

Επικοινωνία

Ε. ΤΣΙΤΣΚΑΡΗ



Επικοινωνία, Δημόσιες Σχέσεις, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Στόχοι της διάλεξης αυτής είναι να:

- ❑ κατανοηθεί η διαδικασία & η σημασία της επικοινωνία
- ❑ αναλυθούν τα προβλήματα της επικοινωνίας
- ❑ προταθούν στρατηγικές βελτίωσης της επικοινωνίας
- ❑ κατανοηθούν ο ρόλος & τα εργαλεία των δημοσίων σχέσεων
- ❑ κατανοηθούν η έννοια και η λειτουργία της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, η αξία σχετικών προγραμμάτων και η σημασία της στη φήμη της εταιρείας

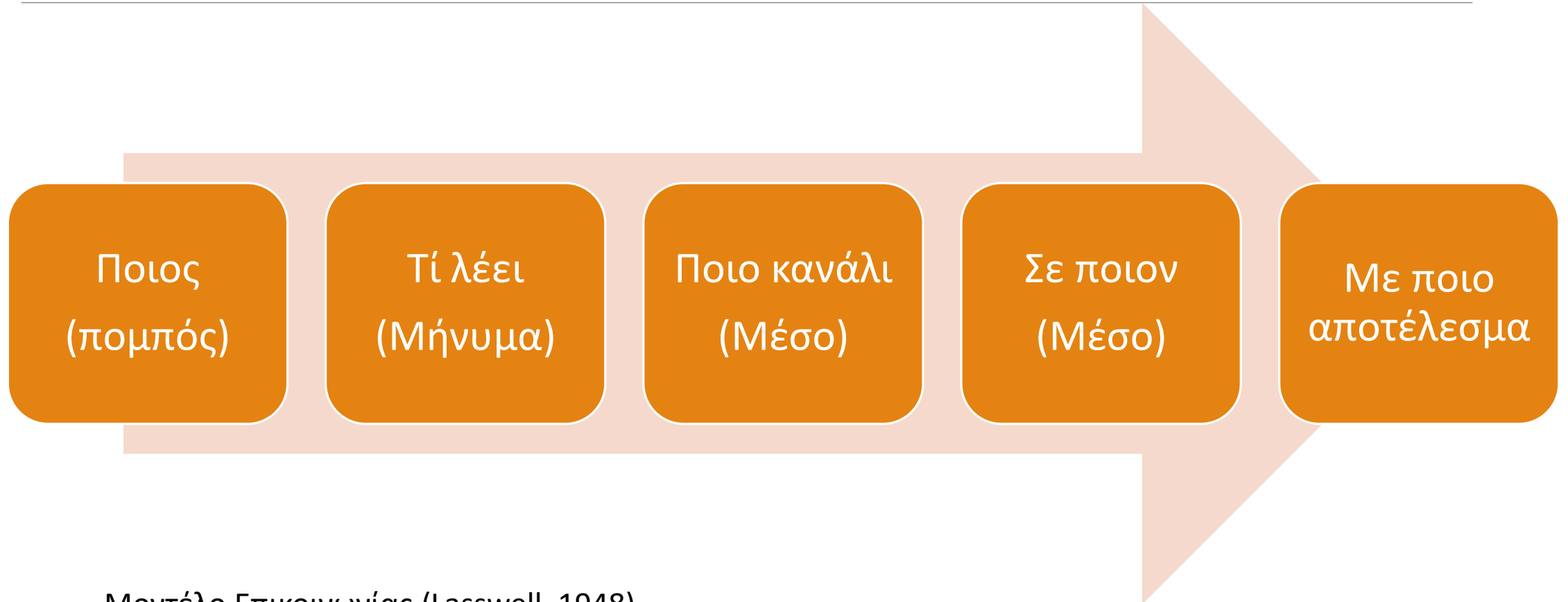


Επικοινωνία

... ορίζεται η διαδικασία κατά την οποία μηνύματα ανταλλάσσονται ανάμεσα σε δύο ή περισσότερα άτομα με οποιαδήποτε μορφή έκφραση: γραπτή, προφορική, νοηματική (γλώσσα του σώματος & εμφάνιση) (Davis, 2004).

