

teataja

Mike Willard,
The Willard Groupi president:

Imago on hinnaline aktiva



Oled suhtekorralduse vallas tegutsenud veerand sajandit. Kas võid üldistavalt öelda, et igal ettevõttel on vaja suhtekorraldust?

Kahtlemata on vastus "jah". PRI näol ei ole tegemist passiivse tegevusalaga. Kuigi vahel tuleb suhtekorraldusspetsialistil olla ka reaktiivne, annab just proaktiivne PR-strateegia võimaluse luua hästi struktureeritud ettevõtte, kus tunnetatakse, milline tähtsus on oma sõnumitega sihtrühmadeni jõudmisel. Igal ettevõttel on oma PR-profiil, sõltumata sellest, kas neil on koostöö agentuuriga.

Küsimus on selles, kas ettevõtte PR-profiil on positiivne või negatiivne. Agentuur oskab nõu anda, kuidas negatiivseid aspekte muuta ja positiivseid külgi esile tõsta.

Kuidas selgitaksid PRI tähtsust kõige paremini?

Iga firma peaks mõtlema oma imagost kui

väärtusest. See võib olla nii negatiivne kui ka positiivne ja PR-töö eesmärk on nõustada ettevõtet, kuidas saata oma sõnumeid välja nii, et imagol oleks ettevõttele positiivne väärtus.

Tegemist ei ole küll sularaha, aktsiate, kapitali või teiste bilansis kajastuvate aktivatega, kuid imago võib olla sama hinnaline kui üks neist. Seda näidet kasutan ma uutel ärikohtumistel tihti.

Milline on klient, kelle heaks sa tahaksid töötada?

Mulle meeldib töötada probleemsete klientidega. Siis on võimalik oma töö otseseid tulemusi näha. Parimad kliendid on need, kes meie poolt pakutavaid nõuandeid ka kuulda võtavad. Miks osta koer ning seejärel ise haukuda.

Kust läheb piir suhtekorralduse ja reklaami vahel?

Piir PRI ja reklaami ning selle eri väljen-

dusvormide vahel on muutumas häguseks. Üldiselt võttes on reklaam iseendale olale patsutamine. PR aga tähendab panna kolmandad isikud rääkima sinu ettevõtte edusammudest ja positiivsetest tegemistest.

Kuid kuna meediakanalite vohamise ja interneti võidukäigu tõttu pannakse täna vähem rõhku traditsioonilisele 30sekundilisele reklaamiklipile, siis muutuvad piirid selle vahel, mida teeb reklaami- ja mida PR-agentuur, üha ähmasemaks.

Oled kriisipspecialist. Räägi meile mõnest juhtumist, kus olukord tundus võimatu, kuid sa leidsid lahenduse.

See lugu pärineb ajast, kui töötasin USA senaatori. Senati juhi, Robert Byrdi jaoks.

Üleujutused olid kahjustanud suure osa Lääne-Virginia osariigi edelapiirkonnast. Linnavolikogu väitis, et antud osariigi esindus Washingtonis ei abistanud piisavalt üleujutuse vastase kaitse osas ning nõudsid ▶

Suhtekorraldusettevõtte In Nomine korraldab neljapäeval, 19. oktoobril kella 13-17 juhtidele, turundus- ja PR-inimestele tasuta seminari

Rahvusvahelised PR-kogemused,

kus räägitakse PRist erinevates kultuurikontekstides.

Seminar toimub Balti Filmi- ja

Meediakoolis, mis asub Sütiste Majas (Sütiste 21).

Esinevad:

Mike Willard, Willard Group, president - Ameerika kogemusega Ida-Euroopa PR-turgu vallutamas
Roman Diukarev, Willard Group, PR valdkonna president - Vene PRI eripäradest
Tiit Matsulevitš, suursaadik,

Riigikogu liige - Vene ja Ukraina meedia- ja PR-maastik

Moderator: Ivar Soone

Balti Filmi- ja Meediakool kommunikatsiooni juhtimise õppetooli hoidja
Registreerumine 17. oktoobri
e-post: info@innomine.ee
või telefonil 630 7530. Kohtade arv Sütiste Majas on piiratud.

Byrdi viibimist linnavolikogu koosolekul laupäeva õhtul. Senaatori jaoks oli see tõeline kriis. Tema reputatsioon oli ohus ja ta tundis südamest selle piirkonna elanikele kaasa. Iga taoline kohtumine oleks lõppenud teravustega. Ma soovitasin tal minna kohtumisele mitte koos teiste Kongressi esindajatega, vaid päev enne, kohtumaks linnavalitsusega individuaalselt.

