



ΕΝΩΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ο Τομέας Δημοσίων Σχέσεων ΕΔΕΕ



ΕΝΩΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



Τομέας Δημοσίων Σχέσεων ΕΔΕΕ

Η Ένωση Εταιριών Διαφήμισης-Επικοινωνίας αποτελεί τον θεσμικό φορέα που εκπροσωπεί τις εταιρίες του χώρου της επικοινωνίας στην Ελλάδα μέσα από τους 4 Τομείς της -τον Τομέα **Διαφήμισης**, τον Τομέα **Δημοσίων Σχέσεων**, τον Τομέα **Άμεσου Marketing** και τον Τομέα **Media Specialists**.

Ο Τομέας **Δημοσίων Σχέσεων** της ΕΔΕΕ ενώνει, ενισχύει και προωθεί τις εξειδικεύσεις που υπάγονται σε αυτόν στην Ελλάδα.

Στον Τομέα εντάσσονται **εταιρίες Δημοσίων Σχέσεων** (Public Relations) και **Δημοσίων Υποθέσεων** (Public Affairs), εταιρίες προβολής, οργάνωσης, εκμετάλλευσης του **Αθλητικού Marketing** και οργάνωσης - εκμετάλλευσης **Χορηγιών**.

Ο Τομέας Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ:

- Προβάλλει και Προωθεί την επιστήμη και τις πρακτικές των Δημοσίων Σχέσεων στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα.
- Επιδιώκει την ενίσχυση και εδραίωση των Δημοσίων Σχέσεων σε όλα τα επίπεδα της πολιτικής, οικονομικής, επιχειρηματικής και κοινωνικής δράσης.
- Προωθεί την καθιέρωση υψηλών επαγγελματικών προδιαγραφών και Κανόνων Δεοντολογίας στην άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων.
- Επιδιώκει τις καλές σχέσεις συνεργασίας με τους δημοσιογράφους και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.
- Μεταφέρει τις καλύτερες παγκόσμιες πρακτικές, ιδέες και εμπειρίες μέσω της συμμετοχής του σε διεθνή φόρα.
- Προωθεί επιχειρηματικά και οικονομικά θέματα των εταιριών μελών του.
- Παρέχει στις εταιρίες-μέλη και στους επαγγελματίες που εργάζονται σε αυτές τα εργαλεία και τις πληροφορίες που χρειάζονται για την επαγγελματική τους ανάπτυξη.

Στο εξωτερικό ο Τομέας Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ εκπροσωπεί την Ελλάδα στην International Communications Consultancy Organization [ICCO]



Υπηρεσίες που παρέχουν οι εταιρίες Δημοσίων Σχέσεων

Οι δημόσιες σχέσεις περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα εξειδικευμένων υπηρεσιών για τη δημιουργία, την ενίσχυση και την προάσπιση της εικόνας και της φήμης για επιχειρήσεις και οργανισμούς (τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους) και για την ανάπτυξη σχέσεων με τους συμμετόχους τους (stakeholders) προκειμένου να διευκολυνθεί η επίτευξη επιχειρηματικών στόχων.

Όλες οι υπηρεσίες έχουν δύο άξονες δραστηριότητας: τον άξονα της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και τον άξονα της υλοποίησης των προγραμμάτων. Και οι δύο άξονες έχουν την ίδια βαρύτητα.

Οι υπηρεσίες που παρέχουν οι εταιρείες δημοσίων σχέσεων είναι:

Εταιρική Επικοινωνία & Διαχείριση Εταιρικής Φήμης

Στο σημερινό επιχειρησιακό περιβάλλον, οι εταιρείες κρίνονται όλο και περισσότερο από τα άτυλα περιουσιακά τους στοιχεία. Στα σημαντικότερα άτυλα περιουσιακά στοιχεία μιας επιχείρησης περιλαμβάνεται η εταιρική φήμη. Οι δημόσιες σχέσεις στοχεύουν στην ανάδειξη της σημασίας της και την αποτελεσματική διαχείρισή της.

Χρηματοοικονομική Επικοινωνία

Στοχεύει στη δημιουργία και τη διατήρηση της εμπιστοσύνης των μετόχων, των επενδυτών, των ΜΜΕ, των διαμορφωτών της κοινής γνώμης και εν γένει των διαφόρων stakeholders απέναντι σε μια επιχείρηση, καθώς και στην ανάπτυξη καλών σχέσεων με την ευρύτερη επενδυτική κοινότητα.

Εσωτερική Επικοινωνία (Internal/Employee Relations):

Ανάπτυξη προγραμμάτων που στοχεύουν στην ανταπόκριση της επιχείρησης στα ζητήματα που απασχολούν το ανθρώπινο δυναμικό της, στην ενημέρωσή τους, την ενδυνάμωσή τους, την αποδοχή και την προσαρμογή τους σε αλλαγές, καθώς και τη δημιουργία κινήτρων.

Δημοσιότητα & Σχέσεις με τα ΜΜΕ

Τα ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης συνιστούν το αποτελεσματικότερο μέσο μεταβίβασης μηνυμάτων σε σχέση με κάθε άλλο επικοινωνιακό εργαλείο.

Η ανάπτυξη προγραμμάτων δημοσιότητας επιτυγχάνει τη διάδοση προγραμματισμένων πληροφοριών και ειδήσεων μέσα από επιλεγμένα Μέσα με στόχο την προώθηση των μηνυμάτων μιας επιχείρησης. Στο πλαίσιο αυτό αναπτύσσονται σχέσεις και συνεργασία με τα ΜΜΕ με στόχο τη δημοσιότητα ή την ανταπόκριση στο ενδιαφέρον τους για την επιχείρηση.

Διαχείριση κρίσιμων ζητημάτων & Κρίσεων

Κάθε επιχείρηση αντιμετωπίζει καθημερινά σειρά ζητημάτων που είναι δυνατό ανά πάσα στιγμή να κλιμακωθούν σε μείζονα δημόσια κρίση. Η διοίκηση κάθε Εταιρίας θα πρέπει να βρίσκεται σε διαρκή ετοιμότητα ώστε να αντιμετωπίσει κάθε θέμα του οποίου η δημοσιοποίηση θα μπορούσε να βλάψει την εικόνα και τη φήμη της εταιρίας, επιμέρους προϊόντων ή προσώπων. Οι υπηρεσίες μας στον τομέα αυτό περιλαμβάνουν προγράμματα προετοιμασίας των επιχειρήσεων, εκπαίδευσης της ομάδας διαχείρισης κρίσεων και συμβουλευτική υποστήριξη σε περίπτωση κρίσης.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη & Εταιρική Διακυβέρνηση

Προσφέρει στρατηγική καθοδήγηση για ενίσχυση της εταιρικής υπευθυνότητας, διαφάνειας και απόδοσης σε κοινωνικό, ηθικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Βοηθούμε τις εταιρίες να κατανοούν τις προσδοκίες της κοινωνίας, να καλλιεργούν εταιρική κουλτούρα, η οποία να αποδίδει σταθερά αποτελέσματα σε σχέση με τις αξίες και τους στόχους τους, καθώς και να επικοινωνούν αξιόπιστα με κρίσιμες ομάδες κοινού.

Έρευνες αποκαλύπτουν ότι οι επιχειρήσεις που ενσωματώνουν την εταιρική κοινωνική ευθύνη στο μοντέλο λειτουργίας τους, οικοδομούν πιο ισχυρό και πιο ανθεκτικό εταιρικό όνομα, ενισχύουν την εταιρική τους φήμη και βελτιώνουν την εμπιστοσύνη των πελατών τους στα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.

Χορηγίες

Υποστήριξη μη κερδοσκοπικών φορέων προς όφελος της φήμης του χορηγού και του κοινωνικού συνόλου. Ανάπτυξη χορηγικής στρατηγικής επιχειρήσεων ή οργανισμών, Ετήσιων Χορηγικών Προγραμμάτων, Χορηγικός σχεδιασμός και ανάπτυξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών και φορέων.

Πολιτική Επικοινωνία

Ανάπτυξη στρατηγικής επικοινωνίας πολιτικών κομμάτων ή προσώπων, αξιοποίηση ευρημάτων ποιοτικής έρευνας για ανάπτυξη μηνυμάτων, επιμέλεια κειμένων και επικοινωνιακού υλικού, διοργάνωση εκδηλώσεων.

Σχέσεις με την Τοπική ή την ευρύτερη Κοινωνία (Community Relations)

Προγραμματισμένες ενέργειες που έχουν στόχο τη διατήρηση ευνοϊκού κλίματος προς όφελος και της Κοινωνίας σε εθνικό και τοπικό επίπεδο και της επιχείρησης.

Public Affairs & Government Relations

Αποτελεσματική ανάμιξη μιας εταιρίας στο πολιτικό γίγνεσθαι. Υποστήριξη επιχειρήσεων, φορέων ή και κυβερνήσεων να επιτύχουν τους στόχους τους, και μέσα από παρεμβάσεις στα κέντρα λήψης αποφάσεων.

Ανάπτυξη σχέσεων με τα νομοθετικά και ρυθμιστικά όργανα για λογαριασμό μιας επιχείρησης – Lobbying.

Marketing/Consumer PR

Συνδυασμός ενεργειών με στόχο την ενίσχυση της μάρκας την πώληση προϊόντος, υπηρεσίας ή ιδέας - οι ενέργειες μπορεί να περιλαμβάνουν δημοσιότητα, σχεδιασμό, παραγωγή και επιμέλεια έντυπου ή και άλλου υλικού, συμμετοχή σε εκθέσεις, events, direct mail κ.λπ.

Εκπαίδευση στελεχών σε θέματα Επικοινωνίας

Ανάπτυξη εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων με στόχο την κατάρτιση των στελεχών που εκπροσωπούν έναν οργανισμό ή μια εταιρεία, ώστε να αναπτύξουν ξεκάθαρα και σαφή επικοινωνιακά μηνύματα, να επικοινωνούν αποτελεσματικά με τους εκπροσώπους των ΜΜΕ, να είναι κατάλληλα προετοιμασμένα σε πιθανή εταιρική κρίση κ.λπ.

