

إدارة العلاقات العامة

د. آية عيَّاد

PRL 621
برنامج ماجستير العلاقات العامة

المحاضرة السابعة



إدارة العلاقات العامة

المحاضرة السابعة

PRL 621

برنامج ماجستير العلاقات العامة

إعداد:
د. آية عيَّاد

مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات

مرحبًا بكم في المحاضرة السابعة من المقرر "إدارة العلاقات العامة"

- استعرضنا في المحاضرة السادسة مبادئ الاتصال الفعّال في الأزمات، التخطيط وتنفيذ الاتصال الفعّال في الأزمات، العلاقات مع وسائل الإعلام خلال الأزمات والتعامل مع التغطية الإعلامية السلبية، وأخيرًا إدارة السمعة.
- ونتناول في المحاضرة السابعة موضوع مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات، من تحديد وتحليل أصحاب المصلحة، واستراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية، إلى دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة ، وأمثلة تطبيقية ودراسات حالة.

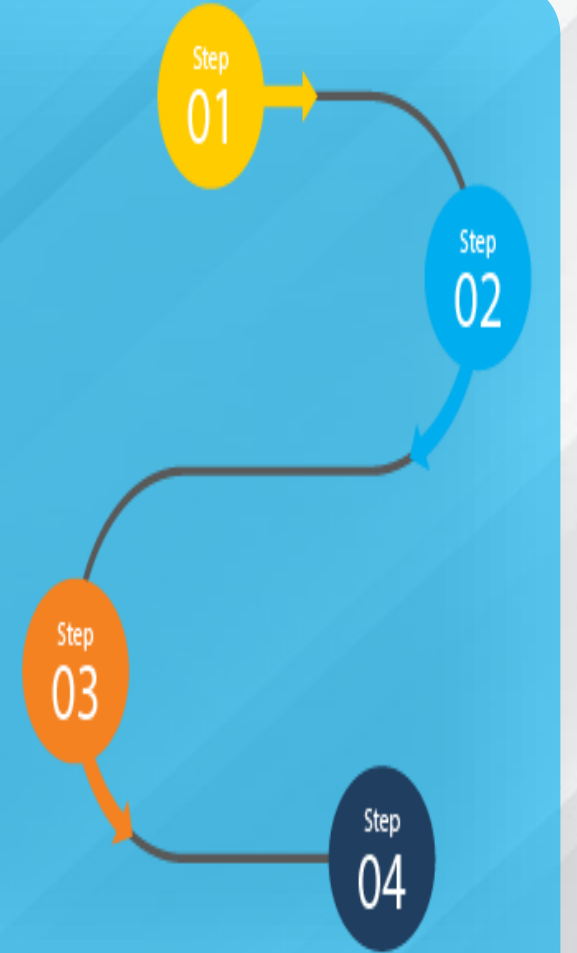
مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات

أولاً: تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

ثانياً: استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

ثالثاً: دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة

رابعاً: أمثلة تطبيقية ودراسات حالة



01

أولاً: تحديد وتحليل أصحاب المصلحة



تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

تعريف أصحاب المصلحة

أصحاب المصلحة هم الأفراد أو الجماعات الذين يتأثرون أو يمكن أن يتأثروا بعمليات وسياسات وقرارات المؤسسة. يمكن تصنيف أصحاب المصلحة إلى عدة فئات رئيسية:

- العملاء: الأفراد أو المؤسسات التي تشتري أو تستخدم منتجات أو خدمات المؤسسة. يشمل العملاء النهائيين والمستهلكين الصناعيين.
- الموظفون: العاملون داخل المؤسسة الذين يؤثرون بشكل مباشر على نجاحها من خلال عملهم وتفانيهم.
- المستثمرون: الأفراد أو الكيانات التي تستثمر رأس المال في المؤسسة وتتوقع عوائد مالية من هذه الاستثمارات.
- وسائل الإعلام: تشمل الصحف، والمجلات، والتلفزيون، والراديو، والإعلام الرقمي. تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًا في تشكيل الرأي العام ونشر الأخبار حول المؤسسة.

تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

تعريف أصحاب المصلحة

- الحكومة: الهيئات التنظيمية والسلطات الحكومية التي تؤثر على المؤسسة من خلال القوانين واللوائح والسياسات.
- المجتمع المحلي: السكان والمجتمعات المحيطة بالمؤسسة والتي يمكن أن تتأثر بأنشطتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.
- العملاء
 - الدور: العملاء هم مصدر الإيرادات الرئيسي للمؤسسة. رضاهم وولائهم يؤثران بشكل مباشر على نجاح المؤسسة واستمراريتها.
 - الأهمية: بناء علاقات قوية مع العملاء يعزز سمعة المؤسسة ويسهم في زيادة المبيعات والاحتفاظ بالعملاء.

تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

فهم دور وأهمية أصحاب المصلحة في إدارة العلاقات العامة

- الموظفون:
 - الدور: الموظفون هم القوة العاملة التي تنفذ استراتيجيات وسياسات المؤسسة. أدائهم يؤثر بشكل كبير على جودة المنتجات والخدمات.
 - الأهمية: توفير بيئة عمل إيجابية وداعمة يعزز من رضا الموظفين وإنتاجيتهم، ويساهم في تقليل معدل الدوران الوظيفي.
- المستثمرون:
 - الدور: المستثمرون يوفرون رأس المال اللازم لتوسيع الأعمال وتطوير المنتجات. يتوقعون عوائد مالية من استثماراتهم.
 - الأهمية: التواصل الجيد مع المستثمرين يعزز من ثقتهم بالمؤسسة ويزيد من فرص الحصول على التمويل اللازم للنمو.

تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

أهمية بناء العلاقات مع أصحاب المصلحة

1. تعزيز السمعة

- الشفافية والثقة: العلاقات الجيدة مع أصحاب المصلحة تعزز الثقة والشفافية، مما يؤدي إلى تحسين السمعة العامة للمنظمة.
- التواصل الإيجابي: العلاقات المتينة مع وسائل الإعلام تساهم في نشر الأخبار الإيجابية وتقليل تأثير الأخبار السلبية.

2. تحقيق الأهداف التنظيمية

- الدعم والاستقرار: أصحاب المصلحة الراضين يميلون إلى تقديم الدعم اللازم لتحقيق الأهداف التنظيمية، سواء من خلال الاستثمارات أو الشراكات أو الترويج للمنتجات والخدمات.
- التفاعل والتعاون: التعاون مع أصحاب المصلحة يمكن أن يؤدي إلى تطوير منتجات وخدمات جديدة، وتحسين العمليات التشغيلية.

3. إدارة الأزمات

- الاستجابة السريعة: العلاقات الجيدة مع أصحاب المصلحة تسهل التواصل الفعال والسريع خلال الأزمات، مما يساعد في إدارة الموقف وتقليل الأضرار.
- الدعم الجماعي: يمكن لأصحاب المصلحة أن يقدموا دعمًا فعالًا في أوقات الأزمات من خلال الدفاع عن المنظمة والمساعدة في استعادة الثقة.

تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

□ تحديد أصحاب المصلحة

كيفية تحديد أصحاب المصلحة المختلفين للمنظمة

1. تصنيف أصحاب المصلحة:

- داخليون: مثل الموظفين، الإدارة، والمساهمين.
- خارجيون: مثل العملاء، الموردين، المجتمع المحلي، وسائل الإعلام، الحكومة.

2. تحديد الفئات:

- التأثير المباشر: مثل العملاء الذين يتأثرون بشكل مباشر بمنتجات وخدمات المنظمة.
- التأثير غير المباشر: مثل المجتمع المحلي الذي قد يتأثر بأنشطة المنظمة البيئية والاجتماعية.

تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

أدوات تحليل أصحاب المصلحة

1. مصفوفة أصحاب المصلحة

- التأثير والاهتمام: تصنيف أصحاب المصلحة بناءً على مستوى تأثيرهم واهتمامهم.
- التصنيف إلى أربعة أقسام:
- عالي التأثير/عالي الاهتمام: يحتاجون إلى إشراك مستمر واستراتيجيات تواصل مستدامة.
- عالي التأثير/منخفض الاهتمام: يحتاجون إلى إشراك دوري وتحديثات منتظمة.
- منخفض التأثير/عالي الاهتمام: يحتاجون إلى معلومات منتظمة واستجابة سريعة للاحتياجات.
- منخفض التأثير/منخفض الاهتمام: يحتاجون إلى مراقبة دورية وتواصل محدود.

2. مصفوفة الطاقة والاهتمام

- الطاقة: مقدار السلطة أو النفوذ الذي يملكه أصحاب المصلحة.
- الاهتمام: مدى اهتمام أصحاب المصلحة بقرارات وأنشطة المنظمة.
- التصنيف: يساعد في تحديد الأولويات والتركيز على أصحاب المصلحة الأكثر أهمية.

تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

فهم اهتمامات واحتياجات أصحاب المصلحة

استخدام الاستطلاعات، المقابلات، والبحوث لفهم توقعات واحتياجات أصحاب المصلحة

1. الاستطلاعات

- استطلاعات الرأي: جمع البيانات الكمية حول توقعات واحتياجات أصحاب المصلحة.
- استطلاعات الرضا: قياس مستوى الرضا والتعرف على المجالات التي تحتاج إلى تحسين.

2. المقابلات

- المقابلات الفردية: توفير فهم أعمق لتوقعات واحتياجات الأفراد الرئيسيين.
- المجموعات البؤرية: جمع المعلومات النوعية من مجموعات محددة من أصحاب المصلحة.

3. البحوث

- البحوث الثانوية: تحليل البيانات الموجودة لفهم توجهات وسلوكيات أصحاب المصلحة.
- البحوث الأولية: إجراء دراسات جديدة للحصول على بيانات دقيقة ومحدثة.

تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

تحليل التوقعات لتحديد الأولويات والاستراتيجيات المناسبة

1. تحليل البيانات
 - تحليل SWOT: تحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات في العلاقات مع أصحاب المصلحة.
 - تحليل الفجوات: تحديد الفجوات بين توقعات أصحاب المصلحة والأداء الفعلي للمنظمة.
2. تحديد الأولويات
 - ترتيب الاحتياجات: تصنيف احتياجات أصحاب المصلحة بناءً على الأهمية والأولوية.
 - تحديد الاستراتيجيات: تطوير استراتيجيات محددة للتعامل مع كل فئة من أصحاب المصلحة.
3. تنفيذ الاستراتيجيات
 - خطة التواصل: تصميم خطة تواصل تستهدف تلبية احتياجات وتوقعات أصحاب المصلحة.
 - المتابعة والتقييم: قياس فعالية الاستراتيجيات وتعديلها حسب الحاجة لضمان تحقيق الأهداف.

تحديد وتحليل أصحاب المصلحة

الخلاصة

بناء العلاقات الجيدة مع أصحاب المصلحة هو عنصر أساسي في إدارة العلاقات العامة.

من خلال تحديد أصحاب المصلحة وفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم، يمكن للمنظمات تطوير استراتيجيات فعالة للتواصل والتفاعل، مما يعزز من سمعتها ويساهم في تحقيق أهدافها الاستراتيجية.

استخدام أدوات مثل مصفوفة أصحاب المصلحة والتحليل العميق يمكن أن يساعد في توجيه الجهود نحو المجالات الأكثر أهمية وتأثيرًا.

02

ثانيًا: استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية



استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة

1. التواصل المفتوح والشفاف

أهمية الشفافية في بناء الثقة

بناء الثقة: الشفافية تساعد في بناء الثقة بين المنظمة وأصحاب المصلحة من خلال تقديم معلومات دقيقة وصحيحة.

تحسين السمعة: الشفافية تعزز من سمعة المنظمة ككيان صادق ومسؤول.

الاستجابة السريعة: تسهيل الاستجابة السريعة لأية مخاوف أو أسئلة من أصحاب المصلحة من خلال تقديم معلومات واضحة ومحدثة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة

أمثلة على التواصل الفعّال

التقارير السنوية:

تفصيل الأداء المالي: تشمل المعلومات المالية الرئيسية مثل الإيرادات، الأرباح، والنفقات.

الأداء غير المالي: معلومات حول المسؤولية الاجتماعية، الابتكارات، والمبادرات البيئية.

الاجتماعات العامة:

اجتماعات المساهمين: عرض الأداء السنوي للشركة والإجابة على أسئلة المساهمين.

الندوات وورش العمل: تنظيم جلسات لمشاركة المعلومات مع المجتمع المحلي والعملاء.

التحديثات الدورية:

ال نشرات الإخبارية: إرسال تحديثات دورية عبر البريد الإلكتروني أو النشرات الإلكترونية.

المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي: نشر المعلومات المحدثة حول أنشطة المنظمة وأخبارها.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة

2. التعاون والمشاركة

إشراك أصحاب المصلحة في عملية اتخاذ القرار

زيادة الشفافية: إشراك أصحاب المصلحة في عملية اتخاذ القرار يعزز الشفافية ويوفر فرصًا لمشاركة الآراء والملاحظات.

تعزيز الالتزام: المشاركة الفعّالة تزيد من التزام أصحاب المصلحة بدعم قرارات المنظمة.

أمثلة على التعاون

لجان استشارية:

لجنة أصحاب المصلحة: تتألف من ممثلين من أصحاب المصلحة المختلفين لتقديم مشورة حول القرارات الاستراتيجية.

لجنة المستهلكين: تقديم مشورة حول المنتجات والخدمات الجديدة من منظور المستهلك.

مجموعات عمل مشتركة:

مجموعات عمل بيئية: التعاون مع المجتمع المحلي والمنظمات البيئية لتحسين الأداء البيئي.

مجموعات الابتكار: إشراك الموظفين والعملاء في تطوير الأفكار والابتكارات الجديدة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة

3. الاستجابة للتغذية الراجعة

- كيفية جمع ومعالجة التغذية الراجعة من أصحاب المصلحة
جمع التغذية الراجعة:

الاستطلاعات: إرسال استبيانات لقياس الرضا وجمع الملاحظات.

صناديق الاقتراحات: توفير صناديق اقتراحات في مواقع العمل والمواقع الإلكترونية.

المقابلات والجلسات المفتوحة: تنظيم مقابلات وجلسات مفتوحة لمناقشة المواضيع المهمة مع أصحاب المصلحة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة

معالجة التغذية الراجعة:

تحليل البيانات: تحليل التغذية الراجعة لتحديد الأنماط والقضايا الرئيسية.

وضع خطط تحسين: تطوير خطط عمل بناءً على الملاحظات لتحسين الأداء والاستجابة للاحتياجات.

- تنفيذ التغييرات بناءً على الملاحظات لتعزيز العلاقات

التواصل حول التغييرات:

الإعلان عن التغييرات: إبلاغ أصحاب المصلحة بالتغييرات التي تم تنفيذها بناءً على ملاحظاتهم.

