

İŞLETMELERDE HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ

8. BÖLÜM

Öğretim Görevlisi
Meral GÜNEŞ ERGİN



İŞLETMELERDE HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİ

- Tanıtma
- Tanıma
- Lobicilik Faaliyetleri



1. TANITMA

Tanıtma; **örgütün bütün yön ve gerçekleriyle halka anlatılması**, örgütün yapı ve görevlerine ilişkin bilgi ve haberlerin düzenli bir biçimde halka duyurulması ve gerektiğinde açıklığa kavuşturulması olarak tanımlanabilir.



Tanıtma, hedef gruplara belirli bir konuda, **belirli bir tutum ve davranış kazandırmak için uygun yöntemler, teknikler ve haberleşme araçları** kullanılarak yapılan aydınlatma faaliyetleridir.



Tanıtma İşlevinin Amaçlarını

1. Halkı **aydınlatmak**, işletmeyi ve izlediği politikaları, amaçlarını benimsetmek,
2. Halkta işletmeye karşı daha **olumlu tavırlar** yaratmak,
3. İşletme ile olan ilişkilerde halkın işini **kolaylaştırmak**,



4. **Uyulması gerekli** kurallar hakkında aydınlatıcı bilgiler vererek halkın bu kurallara uymasını sağlamak,
5. Hizmetlerin yürütülmesinde halkla **işbirliği** sağlamaktır.



Tanıtmanın Etkili Olabilmesi İçin:

- Tanıtma **hedef gruba hitap** etmelidir.
- Tanıtma kurum **imajı ile tutarlı** olmalıdır.
- Tanıtmada **rasyonel cazibe ile duygusal cazibe** beraber kullanılmalıdır.



**Kurumlar için en iyi
tanıtma şekli nedir?**



- **Üründe kalite**
- **Ucuz fiyat**
- **Verimlilik**
- **Çalışanlara sosyal ve ekonomik katkı**
- **Topluma yansıyan hizmetler**



TANITMA ARAÇ VE YÖNTEMLERİ

- Tanıtmada kullanılan halkla ilişkiler araç ve teknikleri arasında **medya** önemli bir yer tutar.
- Medyadan başka **önderlerden yararlanma, gösteri, kokteyl, kabul, önemli günleri kutlama** gibi araçlardan da yararlanıldığı görülmektedir.



1. Medya ile ilişkiler

- Başarılı bir halkla ilişkiler uygulaması için medyadan yararlanılmasının **zorunlu** olduğu bilinmektedir.
- Medyanın yönetilenlere **bilgi verme**, buna karşılık yönetilenlerin düşündüklerini açıklama, dolayısıyla halkın isteklerini yönetime duyurma işlevi yönetimin halkla ilişkiler çalışması açısından son derece önemlidir.



Kurumsal Reklamcılık

Kurumsal reklamlar hedef alıcıların **ilgisini kuruma çekmek**, kuruma olan davranışlarını olumlu yönde etkilemek için yapılır.

<https://www.youtube.com/watch?v=Q5VKtiel6bQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=oaqm6mRaUq4>

<http://www.arcelik.com.tr/reklam-filmleri-arcelik-kurumsal.html>



- Kurumsal reklamın mal ya da hizmetlerin satışını gerçekleştirmek üzere yapılan iletişim faaliyeti olarak tanımlanan reklamdan farkı ise, **mesaj içeriğindedir.**
- Reklamda mesaj mal ya da hizmet üzerine kurulurken, kurumsal reklamın mesajı mal ya da hizmeti üreten **kuruluş ile ilgilidir.**



2. Basın Toplantısı

Kamu ve özel sektör kuruluşlarının tanıtımında, her türlü mesajlarının kamuoyuna iletilmesinde en çok başvurulan yöntemlerden biri basın toplantısıdır. Basın toplantısının toplumun bütün **kurum ve kuruluş yöneticileri** düzenleyebilir.



- Basın toplantıları, bir bakıma **olağanüstü durumlardır.**
- Önemli bir konuda kamuoyunu **bilgilendirme, büyük bir açılış, bilimsel toplantı, temel atma** gibi kamuoyunun dikkatinin çekilmesi istenen olaylar söz konusu olduğunda basın toplantısı düzenlenir.



3.Basın Bildirileri ve Basın Bültenleri

- Kamu ve özel sektör kuruluşlarında “basın bildirileri” halkla ilişkiler birimlerince ya da konuya ilişkin uzmanlarca kaleme alınmaktadır.
- Basın bildirisi yazılı olarak hazırlanır. **Bildirinin açık, kısa ve kolay** anlaşılır olması gerekir. Fazla **teknik kelimelerden ve karmaşık ifadelerden** kaçınılmalıdır.



Basın bültenleri kuruluşların faaliyetlerini basına **periyodik olarak** duyurmak amacıyla hazırladıkları duyurulardır. ,

Basın bültenleri hazırlanmasının kolay olması ve fazla bir harcamayı gerektirmemesi nedeniyle, özellikle günümüzde **sıkça uygulanmaktadır.**



Halkla İlişkiler Biriminin Tanıtma Çalışmalarındaki Rolü

- ❖ Yönlendirme
- ❖ Yönetmelik formalitelerinin açıklanması
- ❖ Dil sorunu
- ❖ Yönetmelik içreklik



Devlet dairelerinden her hangi bir yere gittiğinizde, soru sormak istediğinizde kime sorarsınız???



