

The background is a dark grey chalkboard with various white chalk sketches. In the top left, there's a large 'V' and a globe. In the middle left, a hand holds a telescope. In the bottom left, there's a stack of books. In the bottom center, an open book is shown. In the bottom right, there are sketches of a percentage sign, an exclamation mark, and a right-pointing arrow.

Halkla İlişkiler ve Mesleki İletişim – VII

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

- Hedef kitle tanımı
- Hedef kitlenin belirlenmesinde kullanılan ölçütler
- Hedef kitlenin sınıflandırılması, türleri ve sağladığı avantajlar
- Halkla ilişkilerde kamuoyu

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Hedef kitle tanımı:

- Robert Ross hedef kitleyi şu şekilde tanımlamaktadır:
 - Kuruluşun dikkate alması gereken, ortak beklentileri olan, kuruluşla doğrudan ya da dolaylı bağı olan insan topluluklarıdır (aktaran Peltekoğlu, 2018).
- Diğer bir deyişle işletmenin iletişim kurup mesajlarını iletmek istediği kişi ve kuruluşlar hedef kitleyi oluşturmaktadır.
- Günümüzde yoğun rekabet altında olan kuruluşlar hedef kitleleri ile işbirliği yapmadan, onların düşüncelerini dikkate almadan ayakta kalamazlar. Halkla ilişkiler de organizasyonun ürün, hizmet, plan, politika ve çalışmalarını hakkında kamuoyunu bilgilendirmek ve benimsetmek amacıyla yönetim hedeflerine katkıda bulunur (Uzoğlu-Bayçu, 2013, s.68).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Hedef kitlenin belirlenmesinde kullanılan ölçütler:

- Farklı sosyal paydaşlar arasından hedef kitleyi belirlemek için tek başına ya da kombinasyon halinde olmak üzere şu genel ölçütlere başvurulur:
 - **Coğrafi:** İnsanların nerelerde yaşadıkları doğal ve siyasi sınırlarla belirlenir. Kitle iletişim araçlarının seçimi ve nüfusun yoğunluğuna göre program kaynaklarının belirlenmesinde coğrafi ölçüte başvurulur.
 - **Demografik:** Daha çok cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum ve gelir düzeyi gibi kişisel özellikler üzerinden bazı değerlendirmeler yapılır.
 - **Psikografik:** Burada yapılan çalışmalarla tüketicinin-müşterinin-hizmetten yararlananın satın alma güdüleri, ilgi alanları, tavırları, inançları ve değerleri ile ilgili değişkenleri belirlenmeye çalışılır (Uzoğlu-Bayçu, 2013, s.69).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

▪ Hedef kitlenin belirlenmesinde kullanılan ölçütler:

- Farklı sosyal paydaşlar arasından hedef kitleyi belirlemek için tek başına ya da kombinasyon halinde olmak üzer şu genel ölçütlere başvurulur:
 - **Güç:** Toplumsal yaşamda güç piramidinin belirlenmesi ve insan gruplarının sınıflandırılması amacıyla kullanılır.
 - **Konum:** Bireylerin tutumlarını değil içinde buldukları konumu gösterir.
 - **İtibar:** İnsanların algılamalarında etkili olan bilgileri veya etkili olanları ifade eder. Bu hedef kitleler genellikle kanaat önderleri olarak öne çıkarlar.
 - **Üyelik:** İnsanların bir mesleki birliğe ya da gruplara üye olmaları ile ortaya çıkan bir takım aidiyetleri gösterir.
 - **Karar sürecindeki rol:** Kara sürecinde gözlem yapmak belirli durumlar karşısında kimlerin kara vermede etkili olduğunu göstermektedir (Uzoğlu-Bayçu, 2013, s.69).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Hedef kitlenin sınıflandırılması ve türleri:

