

SPOROČILO ZA JAVNOST

Ljubljana, 27. 11. 2023

PALETA REŠITEV NA 14. PR TEATRU

Odvila se je 14. konferenca za odnose z javnostmi, ki je letos potekala 23. novembra v Veliki dvorani na Fakulteti za družbene vede v Ljubljani, v izvedbi Študentske sekcije Slovenskega društva za odnose z javnostmi.

Letos je program zajemal devet predavanj, dve okrogli mizi, dve delavnici in zabavno točko. Kljub temu da so predavanja zajemala različna področja, so nas vsa zelo lepo popeljala v svet komuniciranja in nam pomagala najti nove odtenke v Paleti Rešitev.

Dogodek je z nagovorom udeležencev otvorila vodja projekta **Lara Bogataj**. Z udeleženci je delila nekaj spodbudnih besed, se zahvalila celotni ekipi, ki ji je pomagala pričarati letošnji dogodek ter povabila vse, da najdejo svoje odtenke v paleti rešitev 14. PR teatra. Prav tako je vse prisotne nagovoril podpredsednik Slovenskega društva za odnose z javnostmi **Martin Bajželj**, ki je v paleto rešitev dodal tudi tri svoje.

Prvo predavanje z naslovom “Eno svežo idejo, prosim. Za tuki ali za sabo?” sta vodila **Hana Klemen Godina**, strateginja za vsebinske platforme in **Jure Korenč**, kreativni direktor v Agenciji 101. Skozi predstavitev kampanje za naročnika Burek Olimpija sta poudarila, da smo mi junaki svojih življenj in da v vsaki uspešni zgodbi in projektu rabimo junaka.

Na predavanju **Tilna Lamuta**, svetovalca v agenciji Propiar, so udeleženci spoznali zakaj sklicati novinarsko konferenco in jo uporabiti kot orodje odnosov z javnostmi. Po njegovih besedah načrtujemo za najslabše in verjamemo v najboljše, ključna pri tem pa je strategija.

Dan Strajnar, zmagovalec projekta Štartaj Slovenija, nam je razkril izzive, s katerimi se je srečal na svoji poslovni poti ob ustvarjanju svoje blagovne znamke Pausa pizza in z udeleženci delil, da je na začetku podjetniške poti ključna samozavest, saj večina ljudi ne bo videla tvoje vizije. Prav tako je poudaril, da se na svoje ideje, predvsem na začetku, ne smemo preveč navezati in jih moramo biti pripravljeni spreminjati.

Podžupanja Mestne občine Ljubljana, **Tjaša Ficko**, je prisotnim predstavila kampanjo, ki je dosegla, da je Ljubljana ena izmed najbolj prepoznavnih turističnih točk v Evropi in ob tem dejala, da so v času, ko se je začelo govoriti o zelenem in o trajnosti oni že imeli rezultate.

Udeleženci so več izvedeli tudi o tem, kako spreminjanje in analitika družbenih omrežij oblikuje in krepi delo komunikatorjev. O tem jih je podučila **Tjaša Mušič**, vodja Babla - Klipingove storitve za spremljanje in analizo družbenih omrežij.

Na dogodku se je odvila tudi okrogla miza z naslovom "Influencerstvo 360°: od vpliva do posla, na kateri se je o vlogi vplivništva in posla **Matej Rimanič** pogovarjal s **Tamaro Lampe**, **Indiro Ekić** in **Evo Peternej**. Vse so poudarile isto, in sicer avtentičnost, ki jih je vodila do uspeha in kroga sledilcev, ki jih imajo danes. Prav tako so izpostavile dejstvo, da se z influencerstvom tako odprejo, kot tudi zaprejo številna vrata in da pri tem ni nekega pravila ali recepta. Pomembno je, da smo pristni in si to res želimo.

Rok Milanovič, ki skrbi za prodajo oglasnega prostora na programih Pro Plusa, je na podroben in zanimiv način predstavil kako izgleda trženje televizije v največji medijski hiši pri nas. Poudaril je, da v poslovnem svetu ni ene idealne rešitve, ampak se v poslovnih odnosih išče kompromise in rešitve, ki so v določenem trenutku najbolj optimalne.

