



# OBRADA FENOMENA INTERNIH I EKSTERNIH ODNOSA SA JAVNOŠĆU

Jovan Isailović 101/2020  
Kosovska Mitrovica, 2022

# SADRŽAJ

- ŠTA SU ODNOŠI SA JAVNOŠĆU?
- ŠTA JE INTERNA KOMUNIKACIJA?
- ULOGA INTERNE KOMUNIKACIJE
- STRATEGIJA INTERNE KOMUNIKACIJE
- ZNAČAJ INTERNE KOMUNIKACIJE
- KADA JE POŽELJNO IZVRŠITI KAMPANJU ZA INTERNI PR?
- ŠTA PRUŽA DOBRA INTERNA KOMUNIKACIJA?
- ŠTA JE EKSTERNA KOMUNIKACIJA?
- ISTORIJA EKSTERNE KOMUNIKACIJE
- ŠTA JE JAVNO MNJENJE?
- PROMENA SREDSTAVA ZA JAVNO MNJENJE KROZ GODINE
- ULOGA EKSTERNE KOMUNIKACIJE
- STRATEGIJA EKSTERNE KOMUNIKACIJE
- ANALIZIRANJE TRENUJTE SITUACIJE
- ZNAČAJ EKSTERNE KOMUNIKACIJE
- ŠTA DOBRA EKSTerna KOMUNIKACIJA PRUŽA?
- RAZLIKE INTERNE I EKSTERNE KOMUNIKACIJE
- PREDNOSTI UJEDINJENE INTERNE I EKSTERNE KOMUNIKACIJE

# ŠTA SU ODNOŠI SA JAVNOŠĆU?

- Definisani su kao “*Strateški komunikacioni proces koji gradi zajedničke korisne veze izmedju organizacija i njihovih javnosti*”
- Razvijanjem tehnologije razvija se i mogućnost komuniciranja
- Da bi neka organizacija, pokret ili stranka imala dobru sliku moraju se dve stavke usaglasiti
- Te dve stavke su interna i eksterna komunikacija
- Dodirivanje interne i eksterne komunikacije jeste od presudnog značaja prilikom kreiranja pozitivne organizacione kulture

# ŠTA JE INTERNA KOMUNIKACIJA?

- Telo koje je odgovorno za efektivnu komunikaciju medju članovima organizacije
- Polje interne komunikacije obuhvata i oblasti novinarstva, marketing, ljudske resurse, organizacione nauke, psihologiju, sociologiju i političke nauke
- Interni PR se odnosi na zaposlene u organizaciji ili na članove odbora



# ŠTA JE INTERNA KOMUNIKACIJA?

- Članovi neke organizacije danas su mnogo važniji zbog mogućnosti interakcije jedni sa drugima, kao i sa klijentima, medijima i javnošću
- Mogućnost komunikacije se poboljšava razvitkom tehnologije
- Interna komunikacija je sastavni deo zdravog odnosa i nivoa zadovoljstva članova ili zaposlenih neke organizacije
- Ljudi jedne organizacije se moraju osećati da su vredan i koristan deo nje

# ULOGA INTERNE KOMUNIKACIJE

Uloga interne komunikacije jeste da prikaže neku organizaciju što bolje samim članovima organizacije



Stavke na koje utiče interna komunikacija:

- Izgradnja morala
- Pravljenje dvosmerne ulice u komunikaciji
- Komunikacija promena

# ULOGA INTERNE KOMUNIKACIJE

- Izgradnja morala jeste jedna od najvažnijih uloga interne komunikacije, srećan i zadovoljan član neke organizacije jeste i produktivan član
- Pravljenje dvosmerne ulice je veza izmedju vrha organizacije sa njenim članovima, koja naravno ide u oba smera. Korišćenjem ovakve komunikacije daje se do znanja njenim članovima da je njihovo mišljenje bitno
- Komunikacija promena jeste komuniciranje sa članovima o nekim važnijim promenama ili dešavanjima, kako bi svi članovi mogli biti u mogučnosti da znaju šta se trenutno dešava u samoj organizaciji

# STRATEGIJA INTERNE KOMUNIKACIJE

- Najviše se bazira na principu koji se zove DO-FEEL-KNOW
- Strategija se najviše ogleda u tabanju terena i pripreme članova na promenu rada
- Gleda se akcija koju je potrebno preduzeti da bi se neka promena lakše prihvatile