الاعتراف بالمساهمات: تقدير المساهمات والاقتراحات المقدمة من أصحاب المصلحة.

- مراقبة النتائج:

تقييم التأثير: قياس تأثير التغييرات على رضا أصحاب المصلحة والأداء العام.

- التغذية الراجعة المستمرة: الاستمرار في جمع التغذية الراجعة لتحسين العمليات بشكل مستمر.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ بناء العلاقات القوية

الثقة والاحترام

أهمية بناء الثقة والاحترام المتبادل مع أصحاب المصلحة

• بناء الثقة:

◦ الثقة هي أساس أي علاقة ناجحة. عندما يثق أصحاب المصلحة في المنظمة، يصبحون أكثر استعدادًا لدعمها والالتزام بها.

◦ الثقة تعزز من الاستقرار في العلاقات وتقلل من المخاطر المرتبطة بالتعاون.

• الاحترام المتبادل:

◦ الاحترام يعزز من الروابط الإيجابية ويشجع على التواصل الفعّال.

◦ يظهر الاحترام من خلال الاعتراف بقيمة وآراء كل صاحب مصلحة، مما يزيد من التفاهم والتعاون.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ بناء العلاقات القوية

الثقة والاحترام

كيفية تحقيق الثقة والاحترام

- الالتزام بالوعود:
 - الوفاء بالتزامات المنظمة يعزز من الثقة بين أصحاب المصلحة.
 - تحديد مواعيد زمنية واضحة والالتزام بها يظهر الجدية والموثوقية.
- الاستماع الفعّال:
 - الاستماع الجيد لمخاوف واقتراحات أصحاب المصلحة يظهر الاحترام والتقدير.
 - التأكد من فهم الرسائل المقدمة والتفاعل معها بشكل مناسب يعزز من الثقة والاحترام.
- التعاطف والتفهم

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ بناء العلاقات القوية

التعاطف والتفهم

فهم وجهات نظر واحتياجات أصحاب المصلحة

• البحوث والاستطلاعات:

◦ استخدام أدوات مثل الاستطلاعات والمقابلات لفهم اهتمامات وتوقعات أصحاب المصلحة.

◦ تحليل البيانات المستخلصة لتحديد الأولويات والاحتياجات الأساسية.

• التفاعل المباشر:

◦ لقاء أصحاب المصلحة في المناسبات والاجتماعات لفهم تجاربهم واحتياجاتهم بشكل أفضل.

كيفية إظهار التعاطف في التعاملات اليومية

• الاستجابة للمشاكل بسرعة:

◦ تقديم حلول فورية لمشاكل أصحاب المصلحة يظهر التفهم والتعاطف.

• التواصل المفتوح:

◦ الحفاظ على قنوات تواصل مفتوحة وشفافة يعزز من شعور أصحاب المصلحة بالتقدير.

• تقديم الدعم:

◦ تقديم الدعم والمساعدة عند الحاجة يعزز من العلاقات الإيجابية.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ بناء العلاقات القوية

التواصل المستمر

الحفاظ على التواصل المستمر والمنتظم مع أصحاب المصلحة

• التحديثات الدورية:

◦ إرسال تحديثات دورية عبر البريد الإلكتروني أو النشرات الإخبارية لإبقاء أصحاب المصلحة مطلعين على آخر المستجدات.

• الاجتماعات المنتظمة:

◦ تنظيم اجتماعات دورية لمناقشة التطورات وتبادل الأفكار مع أصحاب المصلحة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ بناء العلاقات القوية

التواصل المستمر

استخدام القنوات المختلفة للتواصل

• البريد الإلكتروني:

◦ استخدام البريد الإلكتروني للتواصل الرسمي وتبادل المعلومات.

• الاجتماعات:

◦ تنظيم اجتماعات شخصية أو افتراضية لتعزيز التواصل المباشر.

• وسائل التواصل الاجتماعي:

◦ استخدام المنصات الاجتماعية للتواصل السريع والفعال مع أصحاب المصلحة ونشر المعلومات الهامة.

• المواقع الإلكترونية:

◦ تحديث الموقع الإلكتروني للمنظمة بانتظام لتوفير المعلومات والموارد المفيدة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ بناء العلاقات القوية

مشاركة المعلومات والأخبار

- تقديم معلومات ذات صلة:
 - التركيز على تقديم معلومات مهمة وذات صلة لأصحاب المصلحة مثل الابتكارات الجديدة، التغيرات التنظيمية، والفرص التعاونية.
- الشفافية في التقارير:
 - تقديم تقارير شفافة وشاملة تشمل النجاحات والتحديات، مما يعزز من مصداقية المنظمة.
- الاستجابة السريعة للأسئلة والاستفسارات:
 - إنشاء نظام فعال للاستجابة السريعة لأسئلة واستفسارات أصحاب المصلحة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ بناء العلاقات القوية

