

# Tähendus ja maine

**Aive Hiiepuu**

**Eesti Suhtekorraldajate Liidu president**

**PR Concept kommunikatsiooniekspert, juht**

PR|Concept

# Aive Hiiepuu

Pärnu Koidula kooli vilistlane

Hariduselt õpetaja



- Turunduskommunikatsioonis 20 aastat
- Ettevalmistanud ja läbi viinud ca 200 erinevat PR-projekti.
- Armeenia Valitsuse PR nõustaja pensionireformi läbiviimisel 2009 – 2011 a.
- Eesti Suhtekorraldajate Liidu juhatuses alates 2005, President alates 2009.
- Tallinna Ülikooli Kommunikatsiooni Instituudi Nõukogu Liige
- SOS Lastekülade Eesti Ühingu Nõukogu Liige
- Haridus: Tallinna Ülikool ja Eesti Diplomaatide Kool.
- Turundus- ja kommunikatsioonikoolitused alates 1995
- Esinemised erialakonverentsidel alates 2005. aastast
- Hobi: erialakirjandus ja rändamine <http://www.reisiveeb.ee>

# Erialased tunnustused



- Kuldmuna auhind: Aasta Suhtekorraldusagentuur 2015
- Kuldmuna auhind parima PR-kampaania eest: Kosmos IMAX
- Parim brändi PR- lansseerimine 2014: Kosmos IMAX
- Parima avaliku sektori PR projektide finaalis Eestis ja Baltikumis. Parima tarbijakampaania finaalis Baltikumis: “Söö mahla!”
- Baltikumi parim avaliku sektori PR-projekt: “Innovatsiooniaasta”
- Eriauhind Eakate Festivali PRi eest
- Parim suhtekorraldustegu Eestis: HPV vaktsiini tutvustamine.
- Parim tarbijakampaania Baltikumis: “Mahl, tervise allikas”

# Maa sool

*Enesele antud nimi ... määrab tihti niihästi valitava käitumise tüübi kui ka selle ajaloolise saatuse.*

Juri Lotman

**Õpetaja**

**Pedagoog**

**Guru**

**Maa sool**

**Laama**

**Instruktor**

**Õppejõud**

**Mentor**

**Magister**

**Magistraal**

**Professor**

**Treener**

**Rabi**

# Tähendus

**Märk**

**Sõna**

**Lause**

**Tekst**

**Nähtus**

**Teadmine**

**Kujund**

**Väärtus**







# Maine

Avalikkuses domineeriv arusaam isikust või organisatsioonist.

# Imago

Ühe konkreetse subjekti peas olev kujutluspilt kuidas mingit organisatsiooni, isikut või brändi nähakse.

# TALIS uuring\*:

Pedagoogide arvates suhtub ühiskond õpetajatöösse üleolevalt. Rahvusvahelise õpetajauuringu „TALIS 2013“ alusel tajuvad Eesti pedagoogid, et õpetajakutse maine on madal: vaid 12% koolijuhtidest ja 13,7% põhikooli lõpuklasside õpetajatest arvab, et ühiskond väärtustab õpetajakutset. Sama uuringu alusel leiab üle kolmandiku õpetajatest, et on valinud vale elukutse. Eesti paistab maailmas silma sellega, et õpetajaskond on väga eakas ja ebaloomulikult suurelt kaldu naiste poole. On päevselge, et Eesti hariduse edu ei saa kesta, kui õpetajakutse maine ei parane ja õpetajaskond ei noorene.