Dr. Iris Koleša se je o korakih v prihodnost na področju trajnostne komunikacije v korporativnem svetu doma in v tujini pogovarjala z direktorjem korporativnega komuniciranja in trajnosti v podjetju A1 Slovenija in A1 Srbija, **Blažem Ferencem**, ki je dejal, da je danes vsak poklic, trajnostni poklic in da smo kljub temu pri nas, tako mladi kot starejši, še vedno slabo ozaveščeni o tej temi.

Na konferenci so obiskovalci lahko izvedeli tudi več o športnem marketingu, pridružila se nam je **Tina Turkl**, strokovna sodelavka v trženju na Nogometni zvezi Slovenije. Predstavila nam je komunikacijski načrt in strategijo, ki so si jo zastavili pri njih, in sicer da do leta 2025 povečajo razvoj in zanimanje za slovenski nogomet. Za konec nam je pokazala tudi rast številke na družbenih omrežjih po uvrstitvi na UEFA EURO 2024.

Z glasbo v srcu in kitaro v roki je za sproščeno vzdušje med konferenco poskrbel glasbenik **Bor Zirkelbach**.

Blaž Vižintin, bolj znan kot **El Vixa**, je udeležencem predstavil svojo pot do uresničitve svojih sanj na TikToku s predavanjem "TikTok: Moja osebna rešitev". Ob tem jih je nagovoril še z mislijo, da če človek verjame vase, lahko marsikaj naredi in mu posledično lahko tudi marsikaj uspe.

Dogodek smo zaokrožili s še eno okroglo mizo z naslovom "Glas, Zgodba in Uspeh: okrogla miza s podcasterji", na kateri smo gostili mlada podcasterja iz **Podcasta brez filtra - Tomaža Ornika** in **Miho Krajnca**, voditelja podcasta **AIDEA**, **Klemena Selakovič**, ter tiktokerki in podcasterki **Aljo in Billie**, ki delujeta pod imenom **Chicas**. Podcasterji so se z **Vidom Palčnikom** pogovarjali ter izmenjevali mnenja in izkušnje o snemanju podcastov, izbiri gostov in zanimivih prilog iz snemanj.

V okviru konference sta bili izvedeni tudi dve delavnici. Prvo sta vodila **Nina Tanhofer** in **Mitja Bergoč** iz agencije Herman & partnerji, ki sta sodelujoče na zabaven način naučila kako priti od briefa do popolne komunikacijske kampanje. Študentje so preko delavnice dobili vpogled v delo direktorice digitalnih komunikacij in ustvarjalca vsebin ter tako dobili realen vpogled v pripravo kampanj v agencijah.

Drugo delavnico je za vse, ki imajo težave pri javnem nastopanju ali pa le-tega želijo izboljšati, izvedla **Anja Križnik Tomažin**, ki je mnenja, da je v nas veliko neizkoriščenih potencialov in skritih rezerv, katere lahko s primernim znanjem in veščinami čim bolj izkoristimo in izboljšamo.

Posebna zahvala za uspešno izvedbo dogodka gre našim zlatim sponzorjem *Fakulteti za družbene vede, Študentski organizaciji Fakultete za družbene vede, Študentski organizaciji univerze v Ljubljani* in *MeetPointu*, brez katerih konference zagotovo ne bi uspeli tako izpeljati, kot smo si jo zamislili.

Ne smemo pa pozabiti še na ostale podpornike, ki so tudi veliko prispevali k uspešnosti dogodka:

Herman & partnerji, Podoba, Kliping, Babl, Datalab, Krka, Studio pet500, TAM-TAM, Zaslona, Insmidia, Delo, Mladina, Global, Revija Študent, Super znamka, Računalniške novice, Moj

prihranek, AULA CAFE, Fugazi Cucina & Bar, Barcaffè, Pekarna Grosuplje, Don Don, Anan promotion, Knorr, Argeta, Notus, Leone, Kimi, e-Študentski servis, Red Bull, Jub, Grafs, Isa's kombucha, Oljarna Kocbek, Mentos in Bon Bon atelje.

Kontaktna oseba:

Lara Bogataj, vodja 14. PR teatra

bogataj.lara01@gmail.com