التفاعل المباشر

- اجتماعات وجلسات استماع:
 - تنظيم جلسات استماع دورية مع أصحاب المصلحة لمناقشة القضايا والمشاكل المحتملة.
 - توفير منصات للنقاش وتبادل الآراء بشكل مباشر.
- ورش عمل تدريبية:
 - تنظيم ورش عمل تدريبية وأعليمية لأصحاب المصلحة حول مواضيع تهمهم.
 - توفير فرص للتفاعل المباشر والعمل المشترك على مشاريع ومبادرات جديدة.
- مجموعات استشارية:
 - تشكيل مجموعات استشارية من أصحاب المصلحة لتقديم المشورة والمساهمة في اتخاذ القرارات.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ تعزيز التعاون والدعم المتبادل

التعاون مع الشركاء

العمل بالتعاون مع الشركاء الاستراتيجيين وأصحاب المصلحة لتنسيق الجهود والاستجابة المشتركة للأزمة

- تشكيل فرق عمل مشتركة:
 - فرق استجابة للأزمات: تشكيل فرق متعددة التخصصات تضم ممثلين من الشركاء وأصحاب المصلحة لتنسيق الجهود.
 - الاجتماعات التنسيقية: عقد اجتماعات دورية بين الشركاء لتبادل المعلومات والتخطيط للاستجابة المشتركة.
- تحديد الأدوار والمسؤوليات:
 - توزيع الأدوار: تحديد واضح للأدوار والمسؤوليات لكل شريك لضمان تنسيق الجهود وتجنب التداخل.
 - وضع خطط طوارئ: تطوير خطط طوارئ مشتركة تتضمن خطوات واضحة للتعامل مع الأزمة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ تعزيز التعاون والدعم المتبادل

التعاون مع الشركاء

مشاركة الموارد والمعلومات لتقديم حلول فعّالة و سريعة

• تبادل المعلومات:

◦ نظام مشاركة المعلومات: إنشاء نظام آمن وفعّال لمشاركة المعلومات الحساسة والمهمة بين الشركاء.

◦ مركز معلومات مشترك: إنشاء مركز معلومات مشترك يمكن لجميع الشركاء الوصول إليه للحصول على أحدث البيانات والتحديثات.

• تبادل الموارد:

◦ الدعم اللوجستي: توفير الدعم اللوجستي المتبادل مثل المعدات والمواد اللازمة للتعامل مع الأزمات.

◦ الموارد البشرية: تبادل الموارد البشرية المتخصصة مثل الخبراء والمستشارين للمساعدة في مجالات معينة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ تعزيز التعاون والدعم المتبادل

الدعم المتبادل

تقديم الدعم لأصحاب المصلحة المتأثرين بالأزمة

• تقديم المشورة والدعم النفسي:

◦ خدمات الاستشارة: توفير خدمات استشارية مجانية أو مخفضة لأصحاب المصلحة المتأثرين بالأزمة.

◦ الدعم النفسي: تقديم دعم نفسي ومعنوي للأفراد والجماعات المتضررة من خلال جلسات دعم نفسي فردية أو جماعية.

• الدعم المالي:

◦ المساعدات المالية: تقديم مساعدات مالية للأفراد أو الشركات الصغيرة المتضررة للمساعدة في تجاوز الأزمة.

◦ القروض الميسرة: توفير قروض ميسرة بشروط ميسرة لأصحاب المصلحة لدعمهم في استعادة استقرارهم المالي.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ تعزيز التعاون والدعم المتبادل

الدعم المتبادل

- توفير الموارد الضرورية:
 - الإمدادات الأساسية: تقديم الموارد الأساسية مثل الطعام، الماء، والمأوى للأفراد المتضررين.
 - المعدات الطبية: توفير المعدات الطبية الضرورية للمستشفيات والمراكز الصحية المتأثرة.
- تعزيز العلاقات من خلال تقديم المساعدة والمساندة في الأوقات الصعبة
- التفاعل المستمر:
 - تحديثات منتظمة: تقديم تحديثات منتظمة لأصحاب المصلحة حول الجهود المبذولة لدعمهم والتعامل مع الأزمة.
 - التواصل الشخصي: الاتصال المباشر مع أصحاب المصلحة الرئيسيين لتقديم الدعم والمشورة.
- الاعتراف بالمساهمات:
 - تقدير الجهود: تقدير الجهود التي يبذلها أصحاب المصلحة في التعامل مع الأزمة والاعتراف بمساهماتهم.
 - جوائز وتكريمات: تنظيم فعاليات لتكريم الأفراد والمنظمات التي قدمت دعماً مميزاً خلال الأزمة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ تعزيز التعاون والدعم المتبادل

الدعم المتبادل

- توفير الموارد الضرورية:
 - الإمدادات الأساسية: تقديم الموارد الأساسية مثل الطعام، الماء، والمأوى للأفراد المتضررين.
 - المعدات الطبية: توفير المعدات الطبية الضرورية للمستشفيات والمراكز الصحية المتأثرة.
- تعزيز العلاقات من خلال تقديم المساعدة والمساندة في الأوقات الصعبة
- التفاعل المستمر:
 - تحديثات منتظمة: تقديم تحديثات منتظمة لأصحاب المصلحة حول الجهود المبذولة لدعمهم والتعامل مع الأزمة.
 - التواصل الشخصي: الاتصال المباشر مع أصحاب المصلحة الرئيسيين لتقديم الدعم والمشورة.
- الاعتراف بالمساهمات:
 - تقدير الجهود: تقدير الجهود التي يبذلها أصحاب المصلحة في التعامل مع الأزمة والاعتراف بمساهماتهم.
 - جوائز وتكريمات: تنظيم فعاليات لتكريم الأفراد والمنظمات التي قدمت دعماً مميزاً خلال الأزمة.

