



# **GAZİANTEP TİCARET ODASI**

## **KURUMSAL İLETİŞİM**

### **EL KİTABI**

Doküman No : KİEL.00

## Kurumsal İletişim El Kitabı

Doküman No  
KİEL.00

Yayın Tarihi  
01.04.2020

Rev. No  
00

Rev.Tarihi  
00

Çok Gizli

Gizli

Hizmete Özel

Halka Açık

### TANIM

Kurumsal İletişim; Kurumun paydaşları ile olan ilişkilerini düzenlemek üzere iç ve dış iletişim yöntemlerini kurumsal amaç doğrultusunda etkin bir biçimde kullanabilen yönetsel araçlardan biridir.

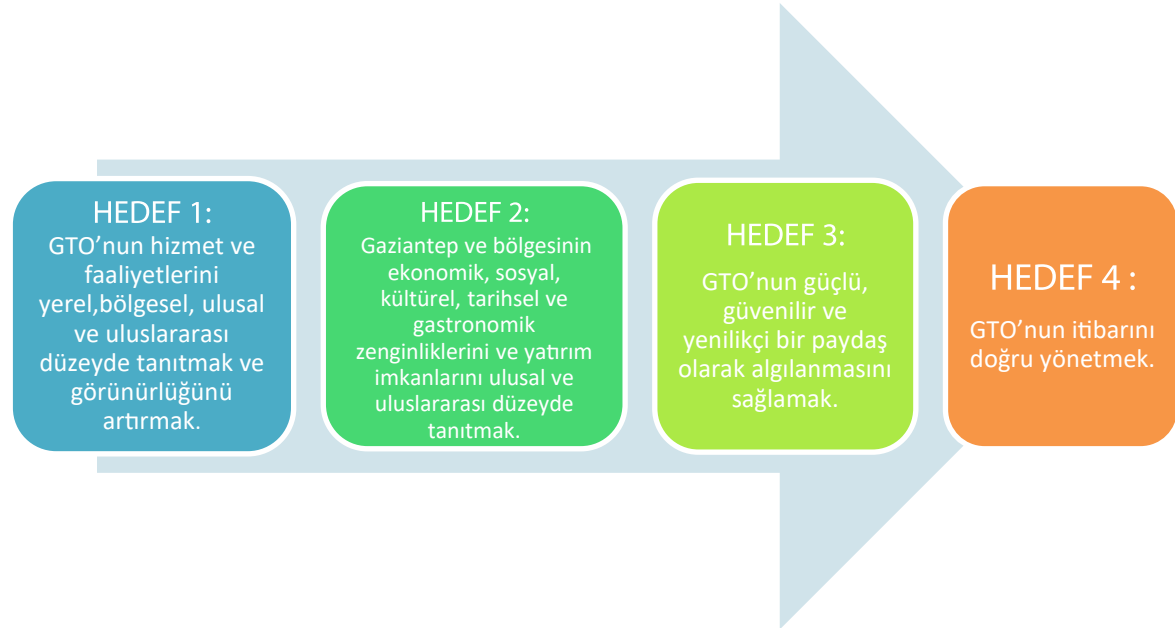
### GTO İLETİŞİM POLİTİKASI

Üyelerinin ihtiyaç duyduğu her türlü güncel ve doğru bilgiyi, kurumun görüş ve önerilerini, haber niteliği taşıyan faaliyet ve projelerini, bağlı bulunduğu yasalar, kurum vizyonu, misyonu, değerleri ve politikaları çerçevesinde, paydaşlarıyla işbirliğinin artırılması, üyelerinin ihtiyaç ve taleplerinin karar alıcılarla paylaşılması ve kamuoyu bilincinin artırılmasını sağlayacak şekilde doğru zamanda doğru iletişim araçlarını kullanarak tüm hedef kitleye etkin bir şekilde ulaştırmak.

### AMAÇ

Gaziantep Ticaret Odası'nın stratejik iş hedefleri doğrultusunda tüm iletişim süreçlerini entegre bir şekilde yönetmek.

### HEDEFLER





**HEDEF 1: GTO'nun faaliyetlerini yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak ve görünürlüğünü artırmak.**

- ❖ Faaliyetlerin yazılı, görsel ve sosyal medyada yer almasının sağlanarak etki çevresinin genişletilmesi,
- ❖ İnternet sayfasının ulusal ve uluslararası çevrelerin bilgiye erişimini kolaylaştıracak şekilde geliştirilmesi ve güncellenmesi,
- ❖ GTO'nun ulusal ve uluslararası önemli organizasyonlarda yer alması
- ❖ Yıllık periyodlarla faaliyet raporu hazırlanarak üyelere ve ilgili paydaşlara ulaştırılması
- ❖ Aylık olarak e-bültenler hazırlanarak tüm hedef kitlelere ulaştırılması

**HEDEF 2: Gaziantep ve bölgesinin ekonomik, sosyal, kültürel, tarihsel ve gastronomik zenginliklerini ve yatırım imkânlarını ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak.**