# STRATEGIJA INTERNE KOMUNIKACIJE

Moraju se uzeti u obzir neke stavke prilikom biranja strategije, te stavke su:

- Ciljna grupa
- Poruka
- Pristup
- Procena i praćenje rezultata
- Vremenski opseg i resursi

# STRATEGIJA INTERNE KOMUNIKACIJE

- Prilikom pravljenja strategije interne komunikacije, moraju se izabrati sredstva gde će ta strategija delovati, pa tako imamo:
  - Elektronski način (e-mail, internet, blogovi...)
  - Štampani način (magazini, brošure, kartice...)
  - Lice u lice način (razgovori, forumi, ručkovi...)
  - Razgovor na poslu (oglasne table, TV ekrani...)

# STRATEGIJA INTERNE KOMUNIKACIJE

- Mora se обратити pažnja на sledeće:
  - Mobilna funkcionalnost
  - Vizuelne alatke
  - Brojevi
  - Mišljenje članova



# ZNAČAJ INTERNE KOMUNIKACIJE

- Značaj dobre interne komunikacije se najviše vidi kada je nema
- Jedan pogrešan korak može imati ogromne posledice
- Članovi mogu ostati bez posla
- Može se narušiti izgled jedne organizacije



# KADA JE POŽELJNO IZVRŠITI KAMPANJU ZA INTERNI PR?

- Kada se organizacija pojavi na vestima bilo iz dobrih ili loših razloga
- Kada se sprovode veliki projekti
- Kada se odaje počast nekom dostignuću
- Kada se promovišu interni dogadjaji
- Kada se pravi dobrodošlica novim članovima u organizaciju



# ŠTA PRUŽA DOBRA INTERNA KOMUNIKACIJA?

- Osećaj svrhe
- Dozvoljavanje kontrole porukama
- Angažovanje članova
- Stvaranje druge sfere organizacije
- Izgradnju organizacione kulture



# ŠTA JE EKSTERNA KOMUNIKACIJA?

- Eksterna komunikacija jeste proces prenošenja ciljeva jedne organizacije sa njenim okruženjem
- Okruženje sačinjavaju ciljna grupa, političke figure, klijenti itd.
- Originalna primena bila je u ratovima, ali danas se koristi i u mnogim drugim sferama
- Definiše se kao “*Prenos informacija neke organizacije do eksterne publike ili, alternativno, medijski izlaz*”
- Eksterni PR oblikuje izgled neke organizacije što je bolje i pogodnije moguće

# ŠTA JE EKSTERNA KOMUNIKACIJA?

- Glavni cilj eksterne komunikacije jeste održavanje ugleda, reputacije i imidža benda
- Eksternom komunikacijom moguće je menjati javno mnjenje
- Korišćenjem mas-medija moguće je uticati na, ne samo pojedinca, već i na javno mnjenje



# ISTORIJA EKSTERNE KOMUNIKACIJE

- Pojavom sredstava za masovnu komunikaciju početkom 20. veka stupa na snagu važnost dobre slike organizacije
- Prvobitna primena eksternih odnosa sa javnošću bila je u ratne svrhe
- Nakon Drugog Svetskog Rata uvideo se značaj dobrog eksternog PR-a
- U drugom delu 20. veka odnosi sa javnošću ušli su u jednu sferu profesionalnog razvitka, tada su počeli da se izdaju PR magazini, asocijacije za trgovinu i internacionalne PR agencije



# ŠTA JE JAVNO MNJENJE?

- Javno mnjenje je izraz koji se koristi od 16. veka u Francuskoj
- To je kolektivno mišljenje o nekoj određenoj temi
- Može se reći da je javno mnjenje pogled naroda na stvari koje ih dotiču i utiču na njih
- Osnovno sredstvo su mas-mediji
- Formiranje javnog mnjenja se vrši tako što se prvo gledaju agende ili korišćenjem teorije okvira (kolekcijom dogadjaja i stereotipa na koje se pojedinac oslanja)
- Agenda diktira da li će medijske, na primer, kuće uopšte preneti vesti, tj. da li je nešto vredno prenosa

# PROMENA SREDSTAVA ZA JAVNO MNJENJE KROZ GODINE

- Sa razvijkom tehnologije menjaju se i poboljšavaju sredstva za menjanje javnog mnjenja
  - Pre pronalaska radija koristile su se novine
  - Od 20ih godina prošlog veka do 50ih koristio se upravo radio
  - Od 50ih godina 20. veka do početka 21. veka glavno sredstvo bila je televizija
  - Od početka 20. veka do danas koristi se najviše internet