## Miks mainet kujundades teadlikult tegutseda?

- Igal ajahetkel jätab organisatsioon mulje kümnetele-sadadele-tuhandetele inimestele.
- Inimestele, kellest arvestatav hulk võivad olla nende potentsiaalsed kliendid.
- Kliendil on tänapäeval võimalus valida konkureerivate toodete-teenuste vahel

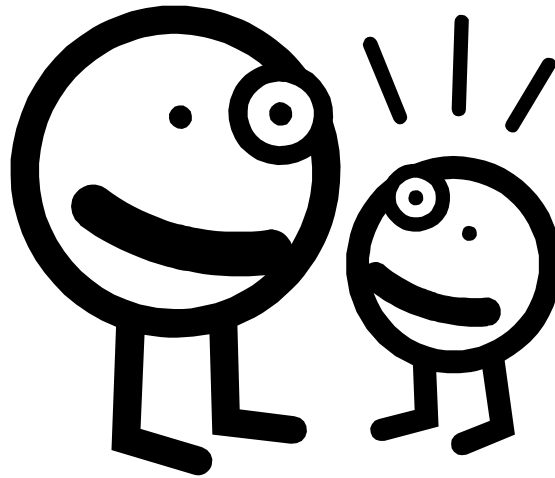
TALIS-e uuringus küsitletud Eesti õpetajatest 27% töötab kas Tartus või Tallinnas, kuid üsna suur osa, ligi neljandik, ka maapiirkonna koolides. 95% õpetajatest töötab munitsipaalkoolides ja 84% nendest koolidest konkureerib ka vähemalt ühe kooliga õpilaste pärast. Eesti koolid ja

- Jättes usaldusväärse, tähelepaneliku ja korraliku mulje annab organisatsioon panuse positiivse imago tekkimisse.
- Positiivne imago omakorda tähendab tasuta reklaami hea kogemuse saanud indiviidide läbi.

**Kuidas luua mainet?**

PR | Concept

# Suhtekorralduse ja kommunikatsiooni roll



Turunduse eesmärk on tekitada nõudlust

Suhtekorralduse ja kommunikatsiooni eesmärk on tekitada mõistmist

- Ükski organisatsioon ei saa eeldada, et temast lihtsalt niisama aru saadakse, alati on vaja ennast mõistetavaks teha
- Avalikkusele ei loe, milline on organisatsioon “objektiivselt”
- Kõik sõltub sellest, mida ja kuidas kommuniqueeritakse ja kas ja kuidas see sihtrühmani jõuab
- Sellest moodustub inimeste kujutluses olev kuvand

# Organisatsiooni kommunikatsiooni ülesanne on tagada...

- ... sihtgruppide informeeritus,
- .... soovitav imago
- ... adekvaatne reageerimine org. puudutavates küsimustes

