

افزایش فرصت های موجود
برای پیشبرد «روابط عمومی ۲»

فقط تصور کنید ...

- در سال ۲۰۱۰ بر روی فن آوری رسانه های اجتماعی سرمایه گذاری بیشتری صورت خواهد گرفت.
- متخصصان روابط عمومی در سال ۲۰۱۰ به عنوان متخصصان رسانه های یکپارچه مطرح خواهند شد - در دست داشتن امکانات و ابزارهای رسانه اجتماعی کافی نیست.
- در سال ۲۰۱۰ حرکت از شبکه سازی و یافتن مشتری به سوی برقراری ارتباط و درک مشتریان صورت خواهد گرفت.

افزایش پیشبرد ...

ابتکار عمل ما در این مورد، درست مربوط به این مساله است.

مروری بر طرح افزایش پیشبرد ...

مرحله اول: آمادگی و تحول فکری

مرحله دوم: آموزش

مرحله سوم: تصمیم گیری، برنامه ریزی و پیاده سازی

می دانیم که ...

تک تک ما، نقش مهمی را در جهت افزایش پیشبرد و پیاده سازی تکنولوژی های کاربردی «روابط عمومی ۲» ایفا می کنیم.

از این جا شروع کنید ...

تحول فکری ...

یعنی آماده سازی سازمان و شرکت:

- کسب اطمینان از این که همه افراد فکر می کنند مفید واقع شده و مورد استقبال قرار می گیرند.
- کسب اطمینان از این که استفاده از تکنولوژی های کاربردی «روابط عمومی» ۲ یک الزام و نیاز است.
- کسب اطمینان از این که اطلاعات لازم در مورد تکنولوژی های کاربردی روابط عمومی و رسانه های جدید به همه کسانی که می بایست داده شده است.
- و هر ابزاری که باعث می شود سایر ابزارهای قدیمی و جدید ما کامل تر شود.

پشتیبانی ...

یعنی توجه و رسیدگی به کارکنان:

حصول اطمینان از این که همه کارگزاران روابط عمومی مورد حمایت واقع شده و به راحتی به موارد زیر دسترسی دارند؟

- آموزش
- ابزارها و تکنیک ها
- منابع انسانی
- مربی گری
- فرآیندهای سیستم
- مشاوره

می دانیم که ...

برای افزایش تجارب و دانش کارگزاران روابط عمومی باید نیازهای آن ها را برآورده ساخته و اطمینان حاصل کنیم که انواع روش های بهینه سازی و هم افزایی را به کار گرفته ایم ... همه اقدامات ما باید حامل موارد زیر باشد:

- تحول فرهنگی و فکری
- پشتیبانی
- امکانات و ابزارهای مورد نیاز

ابزارها ...

یعنی ابزارهایی که برای پیاده سازی تکنولوژی ها به آن نیازمندیم:

- کسب اطمینان از این که هر کارگزار روابط عمومی در مورد مسایل زیر آگاهی داشته و به آن ها دسترسی دارد:

○ راه حل های فیزیکی

○ فرآیندها و شیوه های عملی

- حصول اطمینان از این که این ابزارها موجب می شود کارگزار روابط عمومی کار خود را به طور موثر و کارآمد انجام دهد.

سازگاری فعالیت های ما با ...

اولویت های استراتژیک سازمان

۱) فراهم سازی تجارب بهتر برای کارگزاران روابط عمومی

۲) افزایش تجربیات و دانش کارگزاران روابط عمومی

۳) افزایش کارایی ساختارها، فرآیندها و روابط سازمانی

حمایت از سازمان / شرکت ...

از طریق حصول اطمینان از این که به هر اقدامی که مبادرت می ورزیم از سهولت لازم برخوردار بوده و به تضمین این مساله کمک می کند که کارگزاران روابط عمومی با استفاده از این ابزارها و تکنولوژی ها به موفقیت دست می یابند.

افزایش پیشبرد ...

بدین طریق آماده می شویم تا از کارگزاران روابط عمومی استقبال به عمل آوریم و این کار را با پشتیبانی از تکنولوژی های کاربردی «روابط عمومی ۲» صورت می گیرد انجام دهیم.

نقش روابط عمومی ...

می دانیم که:

آموزش مستمر، منظم، مداوم و هدفمند:

- باعث بروزرسانی اطلاعات کارگزاران روابط عمومی می شود.
- باعث ارتقای سطح دانش و مهارت های تخصصی و حرفه ای کارگزاران روابط عمومی می شود.
- موجب می شود کارگزاران روابط عمومی احساس غرور کرده و این احساس در آن ها تقویت شود.

نقش روابط عمومی ...

همه می دانیم که:

بسیاری از کارگزاران روابط عمومی نمی دانند، استادان و مدرسان روابط عمومی چگونه می توانند به آن ها کمک کنند.

نقش آموزش ...

ما به عنوان کارگزاران روابط عمومی، جهت حصول اطمینان از این که همه

فعالیت های ابتکاری که انجام می دهیم، از عمر مفید برخوردارند، اقدامات زیر را انجام می دهیم:

- کاشت (شروع کار)
- وجین کردن (توقف کار)
- پرورش دادن (ادامه کار)

نقش روابط عمومی ...

به محض این که طرح مربوط به کاشت، وجین و پرورش را اجرا کردید تا بدانید واحد روابط عمومی سازمان و شرکت شما تا چه حد می تواند به پیشبرد امور کمک کند، مساله را با مشاوران و صاحب نظران حوزه روابط عمومی در میان بگذارید. همه ما به صورت یکپارچه فعالیت می کنیم.

مشکریم!

همه کسانی که به آموزش مداوم و هدفمند اعتقاد دارند همگی از «برداشت» بهره مند می شوند.

به «دنیای جدید روابط عمومی» خوش آمدید!

بیایید پیشرفت کنیم!



PR2.0
Conference on
Public Relations 2.0



تهیه شده در:

«موسسه کارگزار روابط عمومی»