



PR. WORLD

• **U**rednik tabloida „Sun“ David Yelland napustio je novinarstvo i pridružio se timu najveće britanske PR agencije Weber Shandwick. On je prethodno odbio nekoliko ponuda velikog šefa Rupert Murdoch-a da i dalje ostane u njegovoj firmi „News Cooperation“.



• **O**gilvy Public Relations Worldwide prošlog meseca je po četvrti put proglašena za međunarodnu agenciju godine na takmičenju „Sabre Awards“ koju sprovodi „Holmes report“ u Njujorku. Ogilvy je bio posebno uspešan u Aziji zahvaljujući dobro organizovanoj mreži.

• **P**ojedini ministri u Britaniji zahtevaju vladinu istragu u vezi sa metodologijom istraživanja tržišta i javnog mnjenja koje neke agencije sve očiglednije upotrebljavaju u korist svojih klijenata. Navodi se da se ove agencije sve više povezuju sa PR firmama i opozicionom partijom konzervativaca tako da narušavaju kredibilitet britanskoj industriji. Ministri pokazuju najveću zabrinutost zbog sve većeg broja internet firmi za istraživanje javnog mnjenja poput „YouGov“ i „Populus“ koje su pritom i znatno jeftinije. Tradicionalne agencije za istraživanje na uzorku od 2000 ispitanika za jedno pitanje naplaćuju 900 funti dok je cena internet agencije „YouGov“ za istu uslugu 300 funti.

• **“British American Tobacco“** testira proizvodnju cigarete sa ukusom čokolade, voćnog sirupa i vanile. Bivši britanski ministar zdravlja Frank Dobson izjavio je da se odrasli teško odriču dobro poznatog ukusa duvana, te da ova duvanska industrija novim proizvodom cilja na decu. Pojava ovakvih cigareta u Americi izazvala je brojne kritike tako da britanski PR konsultanti pokušavaju da pronadju pozitivan aspekt «ukusnog duvana» koji će prema nekim kritikama najviše privući tinejdžere.



VESTI

• **V**elika komunikacijska i PR korporacija WPP pobeđila je na tenderu konkurenciju „Interpublic Group“ i „Omnicom“ i dobila za klijenta jednu od najvećih svetskih finansijskih grupa HSBC koja će za celokupan marketing i „media buying“ izdvojiti 600 miliona dolara.

• **F**irma koja proizvodi «Trojan» kondome platila je 100 000 funti za reklamu od 20 sekundi da bi u prekidu prve epizode «Big Brother» prvi put na britanskoj televiziji prikazala čin doživljavanja vrhunca pri vođenju ljubavi.

• **M**TV počinje saradnju s marketinškim i PR agencijama koje će pomoći pri izradi strategije za plasiranje proizvoda i promociju ključnih brendova za mlade u okviru najgledanijih emisija i spotova.

• **P**oslanicama jedne od vladajućih stranaka Malezije zabranjen je odlazak u noćne klubove jer bi time mogli da ukaljšaju ugled vlade. Vodje malezijsko - kineske koalicije snosiće posledice ako im se desi da budu vidjeni u ludom provodu.

PR. REGION

• **U** saradnji sa ministarstvima nauke i životne sredine, turizma i usluga italijanska kompanija Antonio Merloni pokrenula je akciju pod nazivom „Evro za ekologiju“, u sklopu koje će se od prodaje rashladnih uređaja „Ardo“ izdvajati deo sredstava u jedan fond pod okriljem Vlade Srbije za finansiranje ekoloških projekata.

• **B**eogradski sajam i Perfect-Metropolis Group od 21. do 23. 9. 2004. pod sloganom „Misli poslovno, misli marketinški, misli Markexpo“ realizuju drugi Medjunarodni poslovni sajam marketinga, propagande i medija - MARKEXPO 2004. Rezultati ankete su pokazali da je na prošlom sajmu nove poslovne kontakte uspostavilo 97% učesnika, da je čak 65% zadovoljno poslovnim susretima i da je poslove ugovorilo 62% izlagača, navode u agenciji Perfect-Metropolis Group.

• **A**gencija P.R.A. je za Zlatnu nagradu koju dodeljuje Institut za PR u Londonu kandidovala javnu edukativnu kampanju „Moj lekar“ za promovisanje novih modela primarne zdravstvene zaštite i registraciju pacijenata koju je sprovodila u Kraljevu za Crveni krst. Predsednik Upravnog odbora P.R.A. dr Predrag Vujović pozvan je kao član žirija.

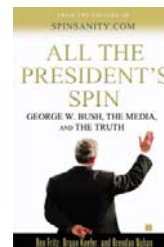
• **M**oto kompanije Tetra Pak «Štiti što je dobro» ne odnosi se samo na ambalažu koja štiti proizvod koji sadrži, već i na zaštitu životne sredine. Kartonska ambalaža za mleko i sokove dizajnirana je tako da posle upotrebe može lako i jednostavno da se spljošti, čime zauzima manje mesta u kućnoj kanti za đubre, u uličnim kontejnerima i na mestu finalnog odlaganja. Korporativna kampanja za 2004. godinu «Da u kantu više stane, spljeskaj me sa obe strane» ima za cilj da usmeri pažnju javnosti u Srbiji na ekološki značaj smanjenja otpada.

• **N**evladina organizacija »Naša Srbija« i ove godine od 3. do 18. jula na Tari organizuje kamp pod nazivom »Škola prijateljstva«. Ova humanitarna manifestacija okupiće oko 180 dece, ratne siročadi i dece dobrotvora. Za četiri godine »Naša Srbija« je uspela da zbrine oko 1200 dece koja su tokom ratova ostala bez jednog ili oba roditelja. Pokrovitelj celokupnog projekta je i ove godine kompanija Grand Prom.

