

**Pró-Concurso**

**de Pernambuco**

*Conquiste seu lugar ao sol*

# RELAÇÕES PÚBLICAS

- APOSTILA 02 -

*Prof. Cléber Dutra*

## **RELAÇÕES PÚBLICAS**

São vários os públicos que se relacionam com a empresa. Relações Públicas são, conforme o próprio nome, relações com o público. É a administração deste relacionamento com o objetivo de causar uma imagem favorável da organização para maior eficiência e aceitação de seus produtos ou serviços pela sociedade. Uma grande preocupação da área de RP é dirigida, também, para a imprensa. Neste sentido é importante considerar a própria ação mercadológica da empresa. Aprovar comerciais que não agridam os consumidores, patrocinar bons programas ou apoiar campanhas educativas, dentre outras iniciativas que promovam a boa imagem da organização. Apesar de ser uma variável incontrolável, é possível se estabelecer um bom nível de divulgação da organização, mantendo-se conhecimento com jornalistas e outros profissionais de mídia.

### **Relações da Administração com o público**

Existem diversos tipos de públicos, então temos que trata-los de maneira diferente, levando em consideração a opinião e o veículo de informação.

### **Grupos com Interesse Comum**

Existem vários grupos com maiores ou menores interesses comuns. Alguns dos tipos de público mais comum selecionados ao acaso são :grupos geográficos, bairros, grupos comerciais, industriais ,crianças em idade escolar dentre outros.

Público é simplesmente qualquer coleção de indivíduos e, mesmo com interesses comuns pode ser bastante heterogêneo. Existem muitas espécies de público, mas isso não significa que as pessoas não tenham sua individualidade. O público é o fator primordial e essencial. Lembrando que em relações públicas, público não é a comunidade em geral, mas apenas aquele setor da mesma que interessa ao empreendimento para o qual as mensagens são dirigidas.

Ex :Os investidores são o público das bolsas de valores.

Uma empresa fornecedora de serviço possui inúmeros públicos, isto é

grupos de pessoas com interesses comuns em relação à determinada atividade da empresa. A palavra público, significa aquele grupo particular ou categoria de pessoas.

Através da mensagem que transmitimos, estaremos moldando públicos diferentes. Podemos definir público dizendo que é a massa de pessoas situadas dentro da órbita do lema da instituição ou empresa, que atua de modo positivo, afetando a ação dessa organização. O público em Relações Públicas é dividido em diversos públicos e cada um deles é tratado de maneira diferente.

### **Funções Básicas de Relações Públicas**

- Assessoramento
- Pesquisa
- Planejamento
- Execução (comunicação)
- Avaliação

### **Funções de assessoria**

- Coordenação com os demais serviços da empresa e com os serviços de RP das instituições, da comunidade
- No sentido de sugerir atitudes no tratamento com o público em geral
- Conselheiro de administração
- Nas funções de assessoramento do relator público deve agir como conselheiro da alta administração, a fim de tentar mudar políticas e diretrizes da instituição de acordo com interesses legítimos da comunidade

### **Funções de pesquisa**

- Compreendem as pesquisas de opinião pública
- As pesquisas de veículos de comunicação

### **Funções de planejamento**

- Alcançam as programações gerais e em relações públicas
- Cuida da elaboração do orçamento dos custos de serviço da RP
- Prepara planos, projetos e programas básico e específico
- As funções de execução embarcam a produção material informativa e de todas as etapas e ação a serem desenvolvidas

### **Funções de execução (comunicação)**

- Divulgação : divulga a empresa
- Informações : serviços de sugestões e informações ao público (atendimento ao público)
- Contatos : relações com órgãos da imprensa em geral

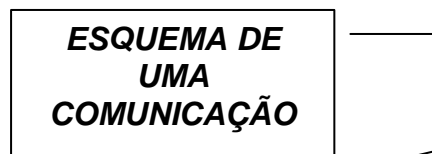
### **Funções de Avaliação**

- A função de avaliação é a pesquisa feita depois de realizado o trabalho e abrange as funções gerais, especialmente a de execução

### **Estruturação de departamentos de RP**




- Estruturação segundo as funções de RP
- Estruturação segundo os públicos da instituição
- Estruturação segundo a distribuição geográfica
- Estruturação segundo os produtos da empresa

