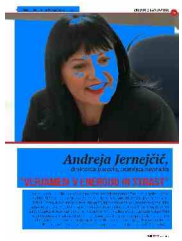
Direktor

Država: Slovenija

Doseg:

Stran: 9

Površina: 1.326 cm^2



09.11.2017
Četrtek

Simona Lobnik Ambrožič, odgovorna urednica

Andreja Jernejčič,

direktorica, piarovka, pisateljica, novinarka

"VERJAMEM V ENERGIJO IN STRAST"

V naslovnem intervjuju vam tokrat predstavljamo izjemno energično in karizmatično damo iskrivih oči, Andrejo Jernejčič, direktorico agencije za piar, komuniciranje in javno nastopanje Lin&Nil. Damo, ki je strastna v vsem kar počne, saj prekipeva od idej, predano svojemu delu, zastavljenim ciljem in ljudem s katerimi dela, uspešno poslovno žensko, ki verjame, da so vse sanje mogoče, ljubečo mamo in prijetno sogovornico, ki v sebi skriva mnogo zanimivega. Vodi majhno podjetje in tako bo tudi v prihodnje nam zatrdi, saj želi še naprej veliko delati sama in ohranjati stik s poslovnimi partnerji. Pred kratkim je izdala svojo tretjo knjigo z naslovom Biblija uspešnega piara, ki že prerašča domače meje, saj jo je moč dobiti tudi v tujini.

Objave so namenjene interni uporabi v skladu z odločbami ZASP in se brez soglasja imetnika pravic ne smejo prosto razmnoževati in distribuirati!

Začniva z zadnjo knjigo, ki ste jo izdali?

Knjiga je pravzaprav odgovor na potrebe mojih strank. Veliko predavam, imam delavnice o javnem nastopanju ali piaru, internem ali kriznem komuniciranju in ljudje me pogosto prosijo za še več informacij. Tako sem se lotila pisanja in nastala je tretja knjiga, ki je pred vami.

Skoraj 20 let ste se kalili kot novinarka, zatem ste delali kot piarovka in danes ste menedžerka. Nekje sem prebrala zanimiv opis, da ste edina menedžerka, ki zagovarja novinarje?

Verjetno je to zato, ker udeležencem predavanj rada podrobno povem, kaj je pravzaprav delo novinarjev in zakaj delajo na način, kot delajo. Ker jih naučim, kako naj se odzovejo novinarju. Govorim seveda iz osebne izkušnje, ker njihovo delo zares dobro poznam, ker jih res čutim. Tako najprej vsakemu, ki želi delati z mediji povem, da novinar mnogokrat potrebuje le stavek ali dva, kratko izjavo in ne pol ure dolgih odgovorov. Ni vse intervju, včasih novinar pripravlja kratek prispevek. Te osnove je dobro poznati in ločiti, saj na ta način lahko podjetnik vpliva na objavljeno. Če pa govori pol ure, pa bo seveda minuto odgovora, ki ga potrebuje, izbral novinar sam.

Prvi dve knjigi – Kako uspešno sodelovati z mediji in Skrivnosti javnega nastopanja – sta razprodani. Kaj napovedujete novi knjigi?

Mimo lahko rečem, da je v knjigi zbrano znanje, ki ga prav vsak potrebuje za vsakdanje delo. Je pravzaprav priročnik na 400 straneh, ki je še dodatno obogaten s 17 intervjuji znanih Slovencev, v njej je aktualni predsednik države Borut Pahor, minister Karl Erjavec, ljubljanski župan Zoran Janković, pa mnoga znana imena s poslovnega sveta, med njimi Janez Skrabec, Aleksander Mervar, Nikica Gabrić in Tanja Skaza. In naj zaključim misel z zapisom enega od intervjuvancev v pričujoči knjigi, ki pravi, "če preberete to knjigo, ne boste le preživeli medijske krize, temveč boste v njej blesteli". Lahko rečem, če ne upoštevate nasvetov iz knjige, tvegate prihodnost svojega podjetja in kariere. Dovolj razlogov torej, da je pred knjigo lepa pot.

