

# ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Γυμνάσιο Κονταριώτισσας

Επιμέλεια: Νικόλαος Φωτίου

## ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Με τον όρο Δημόσιες Σχέσεις μπορεί κανείς να εννοεί την προσπάθεια δημιουργίας καλής εντύπωσης ή όπως λέμε καλής εικόνας (image), για μια επιχείρηση σε εκείνους που συναλλάσσονται μαζί της και στο ευρύτερο κοινό.

**Ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων δημιουργεί ολοένα και περισσότερο την ανάγκη δημιουργίας αυτής της καλής εικόνας.**

**Κοινωνικός ρόλος που έχουν οι Δημόσιες Σχέσεις**

**Συμφέρον της επιχείρησης = συμφέρον του κοινωνικού συνόλου**

# Στόχος του Διευθυντή Δημοσίων Σχέσεων - Επικοινωνίας είναι :

- Καλή επικοινωνία της Διοίκησης με τους μετόχους και τους εργαζόμενους
- Επικοινωνία της επιχείρησης με πελάτες, καταναλωτές, προμηθευτές και ΜΜΕ

- Η προβολή της επιχείρησης και η ευρύτερη αποδοχή της από το κοινωνικό σύνολο
- Η συνεχής ενημέρωση των εργαζομένων σε θέματα που τους αφορούν.

Μερικά παραδείγματα δραστηριοτήτων του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων:

- Προώθηση ηλεκτρονικού ή έντυπου υλικού όπου περιγράφονται οι δραστηριότητες για την προσφορά της επιχείρησης στο κοινωνικό σύνολο (site της εταιρίας)

- Προβολή στα ΜΜΕ των μέτρων προστασίας του περιβάλλοντος που εφαρμόζει η βιομηχανία.
- Δωρεές σε κοινωφελή ιδρύματα και συλλόγους
- Διοργάνωση γιορτής για τα παιδιά των εργαζομένων π.χ. με την ευκαιρία του νέου έτους.

## Το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων συνεργάζεται:

- Τμήμα Μάρκετινγκ
- Τμήμα Σχεδιασμού προϊόντος (συμμετέχει στο σχεδιασμό του σήματος (λογότυπο) της εταιρίας.





## ΔΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ



### Στόχοι:

Η καλή επικοινωνία της διοίκησης με τους μετόχους και τους εργαζόμενους της επιχείρησης.

Η επικοινωνία της επιχείρησης με πελάτες, καταναλωτές, προμηθευτές και μέσα μαζικής επικοινωνίας.

Η προβολή της επιχείρησης και η ευρύτερη αποδοχή της από το κοινωνικό σύνολο.

Η συνεχής ενημέρωση των εργαζομένων σε θέματα που τους αφορούν.





...ιστορία δροσιάς...

## Διευθύντρια Δημοσίων Σχέσεων



### Διακρίσεις

Η «**ΑΝΘΡΑΚΕΞ Α.Ε.**», έχει στο ενεργητικό της πολλές και ποικίλες διακρίσεις. Μεταξύ αυτών:

- ✓ Το 2004 για το προϊόν της Βυσσινάδας εξασφαλίζει διπλή διάκριση για τη συσκευασία και την αποτελεσματικότητα στην αγορά.
- ✓ Το 2006 βραβεύεται για τη δημιουργικότητα των παιδικών ηρώων “Οι επτά Δροσοσταλλίδες”.
- ✓ Το 2008 αποσπά από την TÜV HELLAS ειδική τιμητική διάκριση ποιότητας, ενώ συνεχίζει μέχρι σήμερα με πάμπολλες διακρίσεις σε πολλά πεδία με πιο πρόσφατες αυτές για την ανώτερη γεύση των προϊόντων της από το διεθνές ινστιτούτο γευσιγνωσίας iTQi.





## ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ



### Πιστοποιήσεις

Η Εταιρεία Chocohouse ΑΕ, εφαρμόζει συστήματα ποιότητας σε όλα τα στάδια παραγωγικής διαδικασίας για την ορθή εφαρμογή τους, από Διεθνείς Φορείς Πιστοποίησης. Συγκεκριμένα:

**ISO 22000:2005.** Πρότυπο για την Πιστοποίηση εφαρμογής συστημάτων Διαχείρισης Ασφάλειας Τροφίμων.

**ISO 9001:2008.** Πρότυπο για την εφαρμογή Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας της Εταιρίας.

**ISO 14001:2004.** Πρότυπο για την εφαρμογή Συστήματος Περιβαλλοντολογικής Διαχείρισης.





## Διευθύντρια Δημοσίων Σχέσεων



### Εταιρική ευθύνη

...ιστορία δροσιάς...

