

---

---

بزودی منتشر می شود:

## روابط عمومی ۲

---

---

عنوان: روابط عمومی ۲

نوشته: دیردر بریکنریج

ترجمه: زهرا بابازادگان

انتشارات: کارگزار روابط عمومی

اولین بخش کتاب باید چیزی در قلمرو آنچه با آن آشنایی دارید باشد، مطالبی درمورد اینکه چگونه متخصصین روابط عمومی به سمت جلو پیش می روند و بهترین مهارت ها را برای کار و شکوفایی در دنیای وب 2 می آموزند. فصل ۱، "روابط عمومی ۲ اینجاست" چندین استراتژی را در اقدامات و بخش هایی که در روابط عمومی ۱ مورد استفاده قرار می گرفت، از جمله بازاریابی ویروسی، خبرنامه های آنلاین را بارزتر می سازد.

فصل ۲، "با تحقیقات ۲ کار را آغاز کنید" یک بررسی کلی از تکنیک های تحقیقی جدید است که همیشه برای متخصصین روابط عمومی جالب بوده است.

فصل ۳، وقتی مقدمه ای بر تحقیق به پایان می رسد، "تحقیق با منابع تخصصی" ما را راهنمایی می کند که با محققین حرفه ای آنلاین چگونه می توان کار کرد.

فصل ۴، "دستیابی به رسانه سیم دار برای پوشش بهتر" برای شما فرصتی فراهم می آورد تا از آنچه رسانه ها در مورد ساختار روابط با آنها و بهترین راه برقراری ارتباط بر مبنای منظم و قاعده مند عقیده دارند، پی ببرید.

فصل ۵، "نظارت بهتر برای روابط عمومی ۲" برای دستیابی به موفقیت از اهمیت زیادی برخوردار است. فصل ۵ شما را به بهترین خدمات رسانی ها رهنمون می سازد و اینکه چگونه تهیه کنندگان سرویس های روابط عمومی تخصصی از راهکارهای نظارتی نوین برای کمک به برند ها استفاده می کنند تا از گفتگوهای اینترنتی مهم مطلع شوند.

بخش ۱، "انتقال به روابط عمومی ۲"، بخش خلاصه شده کتاب است که پلی بر روی شکاف بین روابط عمومی گذشته و روابط عمومی در حال ظهور ایجاد می کند. هدف آن آماده سازی شما برای سفری در این وادی است. بخش ۲، "سمت و سوی جدید در روابط عمومی" شما را به راهی نوین رهنمون می شود تا در فصل ۶ دریابید، "اتاق های اخبار دوسویه یا تعاملی: چگونه رسانه ها را جذب کنیم"، داشتن اتاق های اخبار دو سویه آنلاین با منابع مختلف برای ادامه کار رسانه ها تا چه حد مهم است.

فصل ۷، "اعلان اخبار رسانه های اجتماعی: یک خانه تکانی عقب افتاده"، به شما این امکان را می دهد که از متخصصین، اخبار دست اول در مورد استفاده از رسانه های اجتماعی در اعلان خبر را بشنوید

فصل ۸، به عنوان ادامه رسانه های اجتماعی در اعلان اخبار، "شبکه اجتماعی: انقلابی آغاز شده است"، به بحث در مورد چند تریبون شبکه اجتماعی پر طرفدار، از جمله لینکدین، فیس بوک و مای اسپس و اینکه چگونه مردم در گفتگوهای شان گفت و شنود می کنند، پرداخته است.

