

إدارة الأزمات

د. آية عياد

PRL 631

برنامج ماجستير العلاقات العامة

المحاضرة الثالثة



إدارة الأزمات

المحاضرة الثالثة

PRL 631
برنامج ماجستير العلاقات العامة

إعداد:
د. آية عيَّاد

إدارة السمعة في الأزمات

مرحبًا بكم في المحاضرة الثالثة من مقرر "إدارة الأزمات"

- استعرضنا في المحاضرة الثانية السابقة تحديد وتقييم المخاطر المحتملة، ووضع خطط طوارئ، وتدريب الموظفين، وتمارين المحاكاة، وتوفير الموارد اللازمة للتعامل مع الأزمات، واستراتيجيات التخفيف.
- ونبدأ المحاضرة الثالثة في موضوع إدارة السمعة في الأزمات، بدءًا من التخطيط والاستعداد المسبق، إلى تطوير خطة إدارة الأزمات، مرورًا بالتدريب والتقييم والتفاعل المستمر، لإعادة بناء سمعة المنظمة، واتخاذ الإجراءات التصحيحية، ومعالجة مخاوف أصحاب المصلحة، ثم استراتيجية إدارة السمعة عبر الإنترنت.

A COMPLETE GUIDE TO CRISIS MANAGEMENT



إدارة السمعة في الأزمات

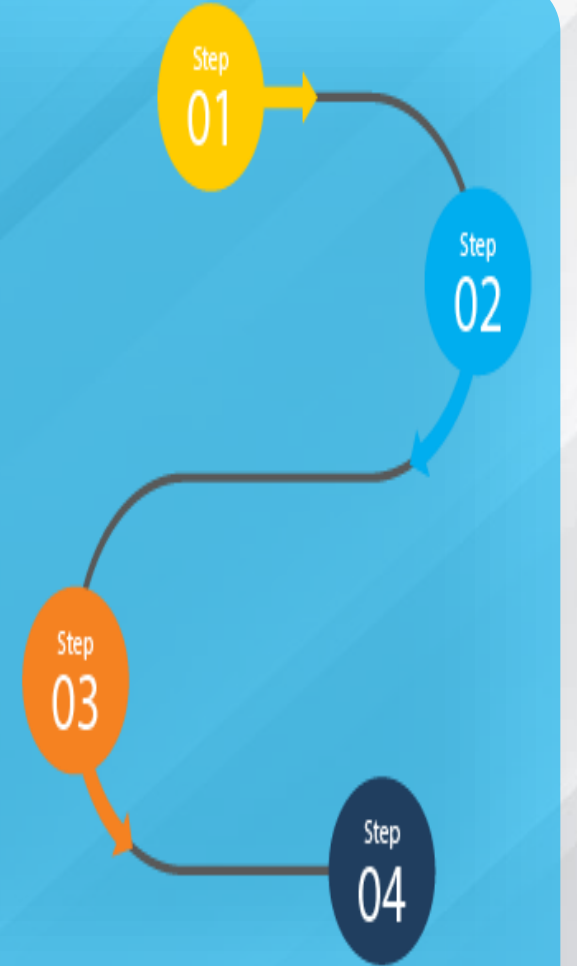
أولاً: حماية سمعة المنظمة

ثانياً: إعادة بناء سمعة المنظمة

ثالثاً: معالجة مخاوف أصحاب المصلحة

رابعاً: استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

خامساً: أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات



[illegible]

إدارة السمعة في الأزمات

- 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.



حماية سمعة المنظمة

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: التعرف على التهديدات المحتملة واتخاذ خطوات للحد منها.

حماية سمعة المنظمة

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.

حماية سمعة المنظمة

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.

حماية سمعة المنظمة

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.



إعادة بناء سمعة المنظمة

1. التقييم والتحليل

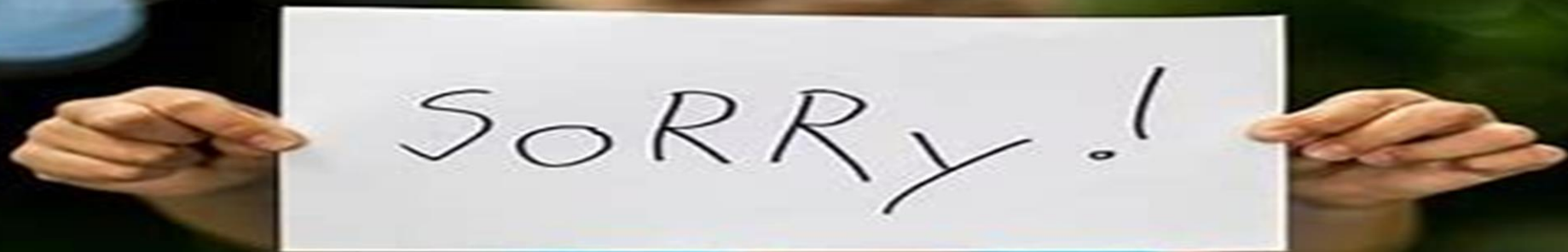
- جمع المعلومات: فهم طبيعة الأزمة وأسبابها وأبعادها وتأثيرها على المنظمة والجمهور.
- تحديد الأطراف المعنية: معرفة من هو المتأثر بالأزمة ومن هم الشركاء الذين يمكنهم تقديم الدعم.
- مراجعة الأسباب: فهم الأسباب التي أدت إلى تضرر السمعة وتحليلها بعمق.
- تحديد نقاط الضعف: التعرف على النقاط التي تحتاج إلى تحسين.



