



17-19 Ekim/October 2012
www.reputationconference.org

Halkla İlişkiler ve İtibar Yönetimi Oturumu
Figen İSBİR



İletişim Danışmanlığı
Şirketleri Derneği

Communication Consultancies
Association of Turkey

Başkan **Figen İsbir**

Ekonomide Dönüşüm



Ekonomide Dönüşüm

- Piyasa değerinin **%80**'ini soyut varlıklar oluşturuyor

Geleneksel PR

- Stratejik unsurlar az
- Entegrasyon zayıf
- Odaklanmış, kısa vadeli
- Üst yönetimi kapsıyor
- İmaja dönük
- Medya ön planda
- Hedef kitle anlayışı egemen (Ticari İlişki)

“Yeni” PR



- Yapısı itibariyle stratejik
- Entegre iletişim
- Bütünsel ve uzun vadeli
- Tüm çalışanları kapsıyor
- İtibara dönük
- Tüm iletişim araçları
- Paydaş anlayışı egemen (Etkilenen tüm kesimlerle ilişki)

1980

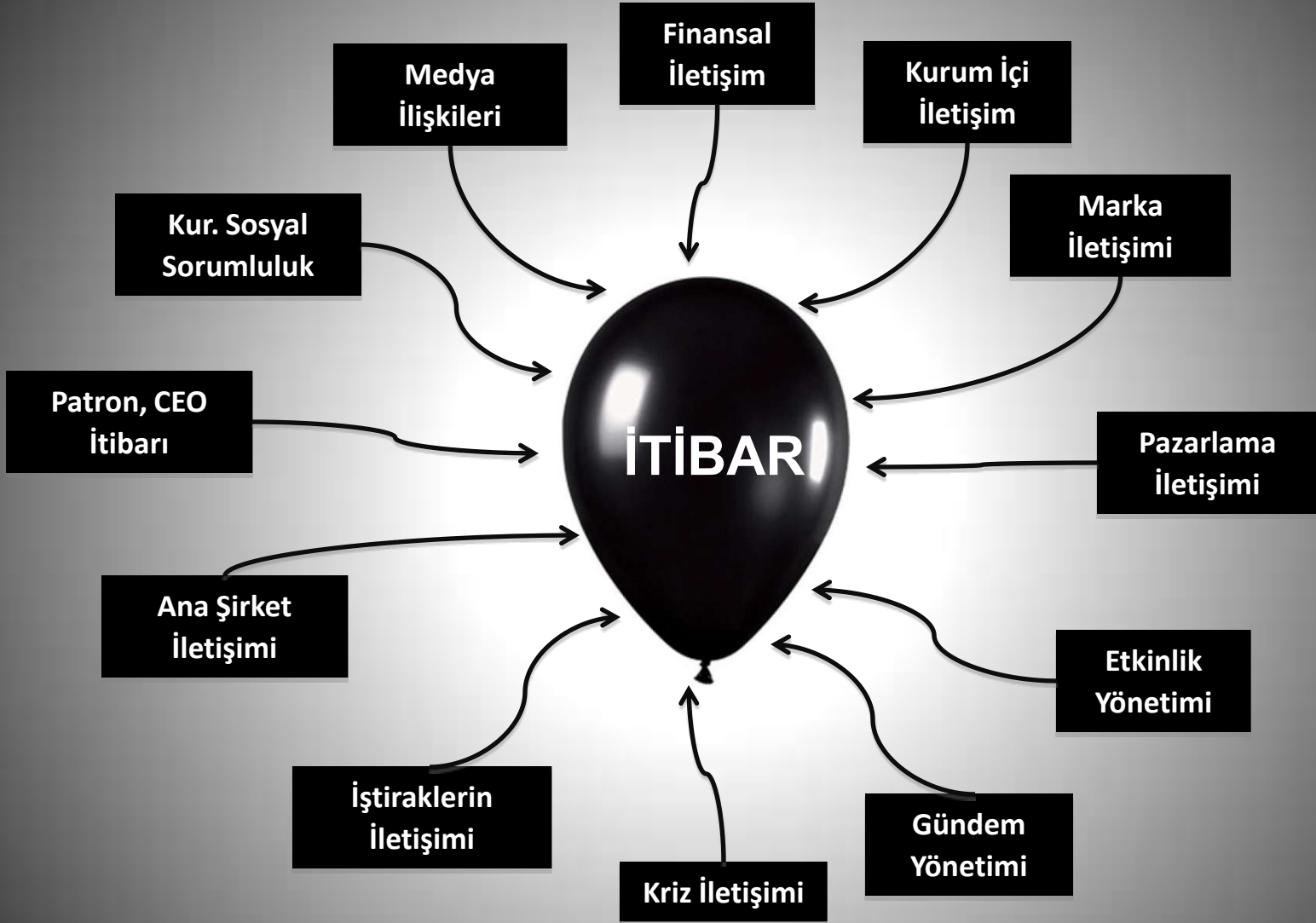
1990

2000

2010

2020

**İTİBAR
YÖNETİMİ**

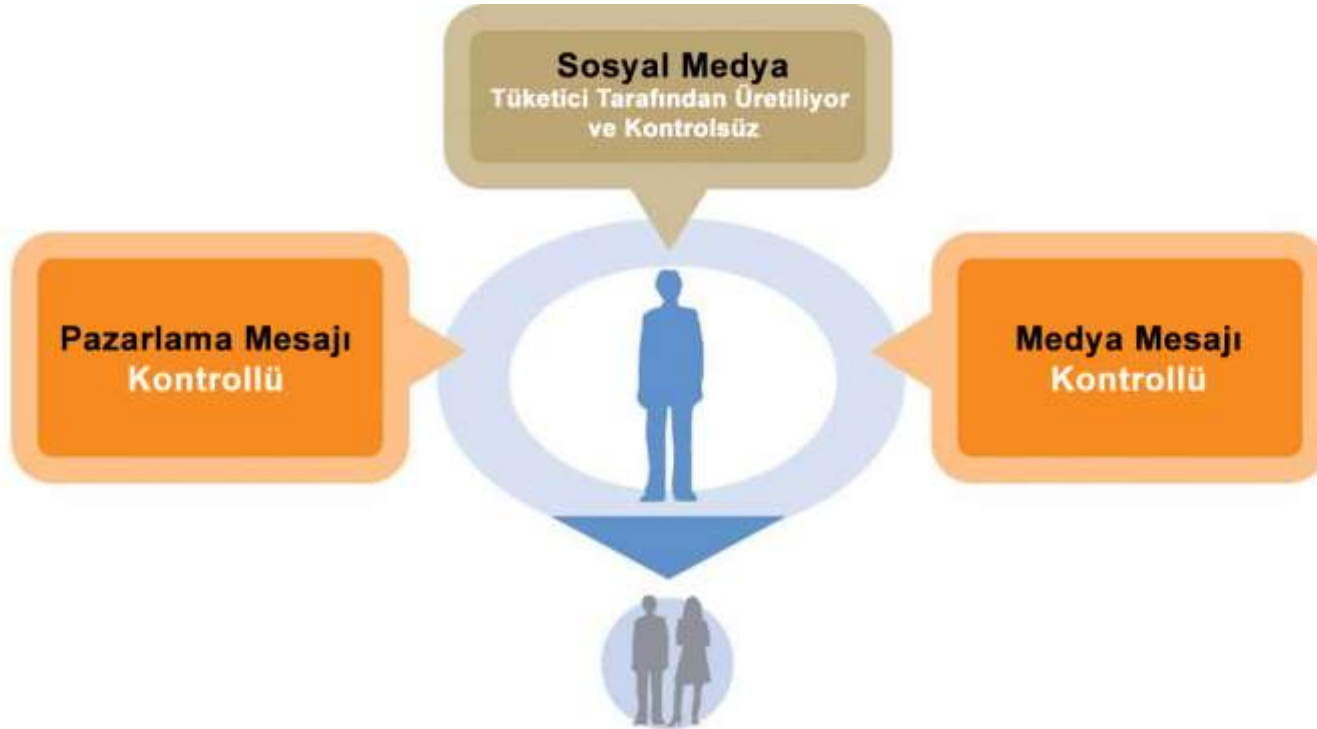


İtibar neye yarar?

