



softconsulting

**Autor: Lejla Softić, dipl.oec.<sup>1</sup>**

## **Koliko su uticajni PR menadžeri?**

“News is something somebody doesn't want printed; all else is advertising.”

— William Randolph Hearst

Ukoliko preduzeće želi uspješno realizirati vlastitu [marketing strategiju](#), PR menadžeri su nezaobilazni član u multidisciplinarnom marketing timu. Uticaj PR menadžera, pri kreiranju imidža preduzeća, naročito dolazi do izražaja primjenom alata digitalnog marketinga. U suvremenim uvjetima poslovanja, na tržištu se pojavljuje sve veći broj 'zagovornika' brendova tzv. influencera koji su 'javne' ličnosti, jer svojim osobnim angažmanom utiču na ciljnu javnost sa kojom komuniciraju. Za razliku od influencera, PR menadžeri su oduvijek imali zadatak da, djelujući unutar konkretnog preduzeća i/ili projekta, (in)direktno utiču na imidž preduzeća kod ciljne javnosti. Za razliku od influencera, PR menadžeri su uticajni 'ljudi iz sjene', koji imaju zadatak da izgrađuju uspješne i dugoročne odnose sa medijima i javnošću.

### **Ko je PR menadžer?**

**PR menadžer** (Menadžer za [odnose s javnošću](#)) je osoba koja medijima i javnosti svakodnevno pruža informacije o konkretnom preduzeću, brendu ili osobi, a u kriznim situacijama upravlja cjelokupnom komunikacijom preduzeća. Potrebno je da konstantno bude na raspolaganju predstavnicima medija. Najbolje rezultate postiže uspostavljanjem i održavanjem redovnih, ličnih, kontakata sa predstavnicima medija. Smatra se da su najuspješniji PR menadžeri iz oblasti novinarstva, jer najbolje poznaju šta je medijima potrebno i na koji način mediji funkcioniraju. Potrebno je da su PR menadžeri komunikativni, da znaju izazvati pažnju, da su sposobni da uvjere druge ljude i da se kontinuirano usavršavaju.



### **Zašto su PR menadžeri uticajni?**

Uloga PR menadžera u preduzeću je izgradnja međusobnog razumijevanja, društvene odgovornosti i ostvarivanja zajedničkih interesa preduzeća i njegove ciljne javnosti. S obzirom na veoma važnu ulogu koju imaju u preduzeću, PR menadžeri su u hijerarško-organizacionoj šemi preduzeća u direktnoj komunikaciji sa strateškim menadžmentom, čije stavove i buduće namjere prezentiraju široj (vanjskoj i unutarnjoj) javnosti. Stoga što su 'na izvoru' bitnih informacija i imaju direktan uticaj na način prezentacije ključnih informacija preduzeća prema ciljnoj javnosti, PR menadžeri su obično uticajni 'ljudi iz sjene'. Tako se u medijima mogu pronaći brojni sadržaji i informacije kojim se prezentiraju strateške odrednice poslovanja preduzeća, kao i druge izjave strateškog menadžmenta preduzeća, koje je suštinski kreirao i putem medija plasirao PR menadžer.

---

<sup>1</sup> SoftConsulting s.p. Tuzla, Trg slobode 16 ( BIT Centar), 750000 Tuzla, e-mail: [lejla.softic@savjetnik.ba](mailto:lejla.softic@savjetnik.ba)  
Izvor za sliku: <https://pixabay.com/photos/e-mail-aerial-afternoon-tea-3239670/>



softconsulting

## Kako PR menadžeri kreiraju uticaj?

Svi PR menadžeri nisu podjednako 'uspješni', iako su im zadaci koje obavljaju manje-više istovjetni. 'Tajna' uspješnosti PR menadžera je u kreiranju željenog uticaja na ciljnu javnost odnosno medije. Uspješni PR menadžeri, koristeći odgovarajuće komunikacijske vještine, relativno 'lakše' dolaze do publiciteta u medijima, kao jednog od oblika besplatne promocije brenda odnosno poslovanja preduzeća. Stoga pojedina preduzeća, umjesto da u vlastitom marketing timu imaju zaposlene PR menadžere, opredjeljuju se da koriste usluge renomiranih PR agencija, koje već imaju uspješno izgrađene odnose sa medijima i ostalim tržišnim dionicima. Koliko su složeni suvremeni odnosi sa javnošću najbolje pokazuje jedno od istraživanja, koje je pokazalo da na [cca 80% medijskog izvještavanja](#) direktno utječu odnosi sa javnošću. Ovo se postiže dobrim i recipročnim odnosima između novinara i PR menadžera. Ukoliko su PR menadžeri uspješni u svom poslu, odnosi sa javnošću imaju direktan uticaj na ono što je napisano u medijima, ali bez narušavanja novinarskog integriteta.

## Prednosti PR menadžera vs. Influence marketing

Iako postoji mišljenje da će primjena alata influence marketinga postepeno zamjeniti zadatke koje obavljaju i uticaj kojeg imaju PR menadžeri u svijetu (digitalnih) medija i komunikacija, to se neće desiti u dogledno vrijeme. Naime, PR menadžeri imaju raznovrsne komunikacijske uloge i specijalizaciju (komunikacijski tehničar, komunikacijski posrednik, problemski posrednik i stručnjak za odnose sa javnošću), a primjenom alata influence marketinga samo se dodatno 'iskristalizirala' razlika između različitih uloga i specijalizacija u odnosima sa javnošću, gdje influenceri preuzimaju ulogu komunikacijskih posrednika, kao jednog od suradnika PR menadžera odnosno stručnjaka za odnose sa javnošću.

Kombinacija različitih uloga u odnosima sa javnošću, koje imaju influenceri i PR menadžeri, može biti višestruko korisna, jer ciljna javnost veoma 'lako' može prepoznati razliku u objavama koje kreiraju jedni i drugi stručnjaci za odnose sa javnošću. Suštinska razlika u njihovim uticajima je da su influenceri neovisni i djeluju 'izvan' brenda, što ciljna javnost i (emotivno) osjeća, dok PR menadžeri mogu kreirati zaista 'sjajan' i podjednako kreativan sadržaj, ali će tako kreirana objava na (digitalnim) medijima uvijek imati karakter saopštenja za javnost odnosno neće izazavati kod ciljne javnosti onu vrstu emocionalnog doživljaja, kao što se to događa pri djelovanju influencera, koji su upravo zbog svog personalnog odnosa 'emotivno' prihvatljiviji iz perspektive ciljne javnosti.

## Zaključak

Uticaj PR menadžera od posebnog je značaja za uspješnu izgradnju imidža preduzeća i/ili brenda na tržištu. Na koji način će preduzeće poduzimati vlastite PR aktivnosti (inhouse ili outsourcing PR usluge) zavisi od kreirane komunikacijske strategije preduzeća. Da li će i na koji način će [alati influencer marketinga](#) biti korišteni za potrebe uticaja na ciljnu javnost, zavisiće od preduzeća do preduzeća odnosno od opredjeljenja PR menadžera da li će za izgradnju imidža preduzeća i/ili brenda koristiti usluge tzv. mikro ili makro influencera.

Bez obzira na izabranu komunikacijsku strategiju preduzeća i način na koji se ista implementira na tržištu, neizostavna je uloga i uticaj PR menadžera pri tome. Uticajni PR menadžeri možda nisu toliko medijski eksponirani, ali su zato rezultati njihovog rada veoma dobro poznati ciljnoj javnosti. Stoga, ukoliko bi se na pitanje iz naslova ovog teksta trebao ponuditi 'konačan' odgovor, isti bi glasio: PR menadžeri su uticajni u onoj mjeri u kojoj su mediji uspješno realizirali planirane komunikacijske aktivnosti preduzeća i koliko je zahvaljujući tome preduzeće postiglo svoju jedinstvenu prepoznatljivost kod ciljnog tržišta, ali i šire javnosti na (digitalnom) tržištu.