekonomik ve sosyal haklarını savunan ve koruyan kuruluşlardır.**
- Zaman zaman birtakım çıkar farklılıkları işletmeler ile sendikaların **karşı karşıya gelmelerine** neden olabilir. Bu nedenle, bu zamanlarda işletme maddi veya manevi birtakım zararlar görmemesi adına işletme ile sendikalar arasında **iyi iş birliği tesis** edilmesi gerekir.

# Günümüzde İşletmelerin İç Halkla İlişkiler Faaliyetlerine Önem Vermelerinin Nedenleri

- Bütün çalışanlarla düzenli **iletişim** kurmak,
- Tüm çalışanları işletme ile ilgili konularda **bilgilendirmek**,
- Yasal düzenlemeler, rakipler, pazarlama planları, üretim ve kârı içeren kurumsal amaçlarla ilgili konuları **vurgulamak**,

- ❑ Çalışanları, **sorunlarını** gündeme getirmek konusunda **cesaretlendirmek**,
- ❑ Orta düzey yöneticilerin, elemanları ile ilgili toplantılar yaparak, problemleri **tartışmaya** yönelmeleri,
- ❑ Çalışanları **değişiklikler ve yenilikler** konusunda kitle iletişim araçlarından önce **bilgilendirmek**,
- ❑ İletişim programının **etkinliğini arttırmak**,
- ❑ Çalışanları **soru sormak** konusunda cesaretlendirmektir.

# ÖRGÜT İÇİ HALKLA İLİŞKİLER VE VERİMLİLİK

Örgüt içinde insan kaynaklarının verimliliğinin arttırılmasında halkla ilişkilerin rolü şu şekilde sıralanabilir:

- Formel iletişim kanalları ile ulaşamayan doğal örgütlere ulaşarak, **iş gören gruplarının tanınmasına imkan sağlamaktadır.**
- Dinamik ve esnek iç halkla ilişkiler faaliyetleri, çalışanlarla ilgili problemlerin çözümlenmesi ya da bir karar alınmasında **sürekli bir diyalogu gerçekleştirerek, verimi arttıracak doğru kararların alınması ve farklı düşüncelerin ortaya çıkmasında bir araç** olmaktadır.

- Toplam kalite anlayışı içinde **tüm çıktıların kalitesinin sağlanması, öncelikle örgüt içindeki insan kaynaklarının verimli çalışmasına bağlıdır.**
- İç halkla ilişkiler çalışmaları ile işletmede **çalışanların aile, akraba ve arkadaşlarının sempatilerinin kazanılması ve bu sempatinin çalışanlara yansması, onun daha istekli ve verimli çalışmasında psikolojik bir özendirici** olmaktadır.

○ İyi halkla ilişkiler faaliyeti, **iş görenlerin örgüt amaçlarını daha iyi anlamalarına imkan sağladığından** dolayı çalışanların bu amaçların gerçekleşmesi için daha verimli çalışmalarına zemin hazırlamaktadır.

○ Çalışanların gerek ekonomik, psikolojik ve gerekse diğer yaklaşımlarla desteklenmesi, **samimi iç halkla ilişkiler çalışmaları ekonomik kriz dönemlerinde örgüt için avantaj** olmaktadır.

**KURUM İÇİ HALKLA  
İLİŞKİLER  
UYGULAMASINDA  
KULLANILAN YÖNTEMLER  
VE ARAÇLAR**



# 1. Personelin İşletme Yönetimine Katılması

- Günümüzde personel basit bir çalışan olmak yerine, örgüt **yönetimine katılmak**, kendilerini ilgilendiren kararların alınmasında ve sonuçlandırılmasında **aktif rol** almak istemektedir. Bu durum çalışanların **motivasyonunu** arttıracak ve aynı zamanda çalışmayı etkileyerek iş verimini de daha iyi noktalara getirecektir.

## 2. Personelle İlişki Büroları

- İşletmeye yeni giren iş görenler, mesleği ne olursa olsun, o işletme hakkında yeterli düzeyde pratik bilgilere sahip değildir. Yeni gelen personele **kuruluş tanıtılması** uygun bir durumdur.
- Söz konusu tanıtma, bu amaçla kurulmuş kabul **bürolarıyla yapılabilir**. Bu bürolar çalışanların ilişkilerini geliştirerek işletme içerisindeki **gruplaşmayı gidermede** önemli bir rol oynayabilir.