Οργάνωση Εκδηλώσεων/Event Marketing:

Δημιουργία ενδιαφέροντος για ένα άτομο, μια επιχείρηση ή ένα προϊόν μέσα από στοχευμένα «happenings». Δραστηριότητες που έχουν στόχο την αμφίδρομη επικοινωνία με συγκεκριμένα κοινά (π.χ. forum)



Πού μπορεί να συμβάλει μια εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων

Ανεξάρτητα από το αντικείμενό της, το μέγεθός της, τη γεωγραφική της θέση, το οικονομικό περιβάλλον στο πλαίσιο του οποίου δραστηριοποιείται, ακόμα και αν διαθέτει εσωτερικό τμήμα Επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων, μια επιχείρηση θα έχει σημαντικό όφελος αν συνεργαστεί και με εταιρεία συμβούλων δημοσίων σχέσεων.

Και αυτό γιατί η συνεργασία με εταιρεία δημοσίων σχέσεων:

1. Εξασφαλίζει την παροχή αντικειμενικής άποψης-οπτικής γωνίας για τα επικοινωνιακά και επιχειρηματικά ζητήματα, αλλά και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι πελάτες της. Έχει με αυτό τον τρόπο τη δυνατότητα να τους οδηγήσει σε αποτελεσματικές λύσεις.

2. Μπορεί να δώσει μια «φρέσκια» άποψη σχετικά με τις ευκαιρίες επικοινωνίας που μπορεί να έχουν οι πελάτες της. Έτσι, συνεισφέρει με νέες ιδέες, που συμβάλλουν ώστε να μεγιστοποιηθεί η αποτελεσματικότητα των επικοινωνιακών ενεργειών.

3. Προσφέρει εξειδικευμένη γνώση και μεγάλη εμπειρία στην αντιμετώπιση παρόμοιων καταστάσεων με αυτές που αντιμετωπίζουν οι πελάτες της, καθώς διαθέτει τεχνογνωσία για πολλά διαφορετικά αντικείμενα. Έτσι προσδίδει προστιθέμενη αξία στους πελάτες της μέσα από τη συσσωρευμένη εμπειρία της και τις βέλτιστες πρακτικές και μεθόδους που έχει αναπτύξει.

4. Διαθέτει έμπειρους επαγγελματίες με βαθιά γνώση και ιδιαίτερες ικανότητες σε ευρεία κλίμακα αγορών και θεμάτων (π.χ. τεχνολογία, χρηματοοικονομικά ζητήματα, καταναλωτικά προϊόντα, υπηρεσίες υγείας, διαχείριση κρίσεων, εσωτερική επικοινωνία, η στρατηγική εταιρικής επικοινωνίας, η διοργάνωση εκδηλώσεων κ.ά.), και σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό απ' ό,τι ένας πελάτης μπορεί να εξασφαλίσει μέσα από το ίδιο του το ανθρώπινο δυναμικό.

5. Μπορεί να υποστηρίξει τους πελάτες της «στρατολογώντας» μεγάλο αριθμό ανθρώπινου δυναμικού και εξασφαλίζοντας τους απαραίτητη υποδομή για τη διοργάνωση και την υλοποίηση ιδιαίτερα μεγάλων projects, πέρα από τις δυνατότητες που μπορεί να παράσχει το ανθρώπινο δυναμικό των πελατών της.

6. Διαθέτει δίκτυο εμπειρών και εξειδικευμένων επαγγελματιών σε γεωγραφικά σημεία όπου δε θα ήταν οικονομικά πρόσφορο για τους πελάτες της να προσλάβουν ή να διαθέσουν προσωπικό.

7. Οι απόψεις και οι προτάσεις που παρέχει μια εταιρεία δημοσίων σχέσεων, έχουν συχνά ιδιαίτερο βάρος στις επαφές με ανώτερα διοικητικά στελέχη.

8. Μπορεί να θέσει στη διοίκηση ζητήματα που τα στελέχη μιας εταιρείας ή ενός οργανισμού συχνά δε θέτουν σε ανωτέρους τους.

9. Έχει την ευελιξία να παρακάμψει ή να αντιμετωπίσει προβλήματα που τυχόν ανακύπτουν λόγω εσωτερικών «πολιτικών» και ευαίσθητων ισορροπιών, που μπορεί να εμποδίσουν την πρόοδο σημαντικών ζητημάτων στο εσωτερικό μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.



Διεθνείς Οργανισμοί, Κώδικες Δεοντολογίας, CMS

Η **International Communications Consultancy Organization** είναι η φωνή των εταιριών Δημοσίων Σχέσεων σε όλο τον κόσμο. Αποτελεί την ένωση-«ομπρέλα» για περισσότερες από 1000 εταιρίες Δημοσίων Σχέσεων, μέσω των εθνικών ενώσεων τους σε **29 χώρες**. Ο Τομέας Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ είναι πλήρες μέλος της ICCO από τον **Ιούλιο του 2001**.