Kaj pa se vam osebno zdi najpomembnejše v knjigi, ki ste jo spisali? Katero vsebino bi posebej izpostavili?

Vsak menedžer ve, kako pomembna je danes komunikacija. Ne zgolj z zaposlenimi in poslovnimi partnerji, ampak tudi z novinarji in drugimi javnostmi. Po eni strani smo priča številnim spremembam v novih kanalih, ki jih prinaša digitalizacija, kar posledično pomeni tudi poznavanje novih medijskih kanalov in nov način komuniciranja z mlajšimi osebami, ki bodo čez nekaj let močno zasedle naša mesta in mnoge med njimi bodo lahko zelo vplivne. Prav piar je eno od področji, ki je v mnogih podjetjih precej ohlapno ali neizpolnjeno do konca. Zato se rada pošalim, da je knjiga tudi za menedžerje, da bodo vedeli kaj vse piarovci delajo oziroma kaj naj njihovi piarovci ali agencije, če jih imajo, delajo. Pomembno je tudi zavedanje, da je piar danes integralna poslovna funkcija, o čemer pišem v knjigi in zato mora biti zelo prepleten in močno povezan z drugimi službami, ne zgolj z marketingom in kadrovsko, ampak tudi z razvojem, prodajo, poslovno asistenco. Z dobrim poznavanjem piara dosegamo večje poslovne uspehe, zato v knjigi najdemo tudi vsebine o digitalizaciji in o piarovskih trendih, ki jih je vredno poznati. Tako kot novinarjem se tudi nam v poslu nenehno mudi.

In ker je rdeča nit najinega pogovora vodenje, sem v knjigi, zanimivo, zasledila da svetujete tudi, kako reagirati, ko se zaposleni na položaju strokovnjaka za komunikacijo ne razume najbolje z nadrejenim.

Dejstvo je, da se pogosto zgodi, da piarovec in vodja ne govorita istega jezika, zdi se, kot da se energijsko ne ujemata. Spet govorim iz osebne izkušnje, ki sem jo doživela tudi sama. Za boljše delovanje je vsekakor smotrno, da razumemo, kako vodja deluje, kaj je zanj pomembno in kako bomo stkali pomemben odnos, ki ga na taki funkciji potrebujemo, da poznamo in čutimo vodstvo, zaposlene in druge javnosti. Dejstvo pa je, če se dva nikakor ne razumeta, bo verjetno eden odšel ali se umaknil.

— — Vsak menedžer ve, kako pomembna je danes komunikacija. Ne zgolj z zaposlenimi in poslovnimi partnerji, ampak tudi z novinarji in drugimi javnostmi. Po eni strani smo priča številnim spremembam v novih kanalih, ki jih prinaša digitalizacija, kar posledično pomeni tudi poznavanje novih medijskih kanalov in nov način komuniciranja z mlajšimi osebami, ki bodo čez nekaj let močno zasedle naša mesta in mnoge med njimi bodo lahko zelo vplivne."

Objave so namenjene interni uporabi v skladu z odločbami ZASP in se brez soglasja imetnika pravic ne smejo prosto razmnoževati in distribuirati!

Kako pa gledate na spremembe, digitalni piar, ki postaja stalnica v komunikaciji z javnostmi?

Kot pišem tudi v knjigi se sama sprašujem, kako bo moje podjetje delovalo čez 5 ali 10 let. Govorila sem z izjemnimi evropskimi strokovnjaki s tega področja. Kar so mi povedali, mi ni bilo všeč. Moram pa iti v to smer, če želim obstati. Danes je na svetu več telefonov, kot je ljudi, zobnih ščetk ali stranišč. Svet se spreminja korenito in spremembe so hitrejše kot kadarkoli doslej. Imamo mnoga družbena omrežja in vsak dan nastajajo nova. Mladi, sedaj stari 20 ali 30 let, bodo kmalu v večjem obsegu zasedli vodilne položaje. Njihov način komuniciranja, sprejemanja informacij je drugačen, kot je naš. Saj vemo, da ne berejo časopisov, ne gledajo televizije ... spremembe so torej nujne.