فصل ۹، "تکنولوژی آر اس اس: ابزاری بسیار ساده برای توسعه میدان دسترسی"، به شرح جزئیات چگونگی کاربری متخصصین روابط عمومی از تکنولوژی آر اس اس برای گسترش دامنه توزیع می پردازد. آر اس اس دو کارکرد خیلی مهم دارد. اول اینکه برای شما و برند هایی که با آنها کار می کنید، اخبار و اطلاعات روزانه را سفارشی می کند. می توانید از آر اس اس به عنوان ابزاری برای نظارت بر بازار، میداین رقابتی، یا خود را در جریان رخداد ها قرار دادن استفاده کرد. هدف مهم دیگری که با آر اس اس می توان به آن دست یافت این است که به برند شما این امکان را می دهد که افرادی را که می خواهند از طریق سایت های خبری وب یا صفحات خانگی (هوم پیج) اطلاعات سفارشی دریافت کنند، اطلاعاتی در مورد برند شما می فرستد.

فصل ۱۰، "صوت و تصویر برای ارتباطات وب"، شما را با روش های موثر و جدید ویدئو و همچنین استفاده از فایل های صوتی یا پادکست های دانلود شده در کامپیوتر های مشتریان شما آشنا می کند.

فصل ۱۱ بر این موضوع تمرکز دارد که چگونه می توانید خود و برندتان را در رسانه های اجتماعی غوطه ور سازید. شما به عنوان یک متخصص روابط عمومی آموزش دیده اید که گوش خود را به بازار بسپارید تا دریابید چه مشتریانی می خواهند و ببینید که چگونه رفتار می کنند.

فصل ۱۲، "استفاده متخصصان از روابط عمومی ۲" و "۱۳ ذهنیات روزنامه نگاران روابط عمومی ۲" به شما نگرشی نوین از متخصصین روابط عمومی و نمایندگان رسانه ها ارایه می دهد که از بین طیف گسترده و متفاوت منابع سراسر کشور انتخاب گردیده اند. چندین مبتکر عرصه تکنولوژی از جمله جیمی ویلز، موسس ویکی پدیا، نظرات خود را در مورد رسانه های اجتماعی با ما در میان می گذارند.

این نظرات و اطلاعات ارائه شده در فصل ۱۴، "یک طرح روابط عمومی ۲" مورد بررسی قرار گرفته است که نگاهی دارد از نزدیک به چگونگی گرد هم آمدن استراتژی های روابط عمومی ۲ در طرح روابط عمومی ۲ که نمایانگر واقعی شرکت های قرن ۲۱ است.

بخش ۵ "آینده روابط عمومی ۲" با رسیدن به نتایجی به پایان می رسد که این نتایج از ایده اصلی مطالب عنوان شده در کتاب پشتیبانی می کند. روابط عمومی ۲ مسیری است برای دستیابی به روابط عمومی اصلی و بزرگ و سایر گفتگو هایی که از طریق کاربرد رسانه های اجتماعی باعث ارتقای ارتباطات و گسترش دامنه دستیابی برند به روابط شبکه ای می شود.

فصل ۱۵، "مسیری به روابط عمومی اصلی" در مورد "آینده روابط عمومی ۲" است. روابط عمومی ۲ آمده است تا بماند و نقشی که متخصص روابط عمومی بر عهده دارد، بسیار متفاوت است. در واقع باید گفت که موضوع به "در سال های آینده به چه شکلی در خواهد آمد؟" تبدیل می شود.

فصل ۱۵ با بهره گرفتن از دیدگاه های متخصصینی چون برایان سولیس، یکی از بنیانگذاران روابط عمومی ۲ و همچنین برایان کراس، یکی دیگر از متخصصین ارتباطات روابط عمومی ۲، شما را در چگونگی پیش رفتن در دنیای روابط عمومی ۲، در برنامه روزانه روابط عمومی چه از نظر شخصی و چه از نظر حرفه ای راهنمایی می کند. سوال "چگونه می توانم به عنوان متخصص روابط عمومی گامی به جلو بردارم؟" در خلال فصل های این کتاب پاسخ داده شده است. روابط عمومی ۲ به شما این آمادگی را می دهد که برای رسیدن به روابط عمومی عظیم تر با گام های بلندتر راه خود را آغاز کنید. موفق باشید و از سفر خود لذت ببرید.