Η ICCO ιδρύθηκε το 1986 με στόχο να αποτελέσει ένα φόρουμ συζήτησης για θέματα που αντιμετωπίζουν οι εταιρίες Δημοσίων Σχέσεων σε παγκόσμιο επίπεδο και να διευκολύνει την ανταλλαγή εμπειριών και ορθών πρακτικών στον χώρο. Τα μέλη της συνεργάζονται για την προαγωγή υψηλών ποιοτικών standards στις παρεχόμενες υπηρεσίες, έχουν **καθιερώσει Κώδικα Δεοντολογίας (The Stockholm Charter)**, και προωθούν σύγχρονες και αποτελεσματικές πρακτικές στην άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων.

Ο Κώδικας, ο οποίος είναι γραμμένος σε απλή και κατανοητή γλώσσα, δημιουργεί **επαγγελματικά πρότυπα για τις εταιρίες Δημοσίων Σχέσεων**, περιγράφοντας την αναμενόμενη συμπεριφορά από τις εταιρίες και ενώσεις μέλη της ICCO χωρίς να εξειδικεύει συγκεκριμένες περιστάσεις. Ο Κώδικας εκφράζει τη δεοντολογία ενός χώρου που λειτουργεί στο πλαίσιο μιας κοινωνίας με ελευθερία λόγου και πληθώρα ΜΜΕ, σε ένα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό γίγνεσθαι όπου οι πελάτες επιθυμούν να έχουν στο πλάι τους ανεξάρτητους και εξειδικευμένους συμβούλους-επαγγελματίες οι οποίοι αναπτύσσουν τεκμηριωμένες προτάσεις για τη διαχείριση της φήμης τους.

Είναι σαφές ότι ένας Κώδικας πρέπει να συνοδεύεται από έναν μηχανισμό εφαρμογής του. Στο πλαίσιο αυτό, η Διοικούσα Επιτροπή του Τομέα Δημοσίων Σχέσεων, λαμβάνοντας υπόψη την πρακτική άλλων χωρών μελών της ICCO, δημιούργησε έναν **Κανονισμό για την εφαρμογή του Κώδικα**. Ο κανονισμός αυτό προβλέπει την κατά περίπτωση ενεργοποίηση μιας «Επιτροπής Εφαρμογής» του Κώδικα, η οποία είναι πενταμελής και αποτελείται από ένα μέλος της Διοικούσας Επιτροπής του Τομέα Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ, δύο μέλη του Τομέα Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ, ένα μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της ΕΔΕΕ και μια προσωπικότητα με σημαντικό έργο στον χώρο των Δημοσίων Σχέσεων εκτός ΕΔΕΕ.

Στον Κανονισμό προβλέπεται η διαδικασία και το χρονοδιάγραμμα εξέτασης μιας καταγγελίας καθώς και οι κυρώσεις που μπορεί να προτείνει η Επιτροπή στο Διοικητικό Συμβούλιο της ΕΔΕΕ. Αξίζει να επισημανθεί ότι **οι εταιρίες μέλη της ΕΔΕΕ «συνδέουν» τα πρότυπα δεοντολογίας με την ίδια τη συμμετοχή τους στην Ένωση**. Οι κυρώσεις μπορεί να επεκταθούν μέχρι και τη στέρηση δικαιωμάτων του μέλους ή την αποβολή μιας εταιρίας από την Ένωση, σε συνδυασμό με τη δημοσίευση της τεκμηριωμένης απόφασης της Επιτροπής Εφαρμογής.

Από τον Ιούλιο του 2005 η ICCO, και δια μέσου αυτής και ο Τομέας Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ, υιοθέτησαν τον Κώδικα της IPRA (International Public Relations Association) **on Media Transparency** σύμφωνα με τον οποίο η Δημοσιότητα αποτελεί αποτέλεσμα της αντικειμενικής και ανιδιοτελούς κρίσης του δημοσιογράφου. Οποιοδήποτε δημοσίευμα εμφανίζεται ως αποτέλεσμα συναλλαγής θα πρέπει να προσδιορίζεται ως διαφήμιση ή πληρωμένη προώθηση.

Consultancy Management Standards

Η Διοικούσα Επιτροπή του Τομέα Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ έχει ολοκληρώσει τη διαδικασία που θα βοηθήσει τις εταιρίες μέλη να προετοιμαστούν για την υιοθέτηση του **Consultancy Management Standards**, που αποτελεί την επίσημη και διεθνώς αναγνωρισμένη πιστοποίηση των εταιριών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των **Δημοσίων Σχέσεων**. Το πρότυπο **CMS** παρέχει πιστοποίηση ότι οι εταιρίες μας είναι επιχειρηματικές οντότητες με δομή, business plan, στοχοθέτηση, οικονομικό προγραμματισμό και συστήματα, προδιαγραφές για τη διαχείριση προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων, προδιαγραφές για την καταγραφή της ικανοποίησης του πελάτη, για απόκτηση νέων λογαριασμών και για την επιλογή και εκπαίδευση του ανθρώπινου κεφαλαίου.

Σήμερα το πρότυπο CMS εφαρμόζεται σε 15 χώρες, ενώ από την ICCO σχεδιάζεται η ταχεία ανάπτυξή του.