**Η ΑΝΘΡΑΚΕΞ** ως υπεύθυνος εταιρικός πολίτης

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη είναι η έμπρακτη έκφραση του τρόπου με τον οποίο μία εταιρία αλληλεπιδρά με την κοινωνία και το περιβάλλον. Στόχος της ΑΝΘΡΑΚΕΞ είναι η σύμπραξή της με το περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί, φυσικό και κοινωνικό, να έχει θετικό αποτύπωμα. Υπό αυτό το πρίσμα, η Κοινωνική Ευθύνη δεν είναι θέμα επιλογής. Είναι αυτονόητο καθήκον που εκφράζεται υπεύθυνα σε όλο το πλέγμα των πρακτικών της εταιρίας.

Με συστηματικές δράσεις και με αυθόρμητες πρωτοβουλίες, φροντίζουμε η όποια παρέμβασή μας να είναι το ίδιο ουσιαστική και αποτελεσματική σε βοήθεια, όσο και αθόρυβη και διακριτική σε παρουσία. Και κάθε ενέργειά μας διέπεται από συνέπεια και την ανιδιοτελή διάθεση να είμαστε χρήσιμοι προσφέροντας το καλύτερο... από καρδιάς.

Η Κοινωνική Υπευθυνότητα είναι βασικό συστατικό της ύπαρξής μας. Αγκαλιάζει με υπεύθυνες πρακτικές πρώτα τους ανθρώπους μας, αλλά και τη συνολική εσωτερική λειτουργία της εταιρίας. Επεκτείνεται στην τοπική κοινότητα της Ροδόπης, όπως και στο σύνολο της ελληνικής κοινωνίας. Και φροντίζει, με την ίδια ευαισθησία, τομείς όπως το Περιβάλλον, η Εκπαίδευση, οι Τέχνες και ο Πολιτισμός, ο Αθλητισμός και, βέβαια, η κοινωνική αρωγή ευαίσθητων ή ευπαθών κοινωνικών ομάδων.





## ΔΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ



### Στόχοι:

Η καλή επικοινωνία της διοίκησης με τους μετόχους και τους εργαζόμενους της επιχείρησης.

Η επικοινωνία της επιχείρησης με πελάτες, καταναλωτές, προμηθευτές και μέσα μαζικής επικοινωνίας.

Η προβολή της επιχείρησης και η ευρύτερη αποδοχή της από το κοινωνικό σύνολο.

Η συνεχής ενημέρωση των εργαζομένων σε θέματα που τους αφορούν.





## ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ



### Χορηγίες

Στους δύσκολους καιρούς που διανύουμε η MILKOM, θέτοντας ως στόχους την προσφορά, στήριξη και ενδυνάμωση της τοπικής κοινωνίας της πόλης μας, αναλαμβάνει κάποιες πρωτοβουλίες:

- Πραγματοποιεί πρόγραμμα εθελοντικής διανομής φρέσκου γάλακτος στο ίδρυμα «Άγιος Στυλιανός» και στο Ειδικό Σχολείο Κομοτηνής.
- Η MILKOM από το 2010 είναι χορηγός της ποδοσφαιρικής ομάδας εφήβων Κομοτηνής(ΕΠΣ).
- Ενισχύει το σύλλογο για την προστασία των αρχαιολογικών χώρων της Θράκης «Ξένιος Ζευς».
- Ενισχύει και στηρίζει το σύλλογο καρδιοπαθών Ροδόπης.



# Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις

- Προσπάθεια **εξεύρεσης υπευθύνου** για την ανάληψη του έργου της **προώθησης του οργανισμού** (π.χ. αξιοποίηση του βραβείου κοινωνικής επιχείρησης)
- **Επικοινωνία με οργανισμούς** εξειδικευμένους στον τομέα των δημοσίων σχέσεων για διερεύνηση δυνατότητας προσφοράς υπηρεσιών pro bono

*Ιδανικά, σε βάθος τριετίας και σε καθεστώς μερικής απασχόλησης ή εξωτερικής συνεργασίας, η επιχείρηση θα έχει το δικό της υπεύθυνο στο τμήμα αυτό.*







## Διακρίσεις κοινωνικής - εμπορικής χορηγίας;

	ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ	ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ
ΣΤΟΧΟΣ	Κοινωνική προσφορά – καλή εταιρική εικόνα	Προβολή - Προώθηση πωλήσεων
ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ	Τμήμα δημοσίων σχέσεων	Τμήμα μάρκετινγκ
ΠΟΡΟΙ	Ιδιωτικοί πόροι μεταφερόμενοι στον κοινωνικό-δημόσιο τομέα	Ιδιωτικοί πόροι
ΕΤΑΙΡΟΙ	Ιδιωτικές επιχειρήσεις – μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί	Ιδιωτικές κερδοσκοπικές επιχειρήσεις
ΥΠΟΓΡΑΦΗ	Εταιρική	(συνήθως) Προϊοντική
ΠΡΟΒΟΛΗ	Διακριτική	Έντονη
ΚΟΙΝΟ- ΣΤΟΧΟΣ	Κοινωνικός άνθρωπος	Οικονομικός άνθρωπος