Me sõitsime kohale helikopteriga ja tegime neile üllatusvisiidi näitamaks senaatori muret. Tuletan siinjuures meelde, et senaator Byrd oli Senati juhina tol ajal Ameerika neljas ees. Üllatusvisiiti saatis suur edu ning see külastus lepitab vaidluse täielikult.

Me lõpetasime päeva ajalehe väljaandja ja kohaliku raadiojaama külastusega näitamaks kõigile, et Byrdi südamevalu regiooni pärast tõi ta kohale päev enne plaanitud külastust.

Kas teie koostöö ajal Byrdiga tuli ette ka saatuslikke vigasid?

Ma töötasin koos senaator Byrdiga aastatel 1976 - 1983, esmalt kui riiklik pressisekretär ja seejärel kui kommunikatsioonijuht ja tema kantselei juhatajana. Ma olen kindel, et tegin mitmeid vigu, eriti esmalt kui temaga alustasin, mil pidin üle minema uudisteagentuuri juhtimisel pressisekretäri ja PR-juhi ametile. Kuid mulle ei meenu ühtki saatuslikku viga. Byrd on 88aastaselt ikka veel Senati liige. Ma helistan talle igal aastal tema sünnipäeval novembris.

Kas tänase seisuga on USA, Venemaa ja Ukraina PRI võrreldes märgata palju erinevusi?

Põhiline erinevus on märgatav ühest küljest USA ja teisest Venemaa ning Ukraina suhtekorralduse vahel. Venemaal ja Ukrainas moodustab suure osa PRist kollane

ajakirjandus ja ostetud lood. See on midagi, mida meie ettevõtte kunagi ei teeks, aga Venemaal ja Ukrainas on see levinud. Samuti pannakse Venemaal ja Ukrainas väga suurt rõhku imagole.

Imago on ainult asja väline külj. Sage li peab PR-nõustaja aitama ettevõttel või isikul esmalt sisulisi probleeme lahendada, misjärel saab keskenduda hea imago loomisele.

Milline kogemus peab olema heal PR-konsultandil?

Ma arvan, et kogemus uudistetöös tuleb kasuks, kuid ei ole kohustuslik. Näiteks meie Venemaa tegevdirectoril Roman Diukarevil ja Sevda Erenselil, kes on tegevdirectoriks Türgis, puudub mõlemal kogemus uudistetöös. Sellest hoolimata on nad väga osavad omal alal.

Kui toon uusi inimesi firmasse, siis ma otsin kedagi, kes suudaks klienti veenda esimesest kontaktist peale. Oluline on lakamatu huvi ümbritseva maailma vastu, vanus ei ole seejuures otsustav. Hindan nii noorust kui ka elukogemust, meil töötab inimesi vanuses 22-70 aastat.

Milline tundub Eesti imago eemalvaatajale?

Arvan, et Eestit nähakse kui "väikest võimalustemootorit". Teisisõnu, teda hinnatakse kaasaegse välimuse ja oskuse pärast rahvusvahelisel areenil võistelda. Eestit loetakse küll väikeseks, aga suure potentsiaaliga riigiks. Oktoobris on mu esimene külaskäik Eestisse ja ma ootan seda suure huviga.

Heikki Sal-Saller

J. Michael Willard ja The Willard Group

J. Michael Willardil on olnud värvikirev karjäär - ta on töötanud ajalehereporteri, poliitilise nõustajana USA senaatoritele, avalikkussuhete spetsialistina ja ettevõtjana.

Täna koordineerib 61aastane Willard, The Willard Groupi president ja tegevjuht, firma tegevust. Enne liitumist Burson Marstelleriga oli ta Willard & Partnerid nimelise reklaami- ja PR-agentuuri juhataja ja omanik, millest ta kasvatas suure ettevõtte esindustega Lääne-Virginias, Washington D.C.-s ja Charlestonis. Willard on töötanud USA senaatori Robert Byrdi kabineti juhatajana, lisaks Byrdi kommunikatsioonijuhina. Willardi sulest on ilmunud mitmeid suhtekorraldus-teemalisi raamatuid. The Willard Groupi näol on tegemist unikaalse kommunikatsioonifirmade kooslusega - sinna kuulub reklaami- ja PR-agentuur, kirjastus, turundusteenused, valitsussuhete koordineerimine, kriisikommunikatsioon, meediaplaneerimine.

