

ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ
ΔΗΜΟΣΙΕΣ
ΣΧΕΣΕΙΣ



ΙΩΑΝΝΗΣ Β. ΦΑΡΜΑΚΗΣ



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

- ΜΙΑ ΠΡΩΤΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ 13
- ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ 15
- ΜΙΑ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΑΝΑΛΥΣΗ 22
- ΕΝΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΟ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 24
- ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ 25
- ΚΩΔΙΚΑΣ ΑΘΗΝΩΝ 26
- ΚΩΔΙΚΑΣ ΗΘΙΚΗΣ 28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΚΑΙ ΤΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

- ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΣΤΗΜΗ 31
- ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ 33
- ΑΤΟΜΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ 35
- Ο ΔΙΠΛΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ 36
- ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ 39
- ΤΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ 41
- Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ 42
- ΟΙ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ 43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

**ΣΥΣΧΕΤΙΣΜΟΙ ΜΕ ΑΛΛΕΣ "ΣΥΓΓΕΝΕΙΣ"
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ**

- ΣΥΓΧΥΣΕΙΣ ΜΕ "ΣΥΓΓΕΝΕΙΣ" ΚΛΑΔΟΥΣ..... 47
- ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ 48
- ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ..... 53
- ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΠΑΓΑΝΔΑ..... 54
- ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ MARKETING 58
- ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ 61
- ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ MANAGEMENT 63
- ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ
ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ 66

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

**ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΤΑΔΙΑ
ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ**

- ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ..... 71
- ΚΟΙΝΗ ΓΝΩΜΗ 75
- ΕΡΕΥΝΑ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ 77
- ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ..... 81
- ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ - "ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ"
ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ..... 82
- ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ
ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΧΩΡΟ 90
- ΣΤΑΔΙΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ..... 92

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

**ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΔΙΑΦΟΡΩΝ
ΟΜΑΔΩΝ ΚΟΙΝΟΥ**

- ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ..... 95
- ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ
ΩΣ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ101
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΟΥΣ
ΚΑΙ "ΛΙΑΝΟΠΩΛΗΤΕΣ"103
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....104
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ.....104
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΟ ΚΟΙΝΟ.....105
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ.....106
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ107
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ.....107
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΤΕΣ
ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ (OPINION LEADERS)109
- ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ.....110

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

- ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ113
- ΤΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΤΥΠΟΥ114
- ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΡΙΣΤΟΥ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ
ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ118

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

**ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ
ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ**

- ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ, ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΕΥΘΥΝΕΣ125
- ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ129
- ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ130
- ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ134
- ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΟΙ ΦΑΚΕΛΟΙ ΤΟΥ ΚΑΡΛ ΕΤΙΓΚΕΡ136
- ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ137
- ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ141
- ΟΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΝΟΣ ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ
ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ143

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

- ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ149
- Η ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ151
- ΘΕΜΕΛΙΩΔΕΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ162
- Η ΚΑΛΗ ΑΚΡΟΑΣΗ ΚΑΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΓΙΑ ΑΥΤΗΝ170
- "WORLD OF MOUTH" ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΚΑΙ OPINION LEADERS172
- ΤΟ ΣΤΥΛ175

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

**ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΜΕΣΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ
ΣΧΕΣΕΩΝ**

- ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ
ΜΕΣΩΝ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ179

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

• Ο ΤΥΠΟΣ	184
• ΤΟ ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ	189
• Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΥΠΟΥ - PRESS CONFERENCE	194
• ΤΑ ΕΙΔΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ	198
• ΤΑ ΒΙΒΛΙΑ	199
• ΟΙ ΕΚΘΕΣΕΙΣ	201
• ΤΑ ΥΠΑΙΘΡΙΑ ΜΕΣΑ	207
• ΤΑ ΣΥΜΠΟΣΙΑ	207
• ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ - ΗΜΕΡΙΔΕΣ - FORUMS	209
• ΟΙ ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ	211
• ΤΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ - ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ	213
• ΟΙ ΣΥΣΚΕΨΕΙΣ - MEETINGS	214
• ΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ	217
• ΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ	219
• Η ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ	220
• Ο ΚΙΝΗΜΑΤΟΓΡΑΦΟΣ	222
• ΤΟ ΘΕΑΤΡΟ	223
• ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΕΣ (COMPUTERS)	223
• Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑ (E-MAILS)	225
• ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ (INTERNET)	227
• ΟΙ ΤΗΛΕΔΙΑΣΚΕΨΕΙΣ	228
• ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	229
• ΟΙ ΥΠΟΤΡΟΦΙΕΣ	232
• ΟΙ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ - ΒΡΑΒΕΥΣΕΙΣ	233
• ΟΙ ΕΚΔΡΟΜΕΣ - ΤΑΞΙΔΙΑ	233
• ΟΙ ΧΟΡΗΓΙΕΣ	234
• ΤΟ SPONSORING	234

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

**ΕΠΙΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟ
ΣΤΕΛΕΧΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ**

- ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....237
- ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ
ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....244
- VERBA VOLANT, SCRIPTA MANENT246
- Η ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....265
- ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ ΑΚΡΟΑΤΗΡΙΟΥ.....268
- ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΡΟΣΕΧΟΥΜΕ
ΣΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΜΙΑΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ.....273
- ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΧΩΝ ΕΝΟΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ
ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ277
- ΤΟ ΧΡΩΜΑ280
- ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΤΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ286
- Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ Η ΑΞΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ298
- ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ304
- ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑ307

ΓΡΑΠΤΕΣ ΠΗΓΕΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

"Έξι τίμιους υπηρέτες έχω (μου διδάσκουν το παν). Τα ονόματά τους είναι: Τι, Γιατί, Πότε, Πώς, Πού και Ποιος".

