JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة أساسيات إدارة العلاقات العامة

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة أساسيات إدارة العلاقات العامة

دورة أساسيات إدارة العلاقات العامة دورة تدريبية أساسية مدتها أسبوع لمسؤولي العلاقات العامة وتنفيذيي الاتصال وموظفي التسويق المنتقلين إلى العلاقات العامة، وتنتهي بإعداد خطة العلاقات العامة السنوية المبنية على البحث والأهداف القابلة للقياس. فغرف الأخبار أصغر، ومنصات التواصل أسرع، والجماهير تتساءل عن الادعاءات، لذا تحتاج المؤسسات إلى ممارسين يكسبون التغطية ويحمون حسن السمعة. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في إدارة العلاقات العامة لهؤلاء الممارسين.

لماذا تهم إدارة العلاقات العامة الآن

تشكل ثلاثة ضغوط إدارة العلاقات العامة اليوم. فالصحفيون يغطون مجالات أكثر بزملاء أقل، لذا يفضلون المصادر التي ترسل مواد صحفية دقيقة جاهزة للنشر. وتتيح منصات التواصل لمنشور أو شكوى واحدة أن تصل إلى الآلاف قبل صياغة أي بيان. ويطلب القادة من مسؤولي العلاقات العامة إظهار النتائج لا قصاصات التغطية. فالمؤسسة ذات العلاقات العامة المنضبطة تكسب علاقات إعلامية موثوقة وسمعة مستقرة، والمؤسسة التي تفتقر إليها تتأخر في الاستجابة وتعجز عن إبراز قيمتها. وتستند الدورة إلى الممارسات المعتمدة في تخطيط العلاقات العامة، وإلى مبادئ برشلونة Principles 3.0 AMEC Barcelona لتحديد الأهداف وتقييم النتائج.

المستفيدون من إدارة العلاقات العامة

- مسؤولو العلاقات العامة الذين يكتبون البيانات الصحفية ويعرضون القصص ويرعون جهات الاتصال الصحفية
- تنفيذيو الاتصال الذين ينسقون الإعلانات عبر الصحافة ووسائل التواصل والفعاليات
- موظفو التسويق المنتقلون إلى العلاقات العامة الذين صار عليهم كسب التغطية بدل شرائها
- منسقو الفعاليات الذين يخططون للإطلاقات والإحاطات الإعلامية والأنشطة المجتمعية
- مسؤولو وسائل التواصل الذين يتعاملون مع التعليقات والإشارات المبكرة للقضايا

ويحقق المركز الإعلامي أو وحدة العلاقات العامة الصغيرة التي ترسل مسؤوليها معا أكبر فائدة، لأنهم يعودون بقائمة إعلامية واحدة وسجل قضايا واحد وتقويم سنوي واحد.

قدرات إدارة العلاقات العامة

ينتقل المشاركون من إصدار بيانات صحفية منفردة إلى إدارة دورة علاقات عامة مخططة ومبنية على الأدلة يعتمد عليها الصحفيون والقادة.

- تصميم أهداف العلاقات العامة من بحث الجمهور وأهداف المؤسسة — للمديرين الذين يعتمدون تقويم العلاقات العامة
- بناء القوائم الإعلامية وعروض القصص وفق تخصصات الصحفيين — للمحررين والمراسلين
- تحديد مواصفات البيانات الصحفية والحقائب الإعلامية وصحائف الحقائق — للمتحدثين الرسميين وغرف الأخبار
- تطبيق وسائل التواصل وأدوات الرصد على إعلانات العلاقات العامة — للمجتمعات الرقمية والعملاء
- اختبار البيانات المبدئية وسجل القضايا — للقادة أمام الأسئلة الصعبة
- حساب مقاييس النتائج للفعاليات والحملات — لأصحاب الميزانيات عند مراجعة نتائج العلاقات العامة

مصطلحات إدارة العلاقات العامة الأساسية

- العلاقات العامة — الجهد المخطط لبناء حسن النية والتفاهم بين المؤسسة وجماهيرها والحفاظ عليهما.
- القائمة الإعلامية — سجل محدث للصحفيين والوسائل والتخصصات وتفضيلات التواصل يستخدم لتوجيه عروض القصص.
- البيان الصحفي — وثيقة إخبارية قصيرة ببنية محددة تمنح الصحفيين الحقائق والاقتباسات وجهات الاتصال للقصة.
- الحقيبة الإعلامية — مجموعة مواد خلفية مثل صحائف الحقائق والسير الذاتية والصور والبيانات السابقة للصحفيين.
- البيان المبدئي — رد موجز معد مسبقا يصدر ريثما تتأكد الحقائق، يظهر أن المؤسسة على علم وتتحرك.
- الإعلام المكتسب — تغطية تتحقق بالقيمة الإخبارية والعلاقات لا بالدفع، مثل المقالات والمقابلات.

