



POLSKIE
STOWARZYSZENIE
PUBLIC
RELATIONS

propozycje działań 2011-2013

Polskie Stowarzyszenie Public Relations, Skwer Ks. Kard. St. Wyszyńskiego 5 lok. 2U, 01-015 Warszawa

Szymon Sikorski

Kompetencje: projekty PSPR, rozwój stowarzyszenia, wiki, edukacja, controlling, etyka

Monika Kaczmarek - Śliwińska

działania skierowane do dydaktyków PR i uczelni wyższych

Marcin Jańczuk

nadzorowanie patronatów, pomoc przy stronie www i komunikacja poprzez Facebook

Luiza Jurgiel

komunikacja z oddziałami PSPR, wdrożenie systemu identyfikacji wizualnej (SIW), dokumentacja historii PSPR

Zbigniew Lazar

aspekty prawne, statutowe i lobbingowe

Kontakt:

@ zarzad@polskipr.pl

Szymon Sikorski, GSM: +48 600968951

- prace nad zwiększeniem liczby przywilejów dla członków PSPR (współpraca z księgarniami, instytucjami szkoleniowymi, obiektami hotelowymi)
- wsparcie dla projektów członkowskich; każdy projekt będzie rozpatrywany indywidualnie
- młody.polskipr.pl; zorganizowanie zaplecza złożonego z przedstawicieli organizacji studenckich, obniżona składka członkowska dla przedstawicieli tego grona
- opracowanie polityki przyznawania patronatów: publikacja na www w celu uniknięcia zapytań o patronaty, które już na początku nie spełniają wymogów formalnych
- silne wsparcie REPR

Każda osoba wstępująca do PSPR, otrzyma „pakiet startowy”:

- certyfikat wstąpienia do PSPR,
- prośbę o określenie oczekiwań wobec PSPR,
- pakiet logotypów, tło dla prezentacji, informacje o możliwości wykorzystywania logotypu w komunikacji,
- jeżeli osoba aplikująca pochodzi z „nowego” dla PSPR regionu: zaproszenie do tworzenia struktur,
- jeżeli osoba z aktywnego regionu: przekazanie kontaktów do aktywnych w regionie ludzi.

- ścisła współpraca z ZFPR, Internet PR, REPR i innymi organizacjami branżowymi, w tym lokalnymi stowarzyszeniami
- komentowanie nowej wiedzy i zmian w obszarze komunikacji,
- wykorzystywanie i promocja wiedzy i osiągnięć członków PSPR; szersze wykorzystanie dostępnych narzędzi: strony www, Facebooka,
- otwarta encyklopedia: prwiki.pl (wspólnie z InternetPR),
- karty/kodeksu dobrych praktyk we współpracy PR-owca i dziennikarza (opracowanie, dystrybucja, dialog ze środowiskiem dziennikarskim),
- dbałość o aspekty prawne, lobbying oraz rozwijanie spraw statutowych związanych z działalnością Stowarzyszenia

- Należy rozwijać ideologię oddziałów, bo PSPR to stowarzyszenie ogólnopolskie,
- środki finansowe powinny być redystrybuowane według projektów (nawet 100% składek oddziałów zostaje na miejscu),
- każdy z oddziałów powinien ustalić swoje cele i strategie, ważna jest także ewaluacja działań,
- członkowie z oddziałów mają prawo korzystać z zasobów biura PSPR, biura prasowego, kanału Facebook, czy witryny internetowej,
- wprowadzenie systemu identyfikacji wizualnej w oddziałach,
- rozbudowywanie oddziałów = budowanie sieci liderów w Polsce.

- Edukacja branżowa jest jednym z ważniejszych priorytetów dla Stowarzyszenia,
- stworzenie (w wyniku konsultacji społecznych) Karty Standardów Edukacyjnych i promowanie jej jako wytycznych, które mogą pomóc kierownikom specjalizacji w zbudowaniu optymalnego programu nauczania ułatwiającego studentom start w życiu zawodowym,
- aktywizacja dydaktyków, udostępnienie przestrzeni na stronie www do publikacji badań, pomoc w przeprowadzeniu ich i organizowanie spotkań dedykowanych dla sfery naukowej,
- promocja artykułów i monografii dotyczących PR i komunikacji społecznej,
- inicjowanie badań i budowa zaplecza intelektualnego branży.

- Regularny, urozmaicony newsletter (dwa razy w miesiącu - szerszy opis, na kolejnych slajdach),
- przeprowadzanie badań ewaluacyjnych raz na pół roku: badanie satysfakcji, sprawdzanie kanałów komunikacyjnych i badanie potrzeb,
- zasadą PSPR będzie transparentność: członkowie będą mieli dostęp do dokumentacji Stowarzyszenia, listy członków, bilansu finansowego,
- członkowie będą motywowani do dzielenia się pomysłami na funkcjonowanie PSPR, do komentowania wydarzeń dla mediów i stałego kontaktu z zarządem,
- nacisk na aktywność członków, którzy współtworzą markę PSPR i projektów stowarzyszenia, np. wspólne opracowywanie materiałów merytorycznych.

- Proaktywny kontakt z mediami, kontakty indywidualne, zachęta do składania zapytań związanych z branżą ekspertom PSPR,
- prowadzenie biura prasowego PSPR i biur prasowych regionalnych Oddziałów,
- tworzenie materiałów prasowych złożonych z komentarzy członków do wydarzeń w branży,
- rozbudowa i upublicznienie bazy ekspertów PSPR.

Rozszerzenie formuły newslettera:

- wieści ze Stowarzyszenia: nowe konferencje, wydarzenia, oświadczenia itp.,
- prezentacja nowych członków,
- okiem eksperta: opracowanie merytoryczne,
- wywiad,
- informacja o konferencjach i spotkaniach.

PSPR Day:

- lokalna impreza dla osób zainteresowanych public relations w danym mieście. Na początek: Bydgoszcz (maj 2011), Gdańsk i Wrocław,
- program dostosowany do potrzeb organizacji i danego środowiska w danym mieście,
- cele: aspekt rekrutacyjny, animacja środowiska i wyłanianie liderów w regionach, networking,
- możliwość wideotransmisji.

Osobne wydarzenia: urodziny PSPR (19 stycznia)

Rozważana jest zmiana i rozszerzenie formuły przyznawania nagrody ŁbyPR.
Dziś nagroda przyznawana jest za dorobek dla branży, rozważane jest przyznawanie nagrody za osiągnięcia bieżące.

ŁbyPR połączone zostaną z konferencją merytoryczną.

Dziękujemy za uwagę.

Będziemy wdzięczni za wszelkie uwagi związane z PSPR.

Kontakt:

@ zarzad@polskipr.pl

Szymon Sikorski, GSM: +48 600968951