



## PR. WORLD

- **Povratak veličanstvenog.** Bivši šef za komunikacije britanskog premijera, Alister Kembel rešio je da se pre izbora posveti sportu. Kembel trenutno savetuje trenera ragbi reprezentacije Lavova, Klajva Vudvorda. Očekuje se da će se ovaj spin doktor i formalno naći na mestu savetnika za medije, kao i da će se uskoro pridružiti menadžmentu koji priprema petonedeljnu letnju turneju po Novom Zelandu. Očekuje se da će pored ragbija, Kembel ponovo imati dosta posla u novoj predizbornoj kampanji Tonija Blera koji ne može bez svog glavnog PR maga koji ga je napravio onim što jeste.

- **Marketing za decu.** Sve je više agencija koje se specijalizuju za dečiji marketing. Psihološka i antropološka istraživanja dece i tinejdžera pomogla su marketniškoj agenciji Djepeto grup da otkrije "šest tipova dece", 9 principa familijarnog brandinga i osam načina porodične zabave". Ovo je agenciji omogućilo da se specijalizira za dečije proizvode i kampanje namnjene deci. S druge strane kritičari kažu da je oglašavanje namenjeno deci postalo izrazito manipulativno i neetičko.

- **Junk mail.** Direktna pošta je nešto što najviše iritira građane zapadnih zemalja koji svakodnevno primaju na kilograme reklamnih pošiljki. Još uvek nije obavljeno istraživanje koliko bi uvođenje opt-in pošte za građane bilo prihvatljivije jer bi tada oni imali mogućnost da se odluče kakve sadržaje žele da dobijaju na kućnu adresu. Smatra se da bi tada najviše izgubile dobrotvorne organizacije koje žive upravo od donacija koje dobiju upravo uz pomoć poslatih brošura.

- **Britanija radi! Toni Bler gradi.** Laburistička partija u Velikoj Britaniji iskoristila je najpoznatiji slogan Torijevaca za predizborno zagrevanje atmosfere pred opšte izbore. Britanija radi (*Britain is working*) je oglas koji se može videti u svim velikim listovima širom zemlje. Ova kampanja je odgovor na poznati slogan Konzervativaca "*Labour isn't working*" koju je agencija Sači and Sači dizajnirala za kampanju Margaret Tačer 1979. Portparol Laburističke partije kaže da će ova kampanja biti različita od prethodnih zbog toga što će bazirati na direktnoj komunikaciji sa biračima. Jedan od drastičnih primera je slanje poruka direktno na mobilni telefon Tonija Blera.



Oglas Laburista

- **Misli globalno, deluj lokalno.** Najnovija istraživanja koja je objavio PR Week pokazuju da će strategija razvoja internacionalnih lanaca agencija morati da se menja. Podaci pokazuju da samo 4 odsto klijenata smatra da multinacionalne agencije pružaju bolje usluge nego lokalne.

- **Što ti trezan misli...** Jedna australijska telefonska kompanija počela je da nudi klijentima uslugu kojom pre nego što krenu u noćni izlazak, unapred naprave tzv. crnu listu brojeva koje ne mogu zvati tokom ludog pijanog provoda. Ovo je jedan od načina da smanje bar neke štetne posledice dejstva alkohola. Inače, istraživanje je pokazalo da 95 odsto ljudi u pijanom stanju mobilnim telefonom zove bivše ili sadašnje intimne partnere, ali i šefove sa posla, otkrivajući pri tom brojne stvari koje trezni nikako ne bi rekli. Istraživanje pokazuje da se 55 odsto mamurnih, čim ustane prvo proveri listu sinoćnih poziva.

- **Da li reklama opstaje?** "Besmislene su tvrdnje da je budućnost advertajzinga u kreiranju raznih zabavnih programa i da klasično oglašavanje izumire" – kaže novi profesor marketinga na Oksfordskom univerzitetu. Dr Daglas Holt kaže da marketinška revolucija koja se ogleda u tome da na primer, kompanija mobilne telefonije Orandž kreira muzički TV šou Orandž plej lista greši u pokušaju da napravi uspešan brend. Holt smatra da su ovakve inicijative koje izlaze van standardnih reklamnih blokova i fokusiraju se na emisije i druge programe, u stvari posledica i nedostatak ideja u formiranju jasne poruke potrošačima.

## PR.REGION

- Ove nedelje predstavljen je novi web portal NetNovinar prvi on-line centar za novinarstvo u Jugoistočnoj Evropi. Sajit je namenjen novinarima, urednicima i studentima novinarstva koji na ovom sajtu mogu naći brojne savete iz osnova novinarstva, priručnike i članke o novinarstvu, medijske vesti i zakone kao i istraživanja. Portal je osmišljen kao mesto za virtualnu komunikaciju i saradnju novinara i medijskih profesionalaca iz regiona. NetNovinar je projekat Mediacentra Sarajevo, u saradnji sa Media Centrom Beograd i Centra za istraživačko novinarstvo iz Zagreba.

