Kurumsal iletişim stratejileri, kurumların amaç ve hedeflerine ulaşması, sürdürülebilirliklerini sağlaması ve hedef kitleleri nezdinde olumlu bir imaj ve itibar oluşturması amacıyla geliştirdikleri uzun vadeli ve planlı iletişim yaklaşımlarıdır. Kurumsal iletişim stratejileri, kurumun iç ve dış tüm iletişim çabalarını kapsayan ve bu çabalarda bir bütünlüğü hedefleyen stratejik bir yönetim aracıdır.

Kurumsal İletişimin Stratejik Önemi

- Kurumsal iletişim, kurumun **stratejik planlamasında kilit bir role sahiptir**. Ortak yararlar ve rekabet avantajı doğrultusunda bir kuruluşun çeşitli kitlelerle iletişim kurduğu stratejik yönetim sürecidir.
- Geçmişte daha çok taktiksel bir destek olarak görülen kurumsal iletişim, 1980'lerden itibaren kurumun hedeflerini gerçekleştirmek ve paydaşlar nezdinde **itibar sermayesi oluşturmak** amacıyla daha stratejik bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır.
- Kurumsal iletişim **stratejik bir yönetim işlevi** olarak tanımlanabilir. Bu yönüyle bir kurumun iletişim faaliyetlerine stratejik bir perspektif getirmekle birlikte aynı zamanda bu yaklaşımı kurumun genel stratejisine bağlayan bir köprüdür. Kurumsal iletişim; **misyon, vizyon, hedefler ve kurumsal stratejilerle yakından ilişkilidir**.
- Kurumsal iletişim, kurum kimliğini iç ve dış hedeflere ilettiği için de **stratejik bir süreç olarak değerlendirilebilir**.
- Günümüzde kurumların hedef kitlelerin fikir ve görüşlerine dayanması ve çevresiyle uyumlu hareket etmesi beklenmektedir. Bu nedenle, kurumlar destek sağlamak ve kabul edilmek için **belli taktik ve stratejiler doğrultusunda hareket etmelidirler**. Stratejik iletişim yönetimi, kurumların bu çabalarında yol gösterici bir süreci ifade etmektedir.

Kurumsal İletişim Stratejilerinin Temel Unsurları

- **Paydaş İlişkileri:** Kurumsal iletişimin en temel ve başat kavramlarından biridir. Bir kurumun paydaşları; müşteriler, çalışanlar, yatırımcılar, ilgili kamu, özel ve üçüncü sektör kuruluşları vb. olarak tanımlanabilir. Paydaş ilişkileri, bu ifade edilenler arasındaki iletişim sürecidir ve kurumsal sürdürülebilirlik ile de ilişkilidir. Kurumlar, paydaşlarıyla güçlü bir iletişim kurmak istediğinde yüksek düzeyde koordinasyon gereklidir.
- **Entegrasyon:** Örgütsel faaliyetlerin ve iletişim süreçlerinin stratejik koordinasyonu olarak tanımlanabilir. Kurumsal iletişim, iç ve dış iletişim faaliyetlerini birbiriyle entegre eden **bütüncül bir sistematiktir**. Her türlü farklı içsel ve dışsal iletişim biçiminin eşgüdümü bütünleşik bir yaklaşım içerisinde uygulanmalıdır.
- **Kimlik:** Kurumun markaları arkasındaki profilini ifade eder. Kurumsal iletişim alanında kurumsal kimlik, örgütsel kimlik ve sosyal kimlik olmak üzere üç farklı kimlik türünden bahsedilebilir. Kurumsal kimlik marka/itibar yönetimi ile ilişkilidir ve bir kurumun diğer kurumlardan farklı görünmek adına kendini dış paydaşlara sunuş şeklidir. Kurumun kimliği ve değerleri açık bir şekilde tanımlanmalı ve görünür kılınmalıdır. Kurumsal iletişim, kurum kimliğinin yaratılmasında ve bu kimliğin

sürdürülmesinde önemli faaliyet alanlarından birini oluşturmaktadır.
- **İmaj:** İletişimin örgütlenmesini vurgular. Arzulanan imaj ile kurumun hedef kitlelerince bilinen imajı arasındaki açığın azaltılması ve olumlu bir imaj yüklemesi yapılması kurumsal iletişimin amaçlarındandır.
- **İtibar:** Uzun dönemde etkin iletişim ile güçlendirilmiş tutarlı performansın sonucudur. Kurumsal iletişim sürecinde strateji, kimlik ve imaj öne çıkan kavramlar olmakla birlikte, kurumsal iletişim itibar kazanımına katkı sağlayan bir iletişim disiplinidir.