Κίτλιγκ

ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ, ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΕΥΘΥΝΕΣ

Πολλές και ποικίλες μπορεί να είναι οι εκδηλώσεις δημοσίων σχέσεων κι ασφαλώς πολλοί οι τρόποι - μέθοδοι πραγματοποίησης και σωστής οργάνωσης αυτών. Πρόκειται για την αυτή καθαυτή επικοινωνιακή τεχνική των δημοσίων σχέσεων, που αποτελείται κυρίως από συγκεκριμένες "φόρμες" και που φυσικά, η τεχνική, εξαρτάται κι από την προσωπικότητα, την ικανότητα, τη δυναμική και την ευστροφία του επαγγελματία συμβούλου - στελέχους των δημοσίων σχέσεων. Ο σχεδιασμός, η οργάνωση και η υλοποίηση ενός επικοινωνιακού προγράμματος δημοσίων σχέσεων ή ακόμα και μιας μεμονωμένης εκδήλωσης, εξαρτάται και από τη φαντασία του στελέχους των δημοσίων σχέσεων, τουλάχιστον σε ό,τι αφορά στη μεθοδολογία της σκέψης, στον τρόπο ανάπτυξης, υλοποίησης και προβολής καθώς και στον "χαρακτήρα" που θα πρέπει να έχει η οποιαδήποτε εκδήλωση - δραστηριότητα. Το εξειδικευμένο στέλεχος των δημοσίων σχέσεων επιλέγει, προγραμματίζει, σχεδιάζει και υλοποιεί, χρησιμοποιώντας σχεδόν όλες τις κύριες αισθήσεις του και πολύ, μα πάρα πολύ, ...φαντασία, δημιουργικότητα, μεθοδικότητα και πρωτοτυπία! Στη συνέχεια, με τη μορφή πίνακα, παρουσιάζονται τα βασικότερα καθήκοντα, οι αρμοδιότητες και οι ευθύνες ενός επαγγελματία

συμβούλου - στελέχους των δημοσίων σχέσεων, που εργάζεται ή εκπροσωπεί μια συγκεκριμένη επιχείρηση, οργανισμό ή φορέα.

**ΒΑΣΙΚΑ ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΕΝΟΣ
ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ - ΣΤΕΛΕΧΟΥΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ**

- Είναι αρμόδιος για την κατάρτιση του ετήσιου προγραμματισμού του χρονοδιαγράμματος των ενεργειών δημοσίων σχέσεων της επιχείρησης που εργάζεται ή εκπροσωπεί και για την ανάλογη οργάνωση του τμήματός του.
- Είναι αρμόδιος για τον καθορισμό των αμοιβών των συνεργατών και του προσωπικού του τμήματός του, για τη γενική οργάνωση και τη διαρρύθμιση του γραφείου του, για τη διεκπεραίωση της εσωτερικής και της εξωτερικής αλληλογραφίας, για την προμήθεια των απαραίτητων υλικών, για την οργάνωση αρχείων κ.λπ.
- Έχει συνεχή και τακτική επαφή με τα ανώτατα και ανώτερα στελέχη της επιχείρησης, που εκπροσωπεί ή εργάζεται, με σκοπό την αλληλοενημέρωση, τόσο για τις δραστηριότητες του τμήματός του, όσο και για την εν γένει πολιτική και τους στόχους της επιχείρησης.
- Παρουσιάζει και υποστηρίζει στην ανώτατη διοίκηση της επιχείρησης προϋπολογισμούς, απολογισμούς και ειδικά επικοινωνιακά προγράμματα για έγκριση.
- Σχεδιάζει, οργανώνει και υλοποιεί τις ειδικές, κοινωνικές, πολιτιστικές ή και αθλητικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες της επιχείρησης όπως, π.χ. χορούς, συνεστιάσεις προσωπικού, συνέδρια κ.α. με σκοπό την εξασφάλιση δημοσιότητας, για λογαριασμό της επιχείρησης και των δραστηριοτήτων της.
- Συντάσσει κι αποστέλλει στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης δελτία Τύπου, άρθρα, συνεντεύξεις κ.λπ., για σοβαρά θέματα - "ειδήσεις" της επιχείρησης.
- Καταρτίζει και υλοποιεί τα επιμέρους βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα επικοινωνιακά προγράμματα δημοσίων σχέσεων.
- Συντάσσει "κρίσιμες επιστολές" για λογαριασμό των διαφόρων τμημάτων της επιχείρησης (π.χ. Λογιστήριο, Εμπορικό Τμήμα, Διεύθυνση Ανθρώπινου Δυναμικού κ.λπ.).