Willard Groupil on esindused Ukrainas, Venemaal ja Türgis, kus töötab kokku ligi 100 professionaali.

Case study: Stokkeri konkurss "Tee parem lohe!"

Tavaline meediareklaam muutub sihtgrupele tihti tüütuks ja nii otsitakse pidevalt teistsuguseid viise, ka neid, kus erinevad turundusviisid omavahel segatud. Selle aasta alguses, tagasiteel Stokkeri Tartu tööriistakeskuse avamiselt tegi Stokkeri omanik-firma Mecro turundusjuht Taimi Margus ettepaneku saada meilt jätkusuutlik idee, mis toetaks tööriistade kasutust rohujuure tasandil ehk kooliõpilaste seas. Koos Stokkeri reklaamiagentuuriga DDB pakkusime välja lohekonkursi "Tee parem lohe!".

Konkursi alguses märtsis saadeti Eesti koolide 5.-9. klasside õpilastele postiga üleskutse valmistada maikuuks tuulelohesid ja viima neid elukoha lähedasse Stokkeri tööriistakeskusse.

Auhindadeks tööriistakomplektid, lisaks auhinnad parimatele juhendajatele ja tööõpetuse klassi sisustust koolidele, kust kõige rohkem töid tuli. Mitmel pool veebis võis näha reklaambännereid, mis kutsusid lohetegijaid Stokkeri veebile end registreerima ja mujal meedias ilmus uudiseid



Vaitja Joonas
Kerge oma
lohega.

konkursi kulgemisest. Kokku enam kui 20 korral, ka televisioonis.

Tähtajaks laekus 98 tuulelohet, mida esimese pääsukese kohta piisavaks pidada võib. Konkursi vahefinaalid peeti Tallinnas, Tartus ja Viljandis. Lohekonkurs tiivustas ka kohalikku meediat ja see sai uhkelt kajastatud nii Sakalas kui ka Tartu Postimehes.

Mai teisel poolel leidis lauluväljakul paralleelselt Maijooksuga aset konkursi lõppüritus, kuhu oli kutsutud parimat 24 lohemeistrit üle Eesti. Võit läks Tallinnasse Arte Gümnaasiumi, juhendajate arvestuses sai esikoha 50 meisterdajat juhendanud Ülenurme Gümnaasiumi õpetaja. Parim kool - Ülenurme Gümnaasium - sai Stokkerilt 20000 krooni eest tööõpetuse klassi sisustust.

Tuleval aastal saavad meisterdamishuvilised jõudu katsuda elektrimootori jõul liikuva sõiduki valmistamises ja kavas on ühendada konkurss koolide töö- ja tehnoloogiaõpetuse programmidega.

Järjeitu 4. osa

Eesti PR-ettevõtete turg 2006

Proovime Eesti PR-ettevõtete turust jälle väikese ülevaate saada.

Võrreldes teadaolevaid ettevõtete 2005. aasta käibeid/allhanketa tulu ning kõrvutades seda enda subjektiivse pilguga 2006. a. seni juhtunuga (teadaolevaga), julgeksin Eesti suhtekorraldusettevõtteid lahterdada järgnevalt:

1. Suured tegijad:

Corpore, Hill & Knowlton, KPMS. Corpore võib oma püsiva, stabiilse kasvuga liigitada juba Eesti PR-turu liiderettevõtete hulka. Hill & Knowlton on üle saanud juhi vahetumise segadustest. Samas on pea täielikult vahetunud ka ettevõtte tuumik-töötajad. KPMS-i kasvuhoog on raugenud, 2005 ja 2004 on käive isegi langenud - kuid endiselt on tegu ühega hinnatuimatest PR-ettevõtetest.

2. Kõvad tegijad:

Alfa-Omega Communications, Euro RSCG, In Nomine, Powerhouse, Rull ja Rumm.

Euro RSCG ja Powerhouse võiksid tulude põhjal ka eraldi grupi moodustada - mõlemad kasvavad kiiresti ning sama tempo jätkudes võivad ehk varsti ka käibelt liidergruppi ohustada.

Põhimõtteliselt on 1. ja 2. grupis loetud ettevõtted, kes suudavad (ja tahavad) pakkuda klientidele suhtekorraldusteenust täispaketti.

3. Tegijad:

Baltimore Partners, HV Haus, Inorek & Grey (Havera PR), Past & Partnerid, Pilot Communications, Pindi Communications.

Siin on mitmeid vanu ja tunnustatud tegijaid. Enamasti ühe inimese või ühe teenuse kesksed firmad. Enamikust neist puudub ülevaatlik info.

