

«Οι άνθρωποι έχουν ανάγκη να επικοινωνούν. Το ίδιο και οι επιχειρήσεις. Απλά, καθαρά, ουσιαστικά»

Επικοινωνία με σαφές περιεχόμενο



Επιμέλεια
Γιώργος Τζίβας

Σε ένα σύνθετο και πολλές φορές ανατρεπτικό πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον οι οργανισμοί που εφαρμόζουν στοχευμένες στρατηγικές επικοινωνίας βγαίνουν πάντα κερδισμένες. Όπως αναφέρει σε συνέντευξή της στον "Π" η διευθύντρια του τμήματος επικοινωνίας της ΓΝΩΡΑ Σύμβουλοι Επικοινωνίας κ. Σύλβια Καρακατσάνη, ο τομέας της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών επικοινωνίας σταδιακά έχει εδραιωθεί και στην Κύπρο και ολοένα και περισσότερες εταιρείες και οργανισμοί αναγνωρίζουν την ανάγκη και επιδιώκουν την ενίσχυση ή την προστασία της φήμης και της αξιοπιστίας τους, υλοποιώντας επικοινωνιακές δράσεις. Η ΓΝΩΡΑ, η οποία συμπληρώνει φέτος 13 χρόνια ζωής, προσφέρει υπηρεσίες εταιρικής και πολιτικής επικοινωνίας, public affairs και εκδόσεων που καλύπτουν όλο το φάσμα των επικοινωνιακών αναγκών των πελατών της. Πρόσφατα πρόσθεσε ακόμη μία επιτυχία στο ενεργητικό της, αφού ανακηρύχθηκε εθνική πρωταθλήτρια στα European Business Awards 2016-2017 στην κατηγορία 'επικέντρωση στον πελάτη'.

Τρία χρόνια μετά τη βράβευση της ΓΝΩΡΑ στα InBusiness Awards ως της καλύτερης μικρομεσαίας επιχείρησης ήρθε ακόμη μία διάκριση. Στα European Business Awards αυτή τη φορά.

Η νέα αυτή σημαντική διάκριση μας κάνει να αισθανόμαστε πολύ περήφανοι, ειδικά επειδή αφορά την κατηγορία 'επικέντρωση στον πελάτη', η οποία αποτελεί μια από τις βασικές αρχές της ΓΝΩΡΑ από την ημέρα ίδρυσής της.

Τι σημαίνει εθνική πρωταθλήτρια; Θα ακολουθήσουν κι άλλα στάδια;

Η ανακήρυξη της ΓΝΩΡΑ ως εθνικής πρωταθλήτριας στην κατηγορία 'επικέντρωση στον πελάτη' της εξασφάλισε το εισιτήριο για τη δεύτερη φάση των European Business Awards, όπου θα εκπροσωπήσει την Κύπρο στον μεγαλύτερο επιχειρηματικό διαγωνισμό της Ευρώπης στη συγκεκριμένη κατηγορία. Η αναγνώριση της εταιρείας μας σε τόσο υψηλό επίπεδο μας τιμά ιδιαίτερα. Αξίζει να αναφέρω ότι στο πλαίσιο του διαγωνισμού αξιολογήθηκαν φέτος συνολικά 33.000 επιχειρήσεις από τις οποίες επιλέχθηκαν 636 που θα εκπροσωπήσουν 34 χώρες στο επόμενο στάδιο για την ανακήρυξη του "Εθνικού Δημόσιου Πρωταθλητή".

