



YALOVA
TİCARET VE SANAYİ
ODASI



İletişim Stratejik Planı 2018-2023

İçindekiler

ÖNSÖZ Tahsin Becan - Yönetim Kurulu Başkanı	2
Amaç	3
YTSO Hakkında Bilgi	4
Misyon, Vizyon ve Değerler	6
Komite, Kurul, Komisyonlar ve Personel	7
İletişim Faaliyetleri Mevcut Durum SWOT analizi	8
İletişim Hedefleri	9
İletişim Stratejisi Ana Unsurları	10
Aktif ve Pasif İletişim	11
Doğrudan ve dolaylı iletişim	11
Devamlılık	11
İç (Kurumsal) İletişim	11
Hedef Kitleler	12
Hedef Kitlelere Yönelik Mesajlar	12
İletişim Araçları	13
Basılı İletişim Araçları	13
Broşür	13
Poster / Banner	13
Raporlar	13
Dergi Daha sınırlı sayıda ve zaman aralığında, bilgi ve görselliği yoğun olarak hazırlanan basılı malzemelerdir. Seçili kitleye tercih edilen dağıtım şekilleriyle iletim yapılabilir	13
Yayınlar / İlanlar	13
Online iletişim araçları	13
E-Bülten	13
Sosyal Medya	14
Yüzyüze iletişim araçları	14
İl Tanıtım filmleri	14
Promosyon malzemeleri	14



ÖNSÖZ

Tahsin Becan - Yönetim Kurulu Başkanı

Yalova Ticaret ve Sanayi Odası, 5174 Sayılı Kanun’da belirlenmiş görev ve sorumluluklarını kurulduğu tarihten itibaren üstün hizmet anlayışı içerisinde başarı ile yerine getirmektedir.

Kamu, özel sektör, yerel yönetimler, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları ve üyeleri arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlayarak yerel potansiyeli harekete geçirmek ve bölgesel gelişmeyi hızlandırmak temel görevlerimizdendir.

Odamız, bilgi teknolojilerini kullanarak, Ar-Ge ve yenilikçilik misyonu ile üyelerinin ve ilimizin bölgesel kalkınmada öncüsü olacaktır.

Görevlerinin, etkin, verimli ve süratli bir şekilde yerine getirmesinde; açık, katılımcı, kapsayıcı ve etkin bir uygulama yapılmasında rehber olarak hazırlanan İşbu “Stratejik İletişim Planı”nın önemli bir katkı sağlayacağı inancındayım.





Amaç

Kurumsal Stratejik Planında belirlenen iletişim hedeflerine uygun olarak ve o hedeflere ulaşılmasında görünürlük ve bilinirlik faaliyetleri ile katkı sağlayacak bir Stratejik İletişim Planı'nın hazırlanması ve uygulanmasıdır.

YTSO Hakkında Bilgi

Yalova Ticaret ve Sanayi Odası üyelerinin müşterek ihtiyaçlarını karşılamak, mesleki faaliyetlerini kolaylaştırmak, mesleğin genel menfaatlere uygun olarak gelişmesini sağlamak, mensuplarının birbirleriyle ve halkla olan ilişkilerinde dürüstlüğü ve güveni hakim kılmak üzere 5590 Sayılı Kanun kapsamında 01.01.1968 tarihinde İstanbul Ticaret Odasından nakledilen 122 üye ile Gazipaşa Caddesi Numara 9'da "Yalova Ticaret Odası" olarak kurulmuş ve 3 personel ile hizmet vermeye başlamıştır. Odamızın ilk Meclis Başkanı Sayın Enver Üstün, ilk Yönetim Kurulu Başkanı ise Sayın Mümtaz Biner'dir.

1995 yılında Yalova'nın il olmasının ardından 15.08.1995 tarih ve 54 sayılı Sanayi ve Ticaret Bakanlığı oluru ile Odamız statüsünün Ticaret Odası'ndan, "Ticaret ve Sanayi Odası" olarak değiştirilmesi gerçekleşmiştir.

Statü değişikliği ile Yalova il sınırları içerisinde faaliyet gösteren sanayici firmaların da Odaya kayıtları, Yalova Merkez ilçesi ile bağlı 5 ilçesi (Altınova, Armutlu, Çınarcık, Çiftlikköy, Termal) Yalova Ticaret ve Sanayi Odası'nın çalışma alanı içerisinde diğer üyelerle birlikte ticari ikametlerine göre yapılmıştır.