1. Yönlendirme

- Yönlendirme vatandaşın sorununu çözmeye yetkili olan kuruluş ya da kuruluş içinde **ilgili birimi gösterme biçiminde** olur.
- Bilme-tanıma eksikliğinin belirtisi olarak yetkili ilgili birimi ya da kişiyi bulamama veya ilgili kişilere ulaşmada ortaya çıkan güçlükler, yönlendirme çabasıyla giderilir.



İşletmelerde görev yapan santral memurlarının önemi hakkında neler söylersiniz???



2.Yönetmelik Formalitelerinin Açıklanması

- Formaliteler, **yönetimin isteklerine uygun, belirli bir biçim** içinde kalınarak açıklanmış bilgilerden oluşur.
- Halkla ilişkiler birimlerinin “tanıtma” başlığı altında yürüttükleri görevlerden bir bölümü **belirli formalitelerin neler olduğu** konusunda halka yapacakları açıklama ve yardımları kapsar.



3.Dil Sorunu

- Kamu kuruluşlarında halkla ilişkiler uygulamalarında özellikle halkın karşılaştığı önemli sorunlardan birisi de **yöneticilerin ve uzmanların** kullandığı dil ile ilgilidir.
- Halkın personelin kullandığı dili anlayamaması çeşitli iletişim sorunlarını ortaya çıkartmaktadır.



4.Yönetmel İçreklik

- İçreklik, **belirli bilgi ve yöntemlerin halktan saklanması** ve ancak çok küçük bir gruba bu bilgilerin, yöntemlerin öğretilmesini savunan görüş ve davranış biçimi olarak tanımlanmaktadır.
- Olumsuzluklarda yönetim ve personelle ilişkilerde bilgilendirme halkla ilişkiler uzmanına aittir.



2. TANIMA

Halkla ilişkilerin tanıma görevi, çevredeki değişimleri ve beklentileri, saptayıp, isabetli kararlar almanın ön koşuludur.



- Halktan veya çevreden etkilenme ya da daha uygun bir ifadeyle işletme yönetiminin halkı ve **hedef kitesini tanıması** ve sorunlarını öğrenmesi yöneticilerin **işlerini** daha da **kolaylaştıracaktır.**
- Bu durumda halkla ilişkiler uygulamalarında yapılması gereken **önemli bir iş, hedef kitle/kitlelerin tanınmasıdır.**



İşletmeden mal ve hizmet talep eden veya dolaylı olarak hizmetlerinden etkilenen kitlenin **eğitim seviyesi, kültür düzeyi, gelir durumları, mesleki dağılımları, cinsiyetleri, yaşları, yaşam tarzı vb.** ne gibi bir bileşim oluşturdukları bilinmelidir. Tanıma faaliyetlerinde sözü edilen hedef kitleler, örgüt içi personeli de kapsamaktadır.



TANIMA YÖNTEMLERİ

- Danışma
- Anketler ve Kamuoyu Araştırmaları
- Medyayı İzleme
- Halkla Yüz Yüze İlişki



Danışma

- Danışma, yönetimin halkla ilgili bir konuda karar alması gerektiği durumlarda, **halktan bilgi almasıdır.**
- Danışmada amaç, yapılacak çalışmada ya da alınacak karar için halkın ne **düşündüğünü öğrenmektir.**



Anketler ve Kamuoyu Araştırmaları

- İşletmelerin ve kuruluşların tanıma faaliyetleri içerisinde anket çalışmaları, daha çok **tüketici anketleri, müşteri tatmin araştırmaları, imaj araştırmaları** vb. araştırmalar biçiminde gerçekleşmektedir.
- Alan araştırması yaparken, en yaygın biçimde kullanılan **veri toplama tekniği ankettir.**



Medyayı İzleme

- Medyanın izlenmesi, yönetimlerin **çevreden bilgi edinmede** kullanıldığı yollardan biridir.
- Medyada yer alan halkın istekleri, çoğu zaman medyanın ülke düzeyinde var olan gücünü de arkasına alarak **yönetimi etkileme amacına** dönüktür.



Medyanın iŖlevlerinden bir bölümünün
yönetimle halk arasında, **köprü kurmak**
olduğu söylenebilir.



Halkla Yüz Yüze İlişki

İstenen nitelikte bir halkla ilişkiler uygulaması, yönetici ile halkın bireysel, yüz yüze ilişkileri ile başlar. Yüz yüze ilişkide sorun çözmek temel amaçtır. Gerek karar öncesi, gerek sonrası halkın düşüncelerini öğrenmesini sağlaması nedeni ile **yüz yüze ilişkiler aynı zamanda önemli bir geri besleme kaynağıdır.**

Uygulamalar hakkında halkın tepkisini anında öğrenme imkanı verir.



