



# re present communications

**TRENDOVI I IZAZOVI KOJI MENJAJU PR PRAKSU U SRBIJI**  
**Dr Borislav Miljanović**

# ČINJENICE KOJE POTVRĐUJU DA SI PR

1. DAN TI POČINJE I ZAVRŠAVA SE SA ŠOLJOM KAFE I NOVINAMA



2. KLIJENT TI JE NA PRVOM MESTU PA ČESTO ZABORAVIŠ NA RUČAK

3. RECITUJEŠ FEEJEVE U SNU



4. VIŠE NE BROJIŠ KALORIJE SAMO RE-TWEETOVE



5. SVAKOG PETKA OKO 17h POMISLIŠ „SADA BI MOGLA BITI KRIZA“

6. TVOJ BLACKBERRY SPAVA SA TOBOM SVAKO VEČE



# STANJE PR NACIJE

# STANJE U SRBIJI

**EU INTEGRACIJE**

**KOSOVSKA KRIZA**

**PREDIZBORNA GODINA I  
PREDIZBORNE KAMPANJE**

**NOVI TALAS EKONOMSKE  
KRIZE**

**MEDIJI IZMUČENI KRIZAMA**

**POVEĆAN BROJ ONLINE  
IZDANJA**

**FLUKTUACIJA NOVINARA**

**NOVA MEDIJSKA  
STRATEGIJA**

# PR U SRBIJI



- U SRBIJI POSTOJI OKO 2000 PR PROFESIONALACA
- IZMEĐU 50 I 60 AGENCIJA, OD ČEGA JE SKORO POLOVINA DEO NEKE MEĐUNARODNE GRUPACIJE

**PROSEČNA PLATA PR PROFESIONALACA JE OKO 70.000 DINARA**

**U AGENCIJAMA FEE-JEVI SU SVE MANJI, A PLATE ZAPOSLENIH SVE VEĆE I KREĆU SE DO 2.000 €**

# EDUKACIJA=PROFESIONALIZACIJA INDUSTRIJE

U SRBIJI UKUPNO 7 FAKULTETA IMA PREDMET IZ OBLASTI ODNOSA S  
JAVNOŠĆU

LSPR GODIŠNJE ZAVRŠI OKO 60 LJUDI

SVE JE VIŠE KOLEGA KOJI SE DODATNO USAVRŠAVAJU

# TRENDOVI I IZAZOVI

# TRENDOVI U KOMUNIKACIJI

DANAS		2014	
1	KORPORATIVNA KOMUNIKACIJA	1	KORPORATIVNA KOMUNIKACIJA →
2	BRAND KOMUNIKACIJA	2	INTERNA KOMUNIKACIJA I CHANGE MANAGEMENT ↑ BRAND KOMUNIKACIJA ↓
3	KRIZNA KOMUNIKACIJA	3	CSR I ODRŽIVOST ↑
4	INTERNA KOMUNIKACIJA I CHANGE MANAGEMENT	4	KRIZNA KOMUNIKACIJA ↓
5	KRIZNI MANAGEMENT		

# KANALI KOMUNIKACIJE

DANAS		2014	
1	ODNOSI SA MEDIJIMA: ŠTAMPANI MEDIJI	1	ONLINE KOMUNIKACIJA ↗
2	ONLINE KOMUNIKACIJA	2	ODNOSI SA MEDIJIMA: ONLINE MEDIJI ↗
3	ODNOSI SA MEDIJIMA: ONLINE MEDIJI	3	DRUŠTVENE MREŽE ↑
4	DIREKTNA KOMUNIKACIJA	4	DIREKTNA KOMUNIKACIJA →
5	ODNOSI SA MEDIJIMA: TV/RADIO	5	ODNOSI SA MEDIJIMA: ŠTAMPANI MEDIJI ↓

# TRENDOVI I IZAZOVI NA NAŠ NAČIN

- 1. MEDIJI, POLITIKA I ESTRADA**
- 2. DIGITAL ILI DIGITAL!**
- 3. MEŠANA REPUTACIJA ZA 4 OSOBE**
- 4. INTEGRISANE KOMUNIKACIJE NA KRAJU TUNELA**
- 5. SPASA NAM NEMA ALI PROPASTI NEĆEMO**