استراتيجيات مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات القوية

□ الخلاصة

تعزيز التعاون والدعم المتبادل خلال الأزمة يتطلب تنسيق الجهود مع الشركاء الاستراتيجيين وأصحاب المصلحة، ومشاركة الموارد والمعلومات لتقديم حلول فعّالة وسريعة.

من خلال تقديم الدعم المالي والمعنوي، وتوفير الموارد الضرورية، يمكن للمنظمات تعزيز العلاقات مع أصحاب المصلحة وتقديم المساعدة اللازمة في الأوقات الصعبة.

هذا التعاون والدعم المتبادل يعزز من قدرة الجميع على تجاوز الأزمة وتحقيق الاستقرار المستدام.

03

ثالثًا: دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة



دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة

□ استخدام التكنولوجيا للتواصل

• منصات إدارة علاقات العملاء: (CRM)

- تخصيص التواصل: استخدام أنظمة CRM لتخصيص الرسائل والتفاعل مع أصحاب المصلحة بناءً على تفضيلاتهم وسلوكهم السابق.
- إدارة البيانات: تجميع وتخزين البيانات حول أصحاب المصلحة في قاعدة بيانات مركزية لتسهيل الوصول إلى المعلومات وتحليلها.
- تتبع التفاعلات: تتبع جميع التفاعلات مع أصحاب المصلحة لضمان استمرارية التواصل وتوفير خدمة محسنة.
- أمثلة على أنظمة CRM: Salesforce ، HubSpot ، Zoho CRM.

دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة

□ استخدام التكنولوجيا للتواصل

• وسائل التواصل الاجتماعي:

- نشر المعلومات: استخدام منصات مثل فيسبوك، تويتر، لينكد إن، وإنستغرام لنشر الأخبار والتحديثات بشكل سريع وفعال.
- التفاعل المباشر: التفاعل مع أصحاب المصلحة عبر الرد على التعليقات والرسائل الخاصة لتعزيز العلاقة.
- استهداف الجمهور: استخدام الإعلانات المدفوعة لاستهداف مجموعات محددة من أصحاب المصلحة بمحتوى مخصص.
- أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي: Hootsuite، Buffer، Sprout Social.

دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة

□ استخدام التكنولوجيا للتواصل

. النشرات الإخبارية الإلكترونية:

- توزيع المحتوى :إرسال نشرات إخبارية دورية عبر البريد الإلكتروني تحتوي على أخبار، تحديثات، ومعلومات مهمة.
- التخصيص والتجزئة :تخصيص النشرات الإخبارية بناءً على اهتمامات وسلوك أصحاب المصلحة لضمان محتوى ملائم وجذاب.
- قياس الأداء :استخدام تحليلات البريد الإلكتروني لقياس معدلات الفتح، النقر، والردود لتحسين الأداء المستقبلي.
- أدوات إدارة البريد الإلكتروني Mailchimp ، Constant Contact ، Sendinblue.

دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة

□ التحليل والبيانات

كيفية استخدام التحليلات والبيانات لفهم احتياجات أصحاب المصلحة وتحسين التواصل

- تحليل البيانات السلوكية:

- جمع البيانات: جمع بيانات سلوكية من مواقع الويب، وسائل التواصل الاجتماعي، وأنظمة CRM لفهم تفاعلات أصحاب المصلحة.
- تحديد الأنماط: تحليل الأنماط السلوكية لتحديد اهتمامات واحتياجات أصحاب المصلحة.
- تحليل الاستطلاعات والاستبيانات:
- استطلاعات الرأي: إجراء استطلاعات للرأي لجمع ملاحظات وآراء أصحاب المصلحة حول مواضيع محددة.
- تحليل النتائج: تحليل نتائج الاستطلاعات لتحديد الاتجاهات وتوجيه استراتيجيات التواصل.
- التنقيب عن البيانات:
- استخدام تقنيات التنقيب: تطبيق تقنيات التنقيب عن البيانات لاستخراج رؤى قيمة من البيانات الكبيرة.
- توقع السلوكيات المستقبلية: استخدام البيانات المتاحة لتوقع سلوكيات واحتياجات أصحاب المصلحة المستقبلية.

دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة

□ التحليل والبيانات

أمثلة على أدوات التحليل وتطبيقاتها في العلاقات العامة

• Google Analytics:

- تحليل الموقع الإلكتروني: تتبع سلوك الزوار على الموقع الإلكتروني لفهم ما يجذبهم وما يجب تحسينه.
- تقارير مفصلة: تقديم تقارير مفصلة حول عدد الزوار، الصفحات الأكثر زيارة، ومصدر الزيارات.

