



:: OBRAZ USPEHA

mag. Andreja Jernejčič

Tina Lupša • foto: Aljoša Korenčan

O Andreji Jernejčič je težko napisati vse v nekaj vrsticah. Je mlada menedžerka, ki je pred tem slovela v piarovskih in novinarskih vodah. Sedaj je zaposlena kot članica Uprave za strateško komuniciranje na Infonetu media. Eden od mojih sogovornikov jo je označil kot najverjetneje prvo novinarko, ki je postala menedžerka. Eden od stanovskih kolegov kot osebo, ki razume medije. Spet drugi kot najbolj energično osebo, kar jih pozna, ki ne mara besedic 'se ne da'. Ima 15-letne izkušnje kot novinarka in urednica, zatem je prešla v piarovske vode. Pri prejšnjem obrambnem ministru je bila tiskovna predstavnica, v Slovenski industriji jekla (SIJ) pomočnica uprave za odnose z javnostmi, pri IBM Slovenija direktorica korporativnega komuniciranja – skrbela pa je še za Bosno in Hercegovino ter Albanijo.

**“Spoštujem ljudi,
od katerih se lahko
kaj naučim...”**

Lani je izšel njen nadvse uporaben priročnik za vsakogar 'Kako uspešno sodelovati z mediji' – letos se lahko pohvali, da je knjiga skoraj razprodana. V eni od njenih ljubih destinacij, Škrabčevi domačiji, bo 20. marca potekal pogovor o njeni knjigi na podobno temo: 'Kako vidimo poročanje o nas in kako shajamo z mediji'. V njenem stilu. Z znanimi in uveljavljenimi imeni. Zagovarja in razume menedžerje, prav tako na drugi strani medije. V glavi ima že nove projekte, pripravlja dopolnjeno izdajo knjige za srbski trg. V očeh ji vidim, da načrtuje veliko več. Nastopa na konferencah in fakultetah doma in tudi v tujini, teme so dobro sodelovanje z mediji, javno nastopanje, pomen uspešnega komuniciranja, ter izvaja delavnice s temi temi. Ocenjujejo jo kot eno od najbolj dinamičnih predavateljic. Osebnost pa le pripomni, da se mora še veliko naučiti.

Stran / Page: 16

Doseg / Reach: 0

Država / Country: SLOVENIA

Površina prispevka / Size: 1141 cm2

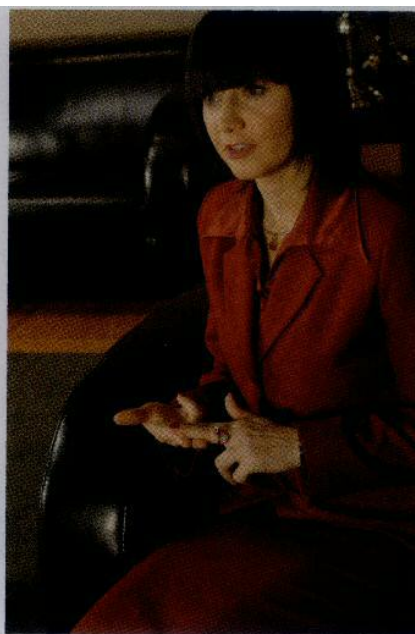
2 / 3

Lani ste izdali knjigo, letos boste novo za srbski trg. To je 12-milijonski trg. Kako je prišlo do tega?

“Že na moji predstavitvi slovenske knjige sem imela tudi goste iz drugih držav. Najprej sem dobila ponudbo za prevod v bosanski jezik, nato srbski. Ker si želim, da bo izid povezan s kakšnim dogodkom ob tem, kar vzame veliko organizacije, usklajevanja in časa, sem se odločila za večji srbski trg. Smo se pa z odlično agencijo v Prime Communications iz Banjaluke dogovorili, da bodo projekt podprli tudi v Bosni in Hercegovini.”

Zoran Janković se zelo veliko pojavlja v medijih in zanimivo bo slišati, kako on doživlja poročanje o sebi...

dovati sporočila in se po svojem urniku odločiti, ali bo dal prednost nekemu sestanku ali novinarju za intervju. Odločanje mu s tem, na kakšen način mu predstavi pomembnost intervjuja, olajšuje piarovec in pri tem se vidi njegova sposobnost za razumevanje okoliščin ter prepričevanje. Mu je predstavil dovolj pravih informacij? Mu zna svetovati na menedžerju prilagojen način? Za to pa potrebuje znanje in izkušnje tako iz piara kot iz menedžmenta. Prav tako mora poznati teme, ki jih pokriva, torej podjetje, katerega zastopa.”



Kako bi opredelili vaše bistveno sporočilo za uspešno komuniciranje z mediji?

“Prepričana sem, da lahko dobro delaš z mediji, če si bil novinar oziroma če poznaš novinarsko delo. Velikokrat se mnogi pritožujejo nad mediji, češ, pišejo po svoje, ne upoštevajo naše izjave ali da je vse izvzeto iz konteksta. S tem, ko vemo, kako mediji delujejo, kakšna je njihova politika poročanja, lahko z njimi laže in uspešneje sodelujemo.”

20. marca bodo o vaši knjigi poleg vas razpravljali še ljubljanski župan Zoran Janković ter dr. Andrej Vizjak, podpredsednik in partner A. T. Kearneyja, sicer tudi generalni direktor te družbe za Vzhodno Evropo. Zakaj ste izbrali ti osebi?