**1. MEDIJI, POLITIKA I ESTRADA**

2. DIGITAL ILI DIGITAL!

3. MEŠANA REPUTACIJA ZA 4 OSOBE

4. INTEGRISANE KOMUNIKACIJE NA KRAJU  
TUNELA

5. SPASA NAM NEMA ALI PROPASTI NEĆEMO

# MEDIJI I PR

## PR

Nekad smo se, dok posle nismo navikli, smejali ljudima koji su na pločice po ulaznim vratima kuća i stanova ispred svog imena ponosno ispisivali silne skraćenice koje su slale poruku o stepenu njihovog obrazovanja i društvenom statusu. Pa smo takli imali Jovanoviće sa prefiksima prof. dr, Petroviće sa mr ph., Marjanoviće sa dipl. ecc., Jankoviće sa puk. JNA, neki su ispisivali u originalu svoje titule i zanimanja pa smo sa vrata čitali o akademiku Markoviću, bankaru Petroviću, direktoru Simiću...

Publik rilejšens, ili, po srpski, odnosi sa javnošću, dakle! Pa smo dobili "piarove", a naročito "piarke", berlinske zidove na putu do informacije i sagovornika ili pak teške smarače kad nešto sami hoće da obznane. Od njih i sam idem gradom pocepanim rukava, jer vuku i zdesna i sleva; telefon podižem s krajnjim strahom da mi s druge strane ne zavrukuće "piarka", po pravilu sa nemogućim zahtevom; svakodneвно praznim mejl-boksove ko da kanale kopam; gasim televizor čim ispred imena vidim ono "pi-ar", a ne moram ni da gledam, dovoljno je da ih čujem. Pogadaš iz čuga o kome je reč!

Govore kao da žvaču žvaku i najčešće planiraju ivente, organizuju hepeninge, promovišu vajbove, vode u klubing, hendliju projekte, zavrti ti se u glavi ako slušaš duže od šest sekundi, izgubiš se načisto, tako da ti samom treba jedan "pi-aro" kako bi bio u stanju da ostatak dana komuniciraš sa okolinom.

Usudom sam upućen na tu novu kastu bez čijeg posredovanja uskoro ni u pekari nećeš moći da uzmeš devrek, a pitanje je dana kad ćeš dobiti Milosav od koga na pijaci kupujem krompir ispred teže isturiti nekog svog "pablik riješensa" koji će mi, pre nego što uzmem kesu sa "jakim krom" krompira, odrecitovati stupidijati naučenu na nekom od hiljada i kusur jednomešćnih kurseva za "PR", strateški raspoređenih po ovom gradu. A da Ivančicu ni na karti nisi

## ДА ЛИ ЈЕ ДОБРОЈ КЊИЗИ ПОТРЕБНА ПРОМОЦИЈА

# Пи-ар кварови

Професионалци за односе са јавношћу у српском издаваштву често су неуки, а медији затворени за озбиљну литературу. Нема бољег пи-ара и маркетинга од добре књиге

ДРАГАН МОЈОВИЋ

**Т**реба ли књижи PR (Public Relations, пин-ар, односи са јавношћу)? Историја светског издаваштва и књижевства уверљиво говори да треба. Данашња пракса на светском тржишту књиге сугерише, парадоксално, да пин-ар доброј књижи није нужан: **нико у свету од лоше књиге није направио бестселер успешним односима са јавношћу.**

колевке штампарства, а ubрзо потом, 1498. године, појавио се и први каталог издања у коме је Алдо Мануџије, из Венеције, пописао 15 књига на грчком језику.

