

إدارة العلاقات العامة

د. آية عيَّاد

PRL 621
برنامج ماجستير العلاقات العامة

المحاضرة الأولى



إدارة العلاقات العامة

المحاضرة الأولى

PRL 621
برنامج ماجستير العلاقات العامة

إعداد:
د. آية عيَّاد

مقدمة في إدارة العلاقات العامة

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

- استعرضنا في المحاضرة التعريفية السابقة أهمية العلاقات العامة بشكلٍ عام، وتوصيف المادة العلمية، وأهداف المقرر، ومحتواه، والمعارف الرