

# إدارة العلاقات العامة

د. آية عياد

PRL 621

برنامج ماجستير العلاقات العامة

المحاضرة السادسة



# إدارة العلاقات العامة

## المحاضرة السادسة

PRL 621

برنامج ماجستير العلاقات العامة

إعداد:  
د. آية عيَّاد

## الاتصال في حالات الأزمات وإدارة السمعة

مرحبًا بكم في المحاضرة السادسة من مقرر "إدارة العلاقات العامة"

- استعرضنا في المحاضرة الخامسة تعريف وأهمية الإعلام الرقمي في العلاقات العامة، وتطور الإعلام الرقمي وتأثيراته في العصر الحديث، وكذلك استراتيجيات الإعلام الرقمي في العلاقات العامة، ودور الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات، وأخيرًا قياس وتقييم الأداء بعد الأزمة.
- ونتناول في المحاضرة السادسة مبادئ الاتصال الفعال في الأزمات، التخطيط وتنفيذ الاتصال الفعال في الأزمات، العلاقات مع وسائل الإعلام خلال الأزمات والتعامل مع التغطية الإعلامية السلبية، وأخيرًا إدارة السمعة.

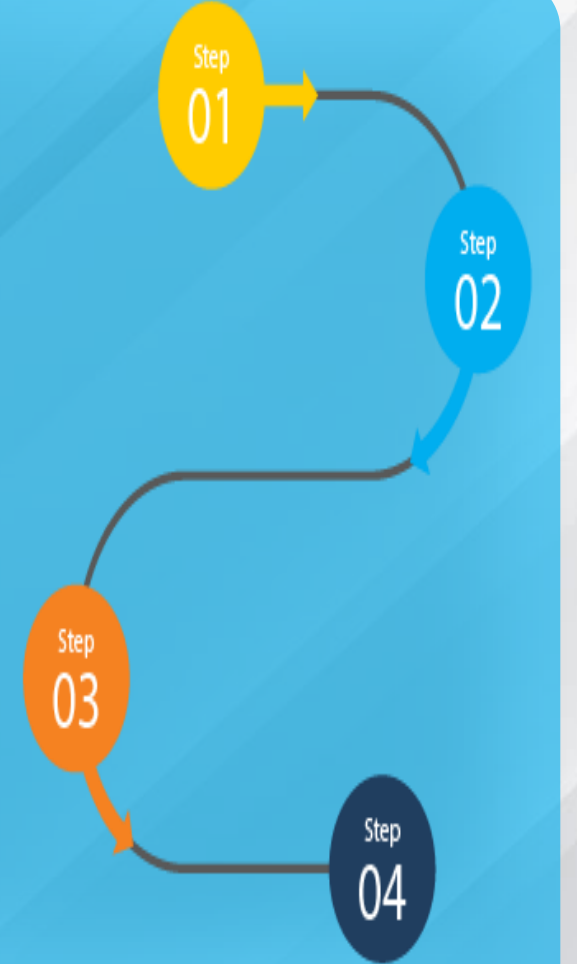
## الاتصال في حالات الأزمات وإدارة السمعة

أولاً: مبادئ الاتصال الفعّال في الأزمات

ثانياً: التخطيط وتنفيذ الاتصال الفعّال في الأزمات

ثالثاً: العلاقات مع وسائل الإعلام خلال الأزمات  
والتعامل مع التغطية الإعلامية السلبية

رابعاً: إدارة السمعة



01

## أولاً: مبادئ الاتصال الفعال في الأزمات



## الشفافية والمصداقية

تبرز أهمية الشفافية والمصداقية في إدارة الأزمات من خلال تمكّن المنظمات التي تتعامل بشفافية وتتحدى بالمصداقية من استعادة ثقة الجمهور وبناء سمعتها مجددًا بعد المرور بأزمة. وفي المقابل، يؤدي نقص الشفافية والمصداقية إلى تفاقم الأزمات، وفقدان الثقة، وتعرّض المنظمات لخسائر مالية ومعنوية كبيرة.

## تعريف الشفافية في سياق الأزمات

الشفافية: تعني الإفصاح عن المعلومات بوضوح وصدق، بما في ذلك التفاصيل الجيدة والسيئة. في سياق الأزمات، تتطلب الشفافية أن تكون المنظمة مفتوحة حول ما يحدث، الإجراءات التي تتخذها، وما يمكن أن يتوقعه الجمهور.

مثال: عند وقوع حادث صناعي، يجب على الشركة أن تبلغ بسرعة عن الحادث، الخسائر المحتملة، والإجراءات التي تتخذها لتأمين الموقع ومنع حوادث مستقبلية.

## أهمية المصداقية في بناء الثقة

- **المصداقية:** تتعلق بمدى الثقة التي يضعها الجمهور في المعلومات التي تقدمها المنظمة. تعتمد المصداقية على سجل الشركة في تقديم معلومات صحيحة ومتسقة.
- **بناء الثقة:** المصداقية العالية تساعد في بناء الثقة بين المنظمة والجمهور. في الأزمات، يمكن للثقة أن تسهم في تهدئة الجمهور والحصول على دعمه في مواجهة التحديات.

أمثلة واقعية للشفافية والمصداقية

أمثلة على منظمات تعاملت بشفافية مع الأزمات

تايلينول - (Johnson & Johnson) أزمة التسمم في عام 1982:

- الأزمات :تعرضت شركة Johnson & Johnson لأزمة كبيرة عندما اكتُشف أن بعض عبوات مسكن الألم "تايلينول" تحتوي على سم السيانيد، مما أدى إلى وفاة سبعة أشخاص.
- استجابة الشركة:
- شفافية :سارعت الشركة إلى استدعاء جميع عبوات تايلينول من الأسواق، مما كلفها ملايين الدولارات.
- مصداقية :عقدت الشركة مؤتمرات صحفية متكررة، وشاركت المعلومات بشكل مفتوح مع الجمهور ووسائل الإعلام.
- إجراءات :قدمت الشركة تغليفاً جديداً أكثر أماناً وزادت من إجراءات الأمان لمنع تكرار الحادث.
- النتيجة :ساهمت الشفافية والمصداقية في استعادة ثقة الجمهور سريعاً، وتمكنت الشركة من إعادة بناء سمعتها وزيادة حصتها السوقية بعد الأزمة.

## ستاربكس - حادثة توقيف رجلين من أصل إفريقي في عام 2018:

- **الأزمة:** تم توقيف رجلين من أصل إفريقي في أحد فروع ستاربكس بفيلا دلفيا لعدم طلبهما شيء أثناء انتظارهما لصديق، مما أثار اتهامات بالتمييز العنصري.
- **استجابة الشركة:**
  - **شفافية:** أصدر الرئيس التنفيذي كيفن جونسون اعتذارًا علنيًا وتحمل المسؤولية عن الحادث.
  - **إجراءات:** أعلنت الشركة عن إغلاق جميع فروعها في الولايات المتحدة ليوم واحد لتنظيم تدريب لموظفيها حول التحيز العنصري.
  - **مصادقية:** قدمت الشركة وعودًا بتحسين السياسات والإجراءات لضمان عدم تكرار الحادث.
- **النتيجة:** أسهمت استجابة ستاربكس الشفافة والمصادقية في تهدئة الغضب العام واستعادة الثقة في العلامة التجارية.

أمثلة على منظمات فشلت بسبب نقص الشفافية والمصداقية

### 1. فولكس واجن - فضيحة الانبعاثات في عام 2015:

- **الآزمة:** اكتُشف أن شركة فولكس واجن قامت بتثبيت برامج في سياراتها لتزوير نتائج اختبارات الانبعاثات، مما أدى إلى فضيحة عالمية.
- **نقص الشفافية والمصداقية:**
  - **إنكار ومماطلة:** حاولت الشركة في البداية إنكار المشكلة وتقليل من شأنها.
  - **عدم الإفصاح الكامل:** لم تكن الشركة شفافة في تقديم جميع التفاصيل المتعلقة بالفضيحة والإجراءات المتخذة لحلها.
- **النتيجة:** أدى نقص الشفافية والمصداقية إلى فقدان ثقة العملاء، فرض غرامات ضخمة، وتضرر كبير في سمعة العلامة التجارية على المدى الطويل.

أمثلة على منظمات فشلت بسبب نقص الشفافية والمصداقية

## 2. BP تسرب النفط في خليج المكسيك عام 2010:

- الأزمة :انفجار منصة Deepwater Horizon التابعة لشركة BP أدى إلى أكبر تسرب نفطي في تاريخ الولايات المتحدة.
- نقص الشفافية والمصداقية:
- استجابة غير كافية :تعرضت الشركة لانتقادات بسبب استجابتها البطيئة والغير كافية للأزمة.
- إخفاء المعلومات :لم تكن الشركة شفافة في تقديم المعلومات حول حجم التسرب والتأثير البيئي الكامل.
- النتيجة :أدى نقص الشفافية إلى تفاقم الأزمة، وفقدان الثقة العامة، وتكبد الشركة خسائر مالية ضخمة ودعاوى قضائية متعددة.

## السرعة والدقة

### كيفية تحقيق التوازن بين السرعة والدقة في تقديم المعلومات

- **السرعة:** تعني تقديم المعلومات بسرعة لمنع انتشار الشائعات. ومع ذلك، يجب أن تكون المعلومات المقدمة دقيقة.
- **التوازن:** يمكن تحقيق التوازن من خلال وجود خطة اتصال مسبقة، فرق مدربة، واستخدام أدوات لمراقبة المعلومات. يجب أن تكون المعلومات الأولية دقيقة ومحدثة بانتظام مع توفر المزيد من التفاصيل.

## السرعة والدقة

السرعة والدقة في الاستجابة للأزمات تلعبان دورًا حاسمًا في حماية سمعة المنظمات وإدارة الأزمات بفعالية. وسائل التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في زيادة سرعة نقل المعلومات، مما يعزز الحاجة إلى استجابات فورية ودقيقة. المنظمات التي تستجيب بسرعة ودقة تكسب ثقة الجمهور وتحافظ على سمعتها، بينما تؤدي الاستجابات البطيئة أو غير الدقيقة إلى تفاقم الأزمات وتضرر السمعة.

## تأثير السرعة والدقة على سمعة المنظمة

- **السرعة:** يمكن أن تؤدي السرعة في تقديم المعلومات إلى تعزيز سمعة المنظمة كجهة مسؤولة وموثوقة.
- **الدقة:** تجنب الأخطاء في المعلومات المقدمة يعزز الثقة ويمنع تدهور سمعة المنظمة.

دراسات حالة للسرعة والدقة في إدارة الأزمات

دراسات حالة لاستجابة سريعة ودقيقة

### 1. شركة طيران سولا - (Sully) هبوط طائرة في نهر هدسون: (2009)

○ الأزمة : هبوط اضطراري لطائرة تابعة لشركة US Airways على نهر هدسون بعد تعرضها لضربة طيور أوقفت محركاتها.

○ استجابة الشركة:

▪ السرعة : قام القبطان "سولي" بإبلاغ الركاب بسرعة وإجراءات السلامة اللازمة، ثم هبط بالطائرة على نهر هدسون بنجاح، مما أنقذ حياة جميع الركاب والطاقم.

▪ الدقة : بعد الهبوط، تم تنسيق عمليات الإنقاذ بشكل دقيق وسريع من قبل السلطات المحلية والشركة.

○ النتيجة : بفضل الاستجابة السريعة والدقيقة، تمكن القبطان والسلطات من إنقاذ جميع الركاب، مما أدى إلى تعزيز سمعة الشركة والقبطان كبطل.

## دراسات حالة للسرعة والدقة في إدارة الأزمات

### دراسات حالة لاستجابة سريعة ودقيقة

#### 2. شركة طيران ساوث ويست Southwest Airlines حادثه المحرك (2018):

- o الأزمة: تعرضت طائرة تابعة لشركة Southwest Airlines لعطل في أحد محركاتها أثناء الطيران، مما أدى إلى كسر نافذة ومقتل راكبة.
- o استجابة الشركة:
- o السرعة: اتخذ الطيار قرارًا سريعًا بهبوط اضطراري في أقرب مطار، وتم تقديم معلومات دقيقة للركاب طيلة الأزمة.
- o الدقة: تواصلت الشركة بشكل فوري ودقيق مع وسائل الإعلام وأسر الركاب، موضحة الحادث والإجراءات المتخذة.
- o النتيجة: رغم الحادث المأساوي، حظيت الشركة بتقدير واسع لاستجابتها السريعة والدقيقة، مما ساعد في الحفاظ على سمعتها.

دراسات حالة للسرعة والدقة في إدارة الأزمات

دراسات حالة لاستجابة بطيئة أو غير دقيقة

1. شركة تويوتا - استدعاء السيارات (2010):

○ الأزمة: تعرضت شركة تويوتا لأزمة كبيرة عندما بدأت سياراتها تتعرض لمشاكل في التسارع غير المقصود، مما أدى إلى حوادث ووفيات.

○ استجابة الشركة:

□ البطء: تأخرت الشركة في الاعتراف بالمشكلة واستدعاء السيارات المتضررة، واستمرت الأزمة لفترة طويلة دون حل.

□ عدم الدقة: قدمت الشركة معلومات غير دقيقة ومتضاربة حول أسباب المشكلة وكيفية التعامل معها.

○ النتيجة: فقدت تويوتا ثقة العملاء وتعرضت لانتقادات واسعة، مما أثر سلبًا على مبيعاتها وسمعتها لعدة سنوات.

دراسات حالة للسرعة والدقة في إدارة الأزمات

دراسات حالة لاستجابة بطيئة أو غير دقيقة

2. شركة - BP تسرب النفط في خليج المكسيك (2010):

○ الأزمة: انفجار منصة Deepwater Horizon التابعة لشركة BP أدى إلى تسرب نفطي ضخم في خليج المكسيك.

○ استجابة الشركة:

□ البطء: تأخرت الشركة في تقديم استجابة فعالة وفعالة لوقف التسرب ومعالجة آثاره البيئية.

□ عدم الدقة: قدمت BP معلومات غير دقيقة حول حجم التسرب والإجراءات المتخذة، مما زاد من عدم الثقة بها.

○ النتيجة: تفاقمَت الأزمة بسبب البطء وعدم الدقة، مما أدى إلى خسائر مالية ضخمة وتضرر كبير في سمعة الشركة.

## تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سرعة نقل المعلومات

### 1. السرعة في نقل المعلومات:

- وسائل التواصل الاجتماعي: أصبحت منصات مثل تويتر، فيسبوك، وإنستغرام مصادر رئيسية لنقل الأخبار العاجلة والمعلومات خلال الأزمات.
- التفاعل الفوري: يمكن للمنظمات والجمهور التفاعل بشكل فوري مع الأحداث، مما يزيد من سرعة نقل المعلومات وانتشارها.

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سرعة نقل المعلومات

## 2. التحديات والفرص:

### o التحديات:

❑ انتشار الشائعات: يمكن أن تنتشر الشائعات والمعلومات غير الدقيقة بسرعة كبيرة، مما يزيد من تعقيد إدارة الأزمة.

❑ الضغط الزمني: يضع وسائل التواصل الاجتماعي ضغطاً على المنظمات للاستجابة بسرعة، مما قد يؤدي أحياناً إلى ارتكاب أخطاء.

### o الفرص:

❑ التواصل المباشر: توفر وسائل التواصل الاجتماعي منصة للمنظمات للتواصل المباشر مع الجمهور وتقديم المعلومات الدقيقة بسرعة.

❑ رصد التفاعل: تمكن وسائل التواصل الاجتماعي المنظمات من رصد ردود الأفعال والتفاعل معها بسرعة لتحسين استراتيجيات الاستجابة.

## التعاطف

إظهار التعاطف في رسائل الشركات خلال الأزمات يساعد على بناء الثقة وتعزيز العلاقة مع الجمهور.

من خلال تحليل أمثلة ناجحة لحملات أظهرت تعاطفًا فعالاً، يمكن فهم أهمية استخدام النعمة العاطفية الصحيحة والرسائل الموجهة بدقة لتحقيق تأثير إيجابي.

الأنشطة العملية المتعلقة بتحليل الرسائل وكتابة رسائل متعاطفة تساعد على تطبيق هذه المفاهيم وتطوير مهارات الاتصال الفعّال خلال الأزمات.

## التعاطف

### كيفية إظهار التعاطف مع المتضررين

- **التعاطف:** يتضمن إظهار الفهم والتقدير للمشاعر والاحتياجات الخاصة بالمتضررين.
- **طرق الإظهار:** يمكن أن يكون من خلال البيانات الصحفية التي تعبر عن الأسف والتعاطف، دعم المتضررين بشكل عملي، والتواصل المباشر مع المتضررين.
- **مثال:** شركات تتواصل مع عائلات ضحايا حادث صناعي، تقدم المساعدة المالية والعاطفية.

