



# HALKLA İLİŞKİLERE GİRİŞ

# HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI

- Kuruluşlar ve Kitleler
- Kurumsallaşma
- Tanıtım
- İletişim
- Reklâm
- Kendini hedef kitleye ve topluma daha iyi tanıtmaya ihtiyacı

# HALKLA İLİŞKİLER KAVRAMI

- Hedef Kitle: İlgili kuruluş veya organizasyonun varlığından, çalışmalarından ve davranış biçimlerinden olumlu veya olumsuz etkilenen herkes ve her kuruluş.
- Önemli kriterler, inandırıcılığı sağlama, yapıcı olma ve hızlı geri bildirim

# KAVRAMIN VARLIK NEDENİ

- Rekabet
- Sosyal Sorumluluk
- Hedef Kitlenin ihtiyaçları, geri bildirimleri
- Fırsatlar
- Krizler
- Pazarda yer edinme
- Medya
- Mesleki Çevre

# SÜREÇLER

- Analiz
- Plânlama
- Yürütme
- Sonuç ve Değerlendirme

# ÖZELLİKLERİ

- Yönetim aracıdır.
- Saygınlığı arttırır.
- Satışları arttırır.
- Toplum, iş dünyası, devlet kurumları, medya ve çalışanlarla ilişkileri güçlendirir.

# İLKELERİ

- Geri Bildirim sağlanmalıdır.
- Doğru bilgi verilmelidir.
- İnandırıcılık sağlanmalıdır.
- Plânlı, programlı ve sabırlı olunmalıdır.
- Tam kapasite ile sorumluluk gerektirir.
- Şeffaflık gerektirir.
- Süreklilik gerektirir.

# İç Unsurlar

- Çalışanlar: Toplantılar, seminerler, duyurular, çalışan motivasyonu, çalışanların aileleri, etkinlikler, ziyaretler, şikâyetlerin dinlenmesi, bilgilendirme notları.
- Ortaklar: Bültenler, anketler, geri bildirim formları, görüşmeler.



# Dış Unsurlar

- Müşteriler
- Aracı kuruluşlar
- Tedarikçiler
- Rakipler
- Kamu kuruluşları
- Meslekî çevre
- Finans sektörü
- Eğitim
- Medya (Basın)

# Reklâm ve Propaganda

- Reklâm: Ürün ya da hizmeti tanıtır. Belli bir bedel ödenerek gerçekleştirilir.
- Propaganda: Siyasal alanda daha fazla kullanılır. Fikir veya görüşü kabul ettirme amacı taşır.
- Halkla İlişkiler, reklâm ve propagandayla ikna etme anlamında benzer ancak tanımlardan da anlaşılacağı gibi ayrı bir alandır.
- Reklâm kısa vadeli satış hedefleri içerir. Halkla İlişkiler uzun vadeli genel hedefleri içerir.
- Propaganda katıdır, ödün vermez. Halkla İlişkilerde ise nezaket ve sakinlik gereklidir.

# İLETİŞİM VE HALKLA İLİŞKİLER

- Kendiyle İletişim
- Tek Yönlü İletişim (Sadece mesaj iletimi)
- Çift Yönlü İletişim (Geri bildirim)
- Empati
- Beden Dili (Jest ve Mimikler)
- Uygun bir dil kullanmak
- Saygılı olmak, güven vermek, karşı tarafı dinlemeyi bilmek
- Anlamaktan ötürü anlaşılmayı sağlamak

# HALKLA İLİŞKİLERDE YAPILAN YANLIŞLAR

- Söz kesme
- Saldırgan, kararsız veya aşırı çekingen üslup
- Görmemiş, duymamış gibi davranma
- Kişileri dinlemeden önyargılı karar verme
- Dedikodu
- Sırların başkalarına aktarımı
- Umursamaz, kavgacı veya aşırı yakın tutum sergileme
- Sabırsızlık
- Aşırı iddialı konuşmalar
- Meslektaşlara, mevkidaşlara ve üstlere yönelik kendini bilmez davranışlar

# HALKLA İLİŞKİLER NASIL VE NEREDE SAĞLANIR?

- Kuruluş İçi Yapılanma
- Halkla İlişkiler Danışmanlık Şirketleri
- Kuruluş İçi Yetkililer, Müdürler, Sorumlular, Danışmanlar, Yazarlar, Düzenleyiciler

# ETKİLİ BİR HALKLA İLİŞKİLER PROGRAMI İÇİN

- Düzenli ve Doğru Enformasyon Akışı Sağlamak
- Basınla ve Devletin İlgili Kurumlarıyla Etkili ve Çift Taraflı Etkileşim Sağlamak
- Medya Takip Bültenleri Hazırlamak
- Yazılı ve Görsel Medyada Kurumu Temsil Edecek Biçimde Mülakat, Röportaj Olanakları Oluşturmak, Broşür ve Kitapçıklar
- İç ve Dış Kitleye Yönelik Kurumsal Gazete veya Dergiler Yayımlamak
- Kurumun Misyonu ve Vizyonunun Çalışanlara Doğru Aşılması İçin Eğitici Seminerler veya Organizasyonlar Düzenlemek
- Sosyal Medyayı Etkin Biçimde Kullanmak
- Kuruma Yakışan Tümüleşik Bir Dış Görünüş Sağlamak
- **Teyit ve İtibar**
- **Kurumsal (CPR) ve Pazarlama Yönlü (MPR: Reaktif/Proaktif)**

# HALKLA İLİŞKİLER MODELLERİ

- BASIN AJANSI
- KAMUYU BİLGİLENDİRME
- İKİYÖNLÜ ASİMETRİK
- İKİYÖNLÜ SİMETRİK

# BASIN AJANSI

- Phineas Taylor Barnum
- Aşırı tanıtım
- Satın alıma teşvik
- Doğruluk payı önemsenmez
- Tek Yönlü (kaynaktan alıcıya)



# KAMUYU BİLGİLENDİRME

- Ivy Lee
- Doğru ve eksiksiz bilgilendirme
- Tek yönlü (Kaynaktan alıcıya)

# İKİ YÖNLÜ ASİMETRİK

- Edward Bernays
- Kuruluş lehine bilgi aktarımı
- Bilimsellik
- Karşı tarafın düşünceleri geri bildirim yoluyla alınır ve onları etkilemek için kullanılır.

# İKİ YÖNLÜ SİMETRİK MODEL

- E. Bernays
- Karşılıklı anlayış
- Geri bildirim
- Karşı tarafın düşünceleri onların isteklerinin yerine getirilmesi için kullanılır.
- Sosyal Sorumluluk



# TEŞEKKÜRLER