**De public relations verzorgen**

PR staat voor public relations en heeft alles te maken met communicatie, medewerkers die hier aan meewerken worden voorlichters, pr medewerkers of communicatiemedewerkers genoemd. Communicatie is het uitwisselen van informatie. Een communicatie medewerker helpt allereerst mee om de relatie tussen een bedrijf of organisatie en de buitenwereld te onderhouden, In sommige gevallen ben je specifiek [verantwoordelijk](http://www.carrieretijger.nl/functioneren/professionele-eigenschappen/verantwoordelijk) voor de communicatie met bepaalde groepen. Zo kun je bij een groot bedrijf of organisatie verantwoordelijk zijn voor de communicatie met aandeelhouders of investeerders. Je kunt praktische taken hebben, zoals het woord voeren namens een directie het verzorgen van presentaties of persconferenties. Daarnaast heb je taken op het gebied van interne communicatie. Bij een grote bedrijven of organisaties is het belangrijk dat alle medewerkers weten wat er in de organisatie gebeurt. Als communicatiemedewerker werk je bijvoorbeeld mee aan een personeelsblad of je organiseert bijeenkomsten of videoconferenties. Jij en je collega's houden zich bezig met alle verschillende vormen van interne en externe communicatie voor een bedrijf of organisatie. Je werkt samen met collega's op het gebied van bijvoorbeeld strategische communicatie, interne communicatie, externe communicatie, mediavoorlichting en internetcommunicatie. Mensen die werkzaam zijn in de PR en communicatie zijn meestal het gezicht van de organisatie, het is daarom van belang dat deze medewerkers over de volgende eigenschappen beschikken:

* Taalvaardigheid in woord en geschrift is erg belangrijk als communicatie medewerker. Je bent de hele dag bezig met communicatie. Jeetie medewerker. over de volgende eigenschappen beschikken vertaald en bewerkt informatie naar een vorm die voor de doelgroep aantrekkelijk en begrijpelijk is. Dat gevoel voor taal heeft ook te maken met inzicht in communicatie.
* [Presentatievaardigheden](http://www.carrieretijger.nl/functioneren/communiceren/mondeling/modellen/presentatie).
* Representatief en flexibel.
* Assertieve instelling.
* [Analytisch vermogen](http://www.carrieretijger.nl/functioneren/professionele-vaardigheden/rationeel-denken/analyseren), maar niet alleen analyseren, maar ook snel kunnen denken, in korte tijd hoofd- en bijzaken van elkaar kunnen onderscheiden, problemen kunnen analyseren en prioriteiten kunnen stellen. Oog voor details en prioriteiten kunnen stellen.
* [Durf](http://www.carrieretijger.nl/functioneren/professionele-eigenschappen/durf) en [initiatief](http://www.carrieretijger.nl/functioneren/professionele-eigenschappen/initiatief), Soms moet je echt je mannetje staan, bijvoorbeeld als jouw bedrijf of organisatie in zwaar weer verkeert en jij bestookt wordt met pijnlijke of lastige vragen. In veel gevallen voer je het woord namens anderen.
* Organisatorisch inzicht, je moet vooral van veel dingen iets weten, en een [generalist](http://www.carrieretijger.nl/functioneren/ontwikkelen/persoonlijkheidsmodellen/generalist) zijn die zich snel ergens in kan verdiepen als dat nodig is.
* Nauwkeurigheid, goed en nauwgezet de teksten van anderen kunnen beoordelen, controleren en verbeteren.
* Brede belangstelling, je kunt je niet altijd bezighouden met onderwerpen en teksten die je leuk vindt. Je moet je ook goed kunnen verdiepen in onderwerpen waar je geen interesse of affiniteit mee hebt.
* [Samenwerken](http://www.carrieretijger.nl/functioneren/samenwerken/index_html), je zult veel moeten overleggen en samenwerken. Wie doet wat, en wie werken samen of ondersteunen elkaar?
* Inzicht, kennis en ervaring in communicatieprocessen. Je moet de media kennen als je broekzak.
* [Zelfstandigheid](http://www.carrieretijger.nl/functioneren/professionele-eigenschappen/zelfstandig). Je moet in staat zijn snel en zelfstandig beslissingen te nemen.