- Hedef kitlenin sınıflandırmasına ilişkin bir çok yaklaşım bulunmaktadır. Bir yaklaşıma göre hedef kitleler şu şekilde sınıflandırılır:
 - **Oluşmamış hedef kitle:** Herhangi bir grup belirsiz bir durumla karşılaştığında ancak bunun bir problem olduğunun farkına varmadığı zaman, belirsiz, başka bir deyişle oluşmamış bir hedef kitle söz konusudur.
 - **Bilinçli hedef kitle:** İlgili grup problemin farkına vardığında artık bilinçli bir hedef kitleden bahsedilir.
 - **Aktif hedef kitle:** Grup hem problemin farkına varıp hem de önlem alma çabalarına giriştiğinde artık aktif hedef kitleden bahsedilir (Peltekoğlu, 2018).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

- **Hedef kitlenin sınıflandırılması ve türleri:**
 - Grunig'in sınıflandırmasına göre dört tip hedef kitleden bahsedilebilir:
 - **Her konuda aktif olan hedef kitleler**
 - **İlgisiz olan hedef kitleler:** Tüm konularda ihmalkar ve hareketsiz olarak tanımlanabilir.
 - **Tek konuya odaklanan hedef kitleler:** İlgili konunun sınırlandırılmış bir kısmında ya da tek bir konuda aktif olan hedef kitlelerdir.
 - **Kitle iletişim araçlarındaki yayınlardan sonra oluşan hedef kitleler:** Medyanın yaptığı yayınlardan sonra aktif hale gelir ve sorun kamuoyunun gündemini işgal etmeye başladığında oluşur (Uzoğlu-Bayçu, 2013, s.68-9).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Hedef kitlenin sınıflandırılması ve türleri:

- Bir başka gruplandırma çabasına göre hedef kitleler şu şekilde sınıflandırılır:
 - **İç ve dış hedef kitleler:** İç hedef kitle herhangi bir kurum içerisinde çalışan elemanlar, danışmanlar, yöneticiler, hissedarlar, direktörler vb.'den oluşmaktadır. Dış hedef kitle ise kuruluşla doğrudan ilgisi olmayan müşteriler, basın, tedarikçiler, eğitimciler, sosyal çevre olarak ifade edilebilir.
 - **Birincil, İkincil ve Marjinal hedef kitleler:** Bu hedef kitleler bir önem sırası bulunur. Buna göre, birincil hedef kitle kuruluşun çalışmalarına yardımcı olanlardır. İkincil hedef kitle daha az öneme sahip ama kuruluşla daha az teması olanlardır. Son olarak marjinal hedef kitle ise en az öneme sahip olan hedef kitle olup bu kitle ile ilgili faaliyetler oldukça sınırlıdır.

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Hedef kitlenin sınıflandırılması ve türleri:

- Bir başka gruplandırma çabasına göre hedef kitleler şu şekilde sınıflandırılır:
 - **Geleneksel-Mevcut ve Gelecekteki-Potansiyel hedef kitleler:** Geleneksel-mevcut hedef kitle kuruluşların çalışanları ve müşterilerden oluşmaktadır. Gelecekteki-potansiyel hedef kitle ise öğrenciler gibi potansiyel müşterilerden oluşan hedef kitledir.
 - **Savunanlar-Destekleyenler, Karşıtlar ve Fikrini İfade Etmemiş-Kararsız hedef kitleler:** Kuruluşlar kendilerini destekleyen hedef kitleler ile onların inançlarını destekleyici şekilde iletişim kurmalıdırlar. Diğer iki grupta iletişim kurulurken ise güçlü ve ikna edici iletişim stratejileri uygulanmalıdır (Peltekoğlu, 2018; Uzoğlu-Bayçu, 2013).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Kuruluşlar için hedef kitle örnekleri:

- **Sosyal çevre:** Kurumun çevresiyle olan ilişkileri yapısına bağlıdır. Her kurumun ilgi alanı ile ilişkili olarak çevresiyle ilgili gereksinimleri ve iletişim biçimleri farklılaşır.
- **Çalışanlar:** Kuruluşu hem dışarıya karşı temsil etme hem de kuruluş içerisindeki verimlilik faktörü olarak çalışanlar en önemli hedef kitledir. Kuruluşların faaliyetlerinde önce çalışanların ikna edilmesi büyük önem taşır (Peltekoğlu, 2018).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