إعادة بناء سمعة المنظمة

2. الاعتراف بالخطأ والاعتذار

- التصريح العلني: الاعتراف بالأخطاء واتخاذ المسؤولية.
- تقديم الاعتذار: تقديم اعتذار صادق للجمهور وأصحاب المصلحة المتضررين.



إعادة بناء سمعة المنظمة

3. اتخاذ الإجراءات التصحيحية

- التحقيق الداخلي: فهم الأسباب الجذرية للأزمة واتخاذ الخطوات اللازمة لمنع تكرارها.
- الإجراءات التصحيحية: إذا كان هناك ضرر أو خطأ، يجب اتخاذ خطوات لتصحيحه وتعويض المتضررين إذا لزم الأمر.
- تحسين العمليات: تعديل السياسات والإجراءات لمنع تكرار الأخطاء.



إعادة بناء سمعة المنظمة

4. التقييم المستمر

- مراقبة ردود الفعل: متابعة وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي لفهم ردود الفعل العامة والتعامل معها بسرعة.
- تحليل الأداء: بعد انتهاء الأزمة، تقييم فعالية الاستجابة وتحديد ما يمكن تحسينه في المستقبل.



إعادة بناء سمعة المنظمة

5. إعادة بناء السمعة

• إطلاق حملات تواصل: الحفاظ على تواصل مستمر مع الجمهور وإطلاق حملات توعية حتى بعد انتهاء الأزمة لتوضيح الإجراءات التي تم اتخاذها، والتحسينات والتغييرات التي تم تنفيذها والنتائج المحققة.

• تعزيز العلاقات: العمل على تعزيز العلاقات والتواصل المستمر مع الشركاء والأطراف المعنية والمجتمع لتعزيز الثقة والسمعة الإيجابية.



[illegible]

معالجة مخاوف أصحاب المصلحة



Active listening

1. الاستماع النشط:

- فتح قنوات للتواصل: إنشاء قنوات متعددة لأصحاب المصلحة للتعبير عن مخاوفهم واقتراحاتهم.
- إجراء لقاءات دورية: تنظيم اجتماعات وورش عمل للاستماع إلى مخاوف أصحاب المصلحة.

معالجة مخاوف أصحاب المصلحة

2. التفاعل الفوري

- الاستجابة السريعة: الاستجابة الفورية للمخاوف والشكاوى لتجنب تصعيد الأزمات.
- التواصل المباشر: تقديم معلومات واضحة ومباشرة حول كيفية معالجة المخاوف.



معالجة مخاوف أصحاب المصلحة

3. بناء علاقات طويلة الأمد

- تعزيز الشراكات: العمل على بناء علاقات قوية ومستدامة مع أصحاب المصلحة.
- التعاون المستمر: التعاون مع أصحاب المصلحة في تطوير الحلول وتحسين العمليات.



معالجة مخاوف أصحاب المصلحة

4. الشفافية والمصداقية

- تقديم التقارير بانتظام: تقديم تقارير دورية حول الأداء والاستجابة للمخاوف.
- الالتزام بالوعود: التأكد من تنفيذ التعهدات والوفاء بالوعود المقدمة لأصحاب المصلحة.

[illegible]

إدارة السمعة عبر الانترنت

إدارة السمعة عبر الانترنت Online Reputation Management - ORM هي عملية تتبع وتحليل وتحسين السمعة الرقمية للشخص أو الشركة أو العلامة التجارية على الانترنت.

تشمل هذه العملية العديد من الاستراتيجيات والخطوات لضمان أن يكون الانطباع العام على الإنترنت إيجابيًا؛ كالرصد والتتبع، وجمع وتحليل البيانات، والتفاعل والرد، وتحسين المحتوى، وإدارة المراجعات، وبناء العلامة التجارية الشخصية، والتعاون مع المؤثرين، والحفاظ على الأمان الرقمي، والاستعداد للاستجابة للأزمات، وأخيرًا التقييم المستمر.

في عصر التواصل الرقمي، يمكن أن تؤثر السمعة على النجاح أو الفشل بشكل كبير، لذا من الضروري وضع استراتيجية فعالة لإدارة السمعة.



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

1. رصد ومراقبة السمعة عبر الانترنت

□ متابعة مواقع التواصل الاجتماعي

ينبغي تتبّع بانتظام ما يُقال عن الشخص أو المؤسسة أو العلامة التجارية على منصات التواصل الاجتماعي؛ مثل Twitter، Facebook، Instagram، LinkedIn.



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

1. رصد ومراقبة السمعة عبر الانترنت

□ استخدام أدوات الرصد والمراقبة

يمكن استخدام أدوات لرصد الإشارات إلى اسم الشركة أو الشخص عبر الانترنت؛ مثل Google Alerts، Mention، Hootsuite

1. Google Alerts هي أداة مجانية تمكّن من تلقي إشعارات بالبريد الإلكتروني عندما يتم ذكر كلمات معينة على الانترنت، عن طريق إنشاء تنبيه بإدخال الكلمات الرئيسية المراد تتبعها على Google Alerts، مثل اسم الشخص أو اسم الشركة، ثم اختيار نوع المصادر (الأخبار، المدونات، الويب، إلخ)، وتردد الإشعارات (مرة في اليوم، مرة في الأسبوع، إلخ).