- Stalna konferencija gradova i opština formirala je bazu podataka gradova i opština kako bi se poboljšala dostupnost podataka o opštinama, olakšala promocija kod donatora i podržala medjuopštinska saradnja. U bazi podataka se nalaze raznovrsni demografski, prostorni, privredni i drugi podaci o opštinama. Na vrlo pristupačan način, uz moguće komparacije podataka iz raznih opština, dolazi se do traženih podataka. Baza podataka se nalazi na veb sajtu Stalne konferencije gradova i opština na adresi [www.skgo.org](http://www.skgo.org).

- Poslovno udruženje turističkih agencija Srbije i Crne Gore 17. decembra organizuje Kongres turističkih agencija, kojem će prisustvovati predstavnici turističkih asocijacija balkanskih zemalja. Osnovna tema kongresa biće *Balkan u svetskim turističkim tokovima*, a skup će u Privrednoj komori Srbije otvoriti ministar za trgovinu, turizam i usluge Srbije Bojan Dimitrijević. O integracionim procesima u regionu, ulozi asocijacija turističkih agencija, zajedničkim programima i budućem razvoju ove grane privrede govoriće predstavnici Evropske komisije i *Asocijacija turističkih agencija balkanskih zemalja*.

- U humanitarnoj akciji *Pružimo ruku veseloj bolnici* koja je organizovana povodom Svetskog dana deteta prikupljeno je 800.000 din. Koordinator akcije su bili *McDonald's*, *Crveni krst* i *Dečji kulturni centar*. Prikupljena sredstva će omogućiti da se u program *Vesela bolnica*, koji je do sada realizovan u Univerzitetnoj dečjoj klinici, bolnici *Olga Dedijer* i *Ortopedskoj bolnici Banjica*, uključe *Kliničko-bolnički centar Zemun* i druge bolnice. Akcija *Pružimo ruku veseloj bolnici* je obeležena u 118 zemalja sveta. Promoteri ove akcije u svetu su teniserke *Serena* i *Venus Vilijams* i članice američke R&B grupe *Destini* čajld.

## SEMINAR "PUBLIC SPEAKING" – JAVNI NASTUP I RETORIKA

«Ustani da te svi vide, govori glasno da te svi čuju, govori kratko da te svi zavole» prvi je savet koji je prof. dr *Sima Avramović* uputio polaznicima u okviru «Edusfera» seminaru, na temu «Public speaking». Seminar je održan 26. i 27. novembra na Pravnom fakultetu, u organizaciji konsultantske kuće *Bovan Communications*. Kako savladati tremu? Kako se pripremiti za TV nastup? Koliko je važna cezura u govoru? Odgovore na ova pitanja, davali su prof. dr *Obrad Stanojević*, *Maja Barać* i *Ana Bovan*. Intezivni trening pomogao je polaznicima da obrate pažnju na sve segmente javnog nastupa, vežbaju i koriguju svoje greške i poboljšaju svoju prezentaciju. «Imao sam dosta iskustva sa sličnim treninzima po inostranstvu, ali sam ovim seminarom zaista oduševljen» kaže *Marko Radoja*, menadžer za odnose sa javnošću banjalučkog *Kliničko-bolničkog centra* i šef RTS-a za BiH.



Vežba TV nastupa

## TIPS & TRICKS

U prošlom broju *PRNEWSLETTER-a* ukratko smo vam prikazali kako definisati taktiku pri SOSTAK modelu planiranja. U okviru PR i marketing programa. Ovoga puta nešto više o aktivnostima.

**A**ktivnosti predstavljaju one konkretne korake koje ćete preduzeti u određenom vremenu, sa određenim ljudskim resursima, na određenom mestu i u okviru određenog budžeta. Njih možete svrstati u okviru faza koje ste napravili prilikom definisanja taktike. Kada razmišljate o aktivnostima uvek važi pravilo «Think out of the box». Napravite brainstorming i razmišljajte o različitim kreativnim akcijama počev od klasičnih konferencija za štampu, pa sve do internih takmičenja i neuobičajnih promocija. Uvek imajte na umu da jedna uspešna akcija može biti zapaženija od čitave kampanje. Podjednako brinite i o eksternim i internim dešavanjima, ko vam je od ljudi potreban, koja tehnika, koliki budžet, i u kom roku. Svaka akcija mora da ima svoj posebni cilj koji je u saglasnosti sa opštim ciljem koji ste već projektovali tokom svog planiranja. Ovo je obično najdinamičniji deo programa pri realizaciji, a koliko ste bili uspešni pokazaće poslednji korak pri SOSTAK modelu planiranja – kontrola. O tome u sledećem broju *PRNEWSLETTER-a*.



### PR.HIGHLIGHTS

Dobra volja je jedina imovina koju konkurencija ne može da uništi.

– Marshall Field

### Seminari, događaji:

- PR University: Audio konferencija «Pitching network TV – How to score millions of impressions – consistently» 249\$
- Get Active poslovne radionice: (Business strategy, Financial and General Management, Leadership), 1 dec. – 28. jan

Bovan Communications  
Newsletter priprema: Maja Vlahović  
Urednik: Ana B. Bovan

### PR NEWS TEAM

3 Maje, Nataša, Sandra, Goga, Damir, Ivan

[prnews@bovan.co.yu](mailto:prnews@bovan.co.yu)

Još desetak dana do slanja novogodišnjih čestitki. Da li ste nekog zaboravili?

### PR NEWS PRIJATELJI:

Vibilla



ekonomist