### دور التعاطف في تخفيف التوتر

- **التخفيف من التوتر:** إظهار التعاطف يمكن أن يخفف من غضب وتوتر الجمهور والمتضررين، ويظهر أن المنظمة تهتم بمصالحهم ورفاهيتهم.
- **بناء الدعم:** يمكن أن يؤدي التعاطف إلى بناء دعم المجتمع للمنظمة، مما يسهل التعامل مع الأزمة.

## تحليل كيفية استخدام التعاطف في رسائل الشركات خلال أزمات مثل الكوارث الطبيعية أو الأزمات الصحية

### 1. دراسة حالة: كارثة طبيعية

◦ مثال: استجابة شركة كوكاكولا لكارثة تسونامي في اليابان

▪ تحليل الرسائل:

▪ الرسائل الرئيسية: إظهار التضامن والدعم للمجتمعات المتضررة.

▪ النعمة: مؤثرة ومتعاطفة، مع التركيز على الالتزام بمساعدة المتضررين.

▪ القنوات: بيانات صحفية، منشورات على وسائل التواصل الاجتماعي، حملات تبرعات.

▪ العناصر العاطفية:

▪ استخدام عبارات مثل "نحن نقف معكم" و"نعمل معًا لإعادة البناء".

▪ مشاركة قصص واقعية عن الأشخاص المتضررين وكيفية مساعدتهم.

## تحليل كيفية استخدام التعاطف في رسائل الشركات خلال أزمات مثل الكوارث الطبيعية أو الأزمات الصحية

### 2. دراسة حالة: أزمة صحية

o مثال: استجابة شركة جونسون آند جونسون لجائحة كوفيد-19

? تحليل الرسائل:

? الرسائل الرئيسية: التزام الشركة بصحة وسلامة العملاء والموظفين، وتقديم الدعم للمجتمع الطبي.

? النغمة: داعمة ومتفهمة، مع التركيز على الأمل والتعاون.

? القنوات: رسائل إلكترونية، منشورات على وسائل التواصل الاجتماعي، بيانات صحفية، إعلانات تلفزيونية.

? العناصر العاطفية:

? استخدام عبارات مثل "معًا نتجاوز هذه الأزمة" و"نشكر الأبطال في الصفوف الأمامية".

? عرض صور ومقاطع فيديو للعاملين في الرعاية الصحية والعملاء أثناء تعاملهم مع الأزمة.

## أمثلة لحملات ناجحة أظهرت تعاطفاً فعالاً

مثال: حملة "كوكاكولا" خلال تسونامي اليابان

الرسائل الرئيسية:

- "نحن معكم": تقديم الدعم المالي والمساعدات للمجتمعات المتضررة.
- "نعمل معاً": التنسيق مع المنظمات المحلية والدولية لتقديم المساعدات.

نتائج الحملة:

- بناء صورة إيجابية للشركة كداعم للمجتمعات في أوقات الأزمات.
- تعزيز ولاء العملاء وزيادة الثقة في العلامة التجارية.

مثال: حملة "جونسون آند جونسون" خلال جائحة كوفيد-19

الرسائل الرئيسية:

- "نشكر الأبطال": تقدير الجهود المبذولة من العاملين في الرعاية الصحية.
- "نحن هنا لدعمكم": تقديم منتجات طبية وأدوية مجانية للمجتمعات المتضررة.

نتائج الحملة:

- تعزيز سمعة الشركة كقائد في مجال الرعاية الصحية والمسؤولية الاجتماعية.
- تحسين صورة العلامة التجارية وزيادة الثقة بين العملاء والمجتمع الطبي.

## الاتساق في الرسائل

- مبادئ الاتصال الفعّال في الأزمات تشمل الشفافية، المصداقية، السرعة، الدقة، التعاطف، والاتساق. من خلال الالتزام بهذه المبادئ، يمكن للمنظمات تحسين قدرتها على إدارة الأزمات والتخفيف من تأثيرها على سمعتها وعلاقاتها مع الجمهور .
- والتحليل العملي للحملات الاتصالية المختلفة يساعد في فهم أهمية الاتساق في الرسائل.
- الأنشطة العملية، مثل كتابة رسائل متسقة عبر قنوات اتصال مختلفة، تمكن الطلاب من تطبيق المفاهيم المكتسبة وتطوير مهاراتهم في إنشاء رسائل اتصالية متسقة وفعالة.

## الاتساق في الرسائل

تحليل حملات اتصالية مختلفة وتقييم درجة اتساق الرسائل

دراسة حالة: حملة اتصالات ناجحة

◦ مثال: حملة شركة أبل عند إطلاق منتج جديد

▪ تحليل الرسائل: تقييم كيف كانت الرسائل متسقة عبر جميع القنوات (الإعلانات التلفزيونية، المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي، الموقع الإلكتروني).

▪ العناصر المشتركة: استخدام نفس الشعار، الألوان، والنغمة في جميع الرسائل.

▪ النتيجة: بناء صورة قوية ومتسقة للعلامة التجارية.

## الاتساق في الرسائل

تحليل حملات اتصالية مختلفة وتقييم درجة اتساق الرسائل

2. دراسة حالة: حملة اتصالات غير ناجحة

o مثال: أزمة شركة فولكسفاغن وانبعاثات الديزل

❓ تحليل الرسائل: تقييم كيف كانت الرسائل غير متسقة، وكيف أدى ذلك إلى فقدان ثقة الجمهور.

❓ العناصر المتناقضة: رسائل متضاربة من الإدارة العليا، عدم وضوح في الاعتذارات والتفسيرات.

❓ النتيجة: تأثير سلبي كبير على سمعة الشركة.