Yalova Ticaret ve Sanayi Odası 5174 Sayılı Kanun'da belirtilen hizmetleri sunarken, üyelerinin memnuniyetini sağlayacak ve bu memnuniyeti sağlayacak ve bu memnuniyeti sürekli arttıracak kalitede sunmayı, bölgesinin ve ülkesinin ticari ve ekonomik hayatına gelişmeyi sağlayıcı katkılarda bulunmayı faaliyetlerinin odak noktası olarak benimsemiş ve bu amaçla;

- 2004 yılında Süs Bitkileri Fuarı düzenlenmeye başlandı. 2010 yılında 8'inci gerçekleştirildi.
- Toplam Kalite Yönetim Sistemi benimsenerek 08.08.2006 tarihinde ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi, 23.07.2007 tarihinde ise TSE-ISO-EN 14001 Çevre ve TSE-ISO-OHSAS 18001 İSG Sistemleri YTSO'da uygulanır hale geldi.
- 30.05.2007 tarihinde üyelerin yönetsel ve teknik altyapılarının gelişimine katkı sağlanması amacıyla ABİGEM Doğu Marmara A.Ş.'ye ortak olundu.
- 05.08.2008 tarihinde Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından "Akredite Oda" ilan edildi.
- Üyelerin dış ticaret hacimlerini geliştirmek ve yurtdışına açılmalarını sağlamak amacıyla 03.08.2009 tarihinde DEİK/ Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu'na üye olundu.
- Üyelere ve Yalova yereline ait verilerin sürekli toplanacağı ve bu verilerin bilgiye dönüştürülerek YTSO'nun stratejik yönetim uygulamalarına yön verecek çalışmaları yapmak üzere 07.08.2009 tarihinde VEDO/ Veri Değerlendirme Ofisi kuruldu.
- İçinde yaşadığımız toplumun yaşam kalitesini iyileştirmek için Oda çalışanları ve üyeleriyle birlikte ekonomik, çevresel ve kültürel gelişmeye destek verilmesi amacıyla 20.08.2009 tarihinde Kurumsal Sosyal Sorumluluk Kurulu ile proje çalışmalarına YTSO bünyesinde başlandı.
- 16-19 Eylül 2010 tarihleri arasında Yalova'da gerçekleştirilen ikinci fuar olan "Yapı Decoor Yalova/ 2. İnşaat Malzemeleri, Yapı Yenileme, Mobilya ve Dekorasyon Fuarı" gerçekleştirildi.