Πηγή: Κουτούπης 1996

## Διαφορές μεταξύ Δημοσίων Σχέσεων και Μάρκετινγκ

	<b>Δημόσιες Σχέσεις</b>	<b>Marketing</b>
Βασική Ευθύνη	Είναι η εδραίωση και η διατήρηση ενός φιλικού περιβάλλοντος σε μία επιχείρηση ή φορέα	Είναι η εδραίωση και η διατήρηση της αγοράς για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης
Ασχολία	Με την εδραίωση των σχέσεων και την πρόκληση καλής διάθεσης για τον φορέα, την επιχείρηση και τα είδη	Με την προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών στον πελάτη
Σκοπός	Η εδραίωση σχέσεων με το κοινό που περιορίζει ή αυξάνει την ικανότητα της οργάνωσης για την εκπλήρωση της αποστολής	Αύξηση κερδών για την επιχείρηση, προκαλώντας αύξηση στην της ζήτησης

## Η χρησιμότητα των Δημοσίων Σχέσεων στις επιχειρήσεις

- ❖ Το 36 % των στελεχών των επιχειρήσεων πιστεύουν ότι οι δημόσιες σχέσεις αυξάνουν τις πωλήσεις.
- ❖ Το 34 % πιστεύουν ότι συμβάλλουν στις καλές σχέσεις με το κοινό.
- ❖ Το 18 % πιστεύουν ότι προβάλλουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες.
- ❖ Το 12% πιστεύει ότι οι δημόσιες σχέσεις βοηθούν σε όλα τα παραπάνω

# ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

- Δημόσιες Σχέσεις είναι η λειτουργία μεταξύ ενός υποκειμένου δημοσίων σχέσεων (ατόμου ή ομάδας) και κοινού για τη δημιουργία και διατήρηση αμοιβαίας εμπιστοσύνης και κατανόησης.
- Επικοινωνία είναι η μετάδοση πληροφοριών, η ανταλλαγή ιδεών ή η διαδικασία δημιουργίας κοινής ή μοναδικής σκέψης μεταξύ ενός αποστολέα και ενός αποδέκτη.
- Ο όρος «Δημόσιες Σχέσεις» μπορεί να παρερμηνευτεί με ορισμένες άλλες παρεμφερείς λειτουργίες επικοινωνίας, όμως :
  - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Ενημέρωση
  - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Προπαγάνδα
  - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Διαφήμιση
  - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Προώθηση Πωλήσεων
  - ✓ Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι Marketing



# ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ MARKETING

Οι Δημόσιες Σχέσεις εκπληρώνουν τους στόχους του Marketing:

- ✓ Δημιουργώντας νέες προοπτικές για τα προϊόντα
- ✓ Ενημερώνοντας και προωθώντας μέσω του έντυπου τύπου
- ✓ Επεκτείνοντας τις διαφημίσεις, ακόμα και σε αθλητικά γεγονότα
- ✓ Εδραιώνοντας σχέσεις εμπιστοσύνης

Τα εργαλεία των Δημόσιων Σχέσεων σήμερα είναι:

- Δελτία Τύπου
- Ομιλίες και Παρουσιάσεις
- Ιστοσελίδες και Άλλα Διαδραστικά Μέσα
- Εταιρικές Χορηγίες
- Ετήσιες Εκθέσεις
- Εκδηλώσεις

# Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ

- Η θέση των δυο λειτουργιών (μάρκετινγκ και δημόσιες σχέσεις) διαφέρει οργανωτικά στις επιχειρήσεις ανάλογα με τις διοικητικές αντιλήψεις, το επιχειρησιακό σύστημα αξιών και την ιστορία της επιχείρησης.
- Η συνεργασία οδηγεί στη μεγιστοποίηση και στο συντονισμό του προγράμματος μάρκετινγκ για την επίτευξη μιας θετικής επιχειρησιακής εικόνας και ενίσχυση της εικόνας των προϊόντων της επιχείρησης.

# Διευθυντής δημοσίων σχέσεων

---

Για τη βιομηχανία

☞ Λογότυπο

☞ Έντυπα προώθησης και προβολής

Για το ομοίωμα

☞ Επίσκεψη σε παραγωγική μονάδα

☞ Συντονισμός τελικής παρουσίασης







*Εικ. 37 Χορηγίες και εκθέσεις βασικές δραστηριότητες των Δημοσίων Σχέσεων.*




ΧΟΡΗΓΟΣ

ΑΘΗΝΑ 2004





# Σπουδές Επικοινωνίας & Δημοσίων Σχέσεων στην Ανώτατη Εκπαίδευση (4 έτη σπουδών)

- Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης (Θεσσαλονίκη)
  - Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (Αθήνα)
  - Πάντειο Πανεπιστήμιο (Αθήνα)
  - Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας (Καστοριά)
  - Ιόνιο Πανεπιστήμιο (Αργοστόλι)
- 

# Βιβλιογραφία - Οδηγός για περαιτέρω μελέτη:

Ιστοσελίδα για το μάθημα της Τεχνολογίας του Γυμνασίου:  
<http://users.sch.gr/irantousis>



Τελευταία ενημέρωση : 1 / 10 / 2020