- Μεριμνά για την αρχειοθέτηση των αποκομμάτων - δημοσιεύσεων του Τύπου, για θέματα που ενδιαφέρουν την επιχείρηση ή ακόμη και τον ίδιο.
- Συντάσσει πολλές φορές ή επιμελείται τις εσωτερικούς εγκυκλίους της επιχείρησης.
- Είναι υπεύθυνος για την επικοινωνιακή πολιτική της επιχείρησης, απέναντι στο δημόσιο και στον ιδιωτικό τομέα.
- Υλοποιεί τις επαφές με τους αρμόδιους συντάκτες και τους εκπροσώπους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και παρέχει τις αναγκαίες και απαραίτητες διευκολύνσεις σε αυτούς για έρευνες, συγκέντρωση πληροφοριών - στοιχείων κ.λπ.
- Οργανώνει και διατηρεί το φωτογραφικό αρχείο της επιχείρησης.
- Παρακολουθεί και συμμετέχει συμβουλευτικώς στη δημιουργία, στο σχεδιασμό και στην υλοποίηση των διαφημιστικών προγραμμάτων, των προγραμμάτων marketing, στις διαφημιστικές εκστρατείες κ.λπ. της επιχείρησης.
- Διοργανώνει και επιμελείται τις δραστηριότητες εκπαιδευτικού χαρακτήρα της επιχείρησης (π.χ. σεμινάρια επιμόρφωσης και κατάρτισης του προσωπικού, των πωλητών, των συνεργατών, των νέων στελεχών της επιχείρησης κ.λπ.).
- Επιμελείται ορισμένων ενεργειών προώθησης των προϊόντων της επιχείρησης, σε συνεργασία με τα κυρίως αρμόδια τμήματα π.χ. δειγματισμών, εκθέσεων κ.α.
- Επιμελείται, αλλά και πολλές φορές συμμετέχει στην έκδοση των ενημερωτικών και διαφημιστικών εντύπων της επιχείρησης, σε συνεργασία με το τμήμα marketing όπως, prospectus, ενημερωτικά φυλλάδια, εφημερίδες, news letters, εγκυκλίους, καταλόγους κ.λπ., έτσι ώστε αυτά να εξυπηρετούν το πνεύμα και τους στόχους των δημοσίων σχέσεων.
- Επιμελείται αλλά παραλλήλως μεριμνά, όταν απαιτείται, για την εκμάθηση της ενδεδειγμένης συμπεριφοράς του στελεχιακού και του υπόλοιπου ανθρώπινου δυναμικού στο εσωτερικό της επιχείρησης.
- Αξιοποιεί, κατά τον καλύτερο τρόπο, τις προσωπικές, επαγγελματικές επαφές, φιλίες κ.λπ., προς όφελος της επιχείρησης που εκπροσωπεί και κατ' επέκταση και του ιδίου.

- Συμμετέχει στην κατάρτιση και στην εφαρμογή του οργανογράμματος της επιχείρησης.
- Μεριμνά για την ορθότερη οργάνωση των γραφείων κυρίως των μεσαίων και κατώτερων στελεχών, όχι φυσικά από άποψη τεχνικής υποδομής, όσο από άποψη οργάνωσης και εμφάνισης, σε συνεργασία με κάποιους ειδικούς του τομέα π.χ. διακοσμητές, τεχνικές υπηρεσίες κ.α.
- Οργανώνει και πραγματοποιεί ειδικές τμητικές εκδηλώσεις για στελέχη της επιχείρησης, π.χ. για τον κ. Αριστείδη Ρουσόπουλο για την πολυετή προσφορά του στην επιχείρηση ή για την κα Ευαγγελία Χριστόφια για την εκπληκτική επαγγελματική της απόδοση.
- Οργανώνει τις διάφορες επαφές με το εξωτερικό, π.χ. με διεθνείς - κρατικούς οργανισμούς ή φορείς, επιχειρήσεις, διεθνείς εκδηλώσεις κ.λπ.
- Συνεργάζεται με το νομικό τμήμα της επιχείρησης για τις πιθανές επιπτώσεις των νομικών προβλημάτων της επιχείρησης στις δημόσιες σχέσεις και για την παρακολούθηση των νέων νόμων και διαταγμάτων, που δημιουργούν ανάγκες ενεργειών δημοσίων σχέσεων.
- Παρακολουθεί συνεχώς τις αντιδράσεις της κοινής γνώμης, αφενός με την παρακολούθηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης κι αφετέρου με τη διεξαγωγή των κατάλληλων ερευνών.
- Συμβάλλει στον καθορισμό της πολιτικής και των στόχων της επιχείρησης.
- Αξιοποιεί, κατά τον καλύτερο τρόπο, τα Μέσα μαζικής Ενημέρωσης προς όφελος της επιχείρησης που εκπροσωπεί.
- Παρακολουθεί τις δραστηριότητες του ανταγωνισμού και ενεργεί καταλλήλως και όταν απαιτείται.
- Συμμετέχει στην επιλογή της διαφημιστικής εταιρίας, στο σχεδιασμό των διαφημιστικών προγραμμάτων και στην αξιολόγηση αυτών.
- Συνεργάζεται με τα διάφορα αρμόδια υπουργεία και τις δημόσιες υπηρεσίες, για θέματα που αφορούν στον κλάδο ή στην επιχείρηση που εκπροσωπεί.

