
„Missugust PR-i tööd saab
ettevõtja ise teha, millist ja
millal tasub sisse osta?”

Annela Laaneots

annela.laaneots@tlu.ee

Räägime..

- Mida saab ise teha?
 - Millal kaasata kommunikatsiooniteenuseid pakkuv büroo?
 - Millal teha bürooga koostööd spetsiifilise tööloõigu osas?
 - Millal leida üksikisikust teenusepakkuja?
 - Millal võtta kommunikatsioonijuht ettevõttesse tööle?
-

-
- Kommunikatsioonivaldkonna teadmiste ja oskusteta ei saa hakkama ühegi valdkonna spetsialist või juht
-

-
- Kommunikatsioonitöös ei saa tegeleda vaid elluviimisega – olete läbi kukkunud kui pole eelnevaid etappe läbinud
 - Vaja on abi, kes aitaks elluviimisele eelnenud etapid ettevõttega koos läbida
-

Positsioneerimine

- **Probleemi defineerimine:** ettevõtte riskide identifitseerimine ja positsioneerimine laiemas sotsiaalses-ja kommunikatiivses raamistikus. Kas abi oleks turunduskommunikatsioonist? valitsussuhetest? kogukonnasuhetest?
 - **Taustauuringud:** Osapoolte kaardistamine, arvamusliidrite uuringud, poliitiliste trendide, sotsiaalsete arengute ja meedia hoiakute kaardistamine.
-

Planeerimine

- Strateegiliste lähtekohtade kujundamine
 - Taktikaline tegevusplaan – sise- ja väliskommunikatsioon, sihtrühmade määramine, meediaplaan jms
-

Strateegia ja taktika erinevus

- Strateegia - kuhu, miks ja kelle jaoks me liigume? + üldised tegevusprioriteetid eesmärkide saavutamiseks
 - Taktika - mida me selleks teeme, kuidas me liigume (s.t. mis vahendiga, kus on “vahepeatused”), kes liigutab, mis maksab?
-

Taktikalise plaani ülesanne

- Seada ritta kommunikatiivsete tegevuste prioriteetidid
 - Kirjutada need lahti konkreetseteks alategevusteks
 - Tuua välja iga tegevuse konkreetsete sihtrühmad
-

Taktikalise plaani ülesanne

- Loetleda teenused, mida vaja väljastpoolt tellida
 - Täpselt jaotada ressursid (eelarved)
 - Taktikaline plaan lähtub reaalsest elust - võib olla vajadus strateegias loetletud asju ära jätta või uusi juurde tuua. Vaja põhjendada, miks!
-

Elluviimine

- Plaanipärane tegevus
 - Ressurssid
 - Mõõdetavad tulemused
 - Tulemuste mõõtmine, hindamine ja järelused
-

Mõelda läbi

- Kui palju on vaja?
 - Mida on vaja?
 - Mida oskate ise teha?
 - Kas teate, mida on vaja?
 - Milline on oma töötajate kommunikatsioonivõimekus?
 - Millises seisus olete kui konkurendiga võrdlete?
-

Strateegiline nõustamine

- kommunikatsioonistrateegiad
 - organisatsioonikommunikatsioon
 - siht- ja sidusrühmade kaardistamine
 - kommunikatsioonivõrgustiku loomine siht- ja sidusrühmadega
 - sõnumikultuur
 - meediatreeningud
 - otsustajate kommunikatsiooniline nõustamine
 - tippjuhi personaalne nõustamine
 - kommunikatsiooniuuringud
 - kampaaniad
 - sündmuste planeerimine
-

Meediasuhted

- sõnumite kujundamine
 - kõneisikute valimine ja nõustamine
 - meediakanalite valik, uudiste leidmine
 - kommentaaride vahendamine
 - proaktiivsed ja reaktiivsed meediasuhted
 - pressikonverentside ettevalmistamine ja korraldamine
 - meediasuhted kriisis
 - meediatreeningud
-

Sisekommunikatsioon

- sisekommunikatsiooni strateegia väljatöötamine
 - organisatsiooni sisekommunikatsiooni plaani koostamine ja nõustamine selle rakendamisel
 - organisatsiooni juhtkonna nõustamine sisekommunikatsiooni rakendamisel
-