- **Kuruluşlar için hedef kitle örnekleri:**
 - **Yöneticiler-denetçiler:** Yöneticiler hem kurumların mevcut işlerinin yönetiminde hem de yatırım ve yükselme gibi karar alma süreçlerinde karar verici konumda olduklarından oldukça önemli bir kesimi oluştururlar.
 - **Hammadde/hizmet sağlayıcılar-Tedarikçiler:** Hammadde sağlayanlar ile hammaddeyi kuruluşlara temin edenler olmak üzere iki gruptan oluşurlar. Bunlar da kuruluşların yatırımlarında işbirliği yaptıkları ve gerek ödemeler gerekse de temin noktasında iletişim kurulması gereken hedef kitlelerdir (Peltekoğlu, 2018).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

▪ Kuruluşlar için hedef kitle örnekleri:

- **Dağıtımıcılar:** Üretici ile tüketiciler arasında yer alan dağıtımıcılar genellikle bayiler ya da ofisler şeklinde karşımıza çıkmaktadırlar.
 - **Tüketiciler/Müşteriler/Hizmetten yararlananlar:** Hem ara mal kullanan kişi ya da kuruluşlar hem de nihai tüketiciler bu grubu oluştururlar.
 - **Kamuoyu önderleri:** Açıkladıkları görüşlerle diğer insanlar üzerinde etkili olabilen kişilerdir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde hedef kitleyi etkileme potansiyeline sahip oldukça etkili iletişim kaynaklarıdır (Peltekoğlu, 2018).
- **Önemli not:** Hedef kitle örnekleri artırılabilir ancak burada kafa karışıklığı yaratan bir unsura dikkat edilmelidir. **Aile** sosyolojik olarak toplumu oluşturan en küçük insan topluluğu olarak kabul edilir. Ancak biz aileyi tek başına hedef kitle olarak kabul etmiyoruz. Aile herhangi bir nitelendirme sıfatı ile ya da herhangi bir ürün ve hizmetle ilişkilendirme durumuna göre hedef kitle özelliği kazanır. Örneğin kuruluş çalışanlarının aileleri ya da çocuklu aileler vb.

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

- **Hedef kitlenin belirlenmesinin sağladığı avantajlar:**
 - Kampanya ile ilgili bütün grupların önceden saptanması,
 - Doğru iletişim araç ve tekniklerinin seçilmesi,
 - Mesajların etkili bir biçimde hazırlanabilmesi,
 - Bütçe ve kaynak kullanımında önceliklerin belirlenerek kaynak israfının engellenmesi (Peltekoğlu, 2018).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

- **Hedef kitlenin pratiđi (Uzoğlu-Bayđu, 2013):**
 - **Konu/Alan:** Sigorta Őirketi
 - **Hedef Kitleler:**
 - Çalışanlar
 - Potansiyel alıŐanlar
 - Yöneticiler
 - Potansiyel Yöneticiler
 - Okullarda ve üniversitelerde profesyonel uzmanlar
 - Mevcut poliçe sahipleri
 - Potansiyel poliçe sahipleri
 - Sigorta brokerleri
 - Ticaret ve meslek odaları
 - TBMM üyeleri
 - Ekonomistler
 - Finans yazarları
 - Finans kuruluşları
 - Borsa brokerleri
 - Yatırım uzmanları
 - Banka yöneticileri
 - Yazarlar

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Halkla ilişkilerde kamuoyu:

- **Kamuoyu:** Ülkenin genelinde ya da herhangi bir bölgesinde, ilinde ya da ilçesinde herhangi bir toplumsal olay karşısında, vatandaşların, toplumsal olaya karşı tepkilerine, eğilimlerine, düşüncelerine ve yaklaşımlarına genel olarak kamuoyu denilmektedir. Ortak çıkarları olan halk topluluğu olarak da tanımlanır.
- Halkla ilişkilerin etkililiği hedef kitle yanında kamuoyunu da etkileyebilme becerisi ile ölçülür.