ويمكن تعديل التنبيهات من خلال النقر على رمز القلم الرصاص بجانب التنبيه الحالي وتحديث الإعدادات.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

1. رصد ومراقبة السمعة عبر الانترنت

□ استخدام أدوات الرصد والمراقبة

2. Mention هي أداة مدفوعة تتيح لك مراقبة أي ذكر على الانترنت في الوقت الحقيقي. تقدم أدوات تحليلية وتقارير شاملة.

- إنشاء حساب: قم بزيارة Mention وأنشئ حسابًا.
- إعداد التنبيهات: بعد تسجيل الدخول، انشئ تنبيهًا جديدًا وأدخل الكلمات الرئيسية التي تريد تتبعها. يمكنك تخصيص الإعدادات لاختيار المصادر واللغة والموقع الجغرافي.
- تحليل البيانات: استخدم اللوحة الرئيسية لتحليل النتائج ومتابعة النمط العام للرأي العام.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

1. رصد ومراقبة السمعة عبر الانترنت

□ استخدام أدوات الرصد والمراقبة

3. Hootsuite هي أداة شاملة لإدارة وسائل التواصل الاجتماعي، تتيح لك جدول المنشورات ومتابعة التفاعل والرصد.

- إنشاء حساب: قم بزيارة Hootsuite وأنشئ حسابًا.
- إضافة حسابات التواصل الاجتماعي: اربط حساباتك على منصات مثل Facebook، Twitter، LinkedIn وغيرها.
- إعداد التدفقات: أنشئ تدفقات لمراقبة الكلمات الرئيسية والمنافسين والمراجعات، واستخدم التدفقات لمتابعة التعليقات والرسائل والتفاعل الفوري.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

1. رصد ومراقبة السمعة عبر الانترنت

□ متابعة التعليقات والمراجعات

منصات التقييم:

- Yelp: ينبغي التأكد من مطابقة ملكية صفحة الشركة للتمكن من الرد على المراجعات، ثم تفعيل التنبيهات لوصول الإشعارات عندما يتم نشر مراجعة جديدة.
- TripAdvisor: لابد من مطابقة ملكية الصفحة وتفعيل التنبيهات للبقاء على اطلاع بالتعليقات الجديدة، والتعامل مع المراجعات الإيجابية والسلبية بشكل مهني وبناء.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

1. رصد ومراقبة السمعة عبر الانترنت

□ استراتيجيات إضافية للرصد والتتبع

- Social Mention لرصد الإشارات الاجتماعية والحصول على تحليل معنوي.
- BuzzSumo لمراقبة المحتوى الشعبي والكلمات الرئيسية الشائعة في مجالك.

باتباع هذه الخطوات والأدوات، يمكن رصد ما يُقال عن الشخص أو عن العلامة التجارية بفعالية أكبر، والتفاعل مع الجمهور بطريقة مهنية وفعالة.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

2. جمع وتحليل البيانات

1. تجميع البيانات:

استخدام أدوات الرصد: بعد إعداد أدوات مثل Google Alerts، Mention، Hootsuite، يبدأ تلقي الإشعارات والتقارير؛ ينبغي القيام بجمع هذه البيانات في مكان واحد لتحليلها بسهولة.

تجميع المراجعات والتعليقات: يتم جمع كل المراجعات والتعليقات من مواقع التقييم ومنصات التواصل الاجتماعي في ملف أو قاعدة بيانات.

2. تنظيم البيانات:

تصنيف البيانات: تُصنّف البيانات إلى فئات؛ مثل إيجابية، سلبية، ومحايدة.

استخدام برامج التحليل: استخدم برامج مثل Excel، Google Sheets، أو أدوات متقدمة مثل Tableau أو Power BI لتنظيم البيانات.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

2. جمع وتحليل البيانات

3. تحليل البيانات:

تحليل المعنويات: استخدم أدوات تحليل المعنويات Sentiment Analysis لتحديد النغمة العامة للمراجعات والتعليقات. يمكن لأدوات مثل Hootsuite Mention تقديم تقارير تحليلية عن المعنويات.

تحديد الأنماط والتوجهات: البحث عن الكلمات الرئيسية المتكررة والمواضيع الشائعة في التعليقات والمراجعات، واستخدام الرسوم البيانية والمخططات لفهم التوجهات الزمنية (مثلاً، هل هناك زيادة في التعليقات السلبية خلال فترة معينة؟).

4. تحديد النقاط الإيجابية والسلبية:

النقاط الإيجابية: تحديد الجوانب التي يحبها العملاء في الخدمات أو المنتجات، ويتم تسجيل هذه النقاط واستخدامها في الحملات التسويقية لإبراز الجوانب التي تلقى استحسان الجمهور.

النقاط السلبية: تحديد المشكلات المتكررة التي يواجهها العملاء، والتي قد تكون مرتبطة بجودة المنتج، أو خدمة العملاء، الشحن، أو أي جوانب أخرى. سجل هذه المشكلات وضع خطة لتحسينها.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

2. جمع وتحليل البيانات

5. إعداد تقارير دورية:

إنشاء تقارير تحليلية: يتم إنشاء تقارير دورية (أسبوعية، شهرية، ربع سنوية) توضح النتائج الرئيسية من التحليل، وتُستخدم الرسوم البيانية والمخططات لتوضيح البيانات والنمط العام للرأي العام.