- Έχει "στενές επαφές" και συνεργάζεται με τις τοπικές αρχές, τις τοπικές οργανώσεις, τα τοπικά σωματεία, τους περίοικους κ.λπ. της έδρας της επιχείρησης που εκπροσωπεί, γιατί αυτές οι κατηγορίες του κοινού, ενώ ταυτοχρόνως ανήκουν και σε άλλες ομάδες κοινού, επηρεάζονται κι επηρεάζουν περισσότερο, διότι βρίσκονται πολύ κοντά γεωγραφικώς στην επιχείρηση.
- Συμμετέχει στις εκδηλώσεις και στις δραστηριότητες των διαφόρων επαγγελματικών ενώσεων και τις υποστηρίζει.
- Τέλος, έχει μεγάλο μέρος της ευθύνης για την γενική εικόνα της επιχείρησης και των προϊόντων της, προς τα εξωτερικά επιμέρους κοινά αυτής.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Ιδιαίτερη προσοχή, όπως είναι φυσικό άλλωστε, θα πρέπει να δίδεται στον προγραμματισμό, δεδομένου ότι, σε αυτόν στηρίζονται τα επικοινωνιακά προγράμματα, τα προγράμματα των δημοσίων σχέσεων. Αντιθέτως, τα προγράμματα που έχουν στοιχεία προχειρότητας, βιασύνης και μη οργάνωσης, είναι καταδικασμένα ν' αποτύχουν. Οι λεπτομέρειες είναι εκείνες που παίζουν σημαντικότερο ρόλο σε κάθε περίπτωση και όχι ασφαλώς ένας επιφανειακός εντυπωσιασμός!

Για παράδειγμα (προς αποφυγήν), εάν διοργανώνουμε μια ημερίδα κι αποστέλλουμε τις προσκλήσεις δύο μέρες νωρίτερα της εκδήλωσης ή κάποιο κείμενο ενημέρωσης ή προβολής του θέματος, είναι ασύντακτο ή η υποδοχή των προσκεκλημένων δεν είναι απολύτως οργανωμένη ή ακόμη ο απαραίτητος τεχνολογικός εξοπλισμός δεν βρίσκεται στη θέση του ή ακόμα χειρότερα υπολειτουργεί, τότε, όπως ευκόλως κάποιος αντιλαμβάνεται, όλα αυτά που ενδεχομένως κάποιος θα χαρακτήριζε ως λεπτομέρειες, δημιουργούν ιδιαίτερες αρνητικές εντυπώσεις και ως τελικό αποτέλεσμα έχουμε αρνητικά σχόλια αποτυχίας, δηλαδή, ήττας! Οι επιπτώσεις βεβαίως, τόσο για τον επαγγελματία σύμβουλο - στέλεχος των δημοσίων σχέσεων και τους συνεργάτες του, αλλά και για την επιχείρηση ακολουθούν και τις περισσό-

τερες φορές είναι δυσμενείς! Συνήθως στο εξωτερικό, τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα, κυρίως σε σημαντικές εκδηλώσεις, πριν από την πραγματοποίηση π.χ. μιας σημαντικής διάλεξης προηγείται μια διαδικασία οργανωμένου, ίσως και εξονυχιστικού ελέγχου, σε όλα τα θέματα, σε κάθε επίπεδο, που έχουν έμμεση ή άμεση σχέση με την εκδήλωση και την άριστη πραγματοποίησή της. Αντιθέτως, πολλές φορές συναντάμε φαινόμενα σε εκδηλώσεις όπως, άσχετους με το θέμα ομιλητές, προσκλήσεις που φθάνουν στους παραλήπτες λίγο πριν ή ακόμη και μετά την εκδήλωση, μεγάλη παρέκκλιση από το πρόγραμμα των εργασιών, αδιάφορο κοινό και γενικότερα μια φθηνή, όσο και αντιαισθητική οργάνωση!