- ❖ Uluslararası organizasyon ve fuarlarda yer alarak, ikili görüşmeler organize ederek ve yurtdışındaki ticaret odaları ile etkileşimde bulunarak etkin tanıtım yapılması
- ❖ Gaziantep ve bölge ile ilgili yabancı dillerde tanıtım materyalleri hazırlanması ve ilgili yerlere dağıtımının sağlanması,

**HEDEF 3: GTO'nun güçlü, güvenilir ve yenilikçi bir paydaş olarak algılanmasını sağlamak.**

- ❖ Paydaşlarla birlikte farkındalık yaratacak konularda organizasyonlar gerçekleştirilmesi
- ❖ Paydaşlarla dönemsel toplantılar düzenlemek ve bölgenin ihtiyaçlarına yönelik veri girdilerinin sürekli güncellenmesi
- ❖ GTO'nun kamuoyunda ve paydaşları nezdinde tanınırlığının artırılması

**HEDEF 4 : GTO'nun itibarını doğru yönetmek.**

- ❖ GTO'nun hedefleriyle örtüşen Kurumsal Sosyal Sorumluluk projesi geliştirilmesi
- ❖ Yönetim Kurulunun sağlamlığının ve yetkinliğinin vurgulanması
- ❖ Üst yönetimin saygın, güvenilen, danışılan ve referans kabul edilen kişiler olarak konumlandırılması
- ❖ Hedef kitle ile sağlıklı bağlar kurup geliştirecek, kurumun toplum içindeki algısını kuvvetlendirecek projeler üretilmesi
- ❖ Kurumsal hedefleri destekleyecek özel etkinlikler planlanması
- ❖ Bilim, eğitim, spor, çevre, kültür ve sanat dallarındaki projelerde sponsor olarak yer alınması
- ❖ Kamuoyundaki gelişmeler ve toplumsal akımlardaki değişmelerin yakından takip edilmesi

## HEDEF KİTLE

GTO'na kayıtlı üyeler başta olmak üzere, yürüttüğü faaliyetlerden doğrudan veya dolaylı, olumlu ya da olumsuz yönde etkilenen veya kurumu etkileyen kişi, grup veya kurumlar Odanın paydaşı aynı zamanda da hedef kitlesi olarak tanımlanmıştır.



## YÖNTEM

İletişim kuramının temel mantığı gereği verilmek istenen mesajların hedef kitlelerin özelliklerine göre yapılandırılması gerekmektedir. Dolayısıyla da kullanılacak olan mesajlar belirlenirken iletişim kanalları, araçlar ve faaliyetlerin tasarımı için seçilen hedef kitlenin özelliklerini gözden geçirmek gerekmektedir.

Farklı yöntem, mecra ve şekillerde iletilen mesajların, mesajı alan hedef kitle tarafından nasıl algılandığının ve ne gibi sonuçlar yarattığının anlaşılmasına olanak verecek geri bildirim sistemlerinin kurulması ve kullanımı da oldukça önemlidir.

Bu bağlamda, GTO Kurumsal İletişim El Kitabı kurumun İletişim Politikasında belirtildiği üzere mesajlarını hangi kişi ya da hedef kitlelere ne tür içeriklerin hangi faaliyetler çerçevesi içinde, hangi medya üzerinden, ne zaman ve ne tür masraflarla iletileceğine karar verilmesinde kılavuzluk yapmaktadır.



## MESAJLAR

GTO'nun hedef kitlesine iletmek istediği mesajlar GTO'nun değerleri, vizyonu ve misyonu temeline oturtulmuştur.

### *Misyon*

Öncü bir yönetim anlayışıyla paydaşlarına, Gaziantep'e ve bölgeye sürdürülebilir rekabet gücü kazandırmak

### *Vizyon*

2023 yılında Gaziantep'in ülke ekonomisinde ilk dört ilden biri olmasına öncülük etmek

### *Değerler*

**Güvenilirlik** : Aldığımız kararlarda ve verdiğimiz hizmetlerde sıfır hatayı hedefleriz.

**Tarafsızlık** : Paydaşlarımız arasında fark gözetmeden eşit mesafede durur eşit hizmet sunarız.

**Şeffaflık** : Tüm faaliyetlerimizi yürütülmesinde açıklık ve hesap verebilirlik temel ilkemizdir.

**Paylaşıcılık**: İşbirliklerinden ve çalışmalarımızdan sağladığımız bilgi ve deneyimi paydaşlarımızın hizmetine sunarız.

**Yenilikçilik** : Ulusal ve Uluslararası platformda, paydaşlarımızı ilgilendiren gelişmeleri takip eder hayata geçirilmesinde öncülük ederiz.