3. LOBİCİLİK FAALİYETLERİ

Lobi kavramı, hol, koridor ve kulis gibi anlamlara gelmesine rağmen daha çok bazı **haksız çıkarlar sağlamak amacıyla** bir araya gelerek parlamento koridorlarında, nüfuslu çevrelerde, basında çıkarıcı bir siyaseti geçerli kılmaya çalışan kimselerin **oluşturduğu bir topluluk** olarak tanımlanmaktadır.



Lobicilik; kamu yönetiminde daha çok **yasa yapıcı** ya da karar verici konumunda olan kişileri **bilgilendirme** ve **etkileme çabalarıdır**.

Aynı zamanda **karar organları ile çıkar grupları arasındaki ilişki ağları** ve **etkileme sresidir**.



Lobiciliği yapan kişiler çoğalınca, dđnyanın gelişmiş ũlkelerinde ũzellikle Avrupa ve lobiciliğin anavatanı Amerika'da lobicilik de bir iş, profesyonel bir meslek haline geldi. Lobicilik faaliyetleri ilk kez 1946 yılında **Amerika'da yasal bir çerçeve** içine alınmıştır.



Ülkemizde lobicilik; yakın zamana kadar halkla ilişkiler kapsamında görülmeyen, **ahlaki ve kanuni olmayan bir faaliyetti.** Fakat, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de lobi faaliyetleri gittikçe kabul görmeye başlamıştır.



LOBİCİLİK ÇEŞİTLERİ

İki tür lobcılık üzerinde durula- bilinir.
Bunlardan biri **doğrudan** lobcılık diğeri ise,
kamuoyunda **imaj** oluşturarak, kitleleri ve
basını etkileyerek **dolaylı** yoldan sonuç almaya
yönelik lobi faaliyeti olarak ayrılır.



Doğrudan Lobcılık

Doğrudan lobcılık; bilgi alışverişi veya iletişimin yorumu gerektirmeyecek biçimde doğrudan doğruya örgütün temsilcisi ile karar alma sürecindeki yetkili kişi arasında gerçekleşmesidir.



Dolaylı Lobicilik

İmaj oluşturma ve kamuoyunu yönlendirmeye yönelik ve doğrudan örgütün veya derneğin kendi tarafından veya bu konuda uzmanlaşmış olan halkla ilişkiler şirketleri aracılığıyla yürütölen lobiciliktir.



Meslek Olarak Lobicilik

- Lobicilerin daha önceleri özellikle siyaset dünyasının yer altı faaliyetlerinin yaptıkları bilinirdi. Fakat, son yıllarda en saygın mesleklerden biri olma yolundadır. Çünkü, özellikle Amerika'da lobiciliğin **tüm çalışma sahaları, bir ülkenin haklarının savunulması, anlatılması, benimsetilmesi meşru** bir parçası sayılmaktadır.



LOBİCİLİK GRUPLARI

- **Bilgi Toplayıcılar:** Karar vericileri etkileyerek ilgili, tam ve eksiksiz bilgi toplamaya çalışırlar.
- **Temsilci Lobiciler:** Hedef ülkelerde geçerli hukuk sistemini iyi bilen, belirli konularda uzmanlaşmış, yasal danışmanlık yapan hukuk firmalarıdır.



- **Ferdi Lobciler:** Siyasal mekanizma içerisinde karar organlarını etkileyebilmek için müşterinin çıkarları doğrultusunda çalışmalarını devam ettirirler.



Lobi Faaliyetlerinde Başarılı Olmanın Yolları

- Kişisel olarak **güvenilir bir imaja** sahip olmalı,
- Gerçekten **inanılmayan, iyi araştırılmayan, doğruluğu konusunda şüpheler olan bir konunun** lobi çalışmalarına başlanmamalı,



- Konu tam olarak **anlaşılmalı**, yapılacak çalışmaların stratejisi tüm detaylarına göre saptanmalı, planlanmalı,
- **Güvenilir bilgi alma kanallarına** sahip olunmalı,
- **Anlatım yalın, kolay anlaşılır** olmalı, yanlış anlaşılmalara yol açacak uzun anlatım ve yazımlara, gereksiz detaylara girilmemelidir,



- **Uygun iletişim araçları** seçilmeli,
- **Rakipler asla küçümsenmemeli**, kişilikler zedelenmemeli, saygı ölçülerine dikkat edilmeli,
- **Karşı lobi** grubunun çalışmaları iyi **izlenmeli**, takipçi olunmalı,
- **Gerekli tüm toplantı, gezi, yemeklere, vb'lere** katılmak gerekir,



- **Bilgilenme başvurularına** olumlu bakılmalı ve yardımcı olunmalıdır,
- **Sosyal kulüpler** ve derneklere üye olunmalı,
- **Sabırlı, uzlaşmalı, yardımsever** olunmalı, saldırgan olunmamalıdır,
- **Toplumun hassas** olduğu konularda (çevre, tabii afetler vs.) gönüllü görevler alınmalı,
- Birlikte çalışılan **ekip motive** edilmelidir.