## 2. COMUNICAÇÃO COM O PÚBLICO



*Quando João se dirige a Paulo falando-lhe, diz-se que João emitiu uma mensagem para Paulo. Usando a linguagem das telecomunicações, diz-se que João foi o **Emissor** e Paulo o **Receptor** da mensagem. Esta é transmitida de ouvido a ouvido passando pelo ar. **Ouvidos e ar**, constituem, portanto, o **Canal da Comunicação**.*

**Assim sendo, em toda Comunicação temos:**

-  O Emissor
-  Receptor
-  O Canal
-  A Mensagem



Existem, na realidade, várias formas de comunicação, as quais podemos classificar da seguinte maneira:



*A mensagem é transmitida através da palavra.*

<p><b>COMUNICAÇÃO</b> <b>NÃO VERBAL</b></p>
---

*A mensagem é transmitida através de gestos/expressões*

### **MENSAGEM INTELECTUAL E MENSAGEM EMOCIONAL**

*Uma mensagem só se transforma em informação após ser decodificada pelo receptor. Por que isso? Porque, enquanto o receptor não identificar o código de linguagem e decodificar a mensagem utilizando o seu próprio código de valores e experiências pessoais, a mensagem não passará de uma elaboração individual.*

*Para que haja informação – isto é, para que a mensagem transmitida se torne uma informação recebida é necessário que se utilize um código de linguagem comum ao emissor e ao receptor. Por que o emissor só conseguirá se fazer compreender se falar na mesma língua que o receptor. Se a língua utilizada for conhecida em parte ou desconhecida pelo receptor, a mensagem chegará truncada, não podendo ser decodificada. Portanto, não se transformará em informação e a comunicação não será completada.*

*Como saber se o que você transmitiu foi aquilo que o seu interlocutor compreendeu? É simples. Pela sua reação.*

*Antes mesmo que ele abra a boca, você já pode identificar se ele compreendeu o que você disse; se gostou, se concorda. Pois toda a fisiologia dele estará manifestando essas respostas. Isso porque toda comunicação pressupõe uma existência intelectual e outra emocional. Qualquer afirmação lógica tem por trás uma motivação de ordem emocional.*

*Existem várias maneiras de dizer uma mensagem intelectual. E essa variedade ocorre de acordo com a mensagem emocional.*

*Por exemplo: pode-se falar a palavra "não" de várias formas, com vários significados: raiva, surpresa, susto, satisfação, preocupação, tranquilidade, etc.*

*Tão importante quanto o que se quer transmitir é como se transmite.*

*A mensagem intelectual só terá valor, só se transformará na informação que se quer passar, se a mensagem emocional estiver evidenciada no tom da voz e na linguagem corporal.*

### **ATENDIMENTO AO PÚBLICO**

*Ao realizar um atendimento, seja pessoalmente ou por telefone, você está oferecendo a sua imagem (vendendo sua imagem) ou a imagem de quem você está representando. Sua voz, sua postura, suas ações, representam a sua empresa.*

*Muito mais que seus produtos, suas instalações ou suas propagandas, a forma de atendimento se constitui o fator mais importante para a formação de uma boa imagem da empresa, porque atua diretamente sobre o público.*

*Você pode não saber quem está lhe procurando, mas sabe quem está atendendo: a sua EMPRESA.*

*Em muitos momentos você é a imagem que as pessoas farão da sua empresa, do seu órgão de lotação, ou de você mesmo, enquanto alguém que desempenha determinada função ou é responsável por determinadas tarefas.*

*Toda tarefa tem princípio, meio e fim, numa relação direta de que ela é "a parte" para a realização do "todo".*

*Conhecer o fluxo da tarefa é conhecer o trabalho que cada um realiza e a possibilidade de refletir, analisar sua forma de realização, buscando a melhor maneira de executá-lo, evitando o esforço repetitivo ou detectando o que ajuda a fluir ou o ofensor, os entraves, que podem provocar interrupções, atrasos, demora, enfim, falhas na execução. E no caso que nos interessa é detectar com clareza o momento em que o atendimento acontece ( interno ou externo, ativo ou passivo ) e os fatores que podem estar atuando como ofensores.*

*Para isto é importante observar e considerar, que o fluxo da Tarefa é acompanhado pelo Fluxo da Comunicação. Muitas vezes o ofensor pode estar na Comunicação. A Comunicação pode ser verbal ( telefonemas, reuniões, encontros, etc.) ou escrita ( Memorandos, Cartas, Editais, etc.)*

*Toda vez que na realização do nosso trabalho precisamos nos comunicar – como emissor ou como receptor -, entramos numa relação de atendimento.*

Aqui estão alguns aspectos fundamentais que sintetizam as condições para se realizar um Atendimento eficiente e chegar a um Padrão de Qualidade no Atendimento.