Kurumsal İletişim Stratejilerinin Planlanması ve Uygulanması

- Kurumsal iletişim stratejileri belirlenirken kurumun **amaç ve hedefleri** doğrultusunda hareket edilmelidir.
- **Hedef kitle açık bir şekilde tanımlanmalı** ve faaliyetler bu kitlelere yönlendirilmelidir.
- Kurumun **iletişim stratejisi genel kurumsal stratejilerle uyumlu ve bağlı** olmalıdır.
- İletişim planlaması; durum analizi, amaçların belirlenmesi, hedef kitlelerin belirlenmesi, mesajın biçimlendirilmesi, iletişim araçlarının seçimi, uygulama ve değerlendirme aşamalarını kapsar.
- Kurumsal iletişim faaliyetlerinin etkinliği ölçülmeli ve geri bildirimler dikkate alınarak gerekli dönüşümler yapılmalıdır.

Kurumsal İletişimde Kullanılan Araçlar ve Yaklaşımlar

- Kurumsal iletişim, medya ilişkileri, halkla ilişkiler, iç iletişim gibi farklı uzmanlık disiplinlerinde yapılan çalışmaları denetlemek ve koordine etmekten sorumlu bir yönetim işlevidir.
- **Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS)** faaliyetleri, stratejik bir iletişim aracı olarak kurumun tüm paydaşları üzerinde olumlu itibar oluşturmak ve itibarın devamını sağlamak amacına hizmet etmektedir. Kriz durumlarında KSS çalışmaları önemli bir bilgi kaynağı olarak da değerlendirilmelidir.
- **Sosyal medya**, kurumların sanal ortamdaki izleyicilere ulaşması, belirli hedef kitlelere erişmesi ve onlarla daha kişisel bir iletişim kurabilmesi için önemli bir araçtır. Sosyal medya stratejileri kurumun genel iletişim stratejisiyle örtüşmeli ve planlı bir şekilde yönetilmelidir.
- **Kurumsal bloglar**, hedef kitlede ve sosyal paydaşlarda kuruma karşı bir güvenin oluşmasını sağlar ve kurumun insani yönünü tanıtan samimi bir araç olarak algılanabilir. Blog kullanım stratejileri mevcut iletişim stratejilerine entegre edilmeli ve potansiyel olumsuzluklara karşı hazırlıklı olunmalıdır.
- **İç iletişim**, çalışanların kuruma yönelik duygu, düşünce, fikir ve algısını şekillendiren, itibarı besleyen ve planlı bir çabayı gerektiren süreçlerden biridir. Biçimsel ve biçimsel olmayan çeşitli iletişim kanalları aracılığıyla gerçekleştirilir. Çalışanların bilgilendirilmesi, motivasyonlarının artırılması ve kurumsal kimliği sahiplenmeleri iç

iletişim stratejilerinin önemli parçalarıdır.

Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

- Kurumsal iletişim sürecinde **koordinasyon** ve **bütünleşik bir anlayış** esastır. Farklı iletişim biçimlerinin eşgüdümü sağlanmalıdır.
- Kurumlar, hızla değişen sosyo-ekonomik çevreye ve rekabet koşullarına uyum sağlamak için dış çevreden bilgi almalı ve iletişim süreçlerini etkin kullanmalıdır.
- Kriz durumlarında etkili iletişim stratejileri uygulanmalı ve sosyal sorumluluk faaliyetleri bilgi kaynağı olarak değerlendirilmelidir.
- Çevrimiçi itibar yönetimi önemlidir ve kurumun online ortamdaki varlığı aktif olarak yönetilmelidir.

Sonuç olarak, kurumsal iletişim stratejileri, kurumların tüm iletişim faaliyetlerini kurumun genel amaçları ve hedefleri doğrultusunda planlı, koordineli ve bütünleşik bir şekilde yönetmesini sağlayan kritik öneme sahip yaklaşımlardır. Etkili bir kurumsal iletişim stratejisi, kurumun paydaşlarıyla sağlıklı ilişkiler kurmasına, olumlu bir imaj ve itibar oluşturmasına ve uzun vadeli başarısını desteklemesine yardımcı olur.