NOVE KNJIGE

Svi predsednikovi spinovi

„All the President's Spin“ naziv je knjige koja će se početkom avgusta, kao autorski rad urednika kontraverznog veb sajta www.spinsanity.com, naći u prodaji u Americi. Autori knjige Ben Fritz, Bryan Keefer i Brendan Nyhan pokušali su da razotkriju taktike medijskih manipulacija koje je koristio američki predsednik George W. Bush da bi pridobio američku javnost. „Počev od kampanje za smanjenje poreza pa sve do debata oko rata u Iraku, Bush je napadao poluistinama i strateški osmišljenim rečnikom“ – pišu autori čije su analitički tekstovi na temu propagande već nagrađivani. (www.amazon.com, cena \$11.20)



Krizno iskustvo



Majkl Blend

• Časopis PR Week poslao je svog reportera na seminar o kriznoj komunikaciji na prestižnom Institutu za PR u Londonu. Seminar je, ni malo slučajno, na petak 13. održao poznati britanski konsultant Majkl Blend koga je TV ekipa PR NEWS-a ove godine ugostila u Beogradu i intervjuisala za naše gledaoce. Istovetan seminar u organizaciji Bovan Communications –a u okviru programa “Edusfera” Blend je 31. januara održao na beogradskom Pravnom fakultetu.

Reporter PR Week-a je pokušao da sazna na koji način se unapred možete pripremiti za nadolazeću katastrofu u vašem preduzeću i koji su to ključni elementi kriznog plana. Ideja seminara je da se teorija brzo prodje i odmah prione na praktični rad. Majkl Blend koji je napisao 13 knjiga na ovu temu, učesnike je upoznao sa nekim od najuspešnije rešenih kriznih situacija, poput onih koje su se desile pojedinim avio kompanijama.

Učesnicima je podeljena ček lista onoga što je potrebno uraditi počev od formulisanja strategije pa do odabira saveznika i portparola tokom krize. Grupama od po 5 polaznika zadate su situacije kao što su: salmonela u fabrici mesa, pretnje otpuštenog radnika, protesti ekologa usmereni protiv proizvođača nameštaja. Svi su prionuli na rad, a Blend je ponavljao: **ne postoje tačni i netačni odgovori, samo dobra metodologija i timski rad u sklopu s dobrom medijskom strategijom.**

Najinteresantniji deo bio je improvizovani intervju “kriznog štaba” i odabir portparola koji je vodio Blend. Reporter PR Week-a bio je oduševljen savetima. U redakciju je poneo “ček listu” koja će mu pomoći da lakše shvati situaciju idućeg puta kada bude zvao kompaniju u kojoj plamti krizni požar.

TIPS & TRICKS

Prvi probija led

• Jeste li ikada čuli za “drafting”? Kada guske lete na jug u obliku slova V ona koja leti ispred svih ima težak posao probijanja vazduha, dok one koje lete iza predvodnika, zbog vazdušnih džepova koji se stvaraju, lete sa 20 odsto manje snage. Da li je i u PR-u moguće pustiti konkurenciju da radi za vas dok vi ubirate plodove? Nemoguće, kažete vi! Moguće je u nekim slučajevima, kažu PR profesionalci. Daćemo Vam jedan početni savet. Sledeći put kada vidite konkurentski članak u novinama, ne ljutite se na svog PR menadžera, već pogledajte koji novinar je pisao tekst i odmah mu plasirajte svoju stranu priče. Ne žalite mu se kako vaša strana nije zastupljena, već ponudite nove i sveže informacije. Kada vaša konkurencija obezbedi temu u medijima, profesionalni novinari najčešće kontaktiraju više izvora informacija. Potrudite se da najvažniji i najbolji izvor budete upravo vi! Insistirajte da ljudi iz vaše kompanije budu citirani kao vrhunski stručnjaci. Budući da se novinari informišu i putem Interneta, postarajte se da se na web pretraživaču ukoliko se ukuca reč koja opisuje i vašu i konkurentsku kompaniju, uvek prvo pojavi ime vaše firme.

• **London**, 28 June 2004. IPR seminar
Cophorne Tara Hotel, Scarsdale Place, London, W8 5SR
Tema: Interna komunikacija
Cena: za članove IPR-a £385+VAT (£452.38 +VAT)
za ostale £495+VAT (£581.63 +VAT)

• Američko udruženje za odnose s javnošću, **New York**
Serija seminara: Tehnike sakupljanja donacija za humanitarne i nevladine organizacije
<http://www.prsagulfstream.org>

• **Nagrade:** IPR excellence awards 2004.
London, Hotel Hilton, 5 jul.
Cena ulaznica za večeru: £145 + VAT

PR. HIGHLIGHTS

• Kada se kriza napiše na kineskom, reč je sačinjena od dva znaka; prvi označava opasnost a drugi mogućnost.

John F. Kennedy

• Iduće nedelje neće biti krizne situacije. Moj raspored je prebukiran.
Samouvereni PR menadžer

• **PR NEWS HEADHUNT** General Ekonomik – potreban menadžer prodaje.

Pišite nam! Snabdevaajte nas Vašim novostima!

prnews@bovan.co.yu

Newsletter priprema: Maja Vlahović

Urednik: Ana B. Bovan

PR NEWS TEAM

Bovan Communications

PR NEWS prijatelji:



Vibilia ekonomist