**Oryantasyon eğitimi  
ne demektir?**

# Çalışanlara oryantasyon eğitiminde şu bilgiler verilmeli:

- Sahiplik, finansman, yönetim, karar mekanizmaları ve düzenleyici yasaklar hakkında bilgi verilmeli,
- İşletmenin benimsediği tüketici hakları hakkında bilgiler verilmeli,
- Çalışanlara departmanları gezdirip, sesli ve görüntülü olarak işletme tanıtılmalı,

- Kişisel sağlık ve bu sağlığı koruma hakkında bilgi verilmeli,
- Gerekli iş güvenliği ve alınması gereken tedbirlerden bahsedilmeli.
- İşletme içi iletişim araçlarının kullanımı,

- Çalışanlara sunulan hizmet ve imkanlar (örneğin sağlık yardımı gibi) açıklanmalı,
- İşle ilgili problemi olan personele yardımcı danışmanlık hizmetleri, ayrıca yeni gelen personele gerekli olacak bilgiler öğretilmelidir.

# 3.Üst Yöneticilerin Bölüm Ziyaretleri

- Zaman zaman üst düzey yöneticilerin programsız bir şekilde bölümleri ziyaret etmeleri ve burada çalışanlarla yüz yüze görüşmeler yapmaları, kuruluşla ilgili bilgileri **birinci ağızdan** almaları açısından yarar sağlayacaktır.

# 4. Personelin Yönetimle İletişimleri

- Yönetimin her zaman çalışanların işletmeyi nasıl **gördüklerini** öğrenmeye ihtiyacı vardır.
- Örneğin, işletmenin giriş kapısına ve işlek yerlerine yerleştirilecek **dilek kutuları** çalışanların görüş ve önerilerini yöneticilere iletmelerine büyük oranda yardımcı olabilir.



## **5. Personele Hitap Etmek**

Değişik zamanlarda yapılacak toplantılar ile iş görenlere işletme hakkında bilgi aktarılır ve sorular yine en yetkili kişiler tarafından cevaplandırılarak iletişim sağlanabilir.

## **6. Personel İçin Düzenlenen Geziler**

Değişik amaçlarla çalışanları işlemenin faaliyet sürdürdüğü bölgede veya ülkenin başka bölgelerine, hatta bazı durumlara ülke dışına geziler düzenlenebilir.

## 7. Organizasyon Etkinlikleri

- Personele yönelik çok sayıda örgütsel etkinlik düzenlenebilir.
- Örneğin, işletmeye uzun süre hizmet veren ve emekli olanları uğurlamak veya işletmede uzun süre çalışanlara **plaket ve ödül** verilme törenlerini, çalışanların çocuklarına yönelik etkinlikler yine ilgi gören faaliyetler arasındadır.

## **8. Yazılı ve Basılı Araçlar**

Kuruluş içi halkla ilişkiler faaliyetlerini sürdürmeye yönelik yazılı ve basılı olarak işletme gazetesi, dergi, broşür, el kitapçığı, bültenler, yıllıklar, raporlar, mektuplar vb. gibi araçlardır.

## **9. İnternet Kullanımı**

Günümüzde halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütülmesinde internet önemli bir araç haline gelmiştir.

## 10. Duyuru Tahtaları

Kurum içi halkla ilişkilerde kullanılabilecek çok etkili ancak o kadar da ihmal edilen iletişim araçlarından birisidir. Hem **az masraflı hem de hızlı bir iletişim aracı** olan duyuru tahtaları tüm çalışanların görebileceği yerlere asılmak suretiyle istenilen mesajlar ulaştırılmış olunur.

# 11. Telefon Enformasyonu

- İşletmenin **en yetkili kişisi** tarafından çeşitli açıklamaları içeren bir teyp bandının telefon sistemine bağlanması şeklinde çalışmaktadır.
- İş görenler herkes tarafından bilinen **dahili bir numarayı** telefonda çevirdiğinde teyp bandı otomatik bir şekilde devreye girerek bilgiler alınabilir.

## 12. İş Görenlerin Ailelerine Yönelmek

İşletmede çalışan personel kadar onların aileleri de iletişim süreci içinde yer alan gruplar arasındadır. Dolayısı ile, değişik zamanlarda bu grubu **bilgilendirecek faaliyetlerde** bulunulması işletme menfaatinedir.