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Halkla ilişkilerde kamuoyu:

- Demokratik toplumlarda kamuoyu oldukça önemlidir. Siyasal iktidar sahipleri ile kamu yöneticileri davranış ve tutumlarını kamuoyunun tepkisine göre ayarlamak zorundadır.
- Yazılı ve görsel basın, sosyal medya, sivil toplum kuruluşları kamuoyu oluşturmada oldukça etkindirler.
- Yöneticilerin eylemlerinin ve davranışlarının denetlenmesi ve olası hataların önlenmesi kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi ve yöneticiler üzerinde oluşturacağı baskı ile mümkündür (Tortop ve Özer, 2013, s.184-5).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Kamuoyu Bilgilendirme Modeli:

- Bu modelin öncü ismi Ivy Ledbetter Lee aynı zamanda halkla ilişkilerin de öncü ismi olarak anılmaktadır.
- Lee, kurum bundan zarar görse bile, bir kurumun faaliyetleri hakkında kamunun bilgilendirilmesi ve doğrunun söylenmesi gerektiği inancına sahiptir.
- 1902 yılında maden ocaklarındaki kötü çalışma koşullarını protesto etmek amacıyla, United Mine Workers sendikasının şemsiyesi altında 150.000 kişinin katılımıyla gerçekleşen Antrasit Kömür Grevi olayında Lee, sorunu saptamakla işe başlamıştır (Peltekoğlu, 2001 aktaran Ayhan-Yılmaz, 2013, s.111).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Kamuoyu Bilgilendirme Modeli:

- Lee, işçilerin lideri John Mitchell'in basına sürekli açıklama yaptığını, maden yöneticisi George F. Bear'ın basına açıklama yapmak bir yana, sorunu çözmeyi amaçlayan Roosevelt'le bile konuşmaktan kaçındığını tespit etmiştir.
- George Bear'ı basınla diyaloga ikna etmeyi başaran Ivy Lee, Bear ve diğer yöneticilerinin imzaladığı, "Antrasit Kömür endüstrisi yöneticileri, kömür madeninin bulunduğu bölgelerde, kamu yararını gözetmek için basına gerekli tüm bilgiyi zamanında aktaracaklardır" biçiminde açıklama yapmıştır (Peltekoğlu, 2001 aktaran Ayhan-Yılmaz, 2013, s.111).

HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARINDA HEDEF KİTLE

■ Kamuoyu Bilgilendirme Modeli:

- Bu modelde doğru ve eksiksiz bilgi sunma hedefi vardır.
- Sunulan bilgilerin hedef kitlede var olan şüpheleri ortadan kaldıracığı düşünülür.
- Kamuyu bilgilendirme modelindeki iletişim yönü de kaynaktan alıcıyadır ve tek yönlüdür.
- Bu modelde amaç bilginin topluma doğru bir şekilde yayılmasıdır. Çünkü amaç hedef kitleyi ikna etmek ve etkilemekten ziyade onlara doğru bilgilerin aktarılmasıdır.
- Bu modelde araştırma sadece hedef kitlenin profilini belirlemeye yönelik olarak gerçekleştirilir (Ayhan-Yılmaz, 2013, s.110).

Kaynakça

- Ayhan-Yılmaz, R. (2013). “Halkla İlişkiler Modelleri, Kurum İçi ve Kurum Dışı Halkla İlişkiler”. İçinde Der. Aydın Ziya Özgür. *Halkla İlişkiler*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, s.106-129.
- Peltekoğlu, F. B. (2018). *Halkla İlişkiler Nedir?* 10. Baskı, İstanbul: Beta.
- Tortop, N. ve Özer, M.A. (2013). *Halkla İlişkiler*. 11. Baskı. Ankara: Nobel.
- Uzoğlu-Bayçu, S. (2013). “Halkla İlişkilerde Stratejik Yönetim”. İçinde Der. Aydın Ziya Özgür. *Halkla İlişkiler*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, s.54-84.