



# Kako postati prepoznatljivi po svojoj stručnosti i jedinstvenosti?

Jedan je od glavnih izazova svih stručnjaka za odnose s javnošću kako da moja poruka dođe do ciljane publike? I doista, u današnje vrijeme kad smo svakodnevno bombardirani različitim informacijama sve manje i manje obraćamo pozornost na vijesti oko nas te odmor tražimo u trenucima bez mobitela, tableta ili televizije. Međutim, postoje neke teme kojima nije potrebno previše pomoći da bi došle do željene publike. Uzmimo za primjer trenutno aktualni Advent – interes za takvim manifestacijama ne jenjava, a svaki se novi podatak željno iščekuje, bilo da se radi o novim street food hitovima ili koncertima za Novu godinu. S druge strane, imamo vijesti koje objavljuju gradski uredi za odnose s javnošću. Gotovo svaki projekt pripada temi od javnog interesa i mediji s velikim zanimanjem prate što se događa u gradu. Što i jedni i drugi imaju zajedničko? Prepoznatljivi su, s jasno ciljanom publikom i određenom porukom. Upravo su organizatori Adventa prvi sugovornik medijima kod pisanja vijesti o Adventu, jednako kao što su to uredi za odnose s javnošću u gradovima tijekom uređenja glavnog trga ili poplave. Upravo tu leži snaga Hrvatske mreže zdravih gradova, jer vrlo lako može postati relevantan sugovornik za teme kojima se zdravi gradovi u Hrvatskoj bave. Prilikom aktualizacije nekakve teme, bilo da se radi o urbanom planiranju ili ovisnostima, mediji su uvijek u potrazi za stručnim sugovornikom koji nije direktno involviran u temu koja se obrađuje. Tu na pozornicu stupa Hrvatska mreža zdravih gradova, kao jedinstvena, stručna i kvalitetna Mreža zdravih gradova, koja okuplja stručnjake iz različitih područja i koja može dati svoj komentar na aktualno događanje. Time se ne afirmira samo sugovornik, već i zajednica iz koje dolazi. No, da bi Mrežu mediji uopće kontaktirali, ona ih mora upoznati sa svojim djelovanjem, a najbolji način za to je da osoba zadužena za odnose s medijima stalno komunicira na način da osoba zadužena za odnose s medijima bude obučena za



pisanje priopćenja za medije ili izjava članova Hrvatske mreže zdravih gradova na način da su ona kratka, jednostavna i s jasnom porukom. Priopćenja za medije jedan su od elementarnih dijelova odnosa s medijima pa tako i odnosa s javnošću. Osim što priopćenje za medije mora biti gramatički ispravno, ono mora biti i razumljivo. Struktura klasične objave za medije uključuje datum i mjesto, naslov uz opciju podnaslova i nadnaslova, uvod, osnovu objave za medije, zaključak i osobu za kontakte. Ako ovaj dio napišete kako treba, uspjeli ste pobuditi interes novinara. Budite kratki i svjesni da naslov privlači pažnju medija. Uz priopćenje obično se šalju i razni dodatni dokumenti, poput fotografija ili videozapisa. Nemojte slati velike priloge koji bi mogli opteretiti poslužitelje. Osoba zadužena za odnose s javnošću mora sastaviti svoju listu kontakata medija, prije svega specijaliziranih za područja kojima se bave Zdravi gradovi, ali i redakcija nacionalnih medija, koje treba osobno kontaktirati i predstaviti Hrvatsku mrežu zdravih gradova. Mora razmišljati na način kome bi naš sadržaj bio zanimljiv i iz kojih razloga. Nema odgovora Bez komentara! Budite dostupni medijima i pouzdan sugovornik na kojega se mogu osloniti.

Ne objavljujte mail adrese drugih novinara, adrese stavljajte u BCC u mailu (GDPR). Follow up, razgovarajte s novinarima i provjerite hoće li vaša vijest biti objavljena, kada i gdje. Stalno i iznova utvrđujte svoje mjesto i stručnost. Uz pretpostavku da temeljem vaših programa registrirate smanjenje broja ovisnika u svojim sredinama, pošaljite priopćenje tipa Borba protiv ovisnosti kreće na lokalnoj razini, ovi gradovi su u tome i uspjeli, u kojem navedite koliko ste akcija proveli, s kojim ciljem, s kojim rezultatima, uz izjavu nekoga iz organizacije u smislu što se može učiniti i što svatko od nas može učiniti da bi pomogao. Neka vaše informacije budu potpune i istinite. Uz stalnu prisutnost i praćenje događanja iz vašeg područja, sigurna sam da Hrvatska mreža zdravih gradova ima šanse svojim kvalitetnim, sveobuhvatnim i stručnim radom pokazati kako brojni mali, ali vrlo vrijedni projekti naše sredine čine boljim mjestima za život.

## Ajna Temimović

Stručnjakinja za odnose s javnošću  
Grad Poreč  
ajna.temimovic@porec.hr