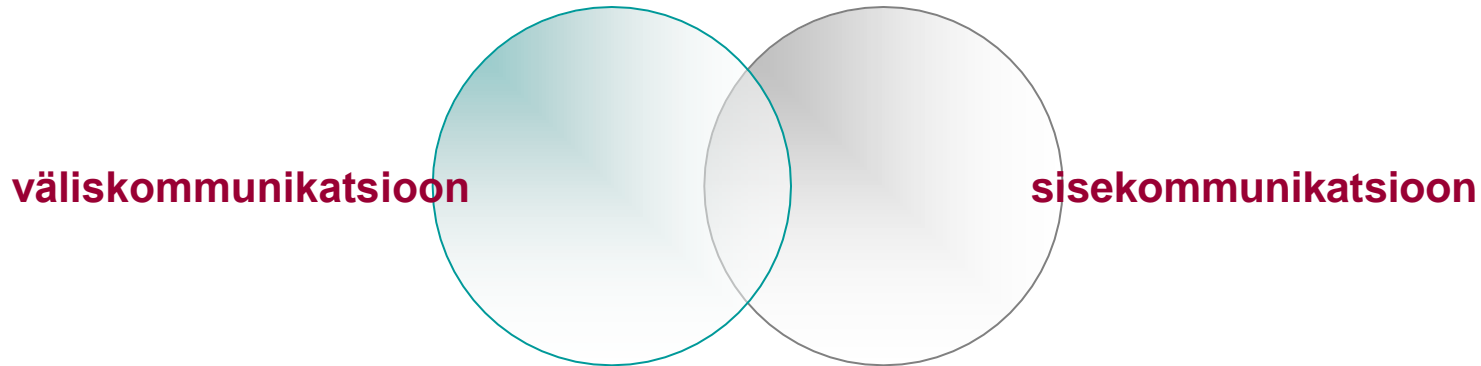


# Põhimõisted-viisid-vahendid

- Imago (imidž, kuvand)
- Maine
- Sihtrühm
- Sõnum
- Kanal
- Korporatiivkommunikatsioon
- Turunduskommunikatsioon
- Sisekommunikatsioon
- Kriisikommunikatsioon
- Meediasuhted



# Sees ja väljas



- **Sisemine kommunikatsioon** – infoleht, seinaleht, siseleht õpetajad, traditsioonid, koolitädi jt
- **Väline kommunikatsioon** – meedia, trükised, aastaraamat, personaalne suhtlemine, tähtsündmused, traditsioonid, teenindus, turunduskommunikatsioon

# Meetodid org. kommunikatsioonis

- **Teavitamine** – ühesuunaline, konkreetsele adressaadile
- **Suhtlemine** – kahe-suunaline (org – sihtgrupp). Suhete loomine ja säilitamine
- **Imago kujundamine** – “pildi” aktiivne kujundamine
- **Visuaalne identiteet** – nimi, logo, värvid, vormiriided
- **Organisatsioonikultuur** – pidev sõnatu kommunikatsioon sihtgrupiga
- **Tagasiside** – pidev analüüs ja kohaldamine

# SIHTGRUPID

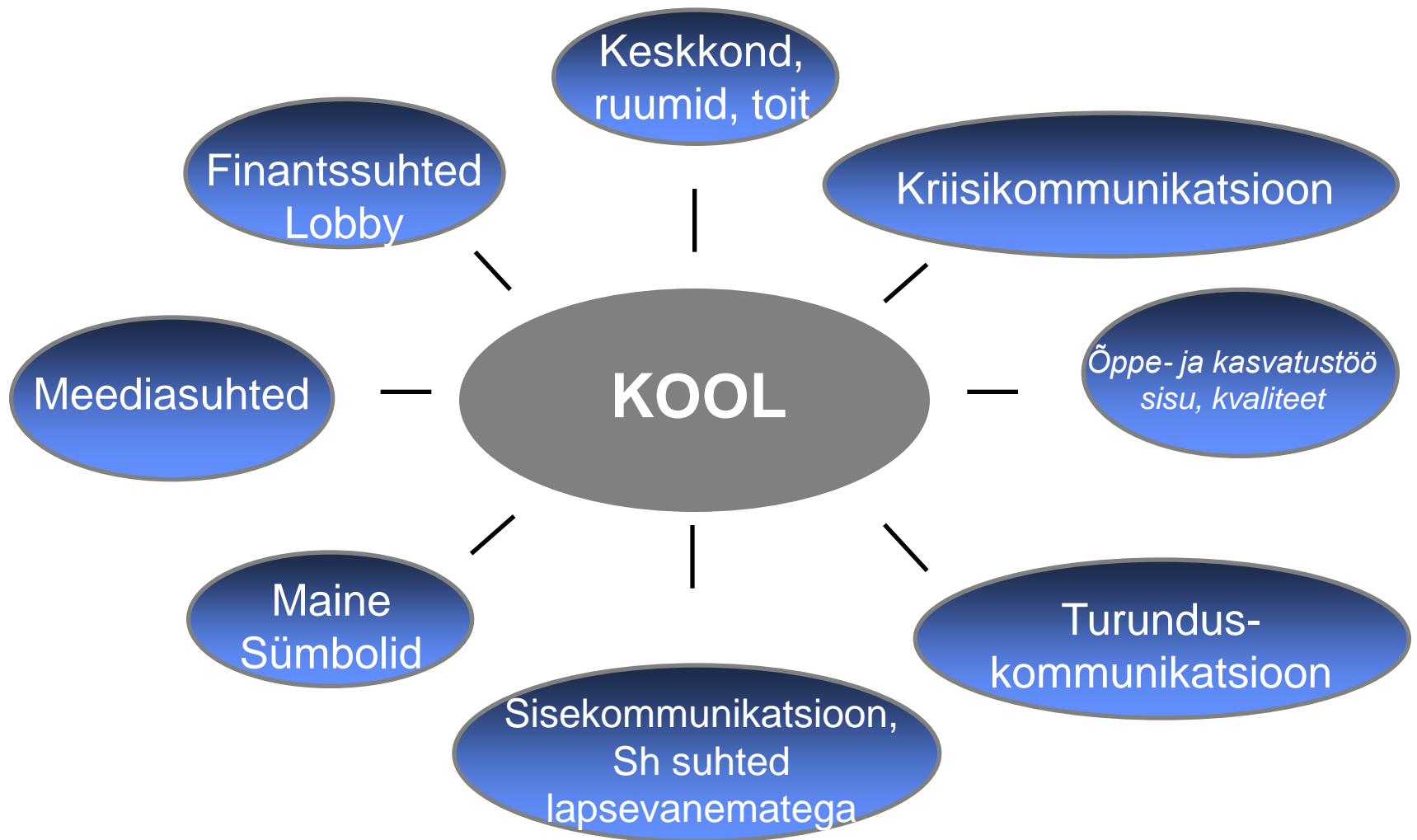
Kooli kommunikatsioon on suunatud konkreetsetele sihtgruppidele:

- **Õpilased** / tootega seotud info
- **Töötajad** /teenusega ja töökorraldusega seotud info
- **Koostööpartnerid** / usalduse suurendamine
- **Arvamusliidrid**/ informatiivne, selgitav kommunikatsioon
- **Ajakirjandus**/ uudisväärtnuslik info; seisukohad; selgitavad kommentaarid

# Kommunikatsiooni tähtsaimad reeglid

- See mida öeldakse ei oma mitte mingisugust tähtsust
- Loeb see mida kuulatakse
- Informatsiooni saab kontrollida ainult seda jagades
- Tänapäeva maailmas osalevad teie meediapildi kujundamises praktiliselt kõik, kes vähegi viitsivad
- Kõige lihtsam on informatsiooni kontrollida siis, kui see vastab tõele

# KOMMUNIKATSIOONIVÄLJUNDID



Vanarahvatarkus:  
vaid sisemine ilu loeb....ei pea alati paika.

Avalikus ruumis tegutsev organisatsioon peab lisaks sisemisele särale oskama ka seda välja näidata.

# Talis\* uuring:

valida mõni teine amet. Arvestades veel asjaoluga, et 30-aastasi õpetajaid oli 2008. aastal 11% ning 2013. aastal vaid 7,4%, on Eesti jaoks suur väljakutse õpetajaameti maine ja staatuse tõstmine meie ühiskonnas. Kui õpetajad tunnevad, et neil on võimalik osaleda oma kooli otsustusprotsessides, suurendab see tunnet, et õpetajaametit ühiskonnas väärtustatakse. Lisaks on õpetajate arusaam oma töö väärtusest esmajoones tugevasti sõltuv sellistest teguritest nagu õpetajate mediakuvand, palga suurus, õppekava maht, õpetajate positsioon lastevanemate ja õpilaste silmis, töökoormus, tööga seotud paberimajandus, kodu huvi ja toetus õpilase arengule, mille kaudu on samuti võimalik süvendada õpetajais tunnet, et õpetajaametit Eesti ühiskonnas väärtustatakse. Eesti jaoks on oluline väljakutse rakendada

# Täna tähelepanu eest!

Aive Hiiepuu

PR|Concept : turundus ja PR lahendused

Tel 52 44646

[aive@prconcept.ee](mailto:aive@prconcept.ee)

[www.prconcept.ee](http://www.prconcept.ee)