Ο επαγγελματίας σύμβουλος - στέλεχος των δημοσίων σχέσεων από μια άποψη μοιάζει και με το σκηνοθέτη, ο οποίος προσέχει τη σκηνή, τους ηθοποιούς, σε κάθε λεπτομέρεια, ώστε το αποτέλεσμα να είναι το προσδοκούμενο, αφού γνωρίζει ότι, η παραμικρή παράλειψη ή λανθασμένη ενέργεια, έστω και ακούσια, θα έχει αρνητικές επιπτώσεις στο έργο του, θα σχολιαστεί αρνητικώς από το κοινό, τον Τύπο, τις τηλεοράσεις κ.λπ. Η συνέπεια, η ακρίβεια, η δομή και όλα όσα αναφέρθηκαν, συνθέτουν σε ένα πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων τη βάση, στην οποία θα ενεργήσει ο ειδικός των δημοσίων σχέσεων, ώστε να έχει την απαιτούμενη επιτυχία το επικοινωνιακό πρόγραμμά του.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Ένας από τους παράγοντες που θα ενισχύσει επικουρικώς τον επαγγελματία σύμβουλο - στέλεχος των δημοσίων σχέσεων στην πραγματοποίηση των επικοινωνιακών προγραμμάτων του είναι, η υποδομή, τεχνολογική και τεχνική και η σωστή οργάνωση του προσωπικού του γραφείου. Ένα καλά δομημένο γραφείο δημοσίων σχέσεων, που διακρίνεται από την οργάνωσή του, είναι πολύ δύσκολο ή και αδύνατον να μην έχει ποιοτικά επικοινωνιακά αποτελέσματα. Εξαιρούνται βεβαίως οι περιπτώσεις εκείνων των ανθρώπων, που χαρακτηρίζονται, ως αποτέλεσμα του έργου τους και μόνον, ως **"επικοινωνιακά φαινόμενα"**, όπου στις περιπτώσεις αυτές ισχύουν και επηρεάζουν το

αποτέλεσμα καταλυτικώς και άλλοι παράγοντες. Τα βασικά σημεία τα οποία πρέπει να προσεχθούν ιδιαίτέρως είναι:

- **Η τοποθεσία του γραφείου.** Η τοποθεσία του γραφείου δημοσίων σχέσεων στην περίπτωση ενός ελεύθερου επαγγελματία, θα πρέπει, είναι σύνθητες άλλωστε, να βρίσκεται σε κεντρική περιοχή και σε νέο κτίριο, εάν είναι δυνατόν ή τουλάχιστον καλαισθητό. Ειδικώς για την ελληνική πραγματικότητα, τουλάχιστον τα τελευταία χρόνια, προτιμώνται και νεοκλασικά κτίσματα, τα οποία με ανάλογο οικονομικό κόστος για την αναπαλαιώσή τους, μπορούν να γίνουν ελκυστικά, ως "επικοινωνιακή βάση".
- **Η διακόσμηση του γραφείου.** Η διακόσμηση του γραφείου και ο χρωματισμός του, πρέπει να βρίσκονται σε ενδεδειγμένα πλαίσια, ανά περίπτωση και δεν θα ήταν "άσχετο" ή άσχημο, η διακόσμηση να συμπεριλαμβάνει φωτογραφίες - κάρτα στους τοίχους από πραγματοποιημένες εκδηλώσεις δημοσίων σχέσεων.
- **Το επικοινωνιακό και τεχνικό "υλικό".** Το γραφείο δημοσίων σχέσεων, θα πρέπει να είναι εφοδιασμένο με όλη την απαραίτητη τεχνική και τεχνολογική υποδομή π.χ. τηλεόραση, ραδιόφωνο, μαγνητόφωνο, αυτόματο τηλεφωνητή, fax, video ή και ηλεκτρονικό υπολογιστή, πλήρως αναβαθμισμένο, με modem, e-mail, πρόσβαση στο internet, εκτυπωτή κ.α., τα οποία θα πρέπει φυσικά ν' αξιοποιούνται. Εννοείται ότι, θα πρέπει να υπάρχουν κι όλα τα απαραίτητα υλικά υποστήριξης ενός γραφείου όπως, π.χ. μαρκαδόροι όλων των χρωμάτων, κλιπς, σελοτέϊπ, χάρακες, μολύβια, στυλό, ψαλίδια, ξύστρες, γομολάστιχες, διατηρητές, ντοσιέ κ.λπ.

Με άλλα λόγια, διαμορφώστε καταρχήν ένα λειτουργικό γραφείο εργασίας με τον απαιτούμενο και αναγκαίο εξοπλισμό να είναι τοποθετημένος με τέτοιο τρόπο, έτσι ώστε να διεκπεραιώνετε την καθημερινή εργασία σας πιο άνετα και απαλλαγείτε από το σύνδρομο του "φορτωμένου γραφείου", δηλαδή:

- Καθαρίστε το γραφείο σας, από οτιδήποτε δεν έχει σχέση, με το θέμα, που ασχολείστε εκείνη τη στιγμή.
- Μην επιτρέπετε την τοποθέτηση άλλων θεμάτων, αν δεν είστε έτοιμοι για αυτά. Δηλαδή, όλα τα θέματα πρέπει να έχουν μια θέση σε ένα φάκελο ή σε ένα συρτάρι και να μένουν σε αυτό το μέρος.

- Μην εγκαταλείπετε το θέμα, που σας απασχολεί τη συγκεκριμένη στιγμή, για κάποιο άλλο, ελκυστικότερο λόγω ευχάριστων παρεμβολών ή επειδή κουραστήκατε από αυτό. Βεβαιωθείτε ότι, έχετε κάνει όλες τις ενδεικνυόμενες ενέργειες πριν το "ξεφορτωθείτε".
- Στείλτε το θέμα στον προορισμό του, ελέγξτε τις προτεραιότητές σας κι αρχίστε με το επόμενο σημαντικό θέμα.
- Έχετε το γραφείο σας καθαρό, πριν την άφιξή σας στην εργασία σας κι έχετε πάνω σε αυτό μόνον ό,τι χρειάζεστε για ν' αρχίσετε την εργασία σας, με το υπ' αριθμόν ένα θέμα της ημέρας.
- Εφαρμόστε ένα απλό, κατανοητό, ολοκληρωμένο και αποτελεσματικό σύστημα αρχειοθέτησης.
- Χρησιμοποιείτε πάντα ένα ημερήσιο επιτραπέζιο ημερολόγιο.

Στη συνέχεια περιγράφονται αναλυτικώς μερικές από τις επιμέρους εργασίες, που ένα στέλεχος δημοσίων σχέσεων κάνει σχεδόν καθημερινά στην εργασία του σε μια επιχείρηση, με τέτοιον τρόπο έτσι ώστε να διαχειρίζεται εποικοδομητικώς το χρόνο του.

- **Ταχυδρομείο.** Συντάσσονται απαντήσεις σε γράμματα ρουτίνας και υποβάλλονται μαζί με την υπόλοιπη αλληλογραφία. Το εισερχόμενο ταχυδρομείο κατατάσσεται κατά σειρά σπουδαιότητας. Συλλέγεται το σχετικό υλικό για τη διευκόλυνση της ενέργειας, που απαιτεί η αλληλογραφία κι ελέγχονται οι ημερομηνίες σχετικώς με μελλοντικές υποχρεώσεις. Όταν ο προϊστάμενος απουσιάζει για αρκετές ημέρες, η αλληλογραφία κοινοποιείται ή κατευθύνεται στα αρμόδια άτομα, για τις σχετικές ενέργειες.
- **Τηλεφωνήματα.** Τα τηλεφωνήματα διεκπεραιώνονται εγκαίρως με φροντίδα και ευγένεια. Τα μηνύματα καταγράφονται προσεκτικά κι ανακοινώνονται ή κατευθύνονται σε άλλα τμήματα μαζί με ό,τι στοιχεία χρειάζονται για την ενδεικνυόμενη ενέργεια. Στην παροχή πληροφοριών στους καλούντες, αποδεικνύεται η καλή κρίση του. Όταν είναι επιθυμητό, κανονίζει την ανταπόδοση των τηλεφωνημάτων, μια ορισμένη ώρα κι ετοιμάζει έναν κατάλογο με παρόμοια τηλεφωνήματα, μαζί με σχετικές πληροφορίες (όπως π.χ. τον σκοπό των τηλεφωνημάτων κ.λπ.) και στοιχεία για βοηθητική αναφορά σε αυτά. Όλα τα θέματα, που μπορούν να χειριστούν από κάποιον άλλο, μεταφέρονται με διπλωματικό τρόπο, στο αρμόδιο πρόσωπο.

