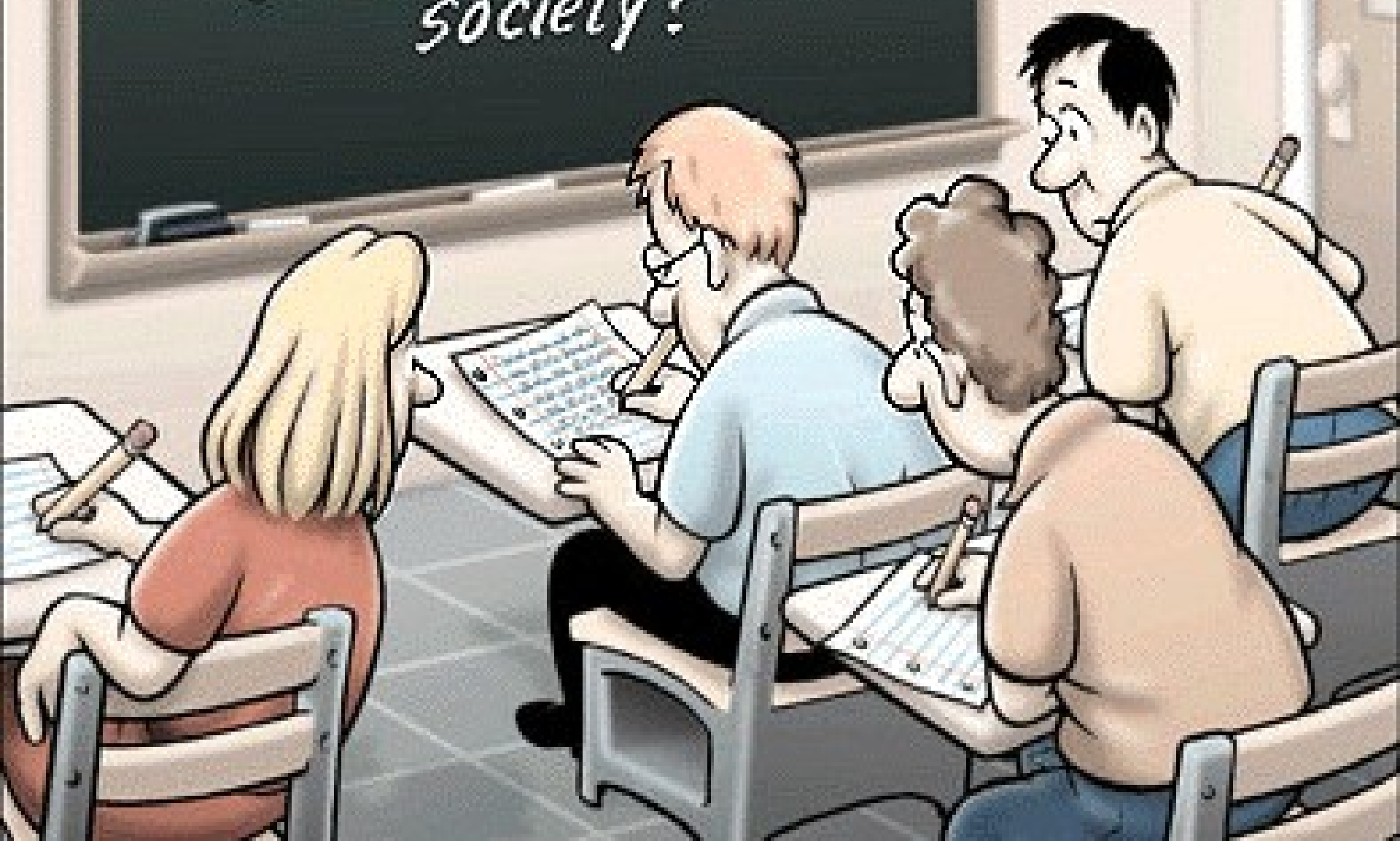


Dr Slavko Kovačević

UNAPREĐENJE I STANDARDI INTERNE POSLOVNE KOMUNIKACIJE

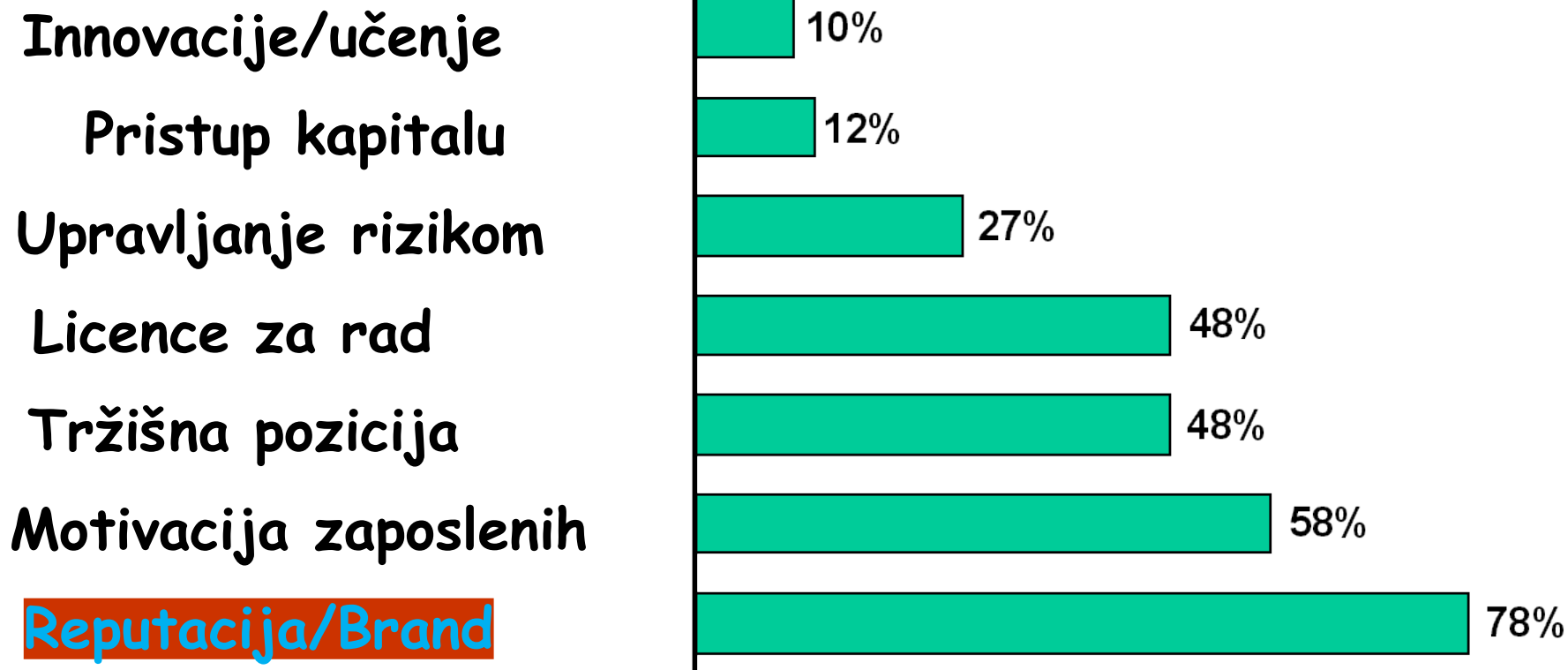


How important are ethics in today's society?



Mišljenja vrhunskih menadžera: šta je najvažnije za održivost?

% odgovora



Source: World Economic Forum CEO Survey



INTERNI PUBLIC RELATIONS

opšti ciljevi

- 1. Stalan i efikasan protok razumljivih i motivišućih informacija između rukovodstava i zaposlenih**
- 2. Izabrati tip komunikacije koji podstiče kooperativni odnos između rukovodstva i zaposlenih**
- 3. Birati medije i tip poruka koje jačaju poverenje između poslodavaca i zaposlenih**
- 4. Komunikacija koja podstiče motivaciju i zadovoljava potreba zaposlenih za dobrom informisanošću**
- 5. Razviti osećanje ponosa zaposlenih na kompaniju i poverenje u njenu budućnost !**

INTERNI PUBLIC RELATIONS

- ciljne javnosti

STALNO ZAPOSLENI
AKCIONARI (vlasnici)
GRUPE ZAPOSLENIH

(razni nivoi menadžera, izvršioци, projektne grupe)

DISTRIBUTERI
(stalna saradnja)

POSLOVNI PARTNERI
(stalna saradnja)

POTENCIJALNO ZAPOSLENI
(vrhunski studenti, novi ključni igrači)

SINDIKATI
PENZIONERI



ISTRAŽIVANJE za interni PR

ZVANIČNI IZVEŠTAJI I SASTANCI SU SAMO VRH
LEDENOG BREGA UKUPNE KOMUNIKACIJE U FIRMI

1. PREDMET ISTRAŽIVANJA:

REALNI STAVOVI ZAPOSLENIH O VAŽNIM POSLOVNIM PITANJIMA

(šta misle o novoj poslovnoj politici; investiciji; kupovini/prodaji poslonog prostora; platama; novom šefu na srednjem nivou; ulasku u blisku saradnju sa drugom firmom i sl.)