مشاركة التقارير مع الفريق: مشاركة التقارير مع الفرق المعنية داخل الشركة مثل فرق التسويق، خدمة العملاء، والإدارة العليا، ومناقشة النتائج وخطط التحسين بناءً على التحليل.

6. اتخاذ الإجراءات:

التفاعل مع الجمهور: استخدم التحليل للتفاعل مع الجمهور بشكل أكثر فعالية، والرد على التعليقات السلبية بحلول ملموسة وإظهار التقدير للتعليقات الإيجابية.

تحسين المنتجات والخدمات: استخدام المعلومات المستخلصة لتحسين المنتجات والخدمات بناءً على ملاحظات العملاء.

تطوير استراتيجيات التسويق: تطوير استراتيجيات تسويقية تعزز النقاط الإيجابية وتستهدف تحسين النقاط السلبية.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

3. التفاعل والرد

1. التفاعل مع التعليقات والمراجعات السلبية:

أ. الرد السريع: الرد على التعليقات والمراجعات السلبية في أسرع وقت ممكن؛ حيث إن التأخير في الرد يمكن أن يؤدي إلى تفاقم المشكلة وزيادة إحباط العميل. كذلك الاعتراف بالمشكلة وإظهار التفهم للموقف يبين للعملاء أخذ ملاحظاتهم على محمل الجد.

ب. الاحترافية والتعاطف: الحفاظ على الهدوء والتزام المهنية حتى في حالة غضب العميل أو عدم الإنصاف في تعليقه، وإظهار التعاطف وإبداء التفهم لمشاعر العميل وإظهار الرغبة في مساعدته وحل مشكلته.

ج. تقديم حلول ملموسة: عرض حل فوري إذا كان بالإمكان حل المشكلة على الفور، والذي قد يتضمن استبدال المنتج، أو استرداد المبلغ، أو أي إجراء آخر يناسب الموقف. وفي بعض الحالات، قد تحتاج المشكلة إلى مزيد من التفاصيل للوصول إلى حل، يتم توجيه العميل للتواصل مباشرة عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف لمتابعة المشكلة بشكل خاص.

د. المتابعة بعد الحل: المتابعة مع العميل للتأكد من رضائه عن الحل المقدم يعزز الثقة ويظهر الاهتمام براحته.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

3. التفاعل والرد

2. التفاعل مع التعليقات والمراجعات الإيجابية:

أ. الشكر والتقدير: بدء الرد بشكر العميل على ملاحظاته الإيجابية يعزز شعوره بالتقدير والولاء. كذلك إظهار التقدير الشخصي من خلال الاهتمام بتفاصيل تعليق العميل وقراءة التعليق بعناية.

ب. تعزيز التواصل: تشجيع العميل على مشاركة تجربته الجيدة مع الآخرين، وتقديم دعوة لكتابة المزيد من المراجعات. كذلك تشجيع التفاعل المستمر من خلال دعوة العملاء للتواصل في المستقبل لأي استفسارات أو احتياجات.

3. نصائح عامة للتفاعل:

أ. الردود الموحدة: لبعض الحالات الشائعة، مع تخصيص كل رد ليناسب التعليق المحدد؛ فالردود الشخصية تشعر العملاء بأهميتهم.

ب. الشفافية والصراحة: الاعتراف بالخطأ وتوضيح الخطوات التي تم اتخاذها لحل المشكلة ومنع تكرارها.

ج. التحسين المستمر: استخدم التعليقات والمراجعات السلبية والإيجابية كمصدر لتحسين المنتجات والخدمات.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

4. تحسين المحتوى

1. إنشاء محتوى إيجابي وجذاب:

أ. المقالات والمدونات:

- مقالات تعليمية ومعلوماتية: أنشئ مقالات تعليمية حول مواضيع تهم جمهورك. قد تتناول نصائح، إرشادات، أو تحديثات في مجالك.
- قصص نجاح ودراسات حالة: شارك قصص نجاح عملائك وكيف ساعدت منتجاتك أو خدماتك في حل مشكلاتهم.
- الأخبار والمستجدات: انشر أخبار الشركة والمستجدات، مثل الجوائز التي حصلت عليها، الشراكات الجديدة، أو إطلاق منتجات جديدة.

ب. الفيديوهات:

- الفيديوهات التعليمية: أنشئ فيديوهات تعليمية تشرح كيفية استخدام منتجاتك أو تقديم نصائح في مجالك.
- الفيديوهات الترويجية: استخدم الفيديوهات للترويج لعروضك الخاصة أو منتجاتك الجديدة.
- المقابلات والبودكاست: استضيف خبراء في مجالك أو شارك في مقابلات وبودكاست تعزز من مصداقيتك وخبرتك.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

4. تحسين المحتوى

ج. المحتوى المرئي:

- إنشاء صور وإنفوجرافيك تجذب الانتباه وتشرح المفاهيم بشكل بصري.
- استخدم منصات مثل SlideShare لنشر عروض تقديمية تعليمية.

2. استخدام تقنيات تحسين محركات البحث SEO

أ. البحث عن الكلمات الرئيسية:

- استخدام أدوات البحث عن الكلمات الرئيسية: استخدم أدوات مثل Google Keyword Planner، Ahrefs، أو SEMrush للعثور على الكلمات الرئيسية ذات الصلة بمجالك.
- اختيار الكلمات المناسبة: الكلمات الرئيسية التي يبحث عنها الجمهور المستهدف والتي تتمتع بحجم بحث مناسب ومنافسة معتدلة.