Questões Gerais Relativas ao Atendimento.

- Conhecer a organização - estado atual, perspectivas futuras.
- Conhecer os aspectos relativos ao processo de Comunicação, buscando minimizar ruídos.
- Conhecer seu papel enquanto representante da empresa.
- Conhecer a importância do seu trabalho na realização do "TODO" (objetivos da empresa)
- Visualizar, no contexto geral, o momento do atendimento.

***Questões Específicas Relativas ao Atendimento.***

**SABER OUVIR**

- Não se distrair durante o atendimento. Concentre toda sua atenção no que a pessoa está dizendo.
- Não ficar pensando em sua resposta na hora em que o interlocutor estiver falando.
- Não interromper o interlocutor – quando duas pessoas falam ao mesmo tempo, nenhuma ouve corretamente o que a outra está dizendo.
- Não se sentir como se estivesse sendo atacado.
- Tomar nota das informações essenciais.
- Não se inibir de fazer perguntas, ao sentir necessidade de algum esclarecimento.
- Confirmar que você entendeu o que a pessoa está dizendo – repita as informações importantes, confirme as informações anotadas.

**RESPONDER:** Aspectos essenciais.

*Para que você possa responder adequadamente, é importante:*

- Observar as cortesias comuns no atendimento, tais como “por favor”, “muito obrigado”, “infelizmente”.
- Falar claramente e pausadamente, sem ser monótono, evitando ainda o uso de gírias; falar com voz clara e expressiva (boa dicção). Evitar falar com chicletes ou balas na boca.
- Estabelecer empatia ( Rapport)
- Ser amistoso e aberto, mantendo ao mesmo tempo, uma atitude profissional e objetiva.
- Criar uma boa imagem. É importante o que você diz e como diz.
- Chame sempre a pessoa pelo nome, dando o tratamento adequado:  
  
“Sr.”, “Sr<sup>a</sup>”.

**Outros fatores e cuidados necessários.**

- ◆ ***Fazer perguntas apropriadas*** – esclarecer e confirmar a sua compreensão sobre o que está sendo dito.
- ◆ ***Fornecer informações apropriadas*** - responder às perguntas diretamente, quando souber as respostas, mas, jamais ter receio de dizer “Não tenho certeza mas me informarei e lhe direi”.

- ◆ **Tolerar o silêncio** – evite falar somente para preencher o silêncio. Tal comportamento distrai o cliente e torna mais difícil manter a eficiência do atendimento.

Mantenha sempre ao seu alcance e de maneira organizada, os materiais necessários ao bom desempenho do seu trabalho – catálogo telefônico; agenda dos telefones mais chamados; bloco e lápis ou caneta.

Não se refira a siglas ou códigos internos da empresa. A pessoa que você está atendendo não tem obrigação de conhecê-los.

Procure sempre terminar uma conversa de maneira cortês e profissional.

Demonstre confiança. Mostre que você acredita em si mesmo, em seu produto e gosta da sua empresa. Lembre-se que **SIMPATIA** gera **SIMPATIA** e **CONFIANÇA** gera **CONFIANÇA**.

### **ATENDIMENTO POR TELEFONE**

O Atendimento à distância se dá, normalmente, através do telefone e tem a especialidade de se efetuar “entre vozes”.

No telefone, a informação é passada apenas pela palavra e pela voz, através de duas ações: ouvir e falar.

A partir daí, as ações podem transformar o atendimento em monólogo, em diálogo ou em puro ruído.

#### ***Para falar bem ao telefone procure:***

- utilizar a tonalidade adequada;
- usar a velocidade certa;
- usar o volume adequado;
- dar ênfase aos pontos mais importantes;

#### ***Alguns cuidados que devem ser tomados quanto ao atendimento por telefone:***

- Evite dizer Alô. Inicie o atendimento identificando sua empresa, identificando-se e por fim fazendo o cumprimento. Ex. nome da empresa, seu nome, bom dia!
- Nunca atenda o telefone de forma ríspida, ou de forma inversa, chamando a pessoa de “meu bem” ou meu amor”.
- Não diga “Ele não pode atender agora” ou “Ele está muito ocupado”; diga “ele está atendendo uma outra ligação” ou, “ele está em uma reunião, o senhor quer que ele ligue em seguida” ?
- Outro vício horrível é dizer: “quem deseja?” Substitua pelo simpático e objetivo: “quem quer falar?”