4. Uued tulijad:

Jugaste, Liiva & Seimann, LH Concept, Mmd, PR Partner, SKF APriori, Viru PR.

2005-2006 on lisandunud terve rida uusi büroosid, aeg näitab nende elujõulisust.

Jugaste, Liiva & Seimann alustas kohe hoogsalt - istuva presidendi PR-ni välja (või tuleks arvestada veel ühe uue PR-firmaga - OÜ Morande?).

LH Concept - Hill & Knowltonist lahkunud Aive Levandi oma PR-firma.

Eesti PR-turul on kanda kinnitamas teine rahvusvaheline PR-kontsern - lisaks Hill & Knowltonile on alustanud Mmd - esialgu vist ühe mehega.



Eesti PR-pirukat jagub kõigile töökatele tegijatele.

PR Partner - veel üks naisomanikega kontor. Defineerivad endid kui kriisikommunikatsiooni spetsialiste.

SKF APriori jaoks võib 2006. a. vist küll uueks alguseks nimetada. Marika Roomere asemel on nüüd tegeliku töö tegijaks saanud üks staazhikamaid PR-naisi Ulli Sats.

Ida-Virumaal on tegevust alustanud kahe endise ajakirjaniku - Anti Ronga ja Roman Kuznetsovi büroo - Viru PR, kes on energiliselt kodumaakonna kohalikke võime teenindama asunud.

5. Lahkunud (?):

BRM Consulting, Consensus PR, Montreal, Nägu ja Tegu, PR Tegijad.

Enamiku nimetatud ettevõtete puhul ei saa vist päris risti peale tõmmata - aeg-ajalt annavad mingeid elumärke...

PR Tegijad (Ain Allas, Toomas Luhats) on ametlikult pankrotti läinud.

Praeguses majanduse kasvufaasis on kõigil PR-turul tegutsejatel lihtne kasvada. Vaatame, kuidas PR-firmad siis hakka saavad, kui majanduskasv stabiliseerub (loodetavasti ei kuku!).

Siinjuures avaldame Äripäevale ja In Nominele teada olevad Eesti suhtekorraldusettevõtete 2005. a. käibed. Äripäeva Turunduse eris ilmuv tabel läheb aasta-aastalt paremaks. Esialgu on In Nomine Teatajas ühe tükina ilmuv tabel siiski ülevaatlikum.

In Nomine andmetel tegutseb Eestis 2006. a. sügisel kuni 18 PR-ettevõtet, kus on enam kui 1 töötaja, tunamullu oli see arv 14-15.

Vaata ka Äripäeva lisa, Turunduse TOP, 12.09.2006, lk 26-27, Äripäev, 13.09.2006, lk 22, Äripäev, 14.09.2006, lk 18.

Toomas Kään

Eesti PR-firmade käibed 2005. a (miljonites kroonides)

Nimi	Asutamisaasta	Käive	Tulu allhanketa	Töötajate arv
1. Alfa-Omega Communications	2000	1,3	1,3	3
2. Baltimore Partners	2003/2004	-	-	-
3. BRM Consulting	-	0,277	-	-
4. Consensus PR	2002	0,156	0,025	2
5. Corpore	1998	10,3	8,8	7(8)
6. Euro RSCG PR (Idea Public)	2003	4,967	3,817	6
7. Hill & Knowlton Eesti	1994	14,6	10,111	12
8. HV Haus	2002	3,445	1,575	4
9. In Nomine	2001	1,901	1,590	3
10. Inorek & Grey (Havera PR)	1995	1,719	1,055	3
11. Jugaste, Liiva ja Seimann	2005	1,021	1,021	2,5
12. KPMS & Partnerid	1995	15,06 *	8,225	12
13. LH Concept	2005(?)	-	-	-
14. Mmd	2006	-	-	-
15. Nägu ja Tegu	1998	-	-	-
16. Past ja Partnerid	1997	0,503	-	-
17. Pilot Communications	-	-	-	-
18. Pindi Communications	1997	-	-	-
19. Powerhouse	2000	5,772	4,636	7(8)
20. PR Partner	2005	-	-	-
21. Rull ja Rumm	1997	1,043	0,142	3
22. SKF APriori	-	-	-	-
23. Viru PR	-	-	-	-

* majandusaasta erineb kalendriaastast

In Nomine esimesed viis aastat



In Nomine töökas pere sügisel 2006. Vasakult: Mari Laikre, Rain Veetõusme, Heikki Sal-Saller, Mart Riikoja ja Toomas Kään.