## الاتساق في الرسائل

تحليل حملات اتصالية مختلفة وتقييم درجة اتساق الرسائل

3. دراسة حالة: حملة اتصالات متوسطة النجاح

o مثال: أزمة شركة ناكي مع أحد الرياضيين المشهورين

[?] تحليل الرسائل: تقييم مدى اتساق الرسائل وكيفية تحسينها.

[?] العناصر المتغيرة: رسائل متسقة في البداية، ولكن تغيرت بمرور الوقت بناءً على ردود الفعل.

[?] النتيجة: تحسين تدريجي في الاتساق أدى إلى استعادة جزئية للثقة.

## الاتساق في الرسائل

تطبيق عملي: كتابة رسائل متسقة عبر قنوات اتصال مختلفة

### 1. تحديد السيناريو:

0 مثال: شركة طبية تواجه أزمة بسبب سحب منتج من الأسواق لوجود عيوب تصنيعية.

### 2. تقسيم الطلاب إلى مجموعات:

0 كل مجموعة تعمل على كتابة رسائل متسقة عبر قنوات اتصال مختلفة.

### 3. كتابة الرسائل:

#### 0 بيان صحفي:

□ العنوان: "شركة XYZ تسحب منتجًا طبيًا لضمان سلامة المرضى"

□ النص: "نعلن عن سحب منتجنا الطبي XYZ من الأسواق بسبب اكتشاف عيوب تصنيعية. نحن ملتزمون بسلامة المرضى ونعمل على معالجة المشكلة بأسرع وقت

ممكن. للمزيد من المعلومات، يرجى زيارة موقعنا الإلكتروني."

## الاتساق في الرسائل

تطبيق عملي: كتابة رسائل متسقة عبر قنوات اتصال مختلفة

0 منشور على وسائل التواصل الاجتماعي:

؟ "السلامة أولويتنا! نعلن عن سحب منتج XYZ لضمان أفضل معايير الجودة. للمزيد من التفاصيل، زوروا موقعنا."

0 رسالة داخلية للموظفين:

؟ "عزيزي الفريق، نود إعلامكم بأننا قررنا سحب منتج XYZ من الأسواق بسبب عيوب تصنيعية تم اكتشافها. نحن ملتزمون بسلامة المرضى ونسعى لضمان الجودة في جميع منتجاتنا. نطلب منكم دعمنا في هذه المرحلة لضمان تنفيذ هذا القرار بسرعة وفعالية."

4. عرض الرسائل وتقييمها:

0 كل مجموعة تعرض رسائلها المكتوبة أمام الفصل.

0 تقييم مدى اتساق الرسائل عبر القنوات المختلفة، وتقديم ملاحظات بناءة.

02

ثانيًا: التخطيط وتنفيذ الاتصال الفعال في الأزمات



## □ إعداد خطة اتصال للأزمات

### ■ عناصر الخطة الأساسية

#### 1. تحليل المخاطر:

○ تحديد المخاطر: تحليل أنواع الأزمات المحتملة التي قد تواجه المنظمة (مثل الكوارث الطبيعية، الحوادث الصناعية، الأزمات المالية).

○ تقييم التأثير: تقييم تأثير هذه المخاطر على المنظمة والجمهور المستهدف.

#### 2. الأهداف:

○ أهداف الاتصال: تحديد ما تسعى المنظمة لتحقيقه من خلال الاتصال أثناء الأزمة (مثل الحفاظ على السمعة، توجيه الجمهور، تقليل الضرر).

○ قياس النجاح: تحديد مؤشرات الأداء الرئيسية لقياس فعالية الاتصال أثناء الأزمة.



## □ إعداد خطة اتصال للأزمات

### ■ عناصر الخطة الأساسية

#### 3. الجمهور المستهدف:

○ تحديد الجمهور: تحديد الفئات المختلفة من الجمهور الذي يجب التواصل معه (مثل الموظفين، العملاء، المساهمين، وسائل الإعلام).

○ تفصيل الرسائل: تخصيص الرسائل لكل فئة من الجمهور بما يتناسب مع احتياجاتهم ومتطلباتهم.

#### 4. الرسائل الرئيسية:

○ الرسائل الأساسية: تحديد الرسائل الأساسية التي يجب توصيلها خلال الأزمة.

○ التوافق والاتساق: ضمان أن تكون الرسائل متسقة عبر جميع قنوات الاتصال.



## □ إعداد خطة اتصال للأزمات

### ■ عناصر الخطة الأساسية

#### 5. القنوات:

○ اختيار القنوات: تحديد القنوات الأكثر فعالية للتواصل مع الجمهور المستهدف (مثل البريد الإلكتروني، البيانات الصحفية، وسائل التواصل الاجتماعي، المؤتمرات الصحفية).

○ تنوع القنوات: استخدام مزيج من القنوات لضمان الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.

#### 6. فرق العمل:

○ تشكيل الفرق: تشكيل فرق متخصصة لإدارة الاتصال أثناء الأزمة.

○ تحديد الأدوار: تحديد الأدوار والمسؤوليات لكل فرد في الفريق لضمان التنسيق الفعال.



## □ إعداد خطة اتصال للأزمات

### ▪ خطوات إعداد خطة اتصال شاملة

1. جمع المعلومات: جمع كل المعلومات الضرورية حول المنظمة والمخاطر المحتملة.
2. تطوير الاستراتيجيات: تطوير استراتيجيات اتصال مختلفة للتعامل مع كل نوع من أنواع الأزمات.
3. إعداد القوالب: إعداد قوالب للبيانات الصحفية والرسائل الاجتماعية والمواد الأخرى لاستخدامها عند الحاجة.
4. مراجعة الخطة: مراجعة الخطة بانتظام وتحديثها بناءً على التغييرات في البيئة الداخلية والخارجية.
5. اختبار الخطة: إجراء محاكاة لتطبيق الخطة في سيناريوهات أزمة افتراضية للتأكد من جاهزيتها.