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

4. تحسين المحتوى

ب. تحسين المحتوى:

- استخدام الكلمات الرئيسية: إدخال الكلمات الرئيسية بشكل طبيعي في العناوين، الفقرات الأولى، ونص المحتوى.
- العناوين الجذابة: إنشاء عناوين جذابة ومحسنة لمحررات البحث تحتوي على الكلمات الرئيسية.
- الروابط الداخلية والخارجية: استخدم الروابط الداخلية لربط المحتوى ببعضه البعض، والروابط الخارجية لمصادر موثوقة تعزز من مصداقية المحتوى.

ج. تحسين العناصر التقنية:

- السرعة والأداء: الموقع سريع وقابل للاستخدام على جميع الأجهزة، بما في ذلك الهواتف المحمولة.
- الروابط النظيفة: استخدام روابط نظيفة وسهلة القراءة تحتوي على الكلمات الرئيسية.
- الوسوم والميتا تاجز: استخدام وسوم العنوان title tags ووصف الميتا meta descriptions بشكل جيد يحتوي على الكلمات الرئيسية.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

4. تحسين المحتوى

3. الترويج للمحتوى

أ. عبر وسائل التواصل الاجتماعي: النشر المنتظم للمحتوى على منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook، Twitter، LinkedIn، Instagram، والتفاعل مع الجمهور من خلال طرح الأسئلة، تنظيم المسابقات، والرد على التعليقات.

ب. عبر البريد الإلكتروني: إرسال نشرات إخبارية تحتوي على محتوى جديد وأخبار الشركة إلى قائمة البريد الإلكتروني، وتخصيص البريد الإلكتروني وفقاً لاهتمامات كل مجموعة من جمهورك لزيادة التفاعل.

ج. عبر المدونات والمنتديات: كتابة مقالات كضيف على مواقع ومدونات أخرى ذات صلة بالمجال، والمشاركة في المنتديات ومجموعات نقاش عبر الإنترنت بالخبرات والمحتوى.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

4. تحسين المحتوى

4. قياس النتائج وتحليل الأداء:

أ. استخدام أدوات التحليل:

- مراقبة أداء المحتوى من خلال Google Analytics لفهم سلوك الزوار وتحديد المحتوى الأكثر فعالية.
- استخدام أدوات مثل Hootsuite، Sprout Social، أو Buffer لتحليل التفاعل مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي.

ب. تعديل الاستراتيجيات:

- التحديث والتعديل: قم بتحديث المحتوى القديم وإضافة معلومات جديدة لتحسين أدائه في محركات البحث.
- الاختبار والتحسين: اختبر أنواعًا مختلفة من المحتوى والاستراتيجيات لمعرفة ما ينجح بشكل أفضل وتكراره.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

- بناء علاقات مع المؤثرين: تعاون مع المؤثرين في مجالك لتعزيز سمعتك ونشر محتوى إيجابي عنك.
- التواصل مع الصحافة: أنشئ علاقات مع الصحفيين والمدونين لتغطية أخبارك وإنجازاتهم بشكل إيجابي.
- الاستفادة من الشبكات الاجتماعية: استخدم منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز الأخبار الجيدة والمبادرات الجديدة والمشاركة في الأحداث الرقمية.



DIGITAL
PR

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

1. بناء علاقات مع المؤثرين Influencers:

أ. تحديد المؤثرين المناسبين:

البحث والتحليل: استخدم أدوات مثل BuzzSumo، Traackr، أو Klear للعثور على المؤثرين في مجالك.

تحديد المؤثرين المناسبين: اختر المؤثرين الذين يتوافقون مع قيم علامتك التجارية ويستهدفون نفس جمهورك.

DIGITAL
PR



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

ب. التواصل والتعاون:

التواصل الأولي: قدم نفسك ووضح أسباب رغبتك في التعاون مع المؤثر، كن صادقًا وشفافًا في عرضك.

اقتراح التعاون: اقترح طرقًا مختلفة للتعاون مثل المنشورات المدفوعة، الفيديوهات الترويجية، أو الحملات المشتركة.

تقديم القيم المتبادلة: اظهر للمؤثرين كيف يمكن للتعاون أن يكون مفيدًا لهم ولجمهورهم أيضًا.

DIGITAL
PR



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

DIGITAL
PR



5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

ج. إدارة العلاقات:

المتابعة والتفاعل: حافظ على علاقة مستمرة مع المؤثرين من خلال التفاعل مع محتوَاهم وشكرهم على تعاونهم.

تقييم الأداء: راقب نتائج الحملات مع المؤثرين لتقييم تأثيرها وتحديد ما يمكن تحسينه في المستقبل.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

2. التواصل مع الصحافة:

أ. بناء العلاقات:

التعرف على الصحفيين والمدونين: حدد الصحفيين والمدونين الذين يغطون مجالك. استخدم LinkedIn، Twitter، وقواعد بيانات الصحفيين مثل Cision أو Muck Rack للعثور عليهم.

التواصل الأولي: قدم نفسك وشرح لماذا تعتقد أن قصتك أو أخبارك قد تكون مثيرة للاهتمام لهم. كن مختصرًا ومباشرًا.