- ❑ Η ανάπτυξη δεξιοτήτων επικοινωνία από τους επαγγελματίες του αθλητισμού είναι επιτακτική, καθώς εργάζονται σε μία ανθρωποκεντρική αγορά και αναπτύσσουν πολλούς ρόλους.
- ❑ Σε αρκετές περιπτώσεις οι δεξιότητες επικοινωνίας είναι αυτές που συνεισφέρουν στην επιτυχία ή αποτυχία ενός στόχου

Η διαδικασία της επικοινωνίας

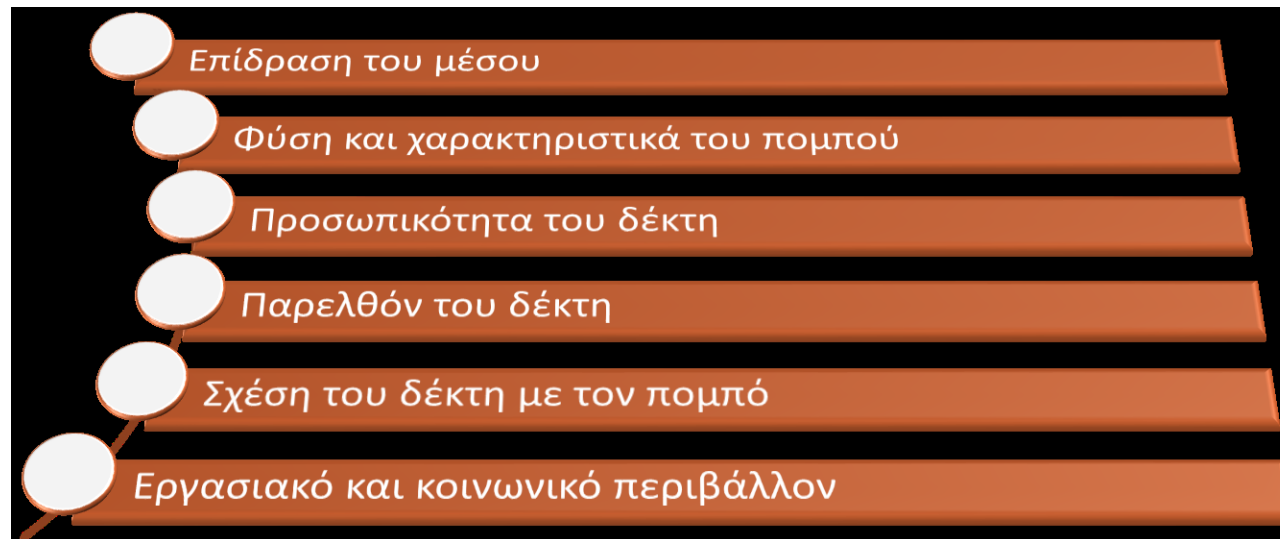


Μοντέλο Επικοινωνίας (Lasswell, 1948)

Η λειτουργία της Επικοινωνίας

Σημαντικό:

- ▶ Ο πομπός να στέλνει ένα μήνυμα με μία συγκεκριμένη σημασία στο μυαλό του.
- ▶ Ο δέκτης (ή οι δέκτες) μπορεί να δεχθεί το μήνυμα αυτό δίνοντάς του διαφορετικές ερμηνείες. Κι αυτό γιατί ο δέκτης επηρεάζεται από...:



Προβλήματα στην Επικοινωνία

WRITE YOUR SUBTITLE HERE



Πομπός

- Έχει πολύ συγκεκριμένη αντίληψη και στάση για τον εαυτό του και το δέκτη
- Είναι προδιατεθειμένος για το δέκτη
- Κάνει υποθέσεις



Μήνυμα

- Είναι πολύπλοκο ή/και αδιάφορο
- Έχει ακατάλληλες λέξεις για το πνευματικό επίπεδο του δέκτη



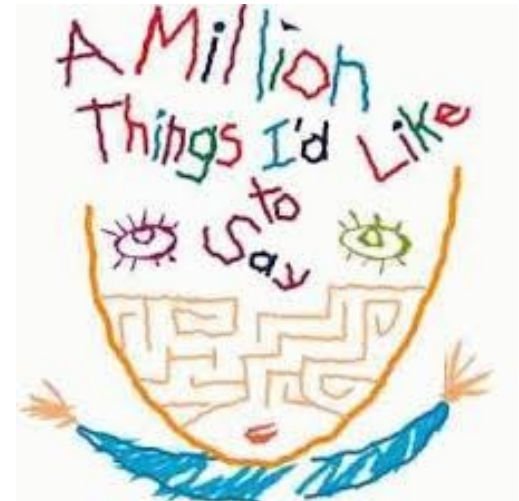
Δέκτης

- Έχει περιορισμένη αντίληψη
- Είναι προκατειλημμένος
Υπάρχει αδυναμία στην αποκωδικοποίηση
Υπάρχει δισταγμός, φόβος ή/και αμφιβολίες

Προβλήματα στην Επικοινωνία στο Εταιρικό περιβάλλον

□ Σε επίπεδο εταιρικού περιβάλλοντος, οι συγκρούσεις προέρχονται από:

1. Διαφωνίες χαρακτήρων/προσωπικοτήτων
2. Ανεπαρκή επικοινωνία
3. Κακή συμπεριφορά των στελεχών μεταξύ τους
4. Συγκεχυμένα προγράμματα, διαδικασίες και κανονισμούς
5. Αμφιλεγόμενες διοικητικές επιλογές/αποφάσεις
6. Περιορισμένες πηγές πληροφόρησης
7. Σύγχυση αρμοδιοτήτων
8. Κατάχρηση εξουσίας



Βελτίωση της επικοινωνίας...

