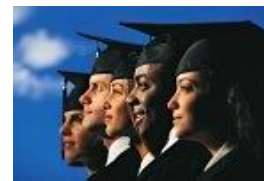




PR. WORLD

- **Gledanost do neba!** Globalni medijski gigant Sky uskoro će objaviti tender kako bi pronašao PR firmu specijalizovanu za odnose s potrošačima. Sky je u potrazi za novim kreativnim pristupom koji će omogućiti da dobije 10 miliona pretplatnika u Velikoj Britaniji i Irskoj do 2010 godine. "Sky se nalazi u životnom ciklusu kada želi da postane dominantno zabavni program» - kaže njihov PR direktor Adrijan Li. Ugovor sa agencijom vredan 200 000 funti podrazumevaće brigu o 6 Sky kanala i koordinaciju sa PR agencijama koje i dalje rade na promociji svakog programa pojedinačno.
- **Direktno - Bler!** Laburistička partija Toniya Blera na narednim opštim izborima u zemlji smanjiće troškove oglašavanja. Glavna ideja je da se kampanja personalizuje tako da će najviše novca biti utrošeno na direktni marketing odnosno direktnu poštu, mejlove i telefonski kontakt sa biračima.
- **Sveobuhvatni PR.** Velike kompanije sve više se opredeljuju za agencije koje će raditi celokupan posao odnosa s javnošću. *Freuds Communications* preuzima sve *public relations* poslove za kompaniju *Pepsi*. Ova kompanija već radi na korporativnom PR-u, a od sada će morati da brine i o odnosu s potrošačima, kriznom i *issue PR-u*, odlučiocima kao i promociji brendova *Valker krips*, *Tropikana* i *Kveker*. Ovim potezom *Pepsi* je oslobodila dužnosti PR firme *Nexus* i *Klerion komunikejns* koje su ranije radile na promociji pojedinačnih brendova kompanije *PepsiCo*.
- **Indijski PR.** Zaboravite filmske zvezde, tajkune i sportiste, u Indiji je došlo vreme da se o svom imidžu, uz profesionalnu pomoć, pozabave političari. Nedelju dana pred izbore čak i najkonzervativniji kandidati u Indiji hrle u PR agencije. "Indija počinje da shvata značajnu ulogu spin doktora u politici"- kaže jedan indijski partijac.."Ovde su političari sada najskuplji proizvod ikad napravljen" - dodaje on. Ipak, nisu svi raspoloženi da priznaju da im u kreiranju imidža pomažu strani konsultanti.
- **Good morning PR where ever you are!** Posle prve emisije o PR-u u Evropi u produkciji naše kuće, *Sindi Rakovič* lansiraće prvi radio šou u Americi namenjen odnosima s javnošću nazvan *Zvezde PR-a*. Prvo emitovanje emisije najavljeno je za 4. novembar na internet radio stanici *Glas Amerika*, a šou će biti posvećen novom predsedniku i analizi njegove komunikacije s javnošću. Gosti emisije biće brojni stručni konsultanti i specijalisti za komunikacije. Nisu ni svesni da je prva TV emisija o PR-u *PR NEWS* emitovana upravo u Srbiji.
- **Železničari i novinari.** Novi direktor za odnose s javnošću kompanije *Virdžin vozovi* je bivši novinar *Tajmsa*, *Artur Letli* koji je tokom svoje desetogodišnje novinarske karijere pratio sektor železnice. Ovaj bivši novinar nadgledaće rad 7 stručnih PR timova. *Letli* je inače radio i u jednoj lobističkoj firmi specijalizovanoj za transport. Ova promena nastala je prošle nedelje kada je ova kampanija doživela neprijatan tehnički problem tokom lansiranja svojih novih brzih vozova. Novi sistem *Pendolino* doživio je brojne javne kritike, naročito u medijima.
- **Mudri merčandajzing može se popeti na sledeći nivo.** Zbog činjenice da u Americi ima sve više gojaznih ljudi i da je nepravilna ishrana uzrok sve većeg broja oboljenja, poznati trgovinski lanac *Val Mart* u svojim objektima sprovodi akciju provere zdravstvenog stanja potrošača. Profesionalni tehničari potrošačima mere krvni pritisak, nivo holesterola i nivo šećera u krvi. Potrošači na poklon dobijaju i uzorke zdrave hrane, štampani materijal koji će upozoravati na opasnosti od bolesti izazvanih nepravilnom ishranom i kuvare zdrave hrane. "Broj gojaznih ljudi raste i mi moramo uticati na svest o zdravoj hrani. Imamo priliku da komuniciramo sa milionima potrošača koji kupuju u našim supermarketima, i tu priliku smo iskoristili" - kaže potpredsednik *Val Marta*, *Frenk Sigrejv*.
- **PR by Chavez!** Oglasima u najtiražnijoj američkoj štampi Venecuela je krenula u novu kampanju za izgradnju imidža zemlje i pribavljanje stranih investicija. Osnovna ideja predsednika Čaveza je da se vašingtonskim političarima i biznismenima na *Val stritu* njegova zemlja predstavi kao zemlja socijalne sigurnosti, kao i da je novi mandat starog predsednika potpuno opravdan. Čavez je od prošle godine potrošio oko 1.6 miliona dolara na lobiranje u Vašingtonu, a sudeći po medijskom prostoru koji je sada zakupio ovaj iznos ove godine može biti dvostruko veći.