أدوات العلاقات العامة: استخدم أدوات مثل Meltwater أو Mention لقياس مدى تأثير الأخبار والتغطيات الصحفية.



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت



DIGITAL
PR

5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

ب. تقديم القصص:

إعداد البيانات الصحفية: اكتب بيانات صحفية واضحة ومحترفة تسلط الضوء على الأخبار والإنجازات المهمة.

إرسال البيانات الصحفية: أرسل البيانات الصحفية عبر البريد الإلكتروني أو من خلال منصات توزيع الأخبار مثل PR Newswire.

التخصيص: خصص الرسائل لكل صحفي بناءً على اهتماماته وموضوعاته المفضلة.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

ج. إدارة العلاقات:

المتابعة: تابع مع الصحفيين بعد إرسال البيانات الصحفية لتأكيد استلامهم واستفسارهم عن أي معلومات إضافية.
تقديم الدعم: كن متاحًا للصحفيين لتقديم أي معلومات أو مقابلات يحتاجونها لتغطية قصتك.

DIGITAL
PR



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت



DIGITAL
PR

5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

3. الاستفادة من الشبكات الاجتماعية:

أ. تعزيز الأخبار الجيدة:

النشر المنتظم: انشر الأخبار الجيدة والمبادرات الجديدة بانتظام على منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook، Twitter، LinkedIn، Instagram.

استخدام الوسوم Hashtags: استخدم الوسوم المناسبة لزيادة مدى الوصول إلى منشوراتك وجعلها أكثر قابلية للاكتشاف.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

DIGITAL
PR



5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

ب. المشاركة في الأحداث الرقمية:

الانضمام إلى الأحداث الرقمية: شارك في الندوات، المؤتمرات، والبرث المباشر التي تتعلق بمجالك. هذا يزيد من رؤية علامتك التجارية ويعزز من مكانتك في الصناعة.

التفاعل مع المشاركين: تفاعل مع المشاركين في هذه الأحداث من خلال التعليقات، الأسئلة، والمناقشات.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

ج. إدارة المجتمع:

التفاعل مع الجمهور: رد على التعليقات والأسئلة من جمهورك بشكل منتظم. حافظ على حوار مفتوح مع متابعيك لبناء مجتمع نشط ومهتم.

مشاركة المحتوى المتنوع: شارك محتوى متنوع يتضمن المقالات، الفيديوهات، الإنفوجرافيك، والاستطلاعات لجذب جمهورك وتحفيزهم على التفاعل..

DIGITAL
PR



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت



DIGITAL
PR

5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

4. قياس الأداء وتحليل النتائج:

أ. استخدام أدوات التحليل:

أدوات التحليل الاجتماعي: استخدم أدوات مثل Hootsuite Analytics، Sprout Social، أو Google Analytics لقياس أداء حملاتك على وسائل التواصل الاجتماعي.

أدوات العلاقات العامة: استخدم أدوات مثل Meltwater أو Mention لقياس مدى تأثير الأخبار والتغطيات الصحفية.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

DIGITAL
PR



5. تعزيز العلاقات العامة الرقمية

ب. تقييم النتائج:

تحليل النتائج: قارن نتائج الحملات بالأهداف المحددة مسبقًا لتقييم النجاح. انظر إلى المقاييس مثل المشاركة، الزيارات، والتحويلات.

تعديل الاستراتيجيات: استخدم النتائج لتحسين استراتيجياتك المستقبلية وتجنب الأخطاء السابقة.

استراتيجية إدارة السمعة عبر الانترنت

6. إدارة الأزمات عبر الانترنت

- الاستجابة السريعة: استجب بسرعة لأي تعليق سلبي أو أزمة، مع الاعتراف بالمشكلة وتقديم حلول فورية.
- الشفافية: كن صريحًا وشفافًا في التواصل مع الجمهور، ولا تحاول إخفاء الأخطاء.
- إجراءات تصحيحية: وضح الخطوات التي تتخذها لمعالجة المشكلة ومنع تكرارها.



استراتيجية إدارة السمعة عبر الانترنت

6. إدارة الأزمات عبر الانترنت

1. تطوير خطة إدارة الأزمات

- أ. تشكيل فريق إدارة الأزمات: تعيين أعضاء فريق لإدارة الأزمات وتحديد أدوارهم ومسؤولياتهم، وتدريب الفريق على كيفية التعامل مع الأزمات وتقديم الردود بسرعة وفعالية.
- ب. إعداد سياسات وإجراءات واضحة: وضع سياسات واضحة للتعامل مع الشائعات، الأخبار السلبية، ووضع إجراءات تفصيلية حول كيفية رصد الأزمات والإبلاغ عنها، وتحديد القنوات التي يجب استخدامها للرد.
- ج. إنشاء قوائم اتصال: إنشاء قوائم اتصال داخلية تشمل جميع أعضاء الفريق المعنيين بإدارة الأزمة، مع معلومات الاتصال الخاصة بهم، وقوائم اتصال خارجية تشمل الصحفيين، المؤثرين، المستشارين القانونيين، والشركاء الرئيسيين الذين قد نحتاج للتواصل معهم أثناء الأزمة.

