

Studija slučaja br. 2

Naziv studije slučaja / primjera dobre prakse	Upoznajte svoje saveznike...
Ključne riječi (meta tag)	Kritičko razmišljanje
Izrađivač	IHF asbl
Jezik	HRVATSKI
Studija slučaja	
<p>Uzmite u obzir ovo:</p> <p>Volontirate u nevladinoj organizaciji koja radi na području digitalnih vještina i informatičkih vještina za mlade poduzetnike koji žele.</p> <p>Kao mladi profesionalac, dobili ste zadatak s delikatnom aktivnošću identifikacije dionika: rezultati vaše aktivnosti poslužit će komunikacijskoj strategiji koju će PR ured implementirati za sljedeću solarnu godinu.</p> <p>Dionici su interesne skupine, institucije, ljudi općenito koji bi mogli utjecati ili bi mogli imati utjecaja na aktivnosti koje planira, razvija i provodi organizacija.</p> <p>Voditelj komunikacijske jedinice od vas traži precizne naznake o prirodi razmatranih dionika (javna tijela, predstavnici trećeg sektora itd.), općoj kategoriji kojoj pripadaju i njihovoj stvarnoj relevantnosti za tekuće i buduće aktivnosti.</p> <p>Cilj PR kampanje sljedeće godine je:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Angažirajte dionike koje ste identificirali kao (potencijalne) proaktivne članove mreže povezanih partnera vaše nevladine organizacije ✓ Uspostavite čvrstu profesionalnu suradnju ✓ Razviti dugoročna institucionalna partnerstva <p>Pitanja slučaja:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Koje ćete varijable uzeti u obzir za uspostavljanje hijerarhije relevantnosti? 2. Koji će biti pokazatelji njihove relevantnosti? 3. Koliko makro-klastera dionika biste mogli identificirati na temelju gore navedenog? 	
Poveznice (ako je primjenjivo)	Vlastita razrada* <i>*Ovaj scenarij je potpuno izmišljen. Svako spominjanje stvarnih ljudi i/ili događaja je čisto slučajno</i>
Vrsta materijala	STUDIJA SLUČAJA

(Predloženi odgovori na 2. stranici)



Prijedlozi odgovora

To je tipičan zadatak s kojim se svakodnevno bave komunikacijski, marketinški i PR stručnjaci. U studijama upravljanja i STKH teoriji postoji mnogo modela koji se koriste za provođenje ove tri specifične aktivnosti. U kontekstu ovog materijala za obuku, upoznat ćete se s matricom MOĆ-INTERES (Johnson i Scholes; 1999.): jednim od najpouzdanijih i najsnažnijih okvira za identifikaciju dionika.

Koje ćete varijable uzeti u obzir za uspostavljanje hijerarhije relevantnosti?

Prvo, želite postaviti svoje mjerne jedinice. U ovom slučaju, oni će biti MOĆ (niski/visoki) i INTERES (niski/visoki) danog dionika u aktivnostima organizacije.

- *Pod MOĆI podrazumijevamo: utjecaj koji dati STKH može imati na strateške odluke organizacije*
- *Pod INTERES-om podrazumijevamo: interes koji dani STKH može imati za stratešku odluku organizacije – i kako one mogu utjecati na njih*

Koji će biti pokazatelji njihove relevantnosti?

Na temelju gore navedenog, mogu postojati tri hijerarhijske razine (relevantnost date kategorije):

1. *Velika snaga / veliki interes*
2. *Velika snaga / mali interes (ili obrnuto)*
3. *Mala snaga / mali interes*

Koliko makro-klastera dionika biste mogli identificirati na temelju gore navedenog?

Ovisno o svojoj relevantnosti, navedena kategorija bi trebala biti:

- *Upravljanje vrlo pomno (Velika snaga / veliki interes)*
- *Uz pomoć poluge (visoki interes / mala snaga)*
- *Ostanite zadovoljni (Velika snaga / mali interes)*
- *Nadzirano (Mala snaga / mali interes)*