Bi koga iz knjige, ki je prispeval svoj pogled na stroko, posebej izpostavili?

Težko. Vse misli so izjemne. Veseli me, da pišejo, da je to knjiga, ki jo mora prebrati vsak ali imeti vsako podjetje. To je zame potrditev, da je bilo vredno pisati 3 leta in vložiti znanje 30 let.

Kako pa je po vaši oceni pozicioniran piar danes v Sloveniji?

Opaziti je napredek, a je še preveč ljudi, ki ga ne vzamejo dovolj resno. Menim, da je tako zato, ker še preveč ljudi sploh ne ve, kaj je piar, pa imajo v hiši strokovnjaka za komuniciranje. No, knjiga je namenjena tudi tem in

temu. Ce je nekdo vodja, ali če nekdo nastopa tudi če ni vodja, se od njega pričakuje, da zna nastopati enako kot razume in zna brati finance. In vsega se lahko naučimo. Vedno rečem, če te boli koleno, greš k zdravniku; pri nastopanju pa ljudje gredo kar na oder – češ, bom že dober, gledalci in poslušalci pa trpimo.

Knjiga v angleščini je kar pogumno dejanje, zakaj?

Delam in predavam tudi v tujini, po Evropi, v Dubaju pa sodelujem z zelo uspešno poslovno žensko Thorayo al Awadhi. Knjigo bom predstavila tudi njim. Če delaš v tujini je to nujno.

Poznam vas kot odločno osebo, naslovnico knjige pa so vam menda predlagali drugi, seveda strokovnjaki.

Drži (smeh). Moj naslov knjige bi se res glasil drugače. Vendar sem zaupala mojstrici Poloni Kisovec in oblikovalcu Gorazdu Roglju. Polona je predlagala naslovnico v stilu časopisa z večimi naslovi in mojo portretno fotografijo ter na moje pomisleke odgovorila: "Poglej, moški sploh ne bi razmišljal, ali bo na naslovnici, avtomatsko je. Ego gor ali dol. Sicer pa imajo tudi svetovni voditelji, kot sta Barack Obama in Hillary Clinton tudi sebe na naslovnici." Prevagalo je, ko je rekla, pa tudi Madonna je na naslovnici svoje knjige (smeh).

Madonna? Povejte več

Madonna je moja vzornica. Spoštujem, kaj je dosegla in od kod je izšla. Kako je vztrajna, a stroga do sebe in inovativna, pa tudi predrzna in pogumna. V bistvu si že dolgo želim, da bi se srečala z njo.

V uvodnih stavkih sem vas opisala kot direktorico, predavateljico, voditeljico, pisateljico, novinarko, mnoge vloge ... katera vam je najljubša?

Težko bi izpostavila eno samo. Res verjamem v energijo in strast. Vse, kar delam, poganja strast. Ni drugega zunanjega vzgiba. Morda povem drugače, jaz ne hodim v službo. Grem k "meni" in tu ustvarjam (smeh). Že pisamo imam tako, da imaš občutek, kot da si doma. Pri meni imamo tudi zajtrke, tu se s strankami dobivamo v bolj sproščenem vzdušju. V tem, kar ustvarjam, zares uživam.

In katere modrosti so vam kot menedžerki pomembne?

Z leti sem se naučila bolje poslušati in tudi slišati druge. Od vsakega človeka s katerim se pogovarjam, lahko nekaj zanimivega zvem, če mu znam prisluhniti. No, tu me čaka še kar nekaj dela (smeh). Cenim in dragocena so mi mnenja ljudi, ki jih spoštujem in mi kaj pomenijo. Na splošno pa se z mnenji okolice ne obremenjujem. Rada bi se še bolj naučila biti večkrat tiho, kot je to delal aktualni predsednik Borut Pahor v predvolilnem času. Sem opazovala in se učila.

Kateri moto vas spremlja?

'mej visoke cilje in drzni si živeti sanje.

Objave so namenjene interni uporabi v skladu z odločbami ZASP in se brez soglasja imetnika pravic ne smejo prosto razmnoževati in distribuirati!