# **KURULUŞ DIŞI HEDEF KİTLE**

İŞletmeler faaliyetlerini **açık bir sistem içerisinde yürütmektedirler**, toplumdan ve çevresinden ayrı yaşamaları söz konusu değildir. Bu nedenle; halka açılmak, halkı dikkate almak zorundadırlar. İŞletmeler sadece **insan ihtiyaçlarını gideren mal ve hizmetleri üretip, satan kuruluşlar değil aynı zamanda, hizmet verdiği topluma karşı sorumlulukları da olan kuruluşlardır.**



Kamuoyunda belirli bir **firma imajı** oluşturan şletmeler uzun dđnemde kazançlı çıkarlar.

Halka dđrđst, gđvenilir bir firma imajı oluşturmuş şletmeler **uzun dđnem de varlığını** devam ettirecekleri gibi őrrettiđi mal ve hizmetler toplum tarafından da bđyđk dđlde tercih edilecektir.

# 1. Tüketicilerle İlişkiler

- İşletmeler **varlıklarını** tüketicilerine borçludur. İşletme ürettiği mal ve hizmetleri tüketiciye sunar ve onların bu mal ve hizmetleri tercih etmesini bekler.
- İşletmenin varlığını borçlu olduğu tüketicileri **bilgilendirmek** ve iyileştirme ile ilgili amaçları söz konusudur.
- Tüketicilerin zihninde **olumlu firma imajının** oluşturulması için tüketicilere bilgi verilmesi, onlarla iyi niyete dayalı ilişkiler kurulup geliştirilmesi ve bu geleneğin devam ettirilmesi gereklidir.

## 2. Bayilerle İlişkiler

Bayiler kuruluşun gözü, kulağı, **cephedeki askerleridir**. Ürünün güzelliğinden en büyük övünme payının üretici firmalar alırken her hangi bir aksamada ilk muhatap bayiler olur. Bu nedenle, bayilerle ilişkiler son derece önemlidir.

### 3. Satıcı ve Tüccarlarla İlişkiler

İşletmeler kendilerine hammadde yarı işlenmiş veya işlenmiş madde, çeşitli araç, gereç, malzeme, yiyecek, içecek satan firmalarla **ilişki kurmak zorundadırlar**. Zira, bir çok işletme ekonomik olmadığı için üreteceği ürünlerin tamamını kendi imkanları ile **üretemez**.

Dolayısı ile, diğer işletmelerle çeşitli ilişkilere girer. İşletme yönetiminin satıcı firmalarla **iyi niyete dayalı ilişkiler kurmaları**, satın alınan malın **devamlılığı, güvenirliği ve kalitesi** bakımından önemlidir.

## 4. Çevreyle İlişkiler

- Her kuruluşun **yakın ve uzak** çevresiyle ilişki kurması gereği tartışmasızdır.
- Bireyler çevresiyle nasıl ilişkiler yürütüyorlarsa, kuruluşlar da çevreleriyle benzer ilişkilere girerler. Kuruluşun bulunduğu kent, semt, sokak, cadde, komşu kuruluşlar, rakip ya da dost kuruluşlar, vb. kuruluşun çevresini oluşturur.
- **Çevresiyle sosyal ilişkileri olumlu düzeyde olan kuruluşlar**, başarı grafiklerini yükseltirler.

## 5. Kamu Kuruluşlarıyla İlişkiler

İşletmenin kamu kuruluşlarıyla **çok yönlü** ve çeşitli konularda ilişkileri vardır. Başta **hükümet, parlamento** üyeleri ve yüksek kademedeki sivil ve **askeri** personel olmak üzere, yetkili grup ve kişilere, şirketin yatırımları, genel personel politikası, sosyal yardım faaliyetleri vb. hakkında yeri geldikçe bilgi vermekte bir çok faydalar vardır.

## 6. Eğitim Kuruluşlarıyla İlişkiler

Gelişmiş ũlkelerde eğitim kurumlarının görevleri sadece belirli alanlarda eğitim vermek değil aynı zamanda **sanayi işbirliğini** geliştirecek projelerin oluşmasında da katkı sağlaması beklenir. İşletmelerin başta ũniversite olmak ũzere **teknik ve mesleki** okullarla sũrekli ve dũzenli olarak ilişkiler kurması halkla ilişkiler gereğidir. İşletme eğitim kurumlarıyla birlikte **konferans, seminer ve toplantılar** dũzenleyerek, topluma kendisini ve varlığını tanıtı bilir.