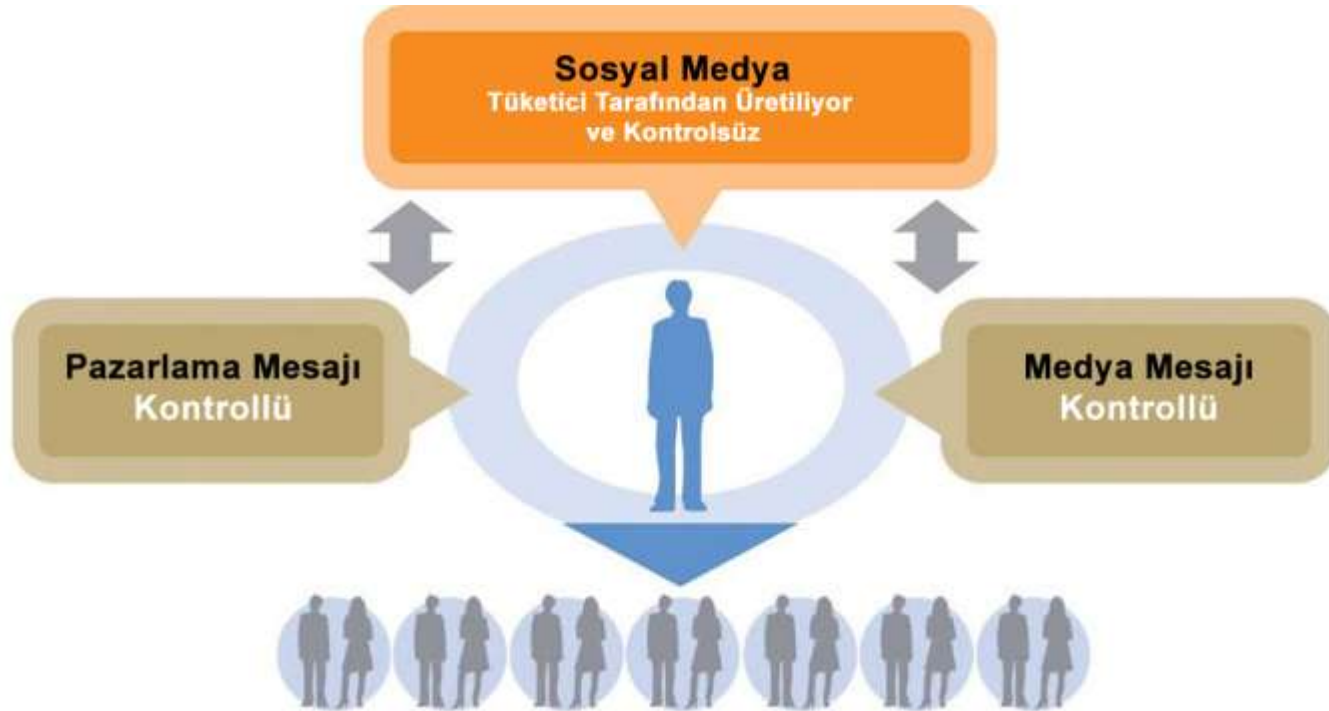
- İtibar şirketlerin önüne koyabileceği bütün temel hedefleri destekler
 - Şirketlerin piyasa değerlerini artırır (Borsa)
 - Kâr marjlarını yükseltir (Tekstil örneği)
 - İnsan kaynakları kalitesini yükseltir, maliyetini düşürür (Büyük şirket politikaları)
 - Güçlü iş ortakları edinmeyi sağlar (Birleşme-Satın Alma)
 - Elverişli finansal destek bulmayı sağlar (Kredibilite)
 - Müşterilerin tercihlerini yönlendirir (Rekabet)
 - Müşteri sadakatini temin eder (Duygusal Faktör)
 - Bir krizle başa çıkmada kritik faktör konumundadır
 - Kamu ilişkilerini destekler (Ankara)
 - Mevzuat sorunlarını kolaylaştırır (Bürokrasi)