# ULOGA EKSTERNE KOMUNIKACIJE

- **Eksterni odnosi sa javnošću imaju ulogu u nekoliko važnih oblasti i to:**
  - Uloga u odnosima sa investitorima (pisanje mesečnog izveštaja, sastanci, konferencije itd)
  - Uloga u odnosima sa medijima (tačne informacije, intervjui, slike, grafike, priče)
  - Uloga u odnosima sa vladom (briga o državnim, opštinskim i lokalnim pitanjima)
  - Uloga u istraživanju (lice-u-lice intervjui, izolovanje ciljne grupe, ankete)
  - Uloga u faktoru uticaja i efikasnosti troškova (medijske kampanje i influenseri)

# STRATEGIJA EKSTERNE KOMUNIKACIJE

- Eksterna komunikacija se odnosi na širu javnost
- Definiše se misija (vodilja strategije), cilj (šta je potrebno postići strategijom) i publika (fokus je na više grupa)
- Analizira se i trenutna situacija (PEST faktori, SWOT faktori i konkurenca)
- Uspostavlja se ton glasa, bira se prava platforma i postavlja se način za merenje uspeha



# ANALIZIRANJE TRENUTNE SITUACIJE

- PEST faktori su politički, ekonomski i tehnološki elementi jedne organizacije koji mogu da utiču na sam njen rad
- SWOT faktori su strengths, weaknesses, opportunities i threats, tj. jače strane, slabosti, prilike i pretnje; gleda se kako se mogu izraziti jače strane, umanjiti slabe da bi se iskoristilo što više prilika da se pretnje pretvore u nove prilike
- Konkurenčija se gleda što objektivnije moguće



# ZNAČAJ EKSTERNE KOMUNIKACIJE

- Širenje vesti (direktni mailovi, finansijski zapisi, štampa i sajtovi za novosti)
- Definisanje javne percepcije (novosti, mediji i konferencije za štampu)
- Pronalazak klijenata (web sajtovi, društvene mreže i blogovi)
- Skupocenost ukoliko se loše izvrši
- Jedan pogrešno napisan članak ili citat može narušiti čitav plan eksternih odnosa sa javnošću

# ŠTA DOBRA EKSTERNA KOMUNIKACIJA PRUŽA?

- Dobra eksterna komunikacija pravi odličnu i pogodnu sliku jedne organizacije
- Informacije i detalji o nekim proizvodima se dostavljaju klijentima
- Promoviše i reklamira organizaciju, kao i njene usluge
- Smanjuje rizik grešaka



# RAZLIKE INTERNE I EKSTERNE KOMUNIKACIJE

	Interna Komunikacija	Eksterna komunikacija
Publika	Na drugom kraju su članovi organizacije	Na drugom kraju su klijenti, investitori i javnost
Cilj	Prenos informacija izmedju različitih odseka	Prenos informacije do stranki
Učestanost	Učestanija od eksterne komunikacije	Manje učestanija od interne komunikacije
Tok	Teče unutar neke organizacije	Teče u samoj sredini neke organizacije
Sredstva	Agende, seminari, konferencije, chat-ovi	Onlajn mediji, štampa, televizija, radio

# PREDNOSTI UJEDINJENE INTERNE I EKSTERNE KOMUNIKACIJE

- Bolja strateška pozicija (neuskladjenost interne i eksterne dovodi do nemogućnosti postavljanja strateških ciljeva)
- Usaglašavanje internih i eksternih poruka (članovi ne smeju saznati nešto o svojoj organizaciji iz spoljašnjih izvora)
- Poverenje medju klijentima i članovima (proces izgradnja poverenja je primarni cilj)
- Pravljenja osećaja timskog rada

# REZIME

- Interni i eksterni odnosi su dva bitna i, danas, su neizostavne stavke jedne organizacije
- Interni odnosi sa javnošću svoju delatnost baziraju na komunikaciji izmedju članova organizacije, uloga ovih odnosa jeste izgradnja morala i pravljenje dvosmerne ulice u komunikaciji
- Eksterni odnosi sa javnošću se baziraju na komunikaciji van same organizacije koristeći sredstva za komunikaciju koja su potrebna zavisno od ciljne grupe, uloga se ogleda u poboljšanju odnosa sa investitorima, medijima i vladom



**Hvala na pažnji!**