- 2011 yılında bilgi-işlem altyapısını güçlendiren Yalova Ticaret ve Sanayi Odası internet sitesi günün ihtiyaçlarına göre tekrar yapılandırılarak üyelerimizin taleplerine hizmet verecek bir yapıya kavuşturuldu. www.ytso.org.tr internet sitesinde YTSO üyelerinin ve site ziyaretçilerinin yararlanabileceği birçok interaktif bölüm bulunmaktadır. Site ziyaretçileri Odamızın faaliyetleri hakkında detaylı bilgi alabilir, döviz kurları, borsa bilgileri, aylık tefe tüfe oranları gibi güncel finansal bilgileri takip edebilir, Oda bünyesinde yayınlanan tüm yayınları dijital ortamda okuyabilir, insan kaynakları bölümünde iş ve eleman arayabilir, alış ve satış talebi bırakabilecekleri gibi, arama motorlarında üst sıralarda görünen www.ytso.org.tr aracılığı ile firmalarına ait ürün bilgilerine de yer verebilecekleri alan ile firma tanıtımlarını yapabileceklerdir.
- Yalova Ticaret ve Sanayi Odası internet sitesi www.ytso.org.tr İngilizce yayınına başladı.
- “YTSO Üyelerini İnternete Taşıyor” projesi başlatıldı. YTSO üyelerine yönelik gerçekleştirilen ekonomik durum tespit anketi, bilgi güncelleme, eğitim talepleri gibi tüm anket çalışmaları YTSO internet sitesi üzerinden online olarak yapılmaya başlandı. Ayrıca sitede yapılacak güncellemeler, aylık güncel bilgileri içeren tanıtım CD’si aracılığıyla ilgili kurum ve kuruluşlar ile Odamız ziyaretlerinde dağıtılacak Oda tanıtım CD’sinde de yayınlanmaktadır. CD içeriğinde detaylı firma tanıtımlarının yanında Oda tanıtımı, hizmetlerimiz ve faaliyetlerimiz hakkında bilgilendirme, yayınlarımız ile ilimizin ekonomik ve sosyo-ekonomik değerleri hakkında bilgilere de yer verilmektedir.
- YTSO tarihinde ilklere imza atıldı. 2009, 2010, 2011 ve 2012 yıllarına ait Oda Faaliyet Raporları yayınlandı.
- YTSO’nun 4 aylık periyotlarda yayınlanan 0226 dergisi 2013 yılında da yayınlanmaya devam etti.
- “Ekonomik Durum Tespit Anketi 2011”in 1. ve 2.cisi yayınlandı.
- YTSO ve Yalova Üniversitesi ortaklığında Kızılay Yalova Şubesi işbirliğinde “Kan Ver, Can Ver” Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi 14.05.2012 tarihinde başladı.
- YTSO bünyesinde TS ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi çalışmalarına başlandı.
- Akdeniz Ticaret ve Sanayi Odalar Birliği (ASCAME)Yönetim Kurulunun 21.09.2012 tarihinde Barselona’da gerçekleştirdiği toplantıda YTSO’nun tam üye olmasının kabul edildiğine dair kabul yazısı 21.12.2012 tarihinde YTSO’ya iletilmiş olup, YTSO ASCAME’nin Türkiye’deki 17. üyesi olmuştur.
- YTSO’ya yeni kayıt olan firma temsilcilerine yönelik “Üye Kayıt Sertifikasyon Takdim Töreni & Bilgilendirme Toplantıları”na 2012 yılında da devam edildi.

Bugün YTSO, Meclis Başkanı Muğlim Bağatar ve Yönetim Kurulu Başkanı Tahsin Becan önderliğinde Fatih Caddesi Dere Sokak Numara 9’da kendisine ait 4 katlı hizmet binasında, 17 personeli ile 13 meslek grubunda bulunan toplam 4.709 üyeye (31.12.2017 tarihi itibarıyla) hizmet vermektedir.



Misyon, Vizyon ve Değerler

MİSYON

Yalova Ticaret ve Sanayi Odası, yaratıcı ve yenilikçi yönetim anlayışı ile üyelerinin ve toplumun ihtiyaçlarını anlamaya ve hizmet etmeye kararlıdır.

VİZYON

İş dünyasının lider kuruluşu olarak, üyelerine ve topluma en üst düzeyde değer ve katkı sağlayan, ticaret ve sanayi sektörünün Yalova’da en güçlü sesi olarak tanınacağız.

DEĞERLER

- Hesap verilebilirlik
- Güvenirlilik
- Hizmette kalite
- Yenilikçilik
- Ekip çalışması



Komite, Kurul, Komisyonlar ve Personel

- Meslek Komiteleri**
Oda üyelerimiz 13 Meslek Grubunda sınıflandırılmıştır. Her bir meslek komitesi bir Meslek Komite Başkanı, bir Meslek Komite Başkan Yardımcısı olmak üzere toplam yedi üyeden oluşturulmuştur.
- Meclis**
YTSO Meclisi, kendi üyeleri arasından dört yıl için seçilen bir Meclis Başkanı, iki Meclis Başkan Yardımcısı ve bir Kâtip üye olmak üzere toplam 42 üyeden oluşturulmuştur. Meclis üyelerinin 3'ü bayan, 39'u erkektir. Meclis üyeleri arasından dört kişi TOBB Delegesi olarak seçilmiştir.
- Yönetim Kurulu**
YTSO Meclis üyeleri arasından bir Yönetim Kurulu Başkanı, iki Başkan Yardımcısı ve bir Sayman olmak üzere toplam 9 kişiden oluşturulmuştur.
- Disiplin Kurulu**
YTSO Meclisi tarafından seçilen Odamıza kayıtlı altı üyeden oluşturulmuştur.
- Hesapları İnceleme Komisyonu**
YTSO Meclis üyeleri arasından seçilen altı üyeden oluşturulmuştur.
- Stratejik Planlama Kurulu**
YTSO üyeleri ve genel sekreter olmak üzere altı kişiden oluşmuştur.
- İl Kadın Girişimciler Kurulu**
YTSO'ya kayıtlı bayan üyeler arasından bir Başkan, iki Başkan Yardımcısı, üç Genel Kurul Üyesi olmak üzere toplam 20 üyeden oluşturulmuştur.
- Genç Girişimciler Kurulu**
YTSO'ya kayıtlı yaşları 18–40 arasında olan üyelerden, bir Başkan, iki Başkan yardımcısı olmak üzere toplam 20 üyeden oluşturulmuştur.
- Personel**