Το στόιχημα για κάθε επιχείρηση είναι να ενισχύει τη φήμη της και να αναπτύσσει σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες της

Πολλές εταιρείες υιοθετούν πλέον την πελατοκεντρική προσέγγιση. Αυτό αναμένουν οι πελάτες και στον τομέα της επικοινωνίας;

Στο επίκεντρο της επικοινωνίας ανέκαθεν βρισκόταν ο πελάτης. Η κατανόηση των αναγκών και επιδιώξεων του κάθε πελάτη αποτελεί το άλφα και το ωμέγα για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση αποτελεσματικών στρατηγικών επικοινωνίας. Συγκεντρώνοντας και αναλύοντας τα δεδομένα που αφορούν μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό μπορούμε να προσφέρουμε στοχευμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες. Αυτό αποτελεί βασική προτεραιότητα για μας. Η διάκριση της ΓΝΩΡΑ στα European Business Awards καταδεικνύει ότι η πελατοκεντρική στρατηγική, η εταιρική κουλτούρα και οι δομές που εφαρμόζει ευθυγραμμίζονται με τις ανάγκες των πελατών και δημιουργούν μια σταθερή σχέση εμπιστοσύνης μαζί τους.

Ευκαιρίες και προκλήσεις

Πώς επιτυγχάνεται η εξυπηρέτηση των στόχων μιας εταιρείας μέσα από την επικοινωνία;

Οι άνθρωποι έχουν ανάγκη να επικοινωνούν. Το ίδιο και οι επιχειρήσεις. Απλά, καθαρά, ουσιαστικά. Η επικοινωνία αποτελεί το κλειδί για τη διαμόρφωση της εταιρικής εικόνας και φήμης ενός οργανισμού και βοηθά στην εξυπηρέτηση των στόχων του, εάν πηγάζει από έναν σωστό σχεδιασμό. Σε ένα



Η διευθύντρια του τμήματος επικοινωνίας της ΓΝΩΡΑ Σύμβουλοι Επικοινωνίας κ. Σύλβια Καρακατσάνη.

Η ΓΝΩΡΑ προσφέρει υπηρεσίες επικοινωνίας, public affairs και εκδόσεων σε περισσότερες από 30 κυπριακές και ξένες εταιρείες και οργανισμούς. Συμμετείχε, επίσης, στην επικοινωνιακή ομάδα της προεκλογικής εκστρατείας του κ. Νίκου Αναστασιάδη στις προεδρικές εκλογές του 2013 και συνεργάζεται με τον ΔΗΣΥ από το 2009. Είναι μέλος του ευρωπαϊκού δικτύου Fipra (Finsbury International Policy & Regulatory Advisers).

σύνθετο και πολλές φορές ανατρεπτικό πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον οι εταιρείες που ακολουθούν και αναπροσαρμόζουν έγκαιρα τα επικοινωνιακά τους προγράμματα πάντα βγαίνουν κερδισμένες. Σκοπός μας ακριβώς ως επικοινωνιολόγων είναι να βοηθήσουμε τους πελάτες μας να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες και να αντιμετωπίσουν έγκαιρα τις όποιες πιθανές προκλήσεις, ενεργώντας άμεσα και αποτελεσματικά, προκειμένου να διασφαλίσουν και να προστατεύσουν την εικόνα τους. Εγρήγορη, ομαδικό πνεύμα και υπευθυνότητα είναι οι λέξεις που χαρακτηρίζουν τους ανθρώπους της ΓΝΩΡΑ, οι οποίοι βοηθούν τους πελάτες στις σχέσεις τους με τα ΜΜΕ, στη διαχείριση επικοινωνιακών κρίσεων, στην εισαγωγή στο ψηφιακό περιβάλλον και στη συνεχή παρακολούθηση της ειδησεογραφίας για εντοπισμό θεμάτων που τους ενδιαφέρουν και τους αφορούν.