## □ التدريب والاستعداد

### ▪ أهمية التدريب الدوري للفريق

- زيادة الكفاءة: التدريب الدوري يعزز من كفاءة الفريق في التعامل مع الأزمات.
- تعزيز الثقة: يزيد من ثقة الفريق في قدرتهم على إدارة الأزمات بفعالية.
- اكتشاف الثغرات: يساعد التدريب في اكتشاف الثغرات في الخطة الحالية وتحسينها.

## □ التدريب والاستعداد

### ■ محاكاة الأزمات كجزء من التدريب

- محاكاة واقعية: إجراء محاكاة لأزمات حقيقية أو افتراضية يمكن أن تواجه المنظمة.
- التقييم والتصحيح: تقييم أداء الفريق أثناء المحاكاة وتقديم الملاحظات لتحسين الأداء.
- التكرار: إجراء المحاكاة بانتظام للحفاظ على جاهزية الفريق.

## □ تحديد المسؤوليات

### ▪ توزيع الأدوار والمسؤوليات أثناء الأزمة

- تحديد الأدوار: تحديد من هو المسؤول عن ماذا أثناء الأزمة (مثل المتحدث الرسمي، مدير الاتصال، فريق الدعم التقني).
- تفويض السلطات: تفويض السلطات بوضوح لضمان سرعة وفعالية الاستجابة.
- تنسيق الجهود: ضمان التنسيق بين الفرق المختلفة لضمان عدم وجود تضارب أو تكرار في العمل.

## □ القيادة الفعّالة في إدارة الأزمة

- القيادة الحاسمة: القيادة الفعّالة تتطلب اتخاذ قرارات حاسمة وسريعة.
- التوجيه والإلهام: توجيه الفريق وإلهامهم للعمل بفعالية تحت الضغط.
- التواصل الواضح: التأكد من أن جميع الأعضاء يفهمون دورهم ومسؤولياتهم والتوجيهات الصادرة من القيادة.

## □ تنفيذ الخطة

### خطوات تنفيذ الخطة أثناء الأزمة

1. تفعيل الخطة: عند وقوع الأزمة، تفعيل خطة الاتصال بسرعة.
2. تحديد الأولويات: تحديد الأولويات في الاستجابة بناءً على تقييم التأثير الفوري.
3. توزيع الرسائل: توزيع الرسائل الرئيسية عبر القنوات المحددة.
4. الاستجابة للإعلام: الاستجابة بسرعة لاستفسارات وسائل الإعلام وتقديم معلومات دقيقة وشفافة.

## □ تنفيذ الخطة

### كيفية مراقبة وتقييم الأداء أثناء الأزمة

- مراقبة التغطية الإعلامية: استخدام أدوات رصد وسائل الإعلام لمراقبة التغطية الإعلامية والاستجابة لها.
- جمع الملاحظات: جمع الملاحظات من الجمهور ووسائل الإعلام لتقييم استجابة الاتصال.
- تقييم الأداء: تقييم أداء فرق الاتصال وتحديد النقاط القوية والضعيفة.
- التحديث والتعديل: تعديل الخطة والاستراتيجيات بناءً على الدروس المستفادة لضمان تحسين الأداء في المستقبل.

## الخلاصة

التخطيط الفعّال للاتصال في الأزمات يتطلب إعداد خطة شاملة، تدريب الفرق بشكل دوري، تحديد الأدوار بوضوح، وتنفيذ الخطة بكفاءة. من خلال اتباع هذه الخطوات، يمكن للمنظمات تحسين قدرتها على التعامل مع الأزمات بشكل فعّال وتقليل تأثيرها السلبي.

03

## ثالثاً: العلاقات مع وسائل الإعلام خلال الأزمات



## □ إدارة الاستفسارات

كيفية التعامل مع استفسارات وسائل الإعلام بسرعة وفعالية

. تحديد المتحدث الرسمي:

◦ مسؤولية المتحدث الرسمي: تحديد شخص أو فريق يكون مسؤولاً عن التعامل مع استفسارات وسائل الإعلام لضمان

الاتساق في الرسائل.

◦ تدريب المتحدث الرسمي: تدريب المتحدث الرسمي على كيفية الرد على استفسارات وسائل الإعلام والتعامل مع

المواقف الصعبة.

## □ إدارة الاستفسارات

كيفية التعامل مع استفسارات وسائل الإعلام بسرعة وفعالية

. إعداد ردود جاهزة:

◦ تحضير قوالب الردود: إعداد قوالب لردود جاهزة يمكن تعديلها بسرعة بناءً على طبيعة الأزمة.

◦ تحديث المعلومات: التأكد من أن جميع المعلومات المقدمة محدثة ودقيقة.

. قنوات الاتصال:

◦ خط ساخن للإعلام: إنشاء خط ساخن خاص بوسائل الإعلام لتلقي استفساراتهم والتعامل معها بشكل فوري.

◦ البريد الإلكتروني: استخدام البريد الإلكتروني الرسمي للتواصل مع وسائل الإعلام وتقديم الردود بشكل مكتوب.

## □ تقديم المعلومات

- التأكد من دقة المعلومات:
  - التحقق من المصادر: التحقق من صحة المعلومات من مصادر موثوقة قبل تقديمها لوسائل الإعلام.
  - المراجعة الداخلية: مراجعة المعلومات مع الفريق الداخلي لضمان دقتها واتساقها.
- التواصل المستمر:
  - تحديث مستمر: تقديم تحديثات دورية لوسائل الإعلام حتى لو لم تكن هناك معلومات جديدة لتجنب انتشار الشائعات.
  - الشفافية: تقديم معلومات شفافة وصادقة حتى في حالة وجود أخبار سلبية.