İtibar Yönetimi ve Sosyal Medya

Yakın Geçmiş İletişim



Bugünkü İletişim



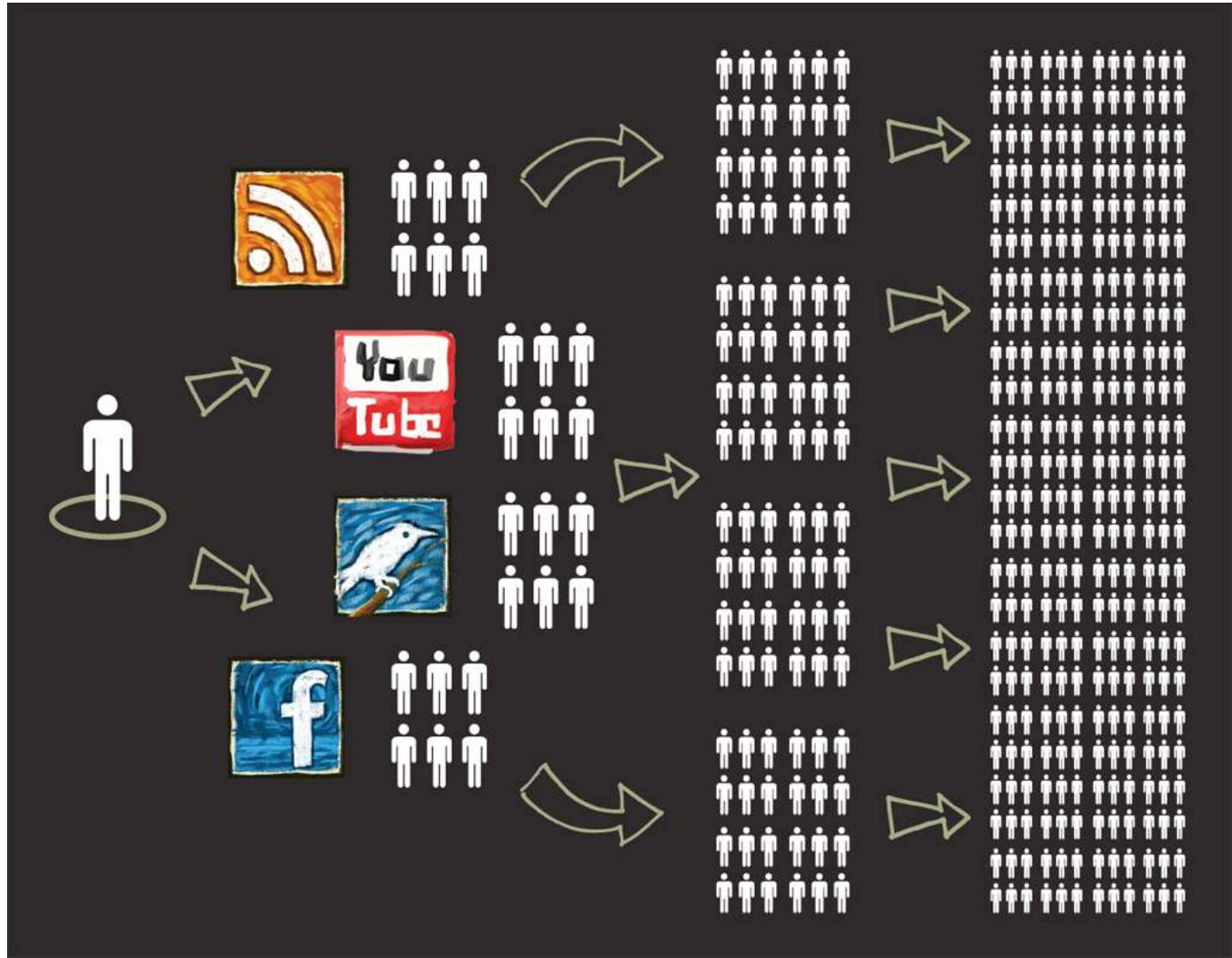
En büyük yanlış

FACEBOOK/TWITTER



SOSYAL MEDYA

Kuşbakışı Sosyal Medya



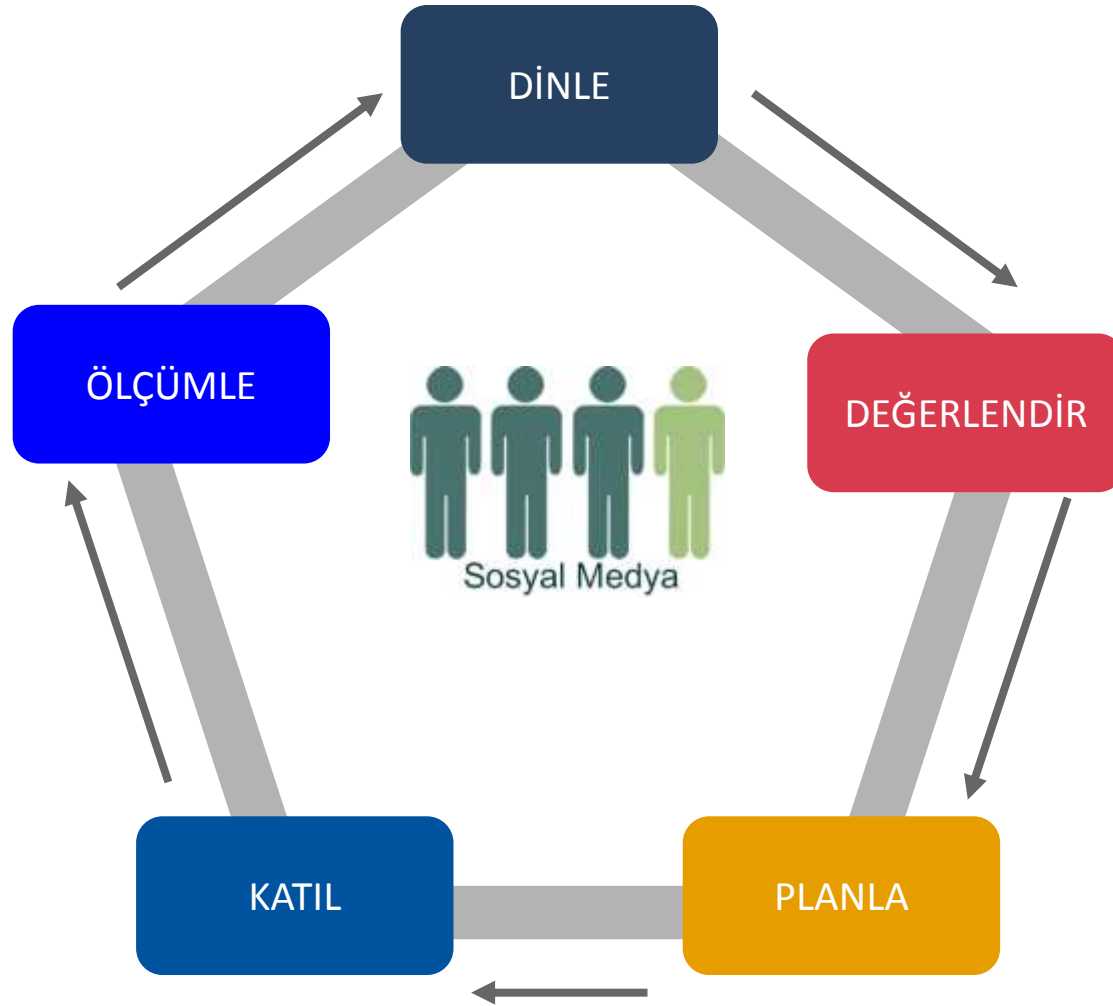
Sosyal Medyada Büyük Tablo



Bütünleşik İletişim Stratejisinin Önemi



Katılım Stratejisi



İçerik KRAL olmaya devam edecek fakat;



- ✓Yıllarca birbirinden kopuk dijital içerik üreten işletmeler, sonunda doğru yolu bulacak ve hedef kitlelerinin ilgilendiği dikey içerik sunacak
- ✓Değerli, tutarlı ve alanında lider içerik üreten küçük işletme, sadece yeni müşteriler kazanmakla kalmayacak, rakibinin önüne geçip, kendi için bir niş pazarlama alanı yaratacak
- ✓İçeriğin muhtelif türleri mevcut: bloglar, topluluklar, webcast'ler, videolar... İçeriğin şekli yayılma politikalarına etki edecek

TEŞEKKÜRLER