**У Србији књиге** се не држе у бачвама али је пи-ар неких издавачких кућа још увек на нивоу Египтајиног изума. Међу 817 издавача на овогодишњем, 56. међународном сајму књига у Београду, који се затвара у недељу, има оних који су и без каталога у форми летка, а доста

**„PA SMO DOBILI „PIAROVE“, A NAROČITO „PIARKE“, BERLINSKE ZIDOVE NA  
PUTU DO INFORMACIJA I SAGOVORNIKA ILI PAK TEŠKE SMARAČE KAD  
NEŠTO SAMI HOĆE DA OBZNANE“**

Jedino je običan svet, valjda stideći se svojih časpih zanimanja, izbegavao da na pločicama dokuca keramičar, mehaničar, piljar, obućar, policajac, vozač autobusa... Dobro, tu i tamo promisao bi noli trgovac ili grobar, ali to je

# ŠTO SAMI HOĆE DA

## BZNANE"

## INTRODUCTION

# PR vs NOVINAR

**STATISTIKA U POSLEDNJE DVE GODINE U ENGLJSKOJ POKAZUJE DA SE BROJ NOVINARA, KOJI ŽELE DA PREĐU U PR, POVEĆAO ZA 100%.**

Vesti » Ekapija 27.10.2011

Milivoje Čalija novi direktor razvoja u marketinškoj agenciji "Communis DDB"

Be the first of your friends to recommend this.  
Ekapija.org 14 dana  
razvoja u marketinškoj agenciji "Communis DDB". Njegov osnovni posao biće razvoj novih  
agencija "Communis" pruža, prvenstveno iz oblasti integriranih i digitalnih  
komunikacija. Posebni segment će biti rad u oblasti razvoja tzv. content providinga, odnosno  
pravljenje sadržaja za različite vrste medija. - Izuzetno mi je drago što smo...  
[Kliknite ovde da biste pročitali vest u celini na sajtu \*\*ekapija.com\*\* »](#)



Ekapija

**BIVŠI DIREKTOR GLOBAL NEWS BBC-JA RICHARD SAMBROOK PRIDRUŽIO SE AGENCIJI EDELMAN.**

**BIVŠI UREDNIK POLITIKE U SUNDAY TIMES-U JONATHAN OLIVER PRIDRUŽIO SE AGENCIJI LTG.**

**IVAN MRDEN**  
urednik „BLIC“ BEOGRAD  
ivtamara\_2000@yahoo.com

**D**anas je subota. Sa malim zakašnjenjem beležim da je iz naše redakcije još jedna mlada, lepa, pametna i ambiciozna koleginica (ovog puta Jovana Subotić), prešla u neku od sve brojnijih PR agencija. Danas je poslednja subota u oktobru, a to znači da je vreme, gde god želite, da se prijavite, da se prijavite, da se prijavite.

zašto što ove "ptičice" u njoj sve manje vide i - zelenu granu.

**011/333-46-33**

# PR I POLITIKA

- „Sve je to samo marketing i PR!“
- Predizborna godina

# PR ZVERKA?

## TANJA VOJTEHOVSKI ĆE BITI PR NOLETU!

Četvrtak, 6. Oktobar, 2011. | Autor: Eliza Kurba

Bivša desna ruka Željka Mitrovića ubuduće će brinuti o odnosima s javnošću najboljeg svetskog tenisera



## Vojtehovski ipak neće biti Novakov PR

Tanja Vojtehovski ipak neće biti portparol Novaka Đokovića, kako je popularna voditeljka izjavila u emisiji "Veče sa Ivanom Ivanovićem". Vojtehovski je poslala i zvanično saopštenje "Nakon sagledavanja svih aspekata i sa jedne i sa druge strane, za sada neće doći do saradnje između 'Vojtehovski komunikajšna' i porodične firme Đokovića 'Family sport'". Razlozi još uvek nisu poznati.



A Weber Shandwick Affiliate Company

WEBER SHANDWICK

1. MEDIJI, POLITIKA I ESTRADA

**2. DIGITAL ILI DIGITAL!**

3. MEŠANA REPUTACIJA ZA 4 OSOBE

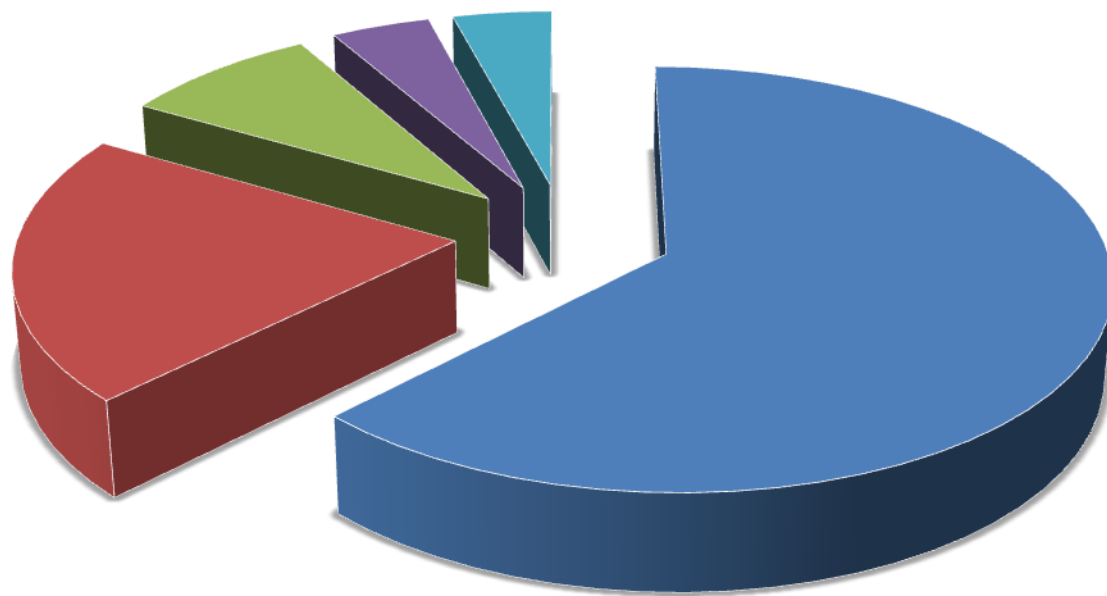
4. INTEGRISANE KOMUNIKACIJE NA KRAJU  
TUNELA

5. SPASA NAM NEMA ALI PROPASTI NEĆEMO

# ONLINE PR

- Do pre 4 godine srpski PR nije zalazio u internet
- Sada samo mi imamo 5 zaposlenih i skoro 20 klijenata
- Jaka konkurencija i među „one man show“ agencijama i konsultantima
- Teško izvući mesečni fee od klijenta
- I tada je 5-6 manji od onog za klasičan media relations
- Sve više blogera, ali još uvek nemaju takav uticaj kao na Zapadu
- Na prste jedne ruke mogu da se izbroje community manageri u kompanijama

# ČIJA SU ODGOVORNOST DRUŠTVENE MREŽE?



- PR je primarno odgovoran za društvene mreže 60%
- Ogovornost je podeljena na nekoliko sektora 20%
- Marketing je odgovoran za društvene mreže 8%
- Sektor za odnose sa klijentima ili IT 4%
- Ostalo

# MOBILNA DIGITALNA REVOLUCIJA



2x više je aktivnih korisnika FaceBook-a na telefonima nego na kompjuterima



Polovina svih internet pretraga ide preko mobilnih telefona



Do kraja 2010. prodaja tableta i pametnih telefona premašila je prodaju PC-a i laptopova po prvi put