• Hootsuite Analytics:

- تحليل وسائل التواصل الاجتماعي: تقديم رؤى حول أداء المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي، مثل معدل التفاعل، النمو في عدد المتابعين، والتأثير العام.
- تقارير الأداء: إنشاء تقارير أداء مخصصة لمقارنة النتائج بمرور الوقت وتحسين الاستراتيجيات.

دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة

□ التحليل والبيانات

أمثلة على أدوات التحليل وتطبيقاتها في العلاقات العامة

• SurveyMonkey:

- استطلاعات الرأي: إنشاء وإدارة استطلاعات الرأي بسهولة، وجمع بيانات الملاحظات من أصحاب المصلحة.
- تحليل البيانات: تحليل نتائج الاستطلاعات وتقديم تقارير تفصيلية تساعد في اتخاذ القرارات.

• HubSpot:

- إدارة العلاقات الشاملة: تتبع جميع التفاعلات مع أصحاب المصلحة، من البريد الإلكتروني إلى وسائل التواصل الاجتماعي.
- تحليل التفاعلات: استخدام أدوات تحليلية لفهم كيف يتفاعل أصحاب المصلحة مع محتوى المنظمة وتحديد أفضل استراتيجيات التواصل.

دور التكنولوجيا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة

الخلاصة

التكنولوجيا تلعب دورًا حاسمًا في إدارة العلاقات مع أصحاب المصلحة من خلال تحسين التواصل وتوفير رؤى دقيقة تستند إلى البيانات. استخدام منصات CRM ، وسائل التواصل الاجتماعي، والنشرات الإخبارية الإلكترونية يمكن أن يعزز التفاعل ويخصص الرسائل. بالإضافة إلى ذلك، تحليل البيانات واستخدام أدوات مثل Google Analytics و Hootsuite Analytics يمكن أن يقدم رؤى قيمة لتحسين استراتيجيات التواصل وفهم احتياجات أصحاب المصلحة بشكل أفضل.

04

رابعًا: أمثلة تطبيقية ودراسات حالة



أمثلة تطبيقية ودراسات حالة

1. شركة ستاربكس

مشاركة ستاربكس مع مجتمعها المحلي

برامج المسؤولية الاجتماعية

الاستدامة البيئية:

برامج إعادة التدوير: تقديم برامج لإعادة تدوير الكؤوس والمواد الأخرى في المتاجر، وتعزيز الممارسات الصديقة للبيئة.

تقليل البصمة الكربونية: العمل على تقليل البصمة الكربونية من خلال استخدام مصادر طاقة متجددة وتقليل النفايات.

المساهمة في المجتمعات المحلية:

دعم التعليم: تقديم منح دراسية ودعم البرامج التعليمية في المجتمعات المحلية.

العمل التطوعي: تشجيع الموظفين على المشاركة في الأنشطة التطوعية في المجتمعات التي تخدمها.

أمثلة تطبيقية ودراسات حالة

1. شركة ستاربكس

التواصل المستمر مع المجتمع

جلسات الاستماع المجتمعية:

الاجتماعات المفتوحة: تنظيم اجتماعات مفتوحة مع المجتمعات المحلية للاستماع إلى مخاوفهم وتطلعاتهم.

المنتديات المجتمعية: إقامة منتديات وفعاليات تتيح للمجتمع المحلي التفاعل مع قيادة الشركة.

التواصل الرقمي:

وسائل التواصل الاجتماعي: استخدام منصات مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام للتفاعل مع العملاء وتقديم التحديثات.

النشرات الإخبارية الإلكترونية: إرسال نشرات إخبارية دورية تحتوي على أخبار ومعلومات عن المبادرات المجتمعية والبرامج.

أمثلة تطبيقية ودراسات حالة

1. شركة ستاربكس

تعزيز الثقة والدعم المتبادل

الشفافية في العمليات:

تقرير المسؤولية الاجتماعية السنوي: نشر تقرير سنوي يوضح بالتفصيل جهود الشركة في مجالات المسؤولية الاجتماعية والاستدامة.

الإفصاح المالي: تقديم تقارير مالية شفافة تبين أداء الشركة المالي والالتزامات المجتمعية.

الاستجابة للمخاوف المجتمعية:

استجابة سريعة: التعامل بسرعة وكفاءة مع القضايا التي تهم المجتمع المحلي.

تقديم الحلول: تطوير حلول تعاونية مع المجتمع لحل المشكلات المحلية.

تأثيرات برامج ومبادرات ستاربكس

بناء الثقة: من خلال الشفافية والمشاركة الفعالة، تمكنت ستاربكس من بناء ثقة قوية مع مجتمعها المحلي.

أمثلة تطبيقية ودراسات حالة

1. شركة ستاربكس

تعزيز الولاء: المشاركة المستمرة والمسؤولية الاجتماعية أسهمت في تعزيز ولاء العملاء وزيادة الدعم المتبادل.

تحقيق الاستدامة: المبادرات البيئية والجهود المجتمعية جعلت ستاربكس نموذجًا يُحتذى به في الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية.