Πώς επιλέγουμε
εταιρεία Δημοσίων
Σχέσεων





1ο ΒΗΜΑ

Καθορίστε τους στόχους σας

Καθορίστε το ρόλο που θα διαδραματίσουν οι δημόσιες σχέσεις στο συνολικό πρόγραμμα επικοινωνίας, καθώς και τους επιμέρους στόχους. Αυτό θα καθορίσει και το είδος της συνεργασίας που σας εξυπηρετεί. Για παράδειγμα, μπορεί να αναζητάτε έναν σύμβουλο χάραξης στρατηγικής για την επέκτασή σας σε νέες αγορές ή να επικοινωνήσετε σε συνθήκες κρίσεως.

2ο ΒΗΜΑ

Καθορίστε τα εργαλεία

Επιλέξτε βάσει των στόχων εκείνα τα εργαλεία των δημοσίων σχέσεων τα οποία θεωρείτε καταλληλότερα για την υλοποίηση των στόχων, καθώς και αυτά που ταιριάζουν στη δομή του οργανισμού σας. Αυτά θα οριοθετήσουν την εξειδίκευση την οποία θα πρέπει να αναζητήσετε.

3ο ΒΗΜΑ

Διερευνήστε τους διαθέσιμους πόρους

Η ύπαρξη συγκεκριμένου προϋπολογισμού θα βοηθήσει τους ενδιαφερόμενους να προβούν σε ρεαλιστικές προτάσεις.

4ο ΒΗΜΑ

Έρευνα αγοράς

Ερευνήστε την αγορά δημοσίων σχέσεων προκειμένου να καταλήξετε στον τελικό κατάλογο με τις εταιρείες που ταιριάζουν καλύτερα στις ανάγκες σας. Απευθυνθείτε στο www.edee.gr προκειμένου να ενημερωθείτε για τις εταιρείες-μέλη του Τομέα Δημοσίων Σχέσεων της Ένωσης. Ο κατάλογος των μελών περιλαμβάνει τις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες και τα διεθνή δίκτυα που λειτουργούν στη χώρα μας.

5ο ΒΗΜΑ

Επικοινωνία με τις υποψήφιες εταιρείες

Συντάξτε μια συνοπτική παρουσίαση της εταιρείας σας, η οποία ενδεικτικά θα περιλαμβάνει:

- Εταιρικό προφίλ
- Ομάδες κοινού - στόχος
- Περιγραφή περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιείστε
- Μελλοντικά σχέδια
- Προϋπολογισμό του έργου

Περιγράψτε εν συνεχεία αναλυτικά τις ανάγκες και τους στόχους σας. Όσο πιο συγκεκριμένη είναι η απεικόνιση αυτή, τόσο ευχερέστερο θα είναι για την εταιρεία-σύμβουλο να ανταποκριθεί στις πραγματικές σας απαιτήσεις. Φυσικά, στην πορεία και με τη βοήθεια της εταιρείας που θα επιλέξετε, μπορείτε να εξειδικεύσετε ή και να αναθεωρήσετε τους στόχους.

Τέλος, προσδιορίστε σε γενικές γραμμές τα κριτήρια βάσει των οποίων σκοπεύετε να επιλέξετε το συνεργάτη σας.

Ζητήστε από τις εταιρείες δημοσίων σχέσεων που κρίνετε καταλληλότερες, να σας αποστείλουν παρουσιάσεις τους, οι οποίες ενδεικτικά θα πρέπει να περιλαμβάνουν:

- Εταιρικό προφίλ
- Βιογραφικά στελεχών
- Οικονομικά στοιχεία
- Πελατολόγιο
- Ανάλυση αντίστοιχων περιπτώσεων τις οποίες αντιμετώπισε κάθε εταιρεία - υποψήφιος
- Περιγραφή διαδικασιών και τρόπου χειρισμού του λογαριασμού
- Τρόπο χρέωσης

Εφόσον αναζητάτε συνεργάτη για μακροπρόθεσμη συνεργασία και όχι για ένα συγκεκριμένης διάρκειας πρόγραμμα επικοινωνίας, δεν ωφελεί να ζητήσετε από τις εταιρείες να σας προτείνουν συγκεκριμένες προτάσεις. Αυτό θα ήταν αναποτελεσματικό για σας αν υπολογίσουμε ότι το υλικό που μπορείτε να θέσετε στη διάθεσή τους, στη συγκεκριμένη φάση, περιορίζεται σε γενικά στοιχεία.

Αν παρ' όλα αυτά επιθυμείτε να σας υποβληθούν στρατηγικά σχέδια, καθώς και δημιουργικές λύσεις, θα πρέπει να προβλέψετε την κάλυψη των εξόδων προετοιμασίας καθώς και την αμοιβή των αντίστοιχων ανθρωπινών. Επιπρόσθετα θα πρέπει να αποστείλετε στις εταιρείες συγκεκριμένο brief, παρέχοντας στοιχεία από έρευνες ή και εμπιστευτικές πληροφορίες, προκειμένου να λάβετε προτάσεις προσαρμοσμένες στις συγκεκριμένες ανάγκες και απαιτήσεις σας.

6ο ΒΗΜΑ

Συνάντηση με τις υποψήφιες εταιρείες

Με βάση τις γραπτές παρουσιάσεις των εταιρειών, μπορείτε να επιλέξετε αυτές που πλησιάζουν περισσότερο στις απαιτήσεις σας. Η προσωπική επαφή είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες που θα σας βοηθήσουν στην τελική επιλογή της κατάλληλης εταιρείας.