Globalna potrošnja na mobilni marketing dostićće 14 milijardi \$ ove godine

# NOVO „PAKOVANJE“ PRIČE

each client lives

within a unique

storytelling

# ecosystem

NOVE PLATFORME KOJE ĆE OMOGUĆITI VEĆU  
VIDLJIVOST KAMPANJA

1. MEDIJI, POLITIKA I ESTRADA

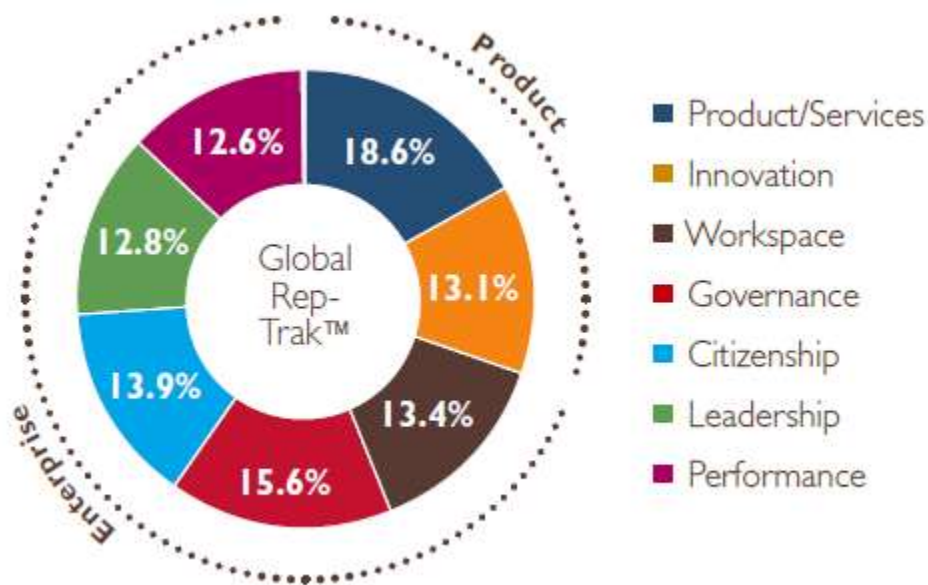
2. DIGITAL ILI DIGITAL!

**3. MEŠANA REPUTACIJA ZA 4 OSOBE**

4. INTEGRISANE KOMUNIKACIJE NA KRAJU  
TUNELA

5. SPASA NAM NEMA ALI PROPASTI NEĆEMO

# REPUTACIJA, VIDLJIVOST I POVERENJE



**ŠTA PREDSTVALJA REPUTACIJU U 2011.GODINI?**

# KOD NAS

- AD Imlek- „Kravice u gradu“
- Kompanija Dunav osiguranje- „Dunav svici za bezbednost na ulici“
- British American Tobacco-„Za festival bez opušaka“, Beer fest 2009.
- Banka Intesa- „Mesto koje volim“

# PRIMER INTEGRISANOG PRISTUPA TELENOR

- **Proizvodi/Usluge**

Pokretačka snaga u oblasti mobilne telefonije u Srbiji, uvek nude kreativna, inovativna i jednostavna rešenja za svoje korisnike

- **Inovacije**

Otvaranje Internet parkova - besplatno korišćenje interneta u prirodi

- **Radni prostor**

Telenor kolekcija savremene umetnosti u njihovom poslovnom prostoru

- **Saradnja sa Vladom**

Telenorov okrugli sto u borbi za očuvanje i zaštitu životne sredine

- **Građanstvo**

Samoinicijativno pružaju pomoć društveno ugroženim grupama, mladima, njihovom obrazovanju i profesionalnom usavršavanju

- **Performanse**

Korisnicima u Srbiji nude proizvode i usluge na svetskom nivou, uz prednosti svetskog znanja i iskustva