# 7. Meslek Örgütleriyle İlişkiler

- Her örgütün faaliyet gösterdiği iş dalına göre çeşitli **meslek örgütlerine üye** olması kendi menfaatleri gereğidir. Zira, bir çok sorunun çözümünde bu tür kuruluşlar yardımcı olur.
- Örneğin, Ticaret ve Sanayi Odası, Barolar, İhracatçı Birlikler, Ziraat, Mühendislik, Eczacılık, Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Birliği, Borsalar vb. gibi örgütlerin ilgili olanlarıyla sıkı ilişkiler kurulmalıdır. Günümüzde bu örgütler ilgili firmaların çıkarlarını savunacak bir **baskı grubu** oluşturabilirler.

# 8. Finansal Kurumlarla İlişkiler

- İşletmeler zaman zaman kendi **öz kaynaklarının yetersiz** olduğu durumlarla karşılaşır. Bu problemin giderilmesinde gerek duyulan dış kaynağın araması ve bulunması noktasında, bazı kuruluşlar için hedef kitle **bankalar** iken, bazıları için **yatırımcılar** veya **sigorta şirketleri** olabilir. Saygın bir kimliği bulunan işletmeler ihtiyaç duydukları kaynakları bulmada **zorluk çekmezler**.

# TOPLUMLA İLİŞKİLER

- Bir organizasyonun **başarısı veya başarısızlığı** toplumla olan ilişkisinin etkinliği ile yakından ilgilidir. Organizasyonların halkla ilişkiler faaliyetleri **enerji kullanımı, işçi faaliyetleri, atıklar, binasının tasarım ve inşa edildiği yer, pazarlama ve reklam** faaliyetleri nedeni ile çevresel faktörlerden etkilenebilir.

# MEDYA İLE İLİŞKİLER

Medya genel olarak Şu Şekilde tanımlanmaktadır; yazı, ses, ya da görüntü aracılığıyla, **iletişim kurmayı sağlayan** yazılı ve elektronik basın, internet, haberleŐme uydusu, faks, telefon, vb. gibi kitle iletişim araçlarının tŐmŐne medya denilmektedir.

- Medyanın görevi öncelikle **bilgilendirmektir.**
- Bilgilendirme aynı zamanda halkı eğitmeyi de içine almaktadır.
- Medyanın en önemli işlevlerinden birisi de kuşkusuz, **kamuoyunu** oluşturmaktır. Kamuoyu oluşturmada en etkin araç olarak medyanın rolünü bugün bütün toplumlar kabul etmektedir.

# Medya yaygın olarak aşağıdaki kategorilere ayrılır:

## 1. Yerel Gazeteler:

- Bunlar daha ziyade bir kasaba veya metropol il sınırları içerisinde faaliyet gösterirler.
- Bu gazetelerin amacı **toplumun yaşam tarzını** yansıtmak için ticari bilgiler vermektir ve genellikle **editörleri siyasi** bir görüşe sahiptir.
- İşletme yöneticileri yerel basınla iyi ilişkiler içerisinde bulunmak durumundadır.



## 2. Ulusal Gazete ve Dergiler:



- Ulusal gazeteler yerel haberlere çok ilginç olmadığı müddetçe yeterince ilgi göstermemektedir. Halkla ilişkiler uzmanlarının basınla, **olumlu, düzenli ve sürekli** ilişkiler kurmaları gerekir.

### **3. Basın Acentaları ve Serbest Çalışan Yazarlar:**

- Basın acentaları gazete, magazin, dergi, radyo ve televizyonlara haber sağlayan kendi nam ve hesaplarına çalışan ticari bir organizasyon türüdür.



## 4. Radyo ve Televizyon:

- Televizyon ve radyo da olayları ve konuları basın gibi aynı yöntemlerle rapor eder.
- Ancak, insanların beyninde daha fazla etki bırakır. Çok kısa süreli bir görüntü veya ses bir sayfa gazetenin nakledeceği veya ifade edeceğinden daha fazla şeyi ifade edebilir.

## 5. Diğer Medya Araçları:

- Çağımızda işletmeler rakiplerine üstünlük sağlamak için sundukları yeni hizmetleri tüketicilere hızlı bir şekilde ulaştırmada, hizmetlerini ve işletmeyi tanıtan programları aktarmada geleneksel iletişim ve tanıtım araçlarını daha etkin kılacak yeni iletişim araçlarını kullanmak zorundadırlar.
- Bu yeni iletişim araçları arasında **internet** başta gelmektedir.