Για κάθε παρουσίαση θα πρέπει να υπολογίσετε περίπου δύο ώρες, με το μισό περίπου από το χρόνο αυτό αφιερωμένο σε ερωτήσεις και απαντήσεις.

Καλό θα ήταν οι παρουσιάσεις να διεξαχθούν στο χώρο κάθε εταιρείας, προκειμένου να σχηματίσετε πιο ολοκληρωμένη εικόνα.

Οι επικεφαλής της εταιρείας πρέπει να είναι σε θέση να σας περιγράψουν τον τρόπο με τον οποίο σκοπεύουν να εξυπηρετήσουν το λογαριασμό σας, καθώς και την προτεινόμενη σύνθεση της ομάδας μεταξύ των στελεχών που διαθέτει η εταιρεία. Επίσης, κατά τη διάρκεια της παρουσίασης καλό θα ήταν να επιδιώξετε να συναντήσετε τουλάχιστον τα βασικότερα μέλη της ομάδας αυτής και να συζητήσετε μαζί τους προκειμένου να διαπιστώσετε την εμπειρία τους.

7ο ΒΗΜΑ

Η απόφαση

Προκειμένου να διευκολύνετε την απόφασή σας, κατά τη διάρκεια των παρουσιάσεων προτείνεται η κατάρτιση ενός καταλόγου βαθμολογίας με βάση τις απαιτήσεις σας, τον οποίο θα συμπληρώνετε άμεσα έπειτα από κάθε παρουσίαση.

Θυμηθείτε ότι η καλύτερη εταιρεία είναι εκείνη που επεκτείνει την πρότασή της πέρα από το προφανές. Η κάλυψη όχι μόνο των τρεχουσών αναγκών, αλλά και η πρόβλεψη των μελλοντικών συνθηκών της αγοράς και απαιτήσεων του κοινού-στόχος αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα επιλογής.

Σε κάθε περίπτωση μην ξεχνάτε ότι η συγκεκριμένη επιλογή θα αποτελέσει την απαρχή μιας στενής συνεργασίας, η οποία θα απαιτήσει και από την πλευρά σας την αφιέρωση χρόνου σε προσωπικές συνεργασίες. Για το λόγο αυτό η προσωπική «χημεία» και η εγγύτητα αποτελούν απαραίτητη προϋπόθεση επιτυχίας.

ΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

A. ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ

- Ανταπόκριση κατά τη διάρκεια της διαδικασίας επιλογής
- Ενθουσιασμός για τη δουλειά τους
- Δέσμευση για άριστη εξυπηρέτηση πελατών
- Μηχανισμοί αξιολόγησης αποτελεσμάτων
- Συστάσεις πελατών
- Προσέγγιση οικονομικής διοίκησης
- Κατανόηση αγοράς
- Δυνατότητα κάλυψης ποικίλων αναγκών

B. ΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

- Case studies
- Δημιουργικότητα
- Στρατηγική σκέψη
- Καινοτομία
- Προσέγγιση διαφορετικών ομάδων κοινού
- Δέσμευση στην επίτευξη αποτελεσμάτων

Γ. ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΟΥ

- Προσόντα
- Επαγγελματική ανάπτυξη
- Διοικητική δεξιότητα
- Εμπειρία της αγοράς μας
- Προσωπικότητες συμβατές με εμάς

Δ. ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

- Εταιρικές αξίες και όραμα
- Εξυπηρέτηση διαφορετικών αναγκών λογαριασμού χωρίς κενά
- Θέση και φήμη στην αγορά
- Διακρίσεις - βραβεία



Πώς χρεώνονται
οι υπηρεσίες
Δημοσίων Σχέσεων





Η χρέωση των υπηρεσιών επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων είναι συνάρτηση των ανθρωποωρών που δεσμεύει η αντίστοιχη εταιρία στην εξυπηρέτηση του λογαριασμού του πελάτη και του επιπέδου αμοιβής κάθε στελέχους. Με βάση τη διεθνή αλλά και την ελληνική εμπειρία οι τρεις συννηθέστερες μέθοδοι χρέωσης είναι οι εξής:

1. ΧΡΟΝΟΧΡΕΩΣΗ ΜΕ ΑΜΟΙΒΗ ΑΝΑ ΩΡΑ ΣΥΝ ΤΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΕΝΤΑ ΕΞΟΔΑ

Αποτελεί την πλέον ευέλικτη μέθοδο, η οποία χρησιμοποιείται περισσότερο από τις μεγάλες εταιρίες. Ο υπολογισμός γίνεται βάσει των ωρών απασχόλησης όσων εργάστηκαν για λογαριασμό του συγκεκριμένου πελάτη και χρεώνονται σε αυτόν σύμφωνα με έναν προσημοφωνημένο πίνακα αμοιβής ανά ώρα κάθε στελέχους σύμφωνα με το επίπεδο της επαγγελματικής του εμπειρίας και κατάρτισης.