## □ إجراء المقابلات

نصائح لإجراء مقابلات ناجحة مع وسائل الإعلام

. التحضير الجيد:

◦ جمع المعلومات: جمع جميع المعلومات الضرورية حول الأزمة وتحضير النقاط الرئيسية التي سيتم التطرق إليها.

◦ التدرب على الأسئلة المتوقعة: التدرب على الأسئلة المتوقعة وكيفية الرد عليها بوضوح وثقة.

. الهدوء والثقة:

◦ الحفاظ على الهدوء: البقاء هادئاً و متماسكاً أثناء المقابلة مهما كانت الأسئلة صعبة أو استفزازية.

◦ إظهار الثقة: التحدث بثقة ووضوح مع الحفاظ على لغة جسد مفتوحة وودية.

## كيفية التحضير للمقابلات والتعامل مع الأسئلة الصعبة

### . البحث والتحليل:

- البحث عن الصحفي: معرفة خلفية الصحفي أو المراسل الذي سيجري المقابلة وتحليل أسلوبه.
- تحليل الأسئلة المتوقعة: تحليل الأسئلة التي قد تطرح بناءً على طبيعة الأزمة وإعداد الردود المناسبة.

### . الإجابة بوضوح وإيجاز:

- الوضوح في الإجابات: تقديم إجابات واضحة ومباشرة دون التطرق إلى تفاصيل غير ضرورية.
- الإيجاز: الحفاظ على الإجابات مختصرة ومركزة لتجنب سوء الفهم أو التحريف.

### . إدارة الأسئلة الصعبة:

- عدم التجنب: عدم تجنب الأسئلة الصعبة أو المخرجة بل الرد عليها بصدق وشفافية.
- توجيه الحوار: إعادة توجيه الحوار إلى النقاط الرئيسية والرسائل الأساسية التي تريد المنظمة توصيلها.

## □ إصدار البيانات الصحفية

كيفية كتابة بيان صحفي فعال في وقت الأزمة

. الهيكل الأساسي:

- العنوان الرئيسي: عنوان واضح وجذاب يعكس جوهر البيان.
- الفقرة الأولى: توضيح النقاط الرئيسية بإيجاز (من، ماذا، متى، أين، لماذا، وكيف).
- التفاصيل الداعمة: تقديم تفاصيل إضافية تدعم النقاط الرئيسية.

. اللغة والأسلوب:

- اللغة الواضحة: استخدام لغة واضحة ومفهومة للجمهور المستهدف.
- التنسيق الجيد: استخدام تنسيق جيد للبيان يسهل قراءته وفهمه.

. التوقيت والتوزيع:

- التوقيت المناسب: إصدار البيان في توقيت مناسب لضمان وصوله إلى وسائل الإعلام في الوقت المناسب.
- التوزيع الفعال: توزيع البيان عبر قنوات الاتصال المناسبة لضمان وصوله إلى الجمهور المستهدف.

## □ إصدار البيانات الصحفية

أمثلة على بيانات صحفية ناجحة

. دراسة حالة:

- شركة طيران: بيان صحفي من شركة طيران بعد حادث طيران يوضح الإجراءات المتخذة لضمان سلامة الركاب وتقديم الدعم للأسر الضحايا.
- شركة تكنولوجيا: بيان صحفي من شركة تكنولوجيا بعد اكتشاف اختراق أمني يوضح الخطوات المتخذة لحماية بيانات العملاء والإجراءات المستقبلية لمنع حدوث اختراقات مشابهة.

## الخلاصة

إدارة العلاقات مع وسائل الإعلام خلال الأزمات تتطلب استجابة سريعة وفعالة للاستفسارات، تحضير جيد وإجراء مقابلات ناجحة، وإصدار بيانات صحفية واضحة ودقيقة.

## □ رصد التغطية الإعلامية

### أدوات وتقنيات رصد التغطية الإعلامية

- تحليل الأخبار: متابعة الصحف والمجلات والبرامج التلفزيونية والإذاعية للحصول على صورة شاملة عن التغطية الإعلامية.
- التقارير اليومية: إعداد تقارير يومية أو دورية تلخص التغطية الإعلامية وتبرز النقاط المهمة.
- الأدوات الرقمية:
  - محركات البحث: استخدام محركات البحث مثل Google News للبحث عن التغطية الإعلامية المرتبطة بالأزمة.
  - منصات الرصد الرقمي: استخدام منصات مثل Meltwater، Brandwatch، وHootsuite لرصد التغطية الإعلامية عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.
  - الإشعارات الفورية: إعداد إشعارات فورية على منصات الرصد للحصول على تحديثات لحظية عن التغطية الإعلامية الجديدة.

## استراتيجيات الرد على التغطية السلبية

• الرد المهني:

- الهدوء والاحترام: الرد على التغطية السلبية بهدوء واحترام دون الدخول في جدالات أو هجمات شخصية.
- التركيز على الحقائق: التركيز على تقديم الحقائق والمعلومات الصحيحة بدلاً من العواطف أو الدفاع المبالغ فيه.
- استخدام البيانات والأدلة:
- الأدلة الداعمة: تقديم بيانات وأدلة تدعم وجهة نظر المنظمة وتوضح الحقائق.
- الرسوم البيانية: استخدام الرسوم البيانية والمخططات لتوضيح المعلومات بشكل بصري وسهل الفهم.

## □ تطبيق عملي: تحليل تغطية إعلامية لأزمة حقيقية

### اختيار الأزمة:

- مثال: تسرب نفطي كبير من شركة نفطية) مثل أزمة BP في خليج المكسيك).

### جمع البيانات:

- استخدم Google Alerts و Mention لجمع مقالات وأخبار ومنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي المتعلقة بالأزمة.