Πού βρίσκεται σήμερα ο τομέας της επικοινωνίας στην Κύπρο;

Οι προοπτικές είναι πολύ θετικές. Άλλωστε ο τομέας της επικοινωνίας, αν και αντιμετώπισε δυσκολίες εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, δεν επηρεάστηκε δραματικά. Σήμερα, ωστόσο, ολοένα και περισσότερες εταιρείες αντιλαμβάνονται τη σημασία της υλοποίησης προγραμμάτων άμεσης και έμμεσης επικοινωνίας για την επίτευξη των στόχων τους. Ειδικά στο νέο διαφοροποιημένο και ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον το στόιχημα για κάθε επιχείρηση είναι να ενισχύσει τη φήμη της και να αναπτύξει σχέση εμπιστοσύνης με τους πελάτες της, τα ΜΜΕ και τον καταναλωτή ευρύτερα. Όπως προανέφερα, εάν η επικοινωνία είναι συστηματική, στοχευμένη, διαφανής και ουσιαστική, θα είναι αποτελεσματική. Κι αν η διαχείριση των ΜΜΕ είναι σωστή, τότε θα είναι απόλυτα επιτυχής.

Στην εποχή των social media

Η χρήση των διαδικτυακών μέσων και των κοινωνικών δικτύων πόσο έχει αλλάξει το τοπίο στον τομέα της επικοινωνίας;

Τα διαδικτυακά μέσα και τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν τη νέα πρόκληση για κάθε εταιρεία και πολύ περισσότερο για τις εται-

ρείες επικοινωνίας. Η χρήση τους συνδέει τις επιχειρήσεις με τον υπόλοιπο κόσμο, με δεκάδες διαφορετικούς τρόπους και δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες αλλά και κινδύνους. Σε έναν κόσμο όπου η πληροφορία είναι απλόχερα διαθέσιμη και το κοινό μπορεί να εκφράζει ελεύθερα και δημόσια τις απόψεις του, οι επαγγελματίες στον τομέα επικοινωνίας πρέπει να εξελίσσονται και να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της εποχής προτείνοντας άμεσες και στοχευμένες επικοινωνιακές δράσεις.

Παράλληλα, πρέπει να είναι σε θέση να προβλέπουν πιθανές εστίες που θα μπορούσαν να εξελιχθούν σε κρίση και να δρουν προληπτικά για αποφυγή περιστατικών που εύκολα μπορεί να πλήξουν τη φήμη ενός οργανισμού. Η μαζικότητα και η ταχύτητα της διάδοσης των μηνυμάτων απαιτούν συνετή χρήση και προσεκτική αντιμετώπιση κάθε δήλωσης ή αντίδρασης από έναν οργανισμό. Ενδεχόμενη κακή διαχείριση μπορεί να οδηγήσει σε σοβαρή επικοινωνιακή κρίση με ανυπολόγιστες συνέπειες για την εικόνα μιας επιχείρησης. Υπάρχουν αρκετά τέτοια παραδείγματα στο εξωτερικό αλλά και στην Κύπρο τα τελευταία χρόνια.

Η ΓΝΩΡΑ κλήθηκε αρκετές φορές να διαχειριστεί περιστατικά επικοινωνιακών κρίσεων που προέκυψαν από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Θα έλεγα ότι ένας σημαντικός αριθμός επικοινωνιακών κρίσεων που καλούμαστε να αντιμετωπίσουμε προκύπτει πλέον από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και όχι από τα παραδοσιακά ΜΜΕ. Αυτό συμβαίνει διότι αρκετές επιχειρήσεις, παρόλο ότι έχουν παρουσία στα κοινωνικά δίκτυα, δεν έχουν εξοικειωθεί με τη χρήση τους και αγνοούν τους κινδύνους, με αποτέλεσμα να δυσκολεύονται να ανταποκριθούν άμεσα και αποτελεσματικά σε σχόλια, παράπονα ή και αιτήματα του κόσμου. Ένας λανθασμένος χειρισμός ή μια αργοπορημένη αντίδραση μπορεί να προκαλέσει τσουνάμι αρνητικών σχολίων, με αποτέλεσμα να ξεσπάσει σοβαρή επικοινωνιακή κρίση. Γι' αυτό και συστήνεται προσοχή στο περιεχόμενο των μηνυμάτων που απευθύνονται προς το κοινό και ιδιαίτερα στη διαχείριση των οποιωνδήποτε αρνητικών σχολίων.