Taner ERİŞ	Genel Sekreter
Tolga AKINCI	Genel Sekreter Yardımcısı
İbrahim AKKANAT	Ticaret Sicil Müdürü/ Kalite Yönetim Temsilcisi
M. Emrah AKIN	Ticaret Sicil Müdür Yardımcısı
Başak ERDİNÇ	Ticaret Sicil Müdür Yardımcısı
Gözde USLU	Ticaret Sicil Memuru
Necat RÜZGÂR	Bilgi-İşlem/ İletişim Koordinatörü
Y. Bülent ARICI	Oda Sicili-İç Ticaret Memuru/ KOBİ Temsilcisi
Hande TEZTÜNER	Dış İlişkiler ve Fuarlar Koordinatörü/ DEİK Temsilcisi
Halil Gezer	Muhasebe Memuru
Mine Türker	Oda Sicil Memuru
Abdullah Kırıl	K Belgesi Memuru
Berker BAYAR	Tır Geçiş Belgesi Memuru
Emre DİNÇ	Tır Geçiş Belgesi Memuru
Çiğdem SEVİNÇLER	Başkanlık Sekreteri
Cüneyt ŞAHİN	Şoför
Ayşe ÖZCAN	Hizmetli



İletişim Faaliyetleri Mevcut Durum SWOT analizi

GÜÇLÜ YÖNLER

- PERSONEL KALİTESİ
- GÜÇLÜ ÖRGÜT YAPISI
- BAŞARILI YÖNETİM KURULU
- ÜYELERLE İLİŞKİLER
- GÜÇLÜ MALİ YAPI
- FİZİKİ KOLAYLIK VE TEKNOLOJİK ALTYAPI
- ÜYE SAYISININ FAZLA OLMASI
- BAŞKANIN LİDERLİĞİ
- AKREDİTE ODA OLMASI
- KALİTELİ HİZMET SUNUMU
- DİĞER KURULUŞLARLA İLİŞKİLER
- İLİN EN GÜÇLÜ STK'SI
- ULUSAL ÇAPTA ODA OLMASI
- KAMU KURUMU NİTELİĞİNDE STK OLMASI
- GÜÇLÜ ÜYELERİN OLMASI
- GENÇ VE KADIN GİRİŞİMCİLER KURULUNUN BULUNMASI
- TECRÜBELİ MECLİS ÜYELERİ

ZAYIF YÖNLER

- HİZMET BİNASININ YETERSİZLİĞİ
- ÜYELERİN ETKİNLİKLERE KATILIMI
- FİNANSAL YAPI
- MECLİS VE MESLEK KOMİTELERİNİN ÇALIŞMAMASI
- MECLİS ÜYELERİ ARARASI İLİŞKİLER
- ÜYE İLİŞKİLERİ
- ÜYELER ARASI İLİŞKİLER
- PROJE VE AKTİVİTE ÜRETİLEMESİ
- ÜYE SAYISININ AZ OLMASI
- TOPLANTI KARAR TAKİBİ
- PERSONEL SAYISI
- LOBİ FAALİYETLERİ
- ÜYELİK MEVZUATI
- ODA İŞLEYİŞ YAPISI
- BASINLA İLETİŞİM
- MECLİS ÜYELERİNİN DONANIMI
- FUAR VE İŞ GEZİSİ YETERSİZLİĞİ
- ÜYELERİN MAİL VE PC KULLANMAMASI
- YATIRIMLARIN YÖNLENDİRİLMEMESİ