- **Συναντήσεις.** Το στέλεχος των δημοσίων σχέσεων πρέπει να κρίνει τον καθορισμό συναντήσεων και συμβουλίων, ώστε να συγκεντρώσει τον ελεύθερο χρόνο. Συλλέγονται εκ των προτέρων στοιχεία με το σκοπό, τον απαιτούμενο χρόνο, τους συμμετέχοντες, τα επιμέρους θέματα κ.λπ. Οργανώνεται το υλικό, κλείνονται οι αιθουσες κι αποστέλλονται ειδοποιήσεις εκ των προτέρων, μαζί με το πρόγραμμα. Όλες οι συναντήσεις και τα συμβούλια καταγράφονται σε ημερολόγια, που ενημερώνονται καθημερινώς.
- **Επισκέπτες.** Επιδεικνύεται ενδιαφέρον για την άνεση και την εξυπηρέτηση όλων των επισκεπτών. Αν πρέπει να περιμένουν, προσφέρονται καφές ή αναψυκτικό κι "αναγνωστικό" υλικό. Τα σχετικά στοιχεία και οι πληροφορίες βρίσκονται στο γραφείο του, εγκαίρως πριν φτάσουν οι επισκέπτες.
- **Ανθρώπινες σχέσεις.** Συνεργαζόμαστε με όλους και δείχνουμε πραγματικό ενδιαφέρον για την εργασία μας και την ευημερία της επιχείρησης, που εργαζόμαστε. Οι οδηγίες ακολουθούνται εγκαίρως και αποτελεσματικώς κι όταν χρειάζεται αναλαμβάνεται πρωτοβουλία. Στο γραφείο μας διατηρούμε φιλική, αλλά συγχρόνως αξιοπρεπή κι επαγγελματική ατμόσφαιρα.
- **Ρουτίνες γραφείου.** Διατηρείται μια συστηματική διαδικασία παρακολούθησης, έτσι ώστε όλες οι αναφορές, τα υπομνήματα και τα σημειώματα, που προέρχονται από το γραφείο των δημοσίων σχέσεων να υποβάλλονται εγκαίρως. Διατηρούνται ενημερωμένοι, όλοι οι τηλεφωνικοί και ταχυδρομικοί κατάλογοι. Τα υλικά του γραφείου παραγγέλνονται και οι τρέχουσες λεπτομέρειες κανονίζονται, με προγραμματισμό εκ των προτέρων. Οι κατάλογοι των θεμάτων, που είναι προς συζήτηση, με διάφορους συνεργάτες, που έχουν τακτική επαφή ενημερώνονται και παρουσιάζονται όταν χρειάζεται.
- **Εμπιστευτικά θέματα.** Αποφεύγονται όλα τα κουτσομπολιά για την επιχείρηση και τους υπαλλήλους της και όλα τα προσωπικά θέματα χειρίζονται με διακριτικότητα. Στην περίπτωση, που έχει δοθεί έγκριση, ανοίγεται το εμπιστευτικό ταχυδρομείο, αλλά εξασφαλίζεται η εμπιστευτική του χρήση. Πρέπει να επιδεικνύεται σωστή κρίση, συμπεριφορά κι αντιμετώπιση σε όλες τις συζητή-

σεις, με τους επισκέπτες και τους υπόλοιπους εργαζόμενους της επιχείρησης.

- **Ταξιδιωτικές διευθετήσεις.** Πληροφορείται εκ των προτέρων τα προγράμματα των μεταφορικών μέσων και υποβάλλεται προς έγκριση ένα πρόγραμμα "χρονικό" και "διαδρομών". Επιβεβαιώνονται, οι ταξιδιωτικές και ξενοδοχειακές κρατήσεις και τακτοποιούνται όλες οι οικονομικές λεπτομέρειες. Συγκεντρώνονται όλοι οι φάκελοι και τα στοιχεία των εργασιών του ταξιδιού κι ετοιμάζονται τρεις κάρτες με το πρόγραμμα του ταξιδιού, μια για τον ενδιαφερόμενο, που θα την έχει μαζί του, μια για την οικογένειά του και μια για την επιχείρηση. Οι κάρτες αυτές περιέχουν ξενοδοχεία, αριθμούς πτήσεων, αριθμούς τηλεφώνων και ονόματα επαφών. Μετά το ταξίδι ετοιμάζεται και υποβάλλεται, η αντίστοιχη κατάσταση εξόδων.
- **Αρχειοθέτηση.** Δημιουργείται ένα σύστημα κωδικοποίησης, που διαχειρίζεται όλο το υλικό, που πρέπει να φυλαχτεί στα αρχεία του τμήματος των δημοσίων σχέσεων κι επιτρέπει άμεση ανάκτηση πληροφοριών. Καθιερώνεται ένα σύστημα διατήρησης αρχείων, για ν' αποφευχθεί η άχρηστη υπερφόρτωση αυτών. Η αρχειοθέτηση ενημερώνεται καθημερινώς.
- **Στόχοι και προτεραιότητες.** Διατηρούνται χωριστοί κατάλογοι των μακροπρόθεσμων (πέρα των 6 μηνών) και βραχυπρόθεσμων στόχων του τμήματος των δημοσίων σχέσεων. Ενημερώνονται κάθε μήνα και με συστηματική παρακολούθηση εξασφαλίζεται ένας τακτικός ρυθμός επίτευξης. Καθημερινώς τοποθετούνται κι εγκρίνονται οι στόχοι για την επόμενη ημέρα και οι σχετικές προτεραιότητες.

ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Ο επαγγελματίας σύμβουλος - στέλεχος των δημοσίων σχέσεων, για να διευκολύνεται στο επικοινωνιακό του έργο, πρέπει να έχει ημερολόγιο (κλασικό επιτραπέζιο ή ηλεκτρονικό), όπου θα σημειώνει τις ημερομηνίες που τον ενδιαφέρουν, είτε για θέματα προσωπικά, αλλά απαραίτητως για τα επαγγελματικά θέματα που τον απασχολούν. Εν-

δεικτικώς αναφέρονται κι άλλα στοιχεία - θέματα που εκεί μπορεί να σημειώνει:

- Τις σημαντικές επετείους φίλων και συνεργατών.
- Τις ονομαστικές γιορτές συγγενών, φίλων, πελατών, προσωπικού της επιχείρησης που εκπροσωπεί εκπροσώπων των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης κ.λπ.
- Τις γενικές επετείους (π.χ. "ημέρα των ερωτευμένων", ημερομηνία ίδρυσης της εταιρίας που εργάζεται κ.λπ.)
- Τις ημερομηνίες έναρξης των επαγγελματικών επικοινωνιακών προγραμμάτων και πλείστα όσα θέματα.