استراتيجية إدارة السمعة عبر الانترنت

6. إدارة الأزمات عبر الانترنت

2. الرصد والتتبع المستمر

استخدام أدوات الرصد Google Alerts، Mention، Hootsuite لرصد الإشارات الخاصة بشركتك عبر الإنترنت، والرصد المستمر بمتابعة التفاعلات والتعليقات بانتظام للتعرف على أي علامات تحذيرية مبكرة للأزمات.

3. التعامل مع الشائعات والأخبار السلبية

أ. التحقق من المعلومات: التحقق السريع من دقة الشائعات أو الأخبار السلبية قبل الرد، وتحديد مدى خطورة الأزمة وتأثيرها المحتمل على سمعة الشركة.

ب. الرد الفوري والمحترف: كلما كان الرد أسرع، كلما كانت السيطرة على الموقف أفضل؛ فتأخر الرد يمكن أن يؤدي إلى تفاقم الأزمة. كن شفافاً في ردك واعترف بالمشكلة إذا كانت حقيقية وقدم اعتذاراً صادقاً. وإذا كانت الشائعات غير صحيحة، قدم الأدلة التي تدحضها.

ج. التواصل المستمر: تقديم تحديثات مستمرة حول تطورات الأزمة والإجراءات التي تم اتخاذها، واستخدام القنوات المناسبة من شبكات التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، والموقع الإلكتروني لنشر الردود والتحديثات.

استراتيجية إدارة السمعة عبر الانترنت

6. إدارة الأزمات عبر الانترنت

4. الاستفادة من الأزمات لتحسين العمليات

أ. تحليل الأزمات السابقة: مراجعة الأداء بعد انتهاء الأزمة، وتحليل كيفية التعامل معها. وتحديد نقاط القوة والفعالية، وما يمكن تحسينه، واستخدام الدروس المستفادة لتحسين خطط وإجراءات إدارة الأزمات المستقبلية.

ب. تحسين الإجراءات والسياسات: تحديث وتعديل سياسات وإجراءات إدارة الأزمات بناءً على الأزمات السابقة. وتقديم تدريبات مستمرة لفريق إدارة الأزمات على أساس الدروس المستفادة والتحسينات الجديدة.

5. الأمثلة العملية والتدريب

أ. محاكاة الأزمات: تنظيم تدريبات محاكاة للأزمات بشكل دوري لفريق إدارة الأزمات لتقييم جاهزيتهم، وتقييم الأداء بعد التدريبات، وتحديد نقاط القوة والضعف.

ب. دراسة حالات واقعية: تحليل حالات أزمات واقعية واجهتها شركات أخرى في المجال، وكيفية التعامل معها، واستخلاص الدروس والعبر منها.

استراتيجية إدارة السمعة عبر الانترنت

6. إدارة الأزمات عبر الانترنت

□ أدوات مساعدة لإدارة الأزمات:

- Slack لإنشاء قنوات اتصال داخلية سريعة وفعالة أثناء الأزمات.
- Trello أو Asana لإدارة المهام وتتبع إجراءات الاستجابة للأزمة.
- PR Newswire لإصدار البيانات الصحفية وتحديث وسائل الإعلام.



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

7. تحليل النتائج وتقييم الأداء

- قياس السمعة: استخدم أدوات التحليل لقياس التغيرات في سمعتك عبر الإنترنت.
- التقييم الدوري: قم بتقييم استراتيجيتك بشكل دوري وتحديثها بناءً على البيانات والنتائج المحققة.
- التعلم من الأخطاء: استخلص الدروس من الأزمات السابقة وطور استراتيجياتك لتجنب تكرارها.



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

8. التعليم والتدريب

تدريب الموظفين: قم بتدريب فريق العمل على أفضل الممارسات لإدارة السمعة عبر الإنترنت والتعامل مع الأزمات.

التوعية بأهمية السمعة: انشر الوعي بأهمية السمعة الرقمية داخل المنظمة لضمان التزام الجميع بالممارسات الجيدة.



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت



نموذج لخطة إدارة السمعة عبر الانترنت

الشهر الأول:

- تقييم الوضع الحالي وتحليل المنافسين.
- تفعيل أدوات المراقبة ووضع نظام لرصد الأنشطة عبر الإنترنت.
- بدء إنشاء ونشر محتوى إيجابي على المدونة ووسائل التواصل الاجتماعي.

استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

نموذج لخطة إدارة السمعة عبر الانترنت

الأشهر الثلاثة التالية:

- الاستمرار في نشر المحتوى بانتظام وتوسيع قنوات التواصل الاجتماعي.
- بدء حملة لتحسين نتائج محركات البحث.
- الرد على التعليقات والمراجعات بشكل منتظم.
- تدريب الموظفين على إدارة الأزمات والتفاعل مع الجمهور.



استراتيجيات إدارة السمعة عبر الانترنت

نموذج لخطة إدارة السمعة عبر الانترنت

الأشهر من 4 إلى 6:

- إطلاق حملات ترويجية بالتعاون مع المؤثرين.
 - تحليل البيانات وضبط الاستراتيجيات بناءً على النتائج.
 - تعزيز العلاقة مع الصحفيين والمدونين لتغطية أخبارك.
 - تقييم الأداء وتحديث الخطة بناءً على التحليل الدوري.
- باتباع هذه الخطوات، يمكن تحسين السمعة عبر الانترنت بشكل مستدام وبناء ثقة قوية مع الجمهور والعملاء.



أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات

- إدارة وحماية السمعة تتطلب جهدًا مستمرًا وتفاعلًا نشطًا مع الجمهور وأصحاب المصلحة لضمان الثقة والاحترام المتبادل.
- إدارة السمعة في الأزمات تتطلب التخطيط المسبق، والقدرة على التواصل الفعال، والاستجابة السريعة، والاستعداد للتعليم والتحسين المستمر.



أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات

شركة Starbucks

- واجهت الشركة أزمة تتعلق بالتمييز العنصري في 2018، واستجابت بسرعة بإغلاق متاجرها لتدريب الموظفين على التوعية بالتحيز، مما ساهم في تحسين سمعتها.
- تُعدّ أزمة التمييز العنصري التي واجهتها شركة Starbucks في عام 2018 مثالاً جيداً على كيفية إدارة الأزمة واستعادة السمعة.
- توضح تفاصيل الحادثة والاستجابة التالية لها كيفية معالجة مخاوف أصحاب المصلحة وحماية السمعة:



أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات شركة Starbucks

تفاصيل الحادثة

- في أبريل 2018، حدثت واقعة في أحد فروع Starbucks في فيلادلفيا، حيث تم استدعاء الشرطة لاثنتين من الرجال السود الذين كانوا جالسين في المقهى دون أن يطلبوا شيئاً في انتظار وصول شخص آخر.
- تم القبض على الرجلين مما أثار ردود فعل غاضبة واتهامات بالتمييز العنصري تجاه الشركة.



أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات

شركة Starbucks

استجابة Starbucks

1. الاعتراف بالخطأ والاعتذار العلني

- الاعتذار الفوري: أصدر الرئيس التنفيذي لـ Starbucks، كيفن جونسون، اعتذارًا علنيًا، واصفًا الحادثة بأنها "غير مقبولة" وقدم اعتذاره للرجلين ولكل من تأثر بالحادثة.
- لقاء مع الرجلين: التقى كيفن جونسون شخصيًا مع الرجلين المعتقلين للاعتذار بشكل مباشر ومناقشة كيفية تحسين السياسات.



أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات شركة Starbucks



استجابة Starbucks

2. اتخاذ إجراءات فورية

إغلاق المتاجر للتدريب: في خطوة غير مسبوقة، أعلنت Starbucks عن إغلاق أكثر من 8,000 فرع في الولايات المتحدة ليوم واحد، وذلك لتدريب حوالي 175,000 موظف على التوعية بالتحيز العنصري ومنع التمييز.

تطوير التدريب: تضمن التدريب جلسات تعليمية حول التحيز اللاواعي والتفاعل بشكل عادل ومحترم مع العملاء.

أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات

شركة Starbucks

استجابة Starbucks

3. تحسين السياسات والإجراءات

- تحديث السياسات: قامت الشركة بتحديث سياساتها لتوضيح أن جميع الناس مرحب بهم لاستخدام مقاهيها، حتى وإن لم يشتروا شيئاً.
- مراجعة الإجراءات: تعهدت Starbucks بمراجعة وتحديث الإجراءات الداخلية المتعلقة بالتعامل مع العملاء والمواقف المشابهة.



أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات شركة Starbucks

استجابة Starbucks

4. التفاعل المستمر مع المجتمع

- الشفافية في التواصل: قدمت Starbucks تقارير دورية حول التقدم الذي تحرزه في معالجة الأزمة والتغييرات التي تنفذها.
- بناء شراكات: تعاونت مع منظمات حقوقية وخبراء في مكافحة التحيز لتعزيز برامجها التدريبية وتطوير ممارساتها.



أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات شركة Starbucks

النتائج

- بفضل هذه الإجراءات السريعة والشاملة، نجحت Starbucks في تقليل الأضرار الناجمة عن الأزمة، واستعادة جزء كبير من ثقة الجمهور.
- كما أنها قدمت مثالاً يحتذى به في كيفية استجابة الشركات الكبرى للأزمات المتعلقة بالتمييز والعدالة الاجتماعية.



أمثلة ناجحة على إدارة السمعة في الأزمات

شركة Starbucks

الدروس المستفادة

- الاستجابة السريعة والفعالة: ساعدت الاستجابة السريعة في احتواء الأزمة ومنع تصاعد الغضب العام.
- الاعتراف بالخطأ واتخاذ المسؤولية: الاعتراف بالخطأ والاعتذار ساهم في تهدئة الغضب وبناء جسر للتواصل مع المتضررين.
- التدريب والتثقيف: الاستثمار في تدريب الموظفين على التوعية بالتحيز والتعامل العادل مع العملاء يعد خطوة هامة في منع تكرار الأزمات.
- الشفافية والتواصل المستمر: الشفافية في التواصل مع الجمهور وأصحاب المصلحة حول الخطوات المتخذة لبناء الثقة من جديد.
- بهذه الإجراءات، أظهرت Starbucks التزامًا جديًا بتحسين سياساتها وتعزيز سمعتها كبيئة ترحب بالجميع وتعمل بجد لمكافحة التمييز.

التخطيط والاستعداد للأزمات

معالجة مخاوف
أصحاب المصلحة

استراتيجيات إدارة
السمعة عبر
الانترنت



حماية سمعة
المنظمة

إعادة بناء سمعة
المنظمة

أمثلة ناجحة على إدارة
السمعة في الأزمات



Thank You