إدارة العلاقات العامة يوما بيوم

اليوم 1: وظيفة العلاقات العامة وجماهيرها

- رسم وظيفة العلاقات العامة — الأدوار وخطوط التبعية والوكالات الشريكة
- تحديد الجماهير — الإعلام والعملاء والموظفون والمجتمعات
- حدود العلاقات العامة والتسويق — الاهتمام المكتسب مقابل المدفوع
- مواثيق الأخلاقيات والدقة — صدق الادعاءات وحماية المصادر
- بحث الوضع الراهن — المراجعة المكتبية والاستبيانات والتدقيق الإعلامي

اليوم 2: التخطيط بالبحث والأهداف

- أهداف العلاقات العامة الذكية SMART — الوعي والموقف والفعل
- موجزات بحث الجمهور — أسئلة تشكل الرسائل
- صياغة الرسائل الرئيسية — ثلاث نقاط يتذكرها كل جمهور
- مصفوفة اختيار الأساليب — مواءمة الأنشطة مع الأهداف
- تقدير الموارد والجدول الزمني — الكوادر والموردون والموافقات

اليوم 3: العلاقات الإعلامية والمواد الصحفية

- بناء القائمة الإعلامية — التخصصات والوسائل وتفضيلات التواصل
- عرض القصص على الصحفيين — الزوايا الإخبارية التي يقبلونها
- كتابة البيان الصحفي — العنوان والمقدمة والاقتباسات
- تجميع الحقيبة الإعلامية — صحائف الحقائق والسير الذاتية والصور
- التحضير للمقابلات — مذكرات الإحاطة وعبارات الانتقال

اليوم 4: الفعاليات ووسائل التواصل والقضايا

- تخطيط فعاليات العلاقات العامة — الإطلاقات والإحاطات والأيام المجتمعية
- وسائل التواصل في العلاقات العامة — منشورات المركز الإعلامي والتواصل مع المؤثرين
- إعداد الرصد الاجتماعي — الكلمات المفتاحية والتنبيهات والتصعيد
- سجل القضايا — اكتشاف المخاوف الناشئة وترتيبها
- صياغة البيان المبدئي — الاستجابة الأولى قبل اكتمال الحقائق

اليوم 5: ممارسة خطة العلاقات العامة السنوية

- التقييم وفق Barcelona Principles 3.0 — المخرجات والنتائج والأثر
- تحليل التغطية — النبرة والانتشار وظهور الرسائل
- عيادة البيان الصحفي والعرض — تحرير متبادل لقصص حقيقية
- تمرين سيناريو القضايا — تطبيق السجل والبيان المبدئي
- خطة العلاقات العامة السنوية — التقويم والأهداف ومقاييس التقييم

تطبيق إدارة العلاقات العامة بعد الدورة

- إعادة بناء القائمة الإعلامية للمركز الإعلامي حسب التخصص والوسيلة وإرسال عرض قصة مخصص لإعلان قادم.
- فتح سجل قضايا مع تنبيهات الرصد الاجتماعي وصياغة بيانات مبدئية لأكثر ثلاث مخاوف احتمالا.

أسئلة حول إدارة العلاقات العامة

ما إدارة العلاقات العامة ولماذا تهم الآن؟

إدارة العلاقات العامة هي تخطيط الأنشطة التي تبني حسن النية بين المؤسسة وجماهيرها وتنفيذها. وتهم الآن لأن غرف الأخبار أصغر ووسائل التواصل أسرع والقادة ينتظرون من العلاقات العامة إظهار النتائج.

من أكثر الأدوار استفادة من تدريب إدارة العلاقات العامة؟

يستفيد مسؤولو العلاقات العامة وتنفيذيو الاتصال وموظفو التسويق المنتقلون إلى العلاقات العامة أكثر من غيرهم. كما يستفيد منسقو الفعاليات ومسؤولو وسائل التواصل، خاصة حين يرسل المركز الإعلامي عددا من مسؤوليه معا.

ما الفرق بين تدريب أساسيات إدارة العلاقات العامة ودورة متقدمة في إدارة العلاقات العامة؟

يغطي تدريب أساسيات إدارة العلاقات العامة الممارسة الجوهرية في التخطيط والعلاقات الإعلامية والمواد الصحفية والفعاليات والتقييم. أما الدورة المتقدمة فتفترض هذه الممارسة وتركز على قيادة الوظيفة والميزانيات والوكالات والاستراتيجية.

ماذا تعود به من تدريب إدارة العلاقات العامة؟

تعود بمسودة خطة العلاقات العامة السنوية. وتحدد الأهداف من البحث، وتقويم الأنشطة الإعلامية والفعاليات ووسائل التواصل، وسجل القضايا، ومقاييس التقييم التي يستخدمها مركزك الإعلامي مباشرة.

إدارة العلاقات العامة: الطريق إلى الأمام

توجه خطة العلاقات العامة السنوية أولا اختيار القصص والفعاليات وأنشطة التواصل التي يجدولها المركز الإعلامي للربع القادم. ويستخدمها مسؤولو العلاقات العامة وتنفيذيو الاتصال ومنسقو الفعاليات لإحاطة الصحفيين والقادة. وبعد ربعها الأول تجدر مراجعة الأهداف ومقاييس التقييم مقابل تحليل التغطية، لأن اهتمام الإعلام وأولويات الجماهير تتغير.