الخلاصة

تقدم ستاربكس مثالًا نموذجيًا على كيفية مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية والتواصل المستمر. هذه الجهود تعزز الثقة والدعم المتبادل بين الشركة والمجتمع، مما يساهم في تحقيق أهداف الشركة وبناء علاقة إيجابية ومستدامة مع المجتمع المحلي.

أمثلة تطبيقية ودراسات حالة

2. شركة بيبسيكو

دور بيبسيكو في التواصل الفعّال خلال الأزمات

التواصل الفعّال مع الموظفين، العملاء، والشركاء التجاريين

تواصل بيبسيكو مع الموظفين

التواصل الداخلي:

إحاطات منتظمة: إرسال رسائل دورية تحتوي على تحديثات حول الأزمة والإجراءات المتخذة.

الاجتماعات الافتراضية: تنظيم اجتماعات افتراضية مع الموظفين لتقديم المعلومات والرد على استفساراتهم.

الدعم النفسي والمعنوي:

خطوط الدعم النفسي: توفير خدمات دعم نفسي للموظفين لمساعدتهم في التعامل مع التوتر والقلق الناتج عن الأزمة.

برامج الدعم المالي: تقديم برامج دعم مالي لمساعدة الموظفين المتضررين.

أمثلة تطبيقية ودراسات حالة

2. شركة بيبسيكو

تواصل بيبسيكو مع العملاء

التحديثات المستمرة:

النشرات الإخبارية: إرسال نشرات إخبارية دورية تحتوي على معلومات حول تأثير الأزمة على العمليات والإجراءات المتخذة لضمان استمرارية الخدمات.

الوسائل الرقمية: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني لتقديم تحديثات فورية.

التفاعل المباشر:

الخطوط الساخنة: توفير خطوط اتصال ساخنة للرد على استفسارات العملاء ومخاوفهم.

الرد على التعليقات: التفاعل مع تعليقات وأسئلة العملاء على وسائل التواصل الاجتماعي بشكل سريع وفعال.

أمثلة تطبيقية ودراسات حالة

2. شركة بيبسيكو

تواصل بيبسيكو مع الشركاء التجاريين

التنسيق المستمر:

اجتماعات تنسيقية: عقد اجتماعات دورية مع الشركاء التجاريين لتنسيق الجهود والتعاون في مواجهة الأزمة.

مشاركة المعلومات: تبادل المعلومات الهامة مع الشركاء لضمان توحيد الجهود والاستجابة الفعّالة.

الدعم المتبادل:

توفير الموارد: تقديم الدعم اللوجستي والمالي للشركاء التجاريين المتضررين لضمان استمرارية العمليات.

المرونة في العقود: تعديل شروط العقود التجارية لتناسب الظروف الطارئة وتخفيف الضغوط على الشركاء.

أمثلة تطبيقية ودراسات حالة

2. شركة بيبسيكو

أمثلة على استجابة بيبسيكو المتكاملة والفعّالة
أزمة كوفيد-19:

دعم المجتمع: خلال جائحة كوفيد-19، قامت بيبسيكو بإطلاق مبادرات لدعم المجتمعات المتضررة، مثل التبرعات بالمواد الغذائية والمساعدات المالية.

رعاية الموظفين: نفذت الشركة سياسات مرنة للعمل عن بعد وقدمت حوافز إضافية للموظفين الذين يعملون في الخطوط الأمامية.

استمرارية الأعمال: عملت بيبسيكو على تأمين سلاسل التوريد لضمان استمرارية توافر منتجاتها في الأسواق.

الاستجابة للكوارث الطبيعية:

الدعم السريع: في حالات الكوارث الطبيعية، تقوم بيبسيكو بتقديم الدعم الفوري للمتضررين من خلال التبرعات المادية والمساعدات اللوجستية.

التنسيق مع الشركاء: تعمل بيبسيكو بشكل وثيق مع المنظمات غير الربحية والشركاء التجاريين لتقديم المساعدات بأسرع وقت ممكن.

أمثلة تطبيقية ودراسات حالة

2. شركة بيبسيكو

الخلاصة

شركة بيبسيكو تعتبر نموذجًا في كيفية التعامل الفعّال مع الأزمات من خلال التواصل المستمر مع الموظفين، العملاء، والشركاء التجاريين. هذه الاستراتيجية تساعد في تحقيق استجابة متكاملة وفعّالة، مما يعزز الثقة والدعم المتبادل ويساهم في تجاوز الأزمة بنجاح. بيبسيكو تستخدم مجموعة متنوعة من الوسائل التكنولوجية والتنسيقية لضمان تقديم المعلومات والدعم بشكل سريع وفعّال، مما يضمن استمرارية الأعمال وتحقيق استجابة شاملة.

مشاركة أصحاب المصلحة وبناء العلاقات

استراتيجيات
مشاركة أصحاب
المصلحة وبناء
العلاقات القوية

أمثلة تطبيقية
ودراسات حالة



تحديد وتحليل
أصحاب
المصلحة

دور التكنولوجيا في
إدارة العلاقات مع
أصحاب المصلحة



Thank You