- **Studentska posla!** Mogu li brendovi naterati studente da postanu redovne i lojalne mušterije kroz sofisticiran i pametni PR? Ukoliko se zna da prosečan student godišnje potroši 7 000 funti i da u Engleskoj na primer postoji 2,4 miliona mladih koji trenutno prolaze kroz proces visokog obrazovanja, dolazi se do računice da ovo tržište vredi 13 milijardi funti godišnje. Stručnjaci kažu da je na početku akademske godine najvažnije podržati bruceše da uživaju u novoosvojenoj slobodi i samostalnosti kroz promocije različitih brendova na brucešijadama i drugim važnim događanjima. S obzirom na to da je poznato da studenti novac troše na alkohol, cigarete i mobilne telefone, drugi proizvođači moraju dosta da se potrudu ne bi li i ovu populaciju naveli da kupuju njihove proizvode i usluge. Pored sajmovi bruceša, besplatnih proizvoda i brojnih pogodnosti najznačajnijih metoda jeste kampanja *od usta do usta* koja je u jednom studentskom kampusu zlata vredan.

PR. REGION

Vranje: Prošlog četvrtka u Duvanskoj industriji Vranje *Britiš Ameriken Tobako* postavio je kamen temeljac za novu, savremenu fabriku cigareta koja će biti završena za dve godine. Događaju je prisustvovao i *Mlađan Dinkić*, ministar finansija u Vladi Republike Srbije kao i preko 25 predstavnika medija iz cele Srbije. Novinari su bili u prilici da zajedno sa ministrom *Dinkićem* obiđu postojeće pogone DIV-a.

Prema istraživanju agencije *Masmi Beograd* sprovedenom u martu o spontanoj poznatosti kompanija i robnih marki u našoj zemlji, kao i oglasnih poruka najpoznatije domaće kompanije su *Grand Prom, Si&Si, Rodić, Soko Štark Simpo, Merima, DIN*.

Vibilia servis oformio je svoj novi elektronski nedeljnik – *Poslovna nedelja*, kreiran u saradnji kompanije *INKO* i agencije *Pristop*. Poslovna nedelja omogućuje korisnicima da budu kompletno i precizno informisani o značajnim privrednim temama aktuelnim u domaćoj javnosti i medijima tokom prethodne sedmice.

Zagreb: Od ove jeseni počinju prve dvogodišnje stručne studije 'Menadžment tržišnih komunikacija' u Hrvatskoj, koje pokreće zagrebačka *Visoka škola Agora*, po licenci austrijske *Werbe Akademie am Wifi* iz Beča. Studije pružaju mogućnost za obrazovanje specijalista za određena područja reklamnog i tržišnog komuniciranja poput reklamnog asistenta, PR savetnika, asistenta za produkciju reklamnih filmova, media specijalista i drugih.

Beograd – Moskva: Rusko PR tržište nalazi se u velikoj ekspanziji i situacija se daleko promenila od vremena kada je bila odomaćena tzv. *zahazuka* - direktno plaćanje novinarima i urednicima za objavljivanje članaka u novinama. Crno tržište u PR-u je iskorenjeno, a profesija PR-a popularnija je od mnogih drugih zanimanja, kaže za *PRNEWSLETTER* predsednik jedne od najvećih agencija za odnose s javnošću Rusije *SPN Granat Andrei Baraniikov*.

Udruženje za unapređenje tržišnih istraživanja u utorak je u hotelu Jugoslavija organizovalo uspešan i posećen seminar "Upravljanje brendovima". Seminar pokriva širok spektar tema vezanih za brendove. Predavači su bili *Žozef Lončar, Miroslav Šutić, Vladimir Čeh, Slavko Kovačević* i *Nataša Djurdjević*.

NOVE KNJIGE

Ukoliko volite da čitate *E magazin* sigurno će vas obradovati činjenica da će se uskoro u prodaji pojaviti specijalno izdanje izabranih tekstova u vidu knjige *Znanje za uspešno poslovanje* - savremene poslovne metode. U knjizi ćete moći da pročitate najčitanije tekstove u protekloj godini 16 stručnjaka iz različitih oblasti poslovanja, finansija, marketinga i PR-a, Interneta kao i istoriju poslovanja u Srba.



Živimo u svetu brendova. Da li Vaš obični radni dan izgleda ovako?

Ustajanje,
Nokia, Colgate, Grand kafa, Imlek, Swatch, Orbit.
Renault, Pentium, SAP, Epson, Nokia, Nokia, Nokia.
McDonalds, Coca-Cola, Orbit.
SAP, Epson, Nokia, Nokia, Nokia. Renault.
Tuborg.
Tuborg.
Tuborg-Tuborg-Tuborg-Tuborg.
Grand Aroma
Nokia... Nokia.
Durex.
Lucky Strike.
Colgate.

PR.HIGLIHTS

Ukoliko mogućnost ne zakuca kod Vas, sagradite vrata.

Milton Berle

Seminari, događaji:

- Seminar «**Uspešna PR kampanja**» - (Kako osmisлити i sprovesti efikasnu PR kampanju) koji će se održati 22. i 23. oktobra u Beogradu u organizaciji kuće *Bovan Communications*, a za koji već sada vlada veliko interesovanje, predstaviće između ostalog najsavremeniji statistički model za merenje uspešnosti PR programa, lansiran u septembru u SAD 2004. godine. Broj mesta na seminaru je ograničen. Prijavite se što pre na edusfera@bovan.co.yu ili pozovite 011/3343 318 ili 3345 509. Posetite sajt www.bovan.co.yu

- **PRWeek Forum 2004**, novembar 15-17, Florida

- **Powerful PR**, konferencija Instituta za PR u Londonu, 9. novembar, London (cena: £495+VAT)

Bovan Communications
Newsletter priprema: Maja Vlahović
Urednik: Ana B. Bovan
PR NEWS TEAM
3 Maje, Nataša, Milica, Sandra, Goga, Damir
prnews@bovan.co.yu
Uživajte u jesenjim danima!!!

PR NEWS PRIJATELJI:



Vibilia

ekonomist