NAČIN ISTRAŽIVANJA:

ANKETE, fokusni grupni i individualni intervju

+

- povremeno aktivno slušanje bočnih kanala komuniciranja



KORPORATIVNI IDENTITET KOMPANIJE

aspekt internog PR-a

ZAPOSLENI

prosečan profil obrazovanja, ponašanje, česte izmene ?

PROCES DONOŠENJA ODLUKA

autokratski ili demokratski

TRŽIŠNA POZICIJA

lider, izazivač, sledbenik, stalno obavešteni ili skloni riziku

UGLED

stepen poznatosti i naklonosti u najširoj javnosti

ORIJENTACIJA NA KVALITET

ima visoke pisane standarde za kvalitet proizvoda / usluge

ORIJENTACIJA NA KUPCA

ima visoke pisane standarde prodajne i post prodajne usluge kupcu

BRIGA ZA ZAPOSLENE

ima visoke **pisane** standarde brige za zaposlene daleko iznad prosečnih (plate, stan, socijalna zaštita + pokloni za značajne datume)



MOTIVACIJA ZAPOSLENIH

USPEH

utisak da ste deo celine koja dobro funkcioniše

NOVAC

da pruži mogućnost životnog standarda koji očekujemo

PRIZNANJE

priznanje od kolega i predpostavljenih je značajan motivator

NAPREDOVANJE

dati perspektivu svakoj kategoriji zaposlenih da napreduje u službi

ZANIMLJIV POSAO

izazov da se u svakodnevnom poslu rešavaju novi interesantni problemi

ODGOVORNOST

delegirajte odgovornost, većina inteligentnih, stručnih radnika to prihvata kao priznanje i izazov

OPŠTA STIMULATIVNA ATMOSFERA U FIRMI:

- 1) jasna organizacija i pravila; 2) demokratski stil i kontrola upravljanja;
- 3) humana socijalna politika; 4) dobra plata i priznavanje statusa



USPEŠNO RUKOVOĐENJE PODRAZUMEVA :

DOBRO FORMULISANJE ZADATKA

ZAPOSLENIMA PREDOČITE CILJEVE (dajte im VELIKU SLIKU)

NE ULAZITE U RASPRAVE O ODLUKAMA KOJE STE VEĆ DELEGIRALI

PAŽLJIVO SLUŠAJTE ŠTA ZAPOSLENI GOVORE - OHRABRITE ISKRENOST

POMOZITE LJUDIMA DA DOBRO NAUČE SVOJ POSAO - DAJTE IM PRILIKU ZA USAVRŠAVANJE

BUDITE BRZI U POHVALI, A DVA PUTA RAZMISLITE KADA UPUĆUJETE KRITIKU

RUKOVODILAC POSEBNO TREBA DA JAČA SLEDEĆE LIČNE OSOBINE:

STRPLJENJE

TOLERANTNOST

OTVORENOST - SRDAČNOST

UPORNOST

OSEĆAJ PRAVEDNOSTI



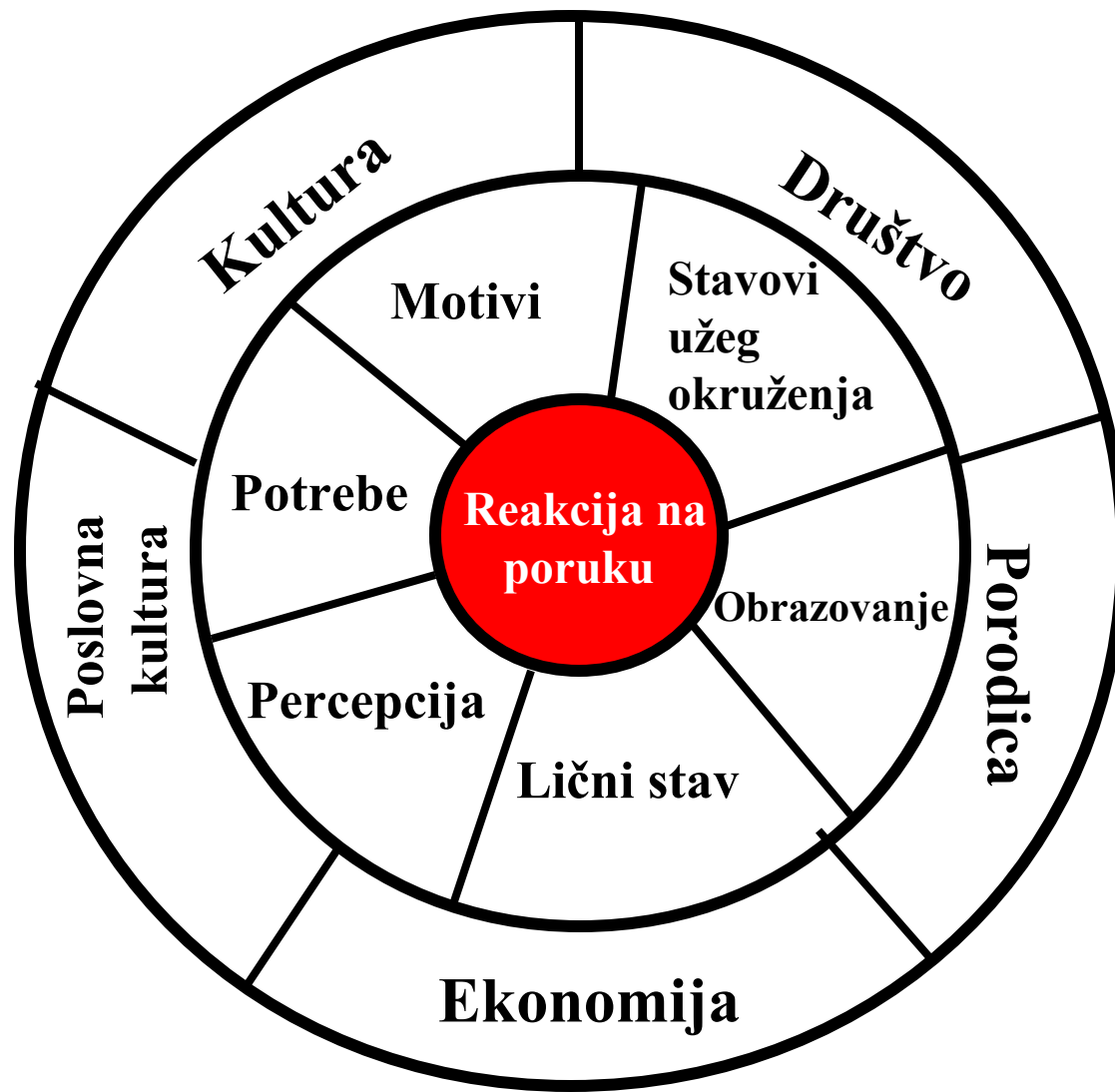
ŠTA TREBA IZBEGAVATI

NAJČEŠĆE GREŠKE U INTERNOM PR-U

- 1. NEMA ISTRAŽIVANJA INTERNE CILJNE JAVNOSTI**
- 2. INFORMACIJE PREMA IZVRŠIOCIMA SU SAMO U FORMI NAREĐENJA**
- 3. MALA RAZUMLJIVOST SAOPŠTENJA I SLABO PRIPREMLJENI SASTANCI**
- 4. SAOPŠTENJA I INFORMACIJE NE DELUJU ISKRENO I DOVOLJNO MOTIVIŠUĆE**
- 5. NEDOVOLJNO SE PODSTIČU SAMOSTALNE INICIJATIVE ZAPOSLENIH**



Faktori ponašanja primaoca poruke



Vežba: **ETIKA I PREPOZNAVANJE GREŠKE 1** dobro – loše ?

Netačno prikazivali stanje u izveštajima

Izneli tvrdnje o kvalitetu robe i usluga koje ne odgovaraju istini

Nisu održali reč u pogledu rokova

Osetili pohlepu

Usvojili poslovnu politiku koja će druge dovesti u poziciju da lažu i varaju

Imali punu lojalnost preduzeću kada je bilo u teškoćama

Ponižavali ljude koji su im podređeni



ETIKA I PREPOZNAVANJE GREŠKE 2

Slepo se pokoravali autoritetu

Stavili svoj interes ispred interesa kompanije (sukob interesa)

Favorizovali dobavljača ili kupca

Dogovarali sa konkurentom na štetu trećeg

Propustili da ukažete na štetne podatke

Zanemarili porodicu

Podržali proizvod čija upotreba može ugroziti sigurnost drugih

Vratili na vreme dug banci ili partneru



ETIKA I PREPOZNAVANJE GREŠKE 3

Pomerili druge da bi uspeali na lestvici kompanije

Prevarili zaposlene radi “mira u kući”

