

UVOD

Služba odnosa s javnošću odgovorna je za kreiranje događaja koji plene pažnju javnosti. Specijalni događaj se može odigrati na nivou lokalne zajednice ili cele zemlje.

U predviđanju i planiranju događaja, jedno od najbitnijih pitanja koje uvek treba postaviti je: "Da li će nekog zaintrigirati" ili „Koliko će biti burna reakcija javnosti?". Pre planiranja specijalnog događaja je potrebno na osnovu novina, radio ili televizijskih izveštaja ili drugih izvora, prikupiti informacije o tome koliko često se događaj lansiran od strane službe odnosa s javnošću uzima kao vest.

Služba odnosa s javnošću ima veliku odgovornost da sredstva javnog informisanja budu kontinuirano i pravovremeno obavestena o svim važnim događajima i poslovnim poduhvatima.

Za organizaciju specijalnih događaja potrebna je simbioza marketinških, psiholoških i mas-medijskih odnosa i relacija sa ljudima, koja se konceptijski utemeljuje kao posebno organizovana aktivnost sa širokim dijapazonom poslova i zadataka.

2. ORGANIZACIJA SPECIJALNIH DOGAĐAJA

Događaji koji zahtevaju posebnu organizaciju su specijalni događaji, a to su:

- unapređenje prodaje proizvoda,
- poboljšanje imidža organizacije,
- prikupljanje sredstava za dobrotvorne svrhe,
- modne revije,
- sportska i druga takmičenja,
- balovi,
- parade,
- debate,
- protesti,
- politički sastanci,
- koncerti,
- razne vrste ceremonija.

Ukoliko je specijalan događaj većih razmera, njegova organizacija zahteva kompletno uređenje, od kontrole saobraćaja, preko obezbeđivanja prostora za parkiranje, bezbednosti i mnogih drugih detalja. Uz to, mogu biti predviđene specijalne dekoracije, osvetljenja i ceremonije.

Za jedan specijalan događaj treba obezbediti i prisustvo medija, što je svojevrsna dopuna promociji. Ako je učestvovanje ograničeno na neku grupu, kao što su dobavljači, distributeri ili kupci, uobičajene su pozivnice. U drugim slučajevima, javno se objavljuju lokacija, svrha i dan ili dani promocije.

U nameri da svaki događaj, javni ili privatni, postane glavna novost ili priča koja će dominirati medijima nedeljama ili mesecima, događaj, kao i sve ono što ide uz njega, mora da ima ključne delove. Bez tih delova priča se prepušta okolnostima i polako nestaje. Sve dok postoje reagovanja, bilo u formi rasta pažnje u štampi ili vidljive pažnje druge vrste, događaj je aktuelan.

Za uspešno organizovanje specijalnih događaja treba uzeti u obzir čitav niz različitih pojedinosti, od kojih su neke:

Spisak zvanica

Svaki događaj zahteva posebnu listu ljudi koje treba pozvati. Među njima se nalaze istaknute ličnosti iz javne, privredne i kulturne delatnosti, novinari, sportisti, umetnici, naučnici, poslovni partneri.

Dizajniranje pozivnica i način uručivanja

Pozivnice su bitan element prilikom organizovanja specijalnih događaja. Različito se piše za zabave, koncerte, sportske manifestacije i druge događaje. Ovde se mora imati u vidu da ciljne grupe dnevno dobijaju mnogo pošte, pa jedan od najboljih načina da se obezbedi da pozivnica bude otvorena i pročitana, je da se koverta sa logotipom ručno adresira na ime zvanice. Mnogi ljudi obavezno otvaraju lično adresirane pozivnice. Sadržaj pozivnice bi trebalo da najavljuje srž događaja, da sadrži adresu pošiljaoca odštampanu sa druge strane i neophodno je da sadrži sledeće elemente: svrhu događaja, mesto održavanja, vreme održavanja, povod (šta se može čuti ili naučiti uživo, što se ne može preneti pisanim putem ili telefonom), vrstu posluženja (zakuska, koktel, večera), kontakt telefon i kontakt osobu.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com