Στο παραπάνω κόστος δεν υπολογίζονται οι δαπάνες για την υλοποίηση του προγράμματος, τα λειτουργικά έξοδα (π.χ. τηλεφωνα, fax, couriers κ.λπ.) καθώς και τυχόν έξοδα εξυπηρέτησης (π.χ. έξοδα μετακίνησης, γεύματα, κ.λπ.) και χρεώνονται ξεχωριστά στον πελάτη.

Η συγκεκριμένη μέθοδος προτιμάται όλο και περισσότερο από τις εταιρίες – πελάτες ? (αγορά ή agencies) καθώς αποτελεί τον πλέον ακριβή τρόπο, δεδομένου ότι ο πελάτης πληρώνει τον ακριβή αριθμό των ωρών που έκανε χρήση των υπηρεσιών της εταιρίας.

2. ΜΗΝΙΑΙΑ ΑΜΟΙΒΗ ΣΥΝ ΤΑ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΘΕΝΤΑ ΕΞΟΔΑ

Στη συγκεκριμένη περίπτωση γίνεται συμφωνία μεταξύ του πελάτη και της εταιρίας για την καταβολή μίας μηνιαίας αμοιβής η οποία καλύπτει ένα σταθερό πλαίσιο ωρών απασχόλησης της ομάδας εργασίας και αφορά σε εργασίες που επαναλαμβάνονται σταθερά (π.χ. συμβουλευτικές υπηρεσίες, επικοινωνία με τον πελάτη, monitoring, reporting κ.λπ.).

3. ΕΦΑΠΑΞ ΑΜΟΙΒΗ

Αφορά στην εκ των προτέρων συμφωνία εκτέλεσης συγκεκριμένου έργου με εφάπαξ αμοιβή (π.χ. χειρισμός ειδικού γεγονότος, οργάνωση συνέντευξης τύπου κ.λπ.). Η συγκεκριμένη μέθοδος εφαρμόζεται συνήθως σε έκτακτες ή μεμονωμένες συνεργασίες ή συμπληρωματικά με τις μία εκ των δύο παραπάνω μεθόδων χρέωσης.

Τα έξοδα τα οποία πραγματοποιούνται για την υλοποίηση ενός προγράμματος επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων χρεώνονται ξεχωριστά και συνήθως περιλαμβάνουν:

- Αμοιβές τρίτων για την υλοποίηση του προγράμματος οι οποίες πραγματοποιούνται για λογαριασμό του πελάτη και χρεώνονται με την προσθήκη ενός επιπλέον ποσοστού της τάξεως του 15-20%. Το ποσοστό αυτό είναι η αμοιβή για την επίβλεψη και το συντονισμό των εργασιών. Η μέθοδος αυτή οδηγεί κατά κανόνα σε μείωση του τελικού κόστους για τον πελάτη, δεδομένης της εξειδίκευσης της εταιρείας δημοσίων σχέσεων, των καλύτερων τιμών που επιτυγχάνει και της συνολικής ευθύνης που αναλαμβάνει για την ποιότητα των υπηρεσιών. Εναλλακτικά, ο πελάτης μπορεί να επιλέξει να χειρισθεί ο ίδιος τους επιμέρους προμηθευτές.

- Έξοδα Εξυπηρέτησης τα οποία περιλαμβάνουν έξοδα μετακίνησης, έξοδα διαμονής και διατροφής, ενοικιάσεις αυτοκινήτων κ.λπ. τα οποία και χρεώνονται στο κόστος. Στην περίπτωση διαχείρισης και πληρωμής των εξόδων αυτών για λογαριασμό του πελάτη συμφωνείται η προσθήκη είτε ενός επιπλέον ποσοστού το οποίο δεν υπερβαίνει το 15-20% του κόστους είτε ενός εφάπαξ ποσού.

- Έξοδα γραμματειακής και διοικητικής υποστήριξης όπως για παράδειγμα τηλεφωνα, γραμματεία, εμφακέλωση και αποστολή δελτίων τύπου, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο κ.λπ., η χρήση των οποίων αποτελεί αντικείμενο συμφωνίας μεταξύ της εταιρίας και του πελάτη.

Σε κάθε περίπτωση η πολιτική της εταιρίας πρέπει να καταστεί σαφής στον πελάτη και να προβλέπεται ρητή αναφορά στη σύμβαση.

Διαχείριση κρίσεων

Η διαχείριση κρίσεων αποτελεί ξεχωριστή κατηγορία και για το λόγο αυτό διαφέρει από τη χρέωση των λοιπών υπηρεσιών επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων.

Η προφανής ανάγκη για χρήση στελεχών με υψηλή εξειδίκευση και εμπειρία, η απασχόληση σε συνθήκες πίεσης και σφώδς πέραν του ωραρίου, αλλά και η έκταση, η ένταση και το επίγειο του χαρακτήρα κάθε κρίσης είναι εξαιρετικά δύσκολο να υπολογιστούν. Για το λόγο αυτό η διεθνής πρακτική προβλέπει:

1. Χρονοχρέωση με αμοιβή ανά ώρα με παράλληλο διπλασιασμό της τιμής χρέωσης κάθε στελέχους