2002

- Üleriigiline metsanädal Tallinnas Raekoja platsil - keskkonnaministeerium
- Fuel cell labori avamine - Elcogen
- Stokkeri 5. sünnipäev Varbola linnuses
- Mecro suvepäevad
- Larsen Art Collection - Avallone

2003

- WHO AIDSi raporti tutvustamine - sotsiaalministeerium
- Keskkonnaministeeriumi kommunikatsiooniaudit
- Konkursi Aasta Betoonehitis kajastamine - Eesti Ehitusmaterjalide Tootjate Liit
- Film Kohtla-Järve soojuselektrijaamast - Kohtla-Järve Soojus
- Stokker-Valvoline Rally Teami Pariis-Dakar ralli meediakampaania
- Tootesarja Hellus lansseerimine - Tallinna Piimatööstus

2004

- Eesti Betooniühingu asutamine
- Hotelli "Narva" avamine

- Sillamäe radioaktiivsete jäätmete hoidla renoveerimise 2. etapi lõpetamine - Öko-Sil
- Logitechi tootetutvustuskampaania
- Kohtla-Järve Soojuse 5. jalgpalliturniir

2005

- Hea Eesti Idee avaürituse korraldamine - EAS
- Euroopa Liidu tutvustustuur 20 Eesti linnas - Euroopa Komisjon
- Uue lennuki esitlus - TNT Eesti
- Portaali arved.ee lansseerimine - Itella
- Meediakoolitus justiitsministeeriumi konesikutele

2006

- Puls-õlle lansseerimine - Puls Brewery
- Keemiterminali avamine - Ingle
- Tehase nurgakivi panek - Sakret Eesti
- Tehase 2. järgu avamine - Silbet
- Pesupulbri Tide Sensitive tutvustuskampaania - Procter & Gamble
- Volvo Estonia kliendiajakiri

In Nomine abilised

In Nomine kontorist istub kokku viis inimest, ent üksnes selle seltskonnaga ei tuleks me kõigi oma ettevõtmistega kindlasti toime. Meil on tublid abimehed, kellest nüüd pisut juttu teeme.

Hea ürituse korraldamine algab põneva kutse vormistamisest. Seda ja muid kujundustöid teeb meile enamasti Viktor Tammeveski - halli siilipeaga mees terava silma ja täpse käega ning mõistliku ütlemisega. Viki, nagu me teda kutsume, on perfektsionist. Selle kinnituseks on kasvõi peosolev Teataja, mis tema kujundatud.

Et üritusest tellijale kena mälestus jääks, aga ka selleks, et üritusele mingil põhjusel tulemata jäänud ajakirjanikul oleks võimalik ettevõtetust lugejale teatust anda, töötab meiega fotograaf Erik Riikoja. Erik on usumatult universaalne mees. Sama hästi, kui ta oskab pilti teha, jagab ta arvutiasjandust. Seepärast kasutame teda ka selles vallas konsultandina. Ja lõpmatukseni võib ta rääkida oma 1980. aasta Mini Cooperist, mille ta oma kätega otsast lõpuni restaureerinud on.

Videotöodes on meile abiks ETV režissöör Sulev Talberg - sellise jutuga mees, kelle ütlemiste peale võib võttele sõites naeru kätte surragi. Kaamerat hoiab enamasti Arvi Pill, kellel endal on väike aga tegus videofirma. Sulev ja Arvi on mõlemad juurtega Hiiumaa sees kinni - ju sellest siis see muhe ja mõnus olemine nii võtteplatsil kui montaažilaua taga.

In Nomine üks trumpe on see, et oma klientide sõnumeid saadame välja enamasti ka vene keeles. Tõlkimisel on meile asendamatuks abimeheks Igor Širai, kes elab hoopistükkis Narvas. Igor on nii tubli, et märkab iga pisematki viga, mis tõlgitavas tekstis sattunud ja kutsub sõnumi koostajat kohe korrale.

Paljud In Nomine tegemised ei mahu ära vaid Eesti piiridesse. Rahvusvahelistes tegemistes on meie partneriteks PR-firmad Leedus, Lätis, Soomes, Ukrainas, Venemaal ja läbi rahvusvahelise keti Eurocom Worldwide ka paljudes teistes riikides.

Ja kindlasti on meie headeks koostööpartneriteks kõik edumeelsed Eestimaa ajakirjanikud.

Mart Riikoja