“Zoran Janković se zelo veliko pojavlja v medijih in zanimivo bo slišati, kako on doživlja

poročanje o sebi, hkrati pa je, po moji oceni, izvrsten v komuniciranju z mediji, tudi dosegljiv. Lahko bi dejala, da je zgled za mnoge, kako dobro komunicirati. Andrej Vizjak je bil včasih član uprave pri Bertelsmannu in je povezan z medijskim svetom, vendar se v njem direktno manj pojavlja, danes pa svetuje številnim direktorjem velikih podjetij, tudi slovenskih. Oba zelo cenim, zato sem vesela, da sta se odzvala mojemu vabilu.”

Kje po vašem nastanejo glavni problemi med novinarji, menedžerji in piarovci?

“Še vedno zagovarjam tezo, da mora uspešen piarovec poznati novinarja in njegove želje – za začetek. Poznati mora menedžerjev urnik, navade, stil in značilnosti poslovanja v podjetju. A tudi menedžer mora biti sposoben komunikator, znati mora posre-

Kako menedžerjem svetujete, naj se odločijo za neki intervju ali ne (saj se njim pogostokrat tudi mudi)?

“Menedžer odloča o prioritetah. Podobno se v življenju odločamo, ali bomo dali prednost zdravju in družini ali zdravju in uspehu. Seveda je oboje pomembno. Od razmer v tistem trenutku pa je odvisno, čemu bo menedžer dal prednost – intervjuju ali poslovnemu sestanku. Pogosto se mora odločiti za manjše ‘zlo’ ali pa za tisto, kar je pomembnejše, ne za dobro ali slabo, in pri odločitvi se opira na pojasnila in nasvete svojega piarovca.”

V bistvu zagovarjate menedžerje in po drugi strani novinarje?

“Če je nekdo predsednik uprave ali vodilni kader, se pričakuje, da zna komunicirati z

Stran / Page: 16

Doseg / Reach: 0

Država / Country: SLOVENIA

Površina prispevka / Size: 1141 cm²

3 / 3

:: OBRAZ USPEHA



vsemi javnostmi in si zanje vzame čas, čeravno mu ga velikokrat primanjkuje. Recimo, dnevno se mi dogaja, da imam na stotine elektronske pošte in ogromno sestankov, v tem času ne naredim ravno veliko. Saj veste, če ste na sestanku, vas vse drugo počaka. Ampak od mene se pričakuje, da si vzamem čas za zaposlene kot pomembno interno javnost, prav tako pa tudi za preostale javnosti, med katerimi so mediji med pomembnejšimi. Nikogar po navadi ne zanima, da se mi zaradi vsakega poslovnega kosila, daljših sestankov ipd. delavnik podaljša, prav tako ne, da mnogo večerov ali vikendov namenim in posvetim delu, saj pogosto odgovore na novinarska vprašanja pišem ponoči. Ampak vem, da če sem obljubila novinarju odgovor, ga on pričakuje. Od mojega odgovora je odvisno tudi njegovo delo.”

Kaj za vas pomeni dober menedžer?

“Z vidika piarovca si želim predvsem profesionalno in korektno sodelovanje. Spoštujem ljudi, od katerih se lahko kaj naučim. Kot vsak zaposleni pa menim, da mora poleg znanja in izkušenj znati poslušati druge in jim dovoliti, da povedo svoje mnenje, ter imeti razvito sposobnost delanja kompromisov. Potreben pa je tudi smisel za ljudi in so ljudi. Da si zna vzeti čas za ljudi, tudi zapo-

!!...verjetno brez oddiha in športa ter potovanj sploh ne bi zdržala takega tempa. Načeloma mi ustreza dinamičen in poln urnik...

slene, podati povratne informacije in kar je pomembno, znati tudi pohvaliti. Ravno upravičena ali zaslužena pohvala je največja motivacija za zaposlenega, predvsem neposredno potem, ko je neko dobro dejanje storjeno.“

Vedno pogosteje vas lahko zasledimo tudi kot predavateljico, tako doma kot v tujini. Katere so glavne teme?

“Najpogosteje predavam o tem, kako uspešno sodelovati z mediji, še posebej različnim ciljnim skupinam, recimo piarovcem, menedžerjem, tajnicam, županom, dijakom, do- in

podiplomskim študentom. Izvajam delavnice javnega nastopanja in o internem komuniciranju. Poskušam vnesti polno dinamike, energije in konkretnih primerov.”

Omenili ste menedžerjev urnik, ki je običajno poln. Kaj pa vedno bolj poudarjena uravnoveženost med poslovnim in zasebnim življenjem?

“Po mojem mnenju je v današnjem času umetnost dobrega menedžerja, da zna nenehno iskati ravnotežje med enim in drugim – gre namreč za nikoli končan proces, ki zahteva konstantno usklajevanje v skladu s potrebami ene ali druge strani. Vse raziskave kažejo, da so tisti, ki uspešno usklajujejo, dolgoročno uspešnejši. Osebnostno verjetno brez oddiha in športa ter potovanj sploh ne bi zdržala takega tempa. Načeloma mi ustreza dinamičen in poln urnik, vendar moram napolniti izpraznjene baterije, da lahko potem še bolje delujem.“

Vaš moto?

“Vse se da, če hočeš in imaš energijo. Alergična sem na ljudi, ki rečejo, da se nekaj ne da. Sicer pa mi je všeč misel Georgea Bernarda Shawa, ki pravi, da nekateri vidijo stvari, kot so, in se vprašajo, zakaj. Jaz sanjam o stvareh, ki jih ni, in se vprašam: Zakaj pa ne?” P