### تحليل البيانات:

- تصنيف المقالات والأخبار بحسب طبيعتها (إيجابية، سلبية، محايدة).
- تحليل التعليقات والمشاركات لتحديد النغمة العامة لردود الأفعال.
- إعداد تقرير ملخص يتضمن النتائج والتوصيات.

## □ التصحيح والرد

استراتيجيات للرد على التغطية السلبية وتصحيح المعلومات الخاطئة

### 1. التقييم والتحليل:

- تحديد المعلومات الخاطئة: تحديد المعلومات غير الدقيقة أو المضللة في التغطية الإعلامية.
- تحليل تأثيرها: تقييم تأثير هذه المعلومات على سمعة المنظمة.

### 2. الرد السريع والدقيق:

- إصدار بيان رسمي: تقديم رد رسمي يتضمن المعلومات الصحيحة وتوضيح الأخطاء.
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: نشر الردود والتصحيحات عبر منصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور واسع.

## □ التصحيح والرد

استراتيجيات للرد على التغطية السلبية وتصحيح المعلومات الخاطئة

### 3. التواصل المباشر مع الإعلاميين:

- o الاتصال بالصحفيين: التواصل مع الصحفيين الذين نشروا المعلومات الخاطئة وتزويدهم بالحقائق.
- o تنظيم مؤتمرات صحفية: عقد مؤتمرات صحفية لتوضيح الموقف والإجابة على أسئلة الصحفيين.

### 4. الاستفادة من الأدوات الرقمية:

- o النشر على المدونات والمواقع: استخدام مدونة الشركة والموقع الرسمي لنشر التفاصيل والردود.
- o التعاون مع المؤثرين: التعاون مع المؤثرين لنشر الحقائق والتصحيحات.

## □ تطبيق عملي: صياغة ردود على تغطية إعلامية سلبية

1. تحديد السيناريو: مثال: شركة تواجه ادعاءات بتلوث منتجاتها بمواد ضارة.

2. صياغة الردود:

◦ البيان الرسمي:

▪ العنوان: "تصريح من شركة XYZ حول سلامة منتجاتها"

▪ النص: "نود أن نوضح أن منتجاتنا تخضع لأعلى معايير الجودة والسلامة. نأسف لنشر معلومات غير دقيقة ونؤكد أن جميع منتجاتنا آمنة. تمت مراجعة جميع عمليات الإنتاج والتأكد على خلوها من أي مواد ضارة".

◦ التغريدة على تويتر:

▪ النص: "نؤكد أن جميع منتجاتنا آمنة وتخضع لأعلى معايير الجودة. للمزيد من المعلومات، يمكنكم قراءة البيان الرسمي هنا [رابط البيان]".

◦ الرد على تعليق سلبي:

▪ النص: "نشكر اهتمامكم ونعمل بجد لتقديم منتجات آمنة. يمكنكم قراءة المزيد حول هذا الموضوع في بياننا الرسمي هنا [رابط البيان]".

3. محاكاة الردود: تقسيم الطلاب إلى مجموعات ومحاكاة سيناريوهات للرد على تغطية إعلامية سلبية. يتم تقييم الردود بناءً على الشفافية والدقة والفعالية.

٤٤

## رابعًا: إدارة السمعة



## إدارة السمعة

- إدارة السمعة في الأزمات هي عملية حماية وتعزيز صورة المنظمة أو الشخص أثناء وبعد وقوع أزمة.
- حماية وإعادة بناء سمعة المنظمة ومعالجة مخاوف أصحاب المصلحة تعتبران من الجوانب الأساسية في إدارة السمعة بشكل عام.
- تعد إدارة السمعة جزءًا حيويًا من العلاقات العامة؛ إذ تؤثر بشكل كبير على قدرة المنظمة على التعافي من الأزمة والحفاظ على ثقة الجمهور.



## 1. التخطيط والاستعداد المسبق

- تطوير خطة إدارة الأزمات :يجب أن تتضمن هذه الخطة السيناريوهات المحتملة، وخطوات الاستجابة، والأشخاص المسؤولين عن تنفيذها.
- التدريب والتمرين :يجب على الموظفين والعاملين في المنظمة التدرب بانتظام على تنفيذ خطة إدارة الأزمات.
- تقييم المخاطر بانتظام :التعرّف على التهديدات المحتملة واتخاذ خطوات للحد منها.

## 2. الشفافية والنزاهة

- الالتزام بالقيم الأساسية: بناء سمعة تقوم على النزاهة والأخلاق العالية.
- التواصل الشفاف: التواصل بوضوح وصدق مع الجمهور يساعد في بناء الثقة، يجب الاعتراف بالمشكلات وتقديم الحقائق دون تأخير.

### 3. التفاعل المستمر مع الجمهور

- التواجد الفعّال على وسائل التواصل الاجتماعي: مراقبة التفاعل والاستجابة للمخاوف والشكاوى.
- السرعة: الاستجابة السريعة يمكن أن تقلل من انتشار الشائعات والمعلومات الخاطئة.
- استخدام قنوات متعددة: التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، والموقع الرسمي، والمؤتمرات الصحفية لضمان وصول الرسالة إلى جميع الفئات المستهدفة.
- إجراء استطلاعات رأي بانتظام: فهم توقعات الجمهور ومخاوفه.

#### 4. التدريب والتعليم:

- تدريب الموظفين على إدارة الأزمات: تعزيز الوعي بأهمية السمعة وكيفية الحفاظ عليها.
- تعليم أفضل الممارسات: التأكد من أن الموظفين يعرفون كيفية التصرف في حالات الأزمات.



التخطيط وتنفيذ الاتصال  
الفعال في الأزمات

إدارة السمعة



مبادئ الاتصال الفعال  
في الأزمات

العلاقات مع وسائل الإعلام  
خلال الأزمات



**Thank You**