Het werk van voorlichters en communicatiemedewerkers is dus erg gevarieerd. Het is duidelijk geworden dat deze medewerkers dus eigenlijk alles regelen op het gebied van communicatie binnen een bedrijf of organisatie. De werkzaamheden zijn te verdelen in vier hoofdtaken:

* Verzorgen van de interne communicatie
* Perscontacten
* Publiekscontacten
* Sponsor en subsidiewerving

**Verzorgen van de interne communicatie**

Met interne communicatie wordt de communicatie bedoeld binnen een bedrijf of organisatie plaatsvindt. Het is een goede zaak dat alle medewerkers regelmatig op de hoogte worden gehouden over de ontwikkelingen die binnen de organisatie plaatsvinden. Dit gebeurt via een periodiek verschijnend nieuwsblaadje waarin alle nieuwtje staan, of via e-mail. Ook het verzorgen van vergaderingen of bijeenkomsten behoort tot het takenpakket. Door goede interne communicatie zullen de medewerkers zich gewaardeerd en betrokken voelen bij de organisatie. Verder is interne communicatie uiteraard van belang voor het goed draaien van een organisatie.

**Perscontacten**

De pers is een belangrijke communicatiedoelgroep voor je organisatie. Bij perscontacten moet je denken aan verschillende zaken op het gebied van publiceren, het sturen van persberichten naar de krant en het verzorgen van persconferenties, het verzorgen van rondleidingen en bijvoorbeeld het begeleiden van de pers tijdens het evenement. Maar het nieuws effectief onder de aandacht van de pers te brengen, valt nog niet altijd mee. Positieve contacten met de pers (journalisten) goed onderhouden kost tijd en om de boodschap helder en juist te formuleren, blijkt soms een lastige klus.

**Publiekscontacten**

Met publieks contacten bedoelen we alle communicatie van en naar het publiek, gasten of klanten. De werkzaamheden bestaan onder andere uit het beantwoorden van vragen en behandelen van klachten, het ontwerpen en verspreiden van folders en ander voorlichtingsmateriaal. Doorgaans wordt de receptie door communicatiemedewerkers bemand.

**Sponsor en subsidiewerving**

Het organiseren van een evenement gaat vaak gepaard met (hoge) kosten. Je kunt het zo organiseren dat de bezoekers van het evenement alle kosten dekken door het vragen van entreegeld. Afhankelijk van het soort evenement is dus een bepaald bedrag nodig om het te organiseren. Maar hoe kom je nu aan dat geld? Eerder is al behandeld dat de opdrachtgever vaak een bepaald bedrag beschikbaar stelt. Verder kun je ook op andere manieren zorgen voor extra inkomsten. Wanneer het evenement een belangrijk maatschappelijk, educatief of cultureel doel dient kan het in aanmerking komen voor subsidie. Subsidies worden door verschillende overheidsinstanties versterkt en kun je bijvoorbeeld aanvragen bij de gemeente. Daarnaast kun je donaties ontvangen van mensen, bedrijven of stichtingen die hetzelfde doel nastreven als de organisatie van het evenement. Er zijn ook bedrijven die hun naam willen verbinden aan evenementen waar veel publieke belangstelling voor wordt getoond. Als er namelijk veel publiek en pers op afkomst is dit ook gunstig voor het bedrijf dat zijn naam hieraan verbindt. Als tegenprestatie stellen ze dan vaak een geldbedrag beschikbaar voor de organisatie. Als je kleinschaliger te werk gaat kun je ook proberen om zaken in natura te regelen voor je evenement. Zo wil de plaatselijke bloemist vast wel een bloemetje beschikbaar stellen voor de gastspreker die je hebt uitgenodigd op je evenement of de banketbakker die een taart beschikbaar stelt. Sponsor en subsidiewerving zijn ook taken voor de communicatiemedewerkers.