TEHDİTLER

- ZORUNLU ÜYELİĞİN KALKMASI
- SANAYİNİN YETERSİZLİĞİ
- FAZLA GÖÇ ALMASI VE NÜFUS ARTIŞI
- TEKNOLOJİK YENİLİKLERİN AZ OLMASI VE YETERSİZLİĞİ
- SİYASİ MÜDEHALELER
- ÜYE SAYISININ ARTMASI
- ÇARPIK KENTLEŞME
- YATIRIMCILARIN YÖNLENDİRİLMEMESİ
- YATIRIM ALANLARININ FİZİKSEL YETERSİZLİĞİ
- NÜFUS AZLIĞI
- KREDİ İÇİN KOBİ AZLIĞI
- İLDEKİ DEDİKODU
- EKONOMİK DURUM
- ÇEVRE ODALARIN İYİ OLMASI
- COĞRAFİ KONUM
- YASAL DÜZENLEMELER
- STK'LARIN ÇEKİŞMELERİ
- SİYASET STK İLİŞKİLERİNİN OLUMSUZLUĞU
- ÖLÇEK PLANLARININ UYUMSUZLUĞU
- OSBLERİN GECİKMESİ
- MERKEZİ YALOVA'DA OLMAYAN FİRMA ARTIŞI
- KÖRFEZ GEÇİŞ KÖPRÜSÜ
- KOBİLERİN AZLIĞI
- KENT KİMLİĞİNİN OLMAMASI
- GENÇ NÜFUSUN İL DIŞINA ÇIKMASI
- GAYRİMENKUL FİYATLARINDAKİ ARTIŞ
- EĞİTİM SEVİYESİNİN DÜŞÜKLÜĞÜ
- DÜŞÜNCE ÖZGÜRLÜĞÜNÜN OLMAMASI
- DEPREM
- BASINDA YANLIŞ BİLGİLERİN ÇIKMASI

FIRSATLAR

- COĞRAFİ KONUM
- KÖRFEZ KÖPRÜSÜ
- ÜNİVERSİTE
- OSB'LERİN KURULACAK OLMASI
- PLANLANAN TURİZM YATIRIMLARI
- MARKA VE KOSGEB
- YAKIN ODALAR İLE İŞBİRLİĞİ
- TERSANELER
- İLİN EĞİTİM SEVİYESİNİN YÜKSEKLİĞİ
- TOBB İLE İLİŞKİLER
- KENT KONSEYİ
- İŞ GÜCÜ POTANSİYELİ
- İLDEKİ DİĞER STK'LAR
- FUARLARIN OLMASI
- DEİK
- ÇİÇEKÇİLİK



İletişim Hedefleri

- YTSO'nun faaliyetlerini bölgesel, ulusal ve uluslar arası düzeyde tanıtmak ve görünürlüğünü artırmak,
- İlin ekonomik, sosyal, kültürel ve tarihsel zenginliklerini ve yatırım imkanlarını ulusal ve uluslar arası düzeyde tanıtmak,
- İl ile ilgili yabancı dillerde tanıtım materyalleri hazırlanması ve ilgili yerlere dağıtımının sağlanması,
- İlimizde faaliyet gösteren kurum ve kuruluşların bölgesel kalkınmaya etkisi olduğu tespit edilen uluslar arası organizasyonlar hakkında bilgilendirmesi,
- Bölgenin uluslar arası pazarda, yatırım fuarları, ikili görüşmeler, kalkınma ve yatırım ajansları ağı ile etkileşimde bulunarak ve sosyal medya hizmetleri kullanılarak etkin tanıtımının yapılması,
- Uygun yöntemler kullanılarak belirli aralıklarla çeşitli anketler düzenlenmesi
- Faaliyetlerin yazılı ve görsel medyada yer almasının sağlanarak etki çevresinin genişletilmesi,
- Dergi ve e-bülten yayınlanması
- Paydaş grupları ile dönemsel toplantılar düzenlemek ve bölgenin ihtiyaçlarına yönelik veri girdilerinin sürekli güncellenmesi,
- Paydaş grupları ile birlikte farkındalık yaratacak konularda organizasyonlar gerçekleştirmek,
- Oda internet sayfasının ulusal ve uluslar arası çevrelerin bilgiye erişimini kolaylaştıracak şekilde geliştirmesi ve güncellenmesi,
- İletişim stratejisinin oluşturulması.