Kriisikommunikatsioon

- kommunikatsiooni riskianalüüside koostamine
 - kriisikommunikatsiooni käsiraamatute koostamine
 - riski- ja kriisikommunikatsiooni vajaduse hindamine
 - kriisikommunikatsiooni audit
 - riski- ja kriisikommunikatsiooni strateegia ja plaanide ettevalmistamine
 - kriisikommunikatsiooni treeningud ja simulatsioonid
 - kriisikommunikatsiooni juhtimine
-

Turunduskommunikatsioon

- kommunikatsioonistrateegiate ja -plaanide koostamine ettevõttele, brändile, tootele/teenusele, üritusele või kampaaniale ning nende elluviimine
 - turundus- ja müügikampaaniate PR toetus
 - meedia- ja kliendiüritused
 - brändi suhtlus ettevõtte enda inimestega
 - koostöö- ja sponsorlusprojektid ning ristturundus meediakanalite ning teiste sobivate brändidega
-

Sotsiaalmeedia

- sotsiaalmeedia strateegiate ja poliitike väljatöötamine
 - sotsiaalmeedia kampaaniate väljatöötamine ja läbiviimine
 - ettevõtte/brändi sotsiaalmeedia profiilide loomine ja igapäevane sisuhaldus koos turundus- ja müügitoega
-

Poliitiline kommunikatsioon

- sotsiaalpoliitiline kommunikatsioon
 - poliitike ja seadusloome monitoring
 - valitsuskommunikatsioon
 - kohaliku omavalitsuse kommunikatsioon
 - kontaktid oluliste huvigruppidega
 - lobby, strateegiline nõustamine
-

Tekstiloome

- pressiteated
 - kommentaarid
 - arvamusartiklid
 - kõned
 - ettekanded ja muud sõnumit kandvad tekstilised materjalid
 - sotsiaalmeedia sissekanded
 - tekstide toimetamine
 - raamatute koostamine
 - aastaraamatud
-

Kommunikatsiooniuuringud

- organisatsiooni kommunikatsiooniaudit
 - organisatsiooni kuvandi analüüs meediakajastuste põhjal
 - fookusgrupiuringute ettevalmistamine ja läbiviimine
 - arvamusuuringute ettevalmistamine ja interpretatsioon
-

Millist kommunikatsiooniteenust vajate?

- Millised on ettevõtte plaanid tulevikuks?
 - kas on oodata muutusi, ülevõtmisi, uusi tooteid?
 - kas on muutumas ettevõtte suurus?
 - kas on oodata muutusi konkurentsiolukorras, turul?
 - kas ka paigalejäämiseks on vaja joosta?
-

Kommunikatsioonibüroo

- vajate integreeritud teenust, milleks omal teadmisi napib
 - vajate lisa-abi oma kommunikatsioonijuhile
 - teil pole kommunikatsioonijuhti, aga teenust on vaja
 - vajate lisa-abi suuremate projektide puhul
 - vajate “kastist välja” mõelda aitavat partnerit, olete ise langenud rutiini
 - tahate, et kriisisituatsioonis “oleks, kellele helistada ja nõu küsida”
-

Konkreetse teenuse sisseostmine büroost

- kampaania
 - kommunikatsioonikoolitus
 - sotsiaalmeedia haldamine
 - turunduskommunikatsioonisündmus
 - kliendiajakiri/kliendileht
 - uue veebilehe tekstid jne
-
- Sobib piiritletava konkreetse tööloigu puhul
-

Osaajaga töötaja/üksikisikust teenusepakkuja

- töökoormust pole terve ametikoha jaoks, et võtta kommunikatsioonijuht ettevõttesse tööle
 - tahate, et oleks, kellega arutada, isegi kui oma töötajad teevad osa töid ise ära (personalijuht, juhiabi jne)
 - vajate kõrvalpilku, ja fookust seadmisel abi
 - vajate mingis konkreetses tööloigus abi
-

Kommunikatsioonijuht oma ettevõttesse

- Palju tegevusi, mis on vaja terviklikult ühtseks kommunikatsiooniks luua
- Töömahtu on ja osakonnad vajavad ka abi: personaliosakond, müügiosakond, turundusosakond
- Näete, et kommunikatsioon on teie valdkonnas võtmetähtsusega
- Näete, et kommunikatsioon on strateegilises vaates ettevõttele elulise tähtsusega

Kui teil on küsimusi või mõtteid koostöö osas,
siis võib ühendust võtta
annela.laaneots@tlu.ee