1. MEDIJI, POLITIKA I ESTRADA

2. DIGITAL ILI DIGITAL!

3. MEŠANA REPUTACIJA ZA 4 OSOBE

**4. INTEGRISANE KOMUNIKACIJE NA KRAJU  
TUNELA**

5. SPASA NAM NEMA ALI PROPASTI NEĆEMO

# MANJE PARA – VIŠE MUZIKE

- 
1. ADVERTAJZING INDUSTRIJA JE U VELIKOJ KRIZI
  1. SVE JE MANJE DOGAĐAJA I SVE SU SKROMNIJEG OBIMA

# MANJE PARA – VIŠE MUZIKE

- 
1. ADVERTAJZING INDUSTRIJA JE U VELIKOJ KRIZI
  1. SVE JE MANJE DOGAĐAJA I SVE SU SKROMNIJEG OBIMA

$$1 + 1 = 11$$

**PR I INTEGRISANA  
KOMUNIKACIJA**

# MANJE PARA – VIŠE MUZIKE



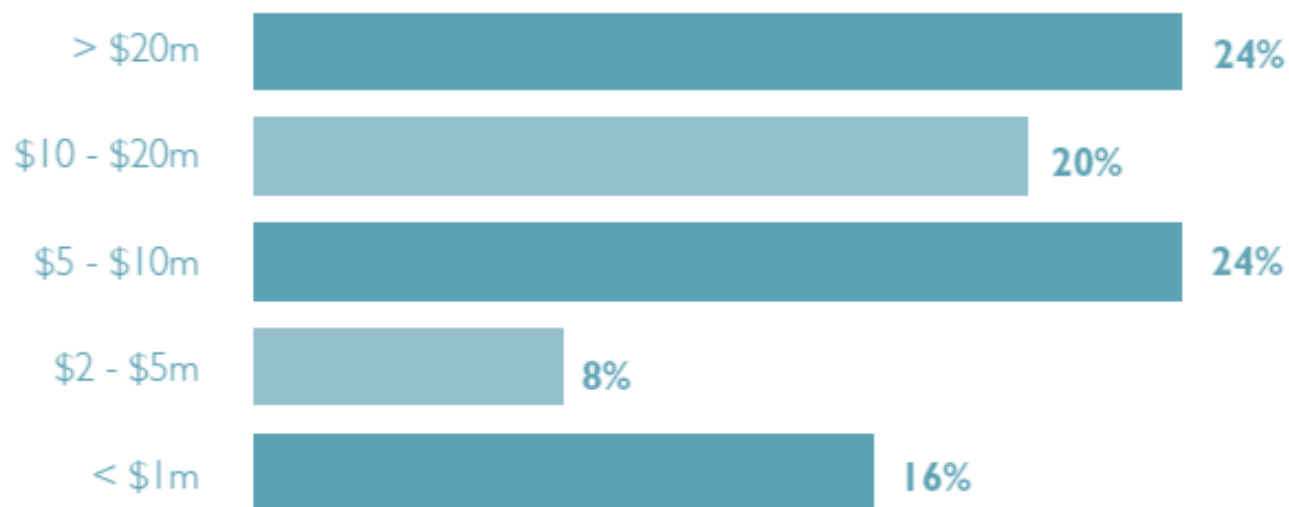
**MEDIA RELATIONS  
DIGITAL  
CSR  
INTERNA  
KOMUNIKACIJA**

**VELIKOJ KRIZI  
SKROMNIJEG OBIMA**

**INTEGRISANA  
KOMUNIKACIJA**

1. MEDIJI, POLITIKA I ESTRADA
2. DIGITAL ILI DIGITAL!
3. MEŠANA REPUTACIJA ZA 4 OSOBE
4. INTEGRISANE KOMUNIKACIJE NA KRAJU TUNELA
- 5. SPASA NAM NEMA ALI PROPASTI NEĆEMO**

# PR BUDŽETI U SVETU



# FINASIJSKI POKAZATELJI

## 2009-2010, SRBIJA

u 000 evra

Redni broj	Opis poslovne delatnosti	Poslovni prihod		Stopa rasta (u %) (3:4)
		2010.	2009.	
1.	2.	3.	4.	5.
1.	Agencije za tržišne komunikacije	96.396	93.240	3,4
2.	Agencije za istraživanje tržišta i ispitivanje javnog mnjenja	17.703	16.740	5,7
3.	Specijalizovana preduzeća za planiranje i zakup oglasnog prostora	137.867	138.267	-0,3
4.	Agencije za odnose sa javnošću	9.681	9.127	6,1
5.	Preduzeća za spoljno oglašavanje	29.319	28.870	1,6
6.	Sajamske organizacije	21.984	28.024	-21,6
7.	Preduzeća za organizovanje sajamskih nastupa, privrednih i drugih izložbi	3.899	5.094	-23,5
8.	Producerske kuće	42.029	51.811	-18,9
9.	Aproksimacija prihoda novinsko-izdavačkih preduzeća od oglašavanja	35.791	37.347	-4,2
10.	<b>UKUPNO (1 – 9)</b>	<b>394.669</b>	<b>408.520</b>	<b>-3,4</b>



# HVALA!