Η επικοινωνία βελτιώνεται

- Γνωρίζοντας τον εαυτό μας
- Οργανώνοντας το μήνυμα
- Προετοιμάζοντας την έναρξη της επικοινωνίας
- Προετοιμάζοντας το μήνυμα
- Χρησιμοποιώντας υποκίνηση
- Χρησιμοποιώντας οπτικό υλικό
- Αναπτύσσοντας οπτική επαφή
- Συνθέτοντας απλά μηνύματα
- Συνοψίζοντας
- Ακούγοντας ενεργά

Για μία αποτελεσματική επικοινωνία

- Το μήνυμα πρέπει να είναι ακριβές, ξεκάθαρο και να μεταφέρει επιτυχώς τις ιδέες προς το ακροατήριο
- Πρώτα ερευνούμε και ύστερα γράφουμε
- Οι προτάσεις πρέπει να είναι συντακτικά και γραμματικά σωστές
- Οι ιδέες πρέπει να βρίσκονται σε μία αλληλουχία & σε μία λογική σειρά
- Πρέπει να χρησιμοποιείται «οικονομία στο λόγο»
- Η χρήση της γλώσσας του χώματος βοηθάει σημαντικά
- Απαιτείται ενημέρωση
- Η ευθύτητα λόγου είναι σημαντική
- Ο καθένας πρέπει να είναι ο εαυτός του
- Απαιτείται ενεργή ακρόαση

Δημόσιες σχέσεις

.. Είναι ένα εργαλείο του μάρκετινγκ με στόχο την ανάπτυξη δικτύων επικοινωνίας με μία ή περισσότερες ομάδες κοινού.

- ❑ Το τμήμα δημοσίων σχέσεων έχει ως κύρια αποστολή την επικοινωνία με το εσωτερικό και εξωτερικό κοινό του οργανισμού.
- ❑ Μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στη δημιουργία συναισθηματικού δεσίματος με τους πελάτες
- ❑ Το κόστος τους είναι ελάχιστο σε σχέση με αυτό που απαιτεί μία ολοκληρωμένη διαφημιστική καμπάνια



Λειτουργίες του τμήματος δημοσίων σχέσεων

1. Η διαχείριση των σχέσεων με τα ΜΜΕ με τη συγγραφή και διανομή δελτίων τύπου και press kit
2. Η βελτίωση της δημοσιότητας
3. Οι παραδοσιακές συνεντεύξεις και η οργάνωση συνεντεύξεων τύπου
4. Οι ομιλίες σε εκδηλώσεις
5. Η ανάπτυξη σχέσεων με το κράτος και τους τοπικούς φορείς
6. Η ανάπτυξη δικτύων εσωτερικής επικοινωνίας (με το προσωπικό)
7. Η συμβολή στην ανάπτυξη νέων προϊόντων
8. Ο σχεδιασμός διαφημιστικών εντύπων, φυλλαδίων και εταιρικών περιοδικών (newsletters)
9. Η παραγωγή και διανομή εταιρικού προωθητικού υλικού
10. Η οργάνωση και προώθηση κοινωνικών εκδηλώσεων
11. Η διαμόρφωση εταιρικής εικόνας
12. ... Social media!!!



PR BLOG



Παραδοσιακά & νέα ΜΜΕ

Παραδοσιακά ΜΜΕ

- Εφημερίδες
- Ομιλίες
- Τηλέφωνο
- Περιοδικά
- Κατάλογοι
- Εμπορικές εκθέσεις
- Ραδιόφωνο
- Τηλεόραση
- Φυλλάδια
- Χορηγίες
- Προωθητικές ενέργειες
- Εταιρικά έντυπα
- Κινηματογράφος
- Γιγαντοαφίσες
- Τοποθέτηση προϊόντος

Νέα ΜΜΕ

- Εταιρική ιστοσελίδα
- Ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης
- Blogs
- E-mail
- Banners
- Webcasts
- Podcasts
- Video casts
- Pop-ups
- Mobile marketing
- Video phones
- Social media
- SMS marketing
- mms