İletişim Stratejisi Ana Unsurları

İletişim stratejisinin hazırlanmasında ve takiben uygulamasında temel alınması gereken ana unsurlar şunlardır;

- Basılı, elektronik, görsel ve işitsel medya kullanımı ile yüz yüze iletişim olanaklarının her birinin dengeli olarak kullanımı,
- Kullanılacak araçların erişim grupları ve takipçileri özelinde ele alınarak farklı gruplara ulaşımında çeşitlilikten yararlanacak bir dengenin kurulması,
- Kamu ve iş dünyası ile ilişkiler

Yapılacak iletişim faaliyetlerinin mümkün olan her birisinin, mesaj iletilen kitlenin duygu ve düşüncelerini de alabilecek şekilde kurgulanması. 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. Yüz yüze iletişim faaliyetlerinde (toplantı, fuar, eğitim, bilgilendirme vb.) sadece tek yönlü bilgi aktarımı ve sunumlar yerine katılımcıların da görüş ve önerilerini almaya ilişkin soru cevap bölümleri, anketler gibi uygulamalara yer verilmesi

Elektronik iletişimde kullanılacak tüm mecralarda (web sitesi, e-bülten, vb) kullanıcı görüşlerinin alınmasına olanak sağlayan interaktif uygulamalara ve bilgi edinme – görüş iletme amaçlı mail adreslerine yer verilmesi gerekmekte ve sosyal medya uygulamaları etkileşim araçları olarak kullanılmalıdır.



Aktif ve Pasif İletişim

Web sitesi veya yayınlar gibi pek çok iletim veya iletişim aracı Pasif (hedef tarafından kaynağa ulaşılması beklenen) iletişim araçlarıdır. İlgililer ve hedef kitleler onlara ulaşmayı arzulayıp başardıklarında bilgi taşımakla beraber eğer hedef kitle bu kaynaklara ulaşmak için bir çaba göstermezse etkisiz kalırlar. Bu anlamda bu pasif araçların yanına omları aktif hale getirecek, hedef kitlenin dikkatine sunacak veya ilgisini çekecek aktif araçlar ilave edilmelidir. Örneğin bir e-bülten, kısa bilgi içeriği ile dikkat çekerken, ayrıntılı bilgi için web sitesine yapacağı yönlendirme ile elektronik posta kutusuna ulaştığı kitlelerin ilgisini çeken aktif (kaynak tarafından hedefe gönderilen) bir iletişim aracıdır. Aynı şekilde yayınların ilgili hedef kitlelere ulaştırılmasının sağlanması da aktif bir iletişim stratejisinin parçasıdır.

Doğrudan ve dolaylı iletişim

Yalova Ticaret ve Sanayi Odası tarafından yapılacak yayınlar, düzenlenecek etkinlikler ve medya ilişkilerinin yanı sıra diğer kurum ve kuruluşlar tarafından yapılacak yayın ve etkinliklerde de yer alınması sağlanmalıdır. Paydaş kuruluşlarının düzenledikleri toplantılara katılım, yayınlarda yer alma alınması sağlanmalıdır. Paydaş kuruluşların düzenledikleri toplantılara katılım, yayınlarda yer alma, çeşitli araştırma ve yayınlara destek yolu ile logo vb. yerleştirme ve özellikle desteklenen projelerin tüm yayın ve etkinliklerinde YTSO'yu tanıtıcı ve katkısını belirten bölümlerin bulunması sureti ile dolaylı iletişimin de sistemli şekilde sürdürülmesi sağlanmalıdır.

Devamlılık

Yayınlar, etkinlikler ve medya ilişkileri anlamında yapılacak çalışmaların bir kerelik veya dönemsel olmasından ziyade süreklilik arz etmesi gerekmektedir. Medya ilişkilerinde herhangi bir etkinlik veya haber unsuru olmasa da belirli dönemlerde basın toplantıları – kahvaltılı

İç (Kurumsal) İletişim

İletişim olgusunu tesadüflere bırakmadan ve her birimin farklı yorumuna terk etmeden kurumsal bir biçimde sürdürebilmek için iç iletişim prosedürüne uygun olarak hareket edilmelidir.