Γίνεται ευκόλως αντιληπτό ότι, τα στοιχεία αυτά χρειάζονται γιατί την κατάλληλη στιγμή θα είναι σε θέση να χρησιμοποιηθούν καταλλήλως, με θετικά όμως επικοινωνιακά οφέλη. Ένα παράδειγμα. Αν η εταιρία, που κάνει δημόσιες σχέσεις, ιδρύθηκε το 1986, τότε ο ειδικός των δημοσίων σχέσεων ενωρίτερα θα έχει τη δυνατότητα, να προγραμματίσει κάποια ειδική εκδήλωση, για να τιμήσει τη συμπλήρωση των 20 χρόνων (1990 - 2006) της επιχείρησης. Επίσης, δεν είναι αρνητικό, να σημειώνονται τα θέματα με διαφορετικού χρώματος στυλό, τα επαγγελματικά ραντεβού με π.χ. με κόκκινο στυλό, τα προσωπικά με μαύρο, ενώ με διαφορετικό χρώμα μπορεί να σημειώνονται π.χ. τα άμεσης προτεραιότητας θέματα, που μπορεί να είναι, για παράδειγμα, από τη δημιουργία του πλάνου κάποιας εκδήλωσης, μέχρι την προμήθεια του υλικού γραφείου (π.χ. αγορά ντοσιέ, προμήθεια στυλό, επιδιόρθωση τηλεφωνικής συσκευής, πληρωμή επιταγής κ.α.). Το ημερολόγιο αυτό το συμβουλευεται καθημερινώς για τις ενέργειές του και οπωσδήποτε αποτελεί σημαντικό tool (εργαλείο) της εργασίας του. Είναι απαραίτητο να γίνεται αρχειοθέτηση όλων των ημερολογίων, γιατί συμβαίνει πολλές φορές ν' αναζητώνται χρήσιμα στοιχεία, δραστηριοτήτων του παρελθόντος.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Το βιβλίο αυτό έρχεται να καλύψει τις ανάγκες πολλών κατηγοριών στελεχών και εργαζομένων, σε οποιονδήποτε τομέα της αγοράς εργασίας στη χώρα μας, και να δώσει απαντήσεις που ανταποκρίνονται κυρίως στη σύγχρονη ελληνική πραγματικότητα, σε καθημερινά ερωτήματα πρακτικής αντιμετώπισης θεμάτων των δημοσίων σχέσεων και της επικοινωνίας.

Δίδει σαφείς και πρακτικές διαδικασίες αντιμετώπισης καταστάσεων, αλλά και τις νέες τάσεις που διαμορφώνονται στα θέματα αυτά σε διεθνές επίπεδο. Επιπροσθέτως, αποτελεί έναν πρωτοποριακό οδηγό για την ουσιαστική και αντικειμενική προετοιμασία για μια δυναμική επαγγελματική εξέλιξη, παρέχοντας χρήσιμα και αποτελεσματικά "εργαλεία" για την αντιμετώπιση των ραγδαίως διαμορφούμενων τεχνολογικών κι άλλων αλλαγών, καθώς και των εξελίξεων στην ανθρώπινη συμπεριφορά, στις νέες μεθόδους εργασίας και στον έντονο ανταγωνισμό, σε κάθε επίπεδο, της επερχόμενης παγκοσμιοποίησης.

Βασικό πλεονέκτημα του σχεδιασμού και της δομής του βιβλίου αυτού είναι το ότι, εκτός της χρήσης του ως διδακτικού κειμένου σε σεμινάρια κι άλλα ομαδικά εκπαιδευτικά προγράμματα, μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για ουσιαστική ατομική μελέτη και προσωπική βελτίωση και εξέλιξη μέσα από προσωπικές μεθόδους αυτοδιδασκαλίας. Ο κάθε αναγνώστης του μπορεί ν' αποκτήσει όχι μόνον πολύτιμες πληροφορίες, αλλά και πρακτικές, ουσιαστικές και αποτελεσματικές ιδέες και απόψεις για τις δημόσιες σχέσεις και την επικοινωνία, με απώτερο στόχο την άμεση εφαρμογή τους στον εργασιακό χώρο του.

Επισκεφθείτε μας στο Internet:
<http://www.klidarithmos.gr>

 **ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ**

Σολωμού 57, 10432, ΑΘΗΝΑ, Τηλ. 210-5237635

ISBN 960-209-902-X



9 789602 099025