JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة

11 – 15 أكتوبر 2027

لندن

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة

المرجع: 788_29863 **التاريخ:** 11 – 15 أكتوبر 2027 **المكان:** لندن **الرسوم:** GBP 5800

دورة استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة دورة تدريبية مدتها أسبوع لمسؤولي الاتصال الحكومي والمتحدثين الرسميين وموظفي العلاقات العامة في الجهات العامة، يخرج منها المشاركون بخطة اتصال لمبادرة حكومية. ترتفع ثقة الجمهور بالمؤسسات العامة أو تنخفض اليوم بحسب سرعة الجهة ووضوحها حين تشرح نظاما جديدا أو تغييرا في خدمة أو حالة طارئة. تقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة.

لماذا تهم استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة الآن

تعيد ثلاث قوى تشكيل طريقة مخاطبة الجهات العامة للجمهور: جمهور يتابع الأخبار عبر المنصات الاجتماعية بدلا من الصحف، وادعاءات مضللة تنتشر أسرع من البيانات الرسمية، وقيادات تنتظر من الاتصال أن يغير السلوك لا أن يعلن القرارات فقط. الجهة التي تبني رسائلها على فهم الجمهور وتجيب عن الأسئلة بانفتاح تحافظ على ثقة الناس، أما التي تكتفي بالبيانات الصحفية فتخسر المساحة لصالح الشائعات. وتستند الدورة إلى الممارسات المعتمدة في حملات التوعية العامة والرؤى السلوكية وقياس الثقة.

المستفيدون من استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة

- مسؤولو الاتصال الذين يحولون القرارات إلى رسائل يستطيع الجمهور التصرف بناء عليها
- المتحدثون الرسميون الذين يجيبون الصحفيين ويظهرون في المقابلات باسم جهاتهم
- موظفو الإعلام العام الذين يديرون حملات التوعية وتغيير السلوك
- محررو القنوات الرقمية الذين يديرون الحسابات الرسمية والمواقع
- قادة اتصال الأزمات الذين يعدون البيانات الأولية وتحديثات الطوارئ

تستفيد الجهة أكثر حين يحضر متحدثها الرسمي وقائد حملاتها ومحرر قنواتها الرقمية معا ويتفقون على صوت واحد للمبادرة القادمة.

قدرات استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة

يتدرب المشاركون على الانتقال من الإعلان عن القرارات إلى رسائل مبنية على فهم الجمهور تكسب ثقته وتحافظ عليها.

- تقسيم شرائح الجمهور حسب المواقف واحتياجات المعلومات — قادة الحملات عند اختيار القنوات
- تصميم بيت الرسائل لتغيير في سياسة أو خدمة — القيادات التي تعتمد الرسائل
- إعداد المتحدث الرسمي للمقابلات الصعبة والإيجازات الصحفية — سمعة الجهة أمام الجمهور
- بناء حملة لتغيير السلوك بدعوات واضحة للتصرف — أصحاب السياسات الباحثون عن استجابة قابلة للقياس
- صياغة البيانات الأولية للأزمات والرد على الشائعات — خلايا التنسيق في الطوارئ
- قياس الثقة العامة ومدى وصول الحملات — المجالس التنفيذية التي تقرر المرحلة التالية

مصطلحات استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة الأساسية

- بيت الرسائل — هيكل في صفحة واحدة يضم الرسالة الرئيسية وثلاث ركائز داعمة والأدلة التي تسند كل ركيزة.
- البيان الأولي — رد قصير معتمد يصدر في الساعة الأولى من الحادثة ريثما تتأكد الحقائق.
- حملة تغيير السلوك — رسائل عامة مصممة لدفع الجمهور إلى فعل محدد مثل التسجيل أو ترشيد المياه أو أخذ اللقاح.
- التحصين المسبق — تنبيه الجمهور إلى ادعاء مضلل متوقع وأسلوبه قبل انتشاره.
- مؤشر الثقة — قياس مسحي متكرر لمدى تصديق الجمهور لمؤسسة ما واعتماده عليها.
- التغطية المكتسبة — تغطية إعلامية تتحقق بفضل القيمة الإخبارية لا بالإعلان المدفوع.

استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة يوما بيوم

اليوم 1: مشهد الثقة العامة

- محركات الثقة المؤسسية — الكفاءة والانفتاح والعدالة كما يراها الجمهور
- تقسيم شرائح الجمهور — المواقف والقنوات واحتياجات المعلومات
- رسم خريطة البيئة الإعلامية — غرف الأخبار والمنصات والأصوات المجتمعية
- أنماط المعلومات المضللة حول السياسات العامة — أين تبدأ الشائعات وكيف تنتشر
- تدقيق وظيفة الاتصال — الأدوار وسلاسل الاعتماد وسرعة الاستجابة

اليوم 2: الرسائل الاستراتيجية للمبادرات الحكومية

- بناء بيت الرسائل — الرسالة الرئيسية والركائز والأدلة الداعمة
- شرح الأنظمة بلغة واضحة — تقليل الالتباس والاستفسارات المتكررة
- تأطير الإصلاحات سرديا — ربط التغييرات بمنافع الجمهور
- اختيار مزيج القنوات — البث والمنصات الاجتماعية والإعلانات الخارجية واللقاءات المباشرة
- تسلسل إحاطة أصحاب المصلحة — من يعلم أولا قبل الإطلاق العام

اليوم 3: العلاقات الإعلامية والمتحدث الرسمي

- التحضير للإيجاز الصحفي — الرسائل المعتمدة والأسئلة المتوقعة
- أساليب المقابلة للمتحدثين الرسميين — العبور والصد والبقاء على الرسالة
- بناء العلاقة مع الصحفيين — كسب تغطية منصفة مع الوقت
- سلوك الحسابات الرسمية على المنصات — النبرة وأزمنة الرد والتصعيد
- التحصين المسبق والرد على الشائعات — تصحيح الادعاءات دون تضخيمها

اليوم 4: الحملات ورسائل الأزمات ومقاييس الثقة

- تصميم حملة تغيير السلوك — العوائق والمحفزات ودعوات التصرف
- البيانات الأولية وإيقاع التحديثات في الأزمات — الساعات الأولى من الحادثة
- تنسيق الرسائل بين الجهات — صوت واحد أثناء الطوارئ
- مقاييس تقييم الحملات — الوصول والتذكر والفعل المتحقق
- استطلاعات مؤشر الثقة وتتبع الانطباعات — الحكم على ثقة الجمهور عبر الزمن

اليوم 5: التطبيق العملي لخطة اتصال المبادرة الحكومية

- تشخيص الجمهور والثقة لمبادرة مختارة — تطبيق رؤى اليوم 1
- بيت الرسائل وخطة القنوات — تطبيق أساليب اليوم 2
- محاكاة المتحدث الرسمي تحت الضغط — تطبيق أساليب الإعلام في اليوم 3
- سيناريو أزمة ومقاييس التقييم — تطبيق أدوات اليوم 4
- استكمال خطة اتصال المبادرة الحكومية — الرسائل والمسؤولون والمقاييس المعتمدة

تطبيق استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة بعد الدورة

- بناء بيت رسائل للتغيير القادم في سياسة أو خدمة واختباره مع لجنة صغيرة من الجمهور.
- تنفيذ تمرين على البيان الأولي للأزمات مع المتحدث الرسمي ومحرري القنوات الرقمية.

أسئلة حول استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة

ما هي استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة ولماذا تهم الآن؟

هي الطريقة المخططة التي تشرح بها الجهة العامة قراراتها وتدير حملاتها وتستجيب في الأزمات كي يصدق الجمهور المعلومات الرسمية ويعمل بها. وتهم الآن لأن المنصات الاجتماعية والادعاءات المضللة تختبر ثقة الجمهور كل يوم.

من هم الأكثر استفادة من استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة؟

يستفيد منها مسؤولو الاتصال الحكومي والمتحدثون الرسميون وموظفو الإعلام العام ومحررو القنوات الرقمية وقادة اتصال الأزمات، لأن كلا منهم يتحدث باسم الجهة أمام الجمهور.

كيف تختلف استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة عن دورة عامة في العلاقات العامة؟

تركز على الجمهور والمبادرات الحكومية وتغيير السلوك والثقة المؤسسية، بدلا من الدعاية للعلامات التجارية في الشركات.

ماذا تعود به من استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة؟

تعود بخطة اتصال لمبادرة حكومية حقيقية تتضمن فهم الجمهور وبيت الرسائل واختيار القنوات وبيانات الأزمات ومقاييس الثقة.

استراتيجيات الاتصال الحكومي وبناء الثقة العامة: الطريق إلى الأمام

توجه خطة اتصال المبادرة الحكومية أول قرار حول طريقة الإعلان عن الإصلاح أو تغيير الخدمة القادم ومن يتحدث باسمه. يستخدمها المتحدثون الرسميون وقادة الحملات ومحررو القنوات الرقمية للتنسيق، سواء في حملة توعية صحية أو في إصلاح خدمات بلدية. وبعد الإطلاق تستحق نتائج مؤشر الثقة مراجعة جديدة، لأن ثقة الجمهور كثيرا ما تتغير حين يلمس التغيير حياته اليومية.