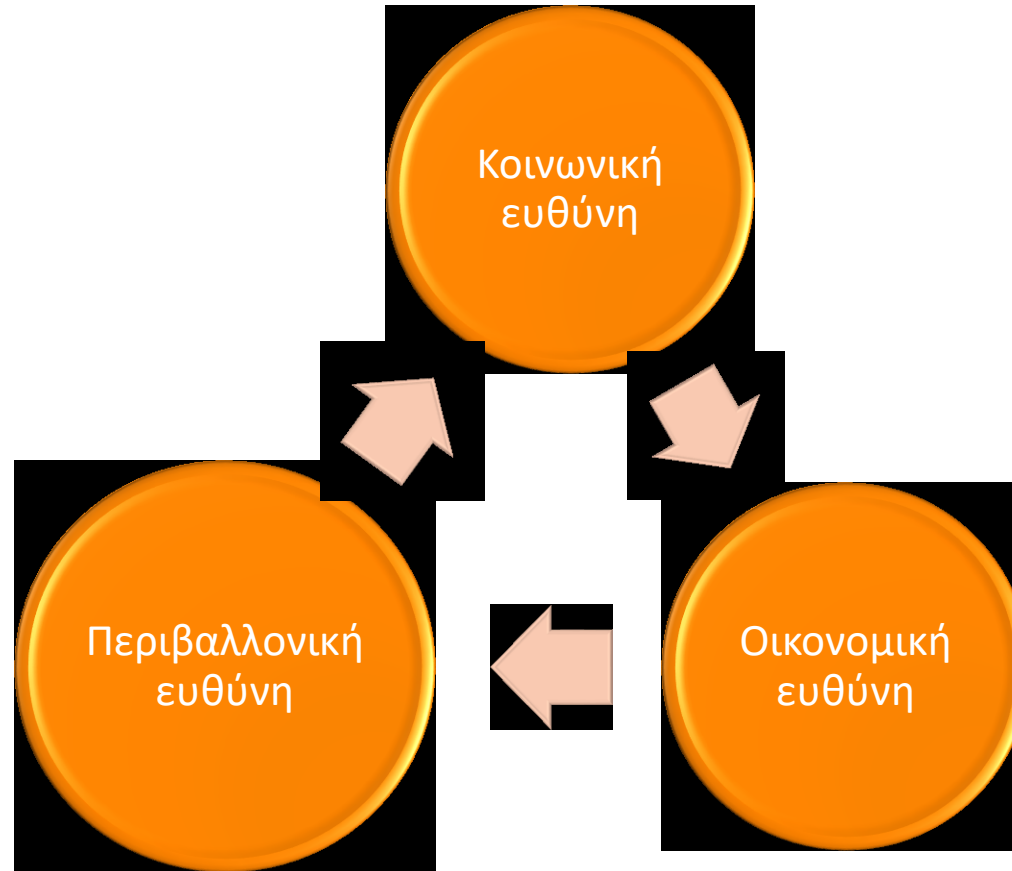
Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Το κλειδί για μία ομαλή συμβίωση της εταιρείας με την τοπική κοινωνία, είναι η επίδειξη κοινωνικής ευθύνης μέσω υπεύθυνων ενεργειών, που θα συμβάλλουν στη βελτίωση των ανθρώπινων συνθηκών διαβίωσης.

□ ... ορίζεται ως μία εταιρική διαδικασία με κύριο σκοπό την έκφραση κοινωνικής ευαισθησίας και τη βελτίωση της ζωής των πολιτών.

- Π.χ. πολλές επαγγελματικές ομάδες θεωρούν ένα σωστά δομημένο πλάνο κοινωνικών σχέσεων ως σημαντικό στοιχείο στο συνολικό προγραμματισμό μάρκετινγκ και επικοινωνίας.
- Στόχοι:
 - ✓ Να ενισχύσουν τη συμμετοχή νέων ανθρώπων στα σπορ
 - ✓ Να δημιουργήσουν δεσμούς ανάμεσα στην ομάδα και την κοινωνία
 - ✓ Να χτίσουν δημόσιες σχέσεις μέσω εκπαιδευτικών και αθλητικών προγραμμάτων

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη



Θεωρία Triple Bottom

Ανακεφαλαίωση

- ❑ Η επικοινωνία είναι μία δύσκολη διαδικασία
- ❑ Προκειμένου να αποφευχθούν αντιπαραθέσεις και ζητήματα επικοινωνίας σε εταιρικό και προσωπικό επίπεδο είναι σημαντικό να επιδιωχθεί η βελτίωση της επικοινωνίας
- ❑ Οι δημόσιες σχέσεις είναι μία λειτουργία του μάρκετινγκ που αποσκοπεί, μέσω διαφόρων εργαλείων, στη βελτίωση της επικοινωνίας του αθλητικού οργανισμού με τις διαφορετικές ομάδες του κοινού του
- ❑ Η δράσεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης μπορούν επίσης να συμβάλουν στη βελτίωση των σχέσεων του οργανισμού με το κοινό του

