

يقدم

مركز إتش دي تي سي للتدريب

العرض الفني لبرنامج

حملات العلاقات العامة: من التخطيط وحتى التنفيذ



المقدمة

تعد حملات العلاقات العامة من الأدوات الأساسية التي تستخدمها المؤسسات لتعزيز صورتها، بناء علاقات قوية مع جمهورها المستهدف، وتعزيز التواصل الفعال مع وسائل الإعلام والجمهور بشكل عام. في هذه الدورة، سنتعرف على الأسس التي يقوم عليها تصميم وتنفيذ حملات العلاقات العامة، بداية من مرحلة التخطيط وحتى مرحلة التنفيذ.

سنستعرض خلال هذه الدورة كيفية تحديد الأهداف بدقة، واختيار الأدوات المناسبة لتنفيذ الحملة، إضافة إلى معرفة كيفية قياس نتائج الحملة وتقييم نجاحها. سنتناول أيضاً استراتيجيات بناء الرسائل المؤثرة وكيفية التعامل مع الأزمات التي قد تواجهها الحملة خلال فترة التنفيذ.

أهداف البرنامج

سيتمكن المشاركون في نهاية هذا البرنامج التدريبي مما يلي:

- فحص نطاق حملات العلاقات العامة والأغراض التي يمكن أن تحققها
- تطوير أسلوب في حل المشكلات لمطابقة استراتيجية حملة العلاقات العامة مع أهداف العمل
- التخطيط لحملات العلاقات العامة لتلبية الاحتياجات ووضع أهداف واضحة مع نتائج سلوكية قابلة للقياس
- فحص مجموعة واسعة من الحملات الناجحة للحكم على الاستراتيجيات المختلفة واستخدام القنوات ووسائل الإعلام
- قياس المخاطر التي تظهر أثناء الحملة من خلال زيادة التدقيق العام والإعلامي والتخطيط للتخفيف من هذه المخاطر
- تعرّف على كيفية تقييم حملات العلاقات العامة لإثبات نجاح الأعمال وتطوير منهجية الحملة

محاوور البرنامج:

★ العلاقات العامة في عالم الأعمال

- ✓ نظرة عامة على نطاق ودور العلاقات العامة في المنظمة
- ✓ تقييم حالة العلاقات العامة الخاصة بك
- ✓ تحديد الأهداف لتلبية احتياجات عملك
- ✓ إطار التخطيط للحملات
- ✓ تكلف الحملة
- ✓ كتابة اقتراح الحملة الخاصة بك

★ تحديد أهداف الحملة وموضوعاتها

- ✓ نهج حل المشكلة
- ✓ عملية الحملة ونظرية التواصل
- ✓ ترجمة الأهداف إلى مفهوم عملي للحملة
- ✓ تخصيص الموارد وجدولتها
- ✓ تطوير بيت الرسالة
- ✓ رواية القصص والإبداع في المراسلة

★ اختيار مزيج الوسائط الصحيح

- ✓ تحديد الجمهور المستهدف
- ✓ تقييم رأي أصحاب المصلحة فيك
- ✓ اختيار الوسيلة المناسبة للجمهور المناسب
- ✓ الأخبار وجيل الميزات
- ✓ هل هي قصة – ما الفائدة منها لوسائل الإعلام؟
- ✓ الأحداث والدعوات والبيانات الصحفية

★ وسائل التواصل الاجتماعي والتأثير

- ✓ إشراك وسائل الإعلام "الداخلية"
- ✓ استخدام التصوير الفوتوغرافي والفيديو
- ✓ وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات
- ✓ استخدام المؤثرين والشهادات
- ✓ دور موقع الشركة
- ✓ إدارة الأزمات والطوارئ

★ تقييم تخطيط الحلقة

- ✓ بناء فريق الحملات الداخلية
- ✓ تقييم وإدارة الأداء
- ✓ شراء المساعدة – ما الذي تبحث عنه والحصول على أفضل النتائج؟
- ✓ تقييم الحملات
- ✓ تقارير الحملة
- ✓ خطة العمل الشخصية

الفئة المستهدفة:

المدراء والمشرفون المشاركون في تخطيط أو إدارة حملات العلاقات العامة.

أساليب التدريب:

- التعلم القائم على التكنولوجيا.
- المحاكاة في التدريب.
- التوجيه أثناء العمل.
- تدريب بقيادة المدربين.
- فرق العمل والأدوار.
- الأفلام والفيديو.
- دراسات حالة وورش العمل.

المخرجات :

- التخطيط لحملة علاقات عامة مع تحديد الأهداف والجمهور المستهدف.
- إعداد رسائل إعلامية مؤثرة ومتوافقة مع الأهداف.
- اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة لنقل الرسائل.
- تنفيذ الحملة بشكل فعال مع متابعة نتائجها.
- التعامل مع الأزمات الإعلامية بشكل سريع.
- قياس الأداء وتقييم نجاح الحملة باستخدام أدوات التحليل.