Sklopili savez sa sumnjivim poslovnim partnerom

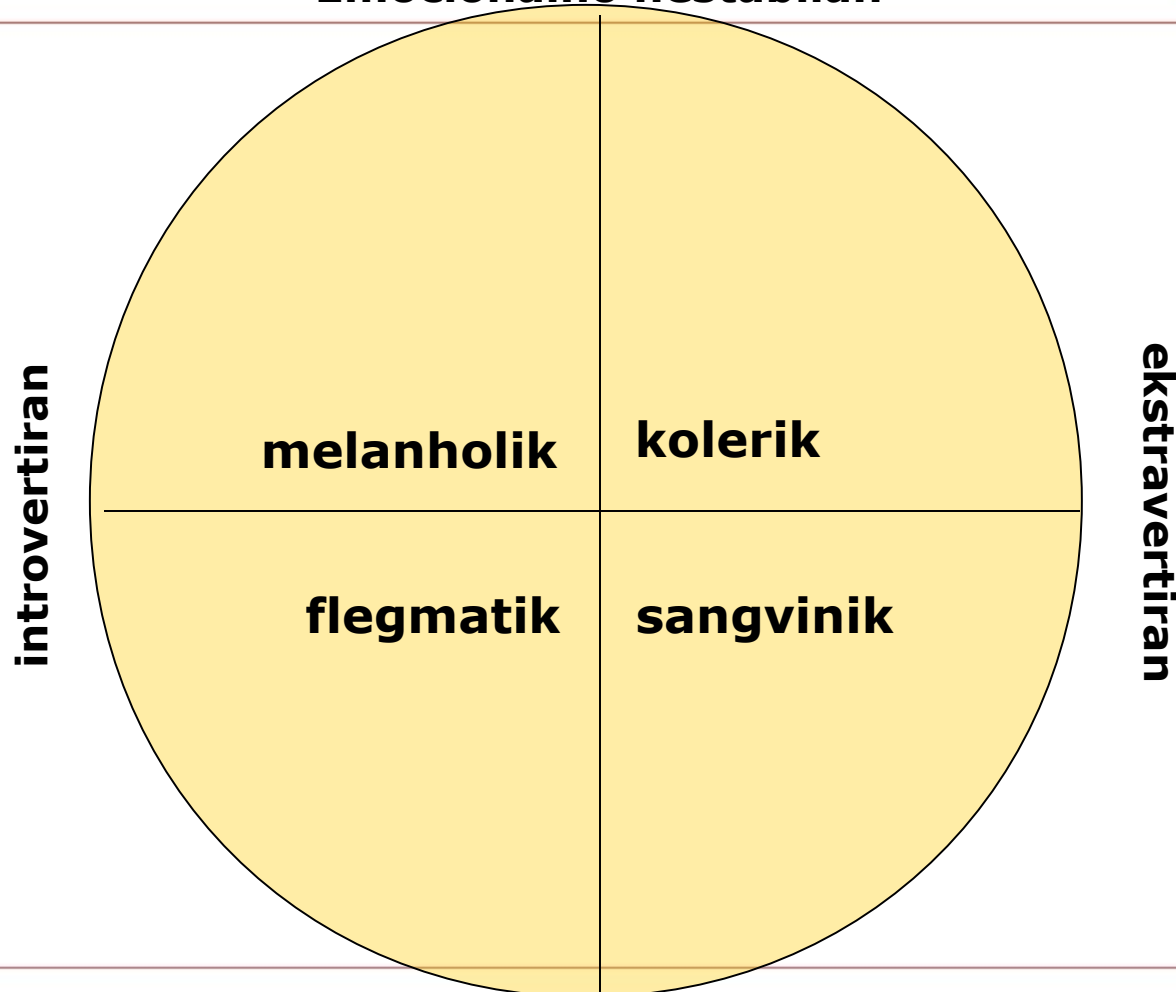
Kaznili onoga ko traći vreme i novac kompanije

Korumpirali nekog u kompaniji ili okruženju



Osnovi tipovi temperamenta

Emocionalno nestabilan



ZAKLJUČAK

ZA DOBRU INTERPERONALNU KOMUNIKACIJU

**BITNO: AKTUELNO MENTALNO STANJE
IZBOR REČI I STIL IZRAŽAVANJA**

**MALE STVARI U PONAŠANJU
UVEK IMAJU
VELIKE POSLEDICE !!!**