**Toplumsal Sorumluluk**: Toplumsal yaşamın her alanında hizmet vermek ve toplumla paylaşmak geleneğimizdir.

**ANA MESAJ** : Küreselleşme sürecinde üyelerimizin değişime/geleceğe hazırlanmasına öncülük etmek

- ❖ Kurumun Stratejik Planında belirlenen hedeflerine ulaşılmasına görünürlük ve bilinirlik faaliyetleri ile katkı sağlamak.
- ❖ Kurumsal itibarını tüm paydaşlar nezdinde pekiştirmek.
- ❖ Üyelerin Oda ile duygusal bağ oluşturmaya katkı sağlamak
- ❖ Yenilikçi, dinamik, üyelerine imkân ve ilham veren Oda algısı oluşturmak



## Üyelere verilecek alt mesajlar

- ❖ GTO'nun hizmetleri kaliteli ve hızlıdır
- ❖ GTO yenilikçi ve dinamiktir
- ❖ GTO üyesinin çözüm ortağıdır
- ❖ GTO üyesinin gelişimi için çalışır
- ❖ GTO için üye beklenti ve memnuniyeti ön plandadır

## Potansiyel yatırımcılara verilecek alt mesajlar

- ❖ Gaziantep'in coğrafi konumu jeopolitik öneme sahip, stratejik bir konumdur
- ❖ Gaziantep'in köklü bir girişimcilik kültürü vardır
- ❖ Gaziantep'in ekonomik yapısı güçlü, yeniliğe ve gelişime açıktır
- ❖ Gaziantep güvenli bir kenttir
- ❖ GTO bölgesel kalkınmada öncü rol üstlenir
- ❖ GTO yatırımcılara eğitim, danışmanlık vb. destekler verir

## Topluma verilecek alt mesajlar

- ❖ GTO kentin sosyal yaşamının gelişimi için de çalışır
- ❖ Toplumun hassasiyetlerine ve sorunlarına duyarlıdır
- ❖ Gaziantep'i yaşanılabilir kent yapmak için çalışır
- ❖ Eğitim öncelikleri arasındadır
- ❖ EFQM kültürünü topluma yayar

## İLETİŞİM ARAÇLARI

Hedef kitleye mesajlar verilirken basılı, elektronik, görsel ve işitsel medya kullanımı ile yüz yüze iletişim olanaklarının her birinin dengeli olarak kullanımı gözetilerek kullanılacak olan iletişim araçları şunlardır.

### *Medya İlişkileri*

Medya ile ilişkilerin yönetiminde amaç stratejik kurumsal iletişim el kitabı ve gündem yönetimi çerçevesinde belirlenen mesajların kamuoyuna aktarılmasıdır. Medya ilişkilerinde kullanılacak olan araçlar ise aşağıdaki gibidir.

### *Medya İletişim Araçları*

- ❖ Basın bültenleri
- ❖ Periyodik basın buluşmaları
- ❖ Basın toplantıları
- ❖ Basın gezileri
- ❖ Özel haber çalışmaları ve röportajlar
- ❖ Basın özel kutlamalar (doğum günü/görev değişimi vb)
- ❖ Blogger buluşmaları



## *Yüz Yüze İletişim Araçları*

Organizasyonlar, toplantılar, fuarlar, açılışlar ve eğitimler gibi pek çok farklı türde etkinliği bünyesinde barındıran bir yapıdır. Etkinlikler, iki taraflı bilgi akışı sağlanması yani özellikle katılımcılardan doğrudan ve hemen geri bildirim alınabilmesi yönü ile çok önemlidir. Mümkün olan tüm etkinliklerde geribildirim olarak sağlayacak anket, istek şikayet gibi unsurların toplanması ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

## *Basılı İletişim Araçları*

**Broşür :** Farklı konu ve alanlara ilişkin kısa bilgiler içeren, merak uyandıran ve detaylı bilgi için web sitesi ve diğer kaynaklara yönlendirme yapan broşürler, basit, hızlı, geniş erişimli ve kullanımı kolay ve yaygın bir iletişim aracıdır.

**Poster / Roll Banner :** Dikkat çekme ve kısa zamanda az ama önemli bilgi/hatırlatma amaçlı kullanılan görsellerdir. 50x70 cm'den başlayıp daha büyük boyutlara kadar çıkabilirler. Bannerlar ise daha büyük boyutlu ve özellikle etkinlik giriş ve içlerinde kurumsal kimlik öğeleri taşıyan, etkinliğin başlığına yer veren büyük görsellerdir. Sık kullanılacak günlük bilgi taşımayan genel kurumsal görsellerin, çoklu kullanıma uygun roll-banner şeklinde hazırlanması ve farklı etkinliklerde tekraren kullanılması daha uygundur.

**Raporlar :** Farklı alan, konu ve sektörlerle ilişkin derinlemesine bilgi analiz ve veri içeren raporların hazırlanarak seçilen hedef kitle ile paylaşılması.

**Yayınlar / İlanlar :** Özellikle görünürlüğü artırmak ve yaygınlaştırmak amacı ile ilgili kesimlerin yayınladığı rapor, araştırma ve dergi gibi yayınlarda yer alınması hem görünürlük adına hem de paydaşlarla işbirliği anlamında önemli katkı sağlayan çalışmalardır.

**Promosyon malzemeleri :** Görünürlük kurallarına uygun olarak hazırlanmış, kurumsal kimlik bilgilerini içeren ajanda, takvim vb. promosyon malzemelerinin belirli dönemlerde öncelikle üyeler ile kamu kurum ve kuruluşlara dağıtımının yapılması.

## *Online İletişim Araçları*

- ❖ E-Bülten
- ❖ Sosyal medya
- ❖ E-mail