2. Εφάπαξ αμοιβή

Σε κάθε περίπτωση τα πραγματοποιηθέντα έξοδα χρεώνονται ξεχωριστά

ΑΜΟΙΒΕΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ

Σύμφωνα με έρευνα του Τομέα Δημοσίων Σχέσεων της ΕΛΔΕ, οι ενδεικτικές τιμές που αποτυπώνουν, για το 2008, τους μέσους όρους χρέωσης για την απασχόληση των στελεχών των εταιριών ανάλογα με το επίπεδο και την προϋπηρεσία τους, έχουν ως εξής:

General Manager: € 240/ ώρα απασχόλησης

Senior Consultant: € 200/ ώρα απασχόλησης

Account Director: € 160/ ώρα απασχόλησης

Account Manager: € 110/ ώρα απασχόλησης

Account Executive: € 60/ ώρα απασχόλησης

Administration: € 40/ ώρα απασχόλησης

Η συγκεκριμένη μέθοδος προτιμάται για πελάτες που παρουσιάζουν σταθερά επαναλαμβανόμενες εργασίες των οποίων ο χρόνος είναι εύκολα υπολογίσιμος. Επιπρόσθετα διευκολύνει την ένταξη της στον προϋπολογισμό.



Μέλη της ΕΔΕΕ



**ACTION HELLAS**

Ξενοφώντος 15^α, 105 57 Αθήνα
Τηλ.: 210 7240.160 • Fax: 210 7223.417

**ADVOCATE / BURSON MARSTELLER**

Καρύστου 5, 115 23 Αθήνα
Τηλ.: 210 6931.000 • Fax: 210 6985.812

**AIA RELATE**

Βασ. Κωνσταντίνου 33, 106 74 Αθήνα
Τηλ.: 210 7418.900 • Fax: 210 7418.930

Asset Ogilvy PR**ASSET OGILVY PR**

Ηρακλίου 10, 153 44 Γέρακας
Τηλ.: 210 6660.400 • Fax: 210 6660.498-9

**BELUGA & ASSOCIATES**

Ηρώδου Αττικού 9, 145 61 Κηφισιά
Τηλ.: 210 6231.863-8 • Fax: 210 6231.869

**BPR**

Στρ. Παπάγου 2 & Δημ/τίας, 151 27 Μελίσσια
Τηλ.: 210 6121.532 • Fax: 210 6147.879

**CIVITAS KETCHUM**

Μιλτιάδου 13, 152 32 Χαλάνδρι
Τηλ.: 210 6852.400 • Fax: 210 6842.604

**COMMUNICATION EFFECT**

Λεμεσού 52, 156 69 Παπάγος
Τηλ.: 210 6893.200 • Fax: 210 6893.220

**COMM GROUP**

Λ. Κηφισίας 161, 151 24 Μαρούσι
Τηλ.: 210 6140.712 • Fax: 210 6140.718

**EPIKINONIA**

Λεωφ. Πεντέλης 138, 152 34 Χαλάνδρι
Τηλ.: 210 6891.524 • Fax: 210 6854.204

**IKON PORTER NOVELLI**

Εθν. Αντιστάσεως 48, 152 31 Χαλάνδρι
Τηλ.: 210 6784.350 • Fax: 210 6784.369

**INTERACT BUSINESS RELATIONS**

Αγ. Βαρβάρας 57, 152 31 Χαλάνδρι
Τηλ.: 210 6729.158-9 • Fax: 210 6729.161

**ONE TEAM**

Λ. Βασ. Σοφίας 23, 106 74 Αθήνα
Τηλ.: 210 7259.500 • Fax: 210 7259.501

**OUT OF THE BOX**

Ναρκίσσου 9, 151 25 Μαρούσι
Τηλ.: 210 6823.109 • Fax: 210 6823.168

**PALLADIAN COMMUNICATIONS SPECIALISTS**

Ομήρου 56, 106 72 Αθήνα
Τηλ.: 210 3392.321/2 • Fax: 210 3392.323

**PARTNERS ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ**

Κεφαλληνίας 9, 151 25 Μαρούσι
Τηλ.: 210 6180.546/8 • Fax: 210 6197.029

**POLITICS**

Παπανικολή 24Α, 152 32 Χαλάνδρι
Τηλ.: 210 8174.400 • Fax: 210 8174.499

**PUBLICIS CONSULTANTS**

Καστοριάς 4 & Μεσσηνίας, 153 44 Γέρακας
Τηλ.: 210 2711.721 • Fax: 210 2751.404

**PUBLICOM / HILL & KNOWLTON**

Χαρ. Τρικούπη & Ξενίας 5, 145 62 Κεφαλάρι
Τηλ.: 210 6281.800 • Fax: 210 6281.820-1

**RUN COMMUNICATIONS**

Λ. Κηφισίας 22, 151 25 Μαρούσι
Τηλ.: 210 6833.545 • Fax: 210 6833.564

**THE PR TEAM**

Γρανικού 7, 151 25 Μαρούσι
Τηλ.: 210 6106.767 • Fax: 210 6106.717

**V+O**

Μικαλακοπούλου 91, Αθήνα
Τηλ.: 210 7249.000 • Fax: 210 7249.020



ΕΝΩΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



ΕΝΩΣΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ - ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Υπερείδου 7, 105 58 Αθήνα, Τ 210 324 6215-7, F 210 324 6880
E edee@edee.gr, www.edee.gr