Hedef Kitleler

- Üyeler / Kobiler / Sanayiciler
- Potansiyel yatırımcılar
- İş dünyası
- Üniversiteler
- Kamu Kurum ve Kuruluşlar
- Diğer oda ve borsalar
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
- Yalova Halkı

Hedef Kitlelere Yönelik Mesajlar

İletişim kuramının temel mantığı gereği verilmek istenen mesajların hedef kitlelerin özelliklerine göre yapılandırılması gerekmektedir. Bu durum, her hedef kitleye ilişkin, o kitlenin Sosyal ve ekonomik yapısı demografik ve bilişsel özellikleri dikkate alınarak ayrı mesajlar hazırlanması şeklinde uygulanabilirken aynı zamanda seçilen bir veya birkaç ana mesajın, aktarılma şekli ve unsurların hedef kitlenin özelliklerine göre tasarlanması şeklinde de gerçekleştirilebilir.



İletişim Araçları

Basılı İletişim Araçları

Broşür

YTSO tarafından bugüne kadar pek çok broşür üretilmiş ve başarı ile kullanılmıştır. 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 / 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. Kullanılan süreleri ve alanları sınırlı olması bakımından sınırlı sayıda üretilmeleri maliyet açısından önemlidir. 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 raporlar hazırlanarak seçilen hedef kitle ile paylaşılması.

Dergi

Daha sınırlı sayıda ve zaman aralığında, bilgi ve görselliği yoğun olarak hazırlanan basılı malzemelerdir. Seçili kitleye tercih edilen dağıtım şekilleriyle iletişim yapılabilir.

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 katkılar sağlayacaktır.

Online iletişim araçları

Web Siteleri, içerikleri ne kadar iyi olursa olsun pasif, yani kullanıcının ulaşmasına bağlı olarak çalışan bilgilendirme sistemleridir. Bu anlamda etkinliklerin arttırılması için tüm yazılı materyallerde web sitesine atıf olması, e-bülten ve sosyal medya kullanımı ile site referans gösterilerek trafik yönlendirilmesi yapılması gerekmektedir. Sosyal medya bağlantıları ve yayınların düzenli olarak bildirimini sağlayacak RSS feed uygulamalarının da bulunması hem erişim hem de etkileşim anlamında önemlidir.

E-Bülten

Haber ve etkinlik yayın başlıklarına yer verecek bir elektronik bülten hazırlanması, sitenin ve güncellemelerin hedef kitlelere aktif şekilde hatırlatılması ve siteye trafik çekilmesi anlamında önem arz etmektedir. Tercihen ayda 2 kere, en az ayda 1 kere üyeler başta olmak üzere tüm ilgili kurum kuruluş ve kişilere mail yolu ile gönderiminin sağlanması gerekmektedir. Elektronik bülten içinde yer alan tüm başlıklara ilişkin detaylı bilgi için web sitesine linkler



verilmesi ve ilgililerin buraya sevk edilmesi yerinde olacaktır. Hazırlanacak e-bültenin akıllı mobil telefonlar ve tabletlerde okunabilecek formatta olması, erişim ve kullanım genişliği sağlamak bakımından önemlidir.

Sosyal Medya

Facebook, Youtube, Dailymotion başta olmak üzere blog ve video paylaşım sitelerinin etkili şekilde kullanımı. Kısa içeriklerle hedef kitleye sıkça ulaşan mesajlar aracılığı ile hem bilgi ve ilginin canlı tutulması hem de web sitesi ve yayınları gibi detaylı bilgi içeren araçlara yönelmeyi artırmak.

Yüzyüze iletişim 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 için anket, istek şikayet gibi unsurların toplanması ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

İl Tanıtım filmleri

İlin tarihi, turistik ve sektörel tanıtımı açısından iki farklı türde ve üç dilde tanıtım filmi hazırlanmıştır.

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.





YALOVA
TİCARET VE SANAYİ
ODASI

CHAMBER OF COMMERCE
AND INDUSTRY

DERE SOKAK NO:14, 77100 YALOVA
TEL: 0226-814 12 24 (pbx) FAKS: 0226-812 17 82
info@ytso.org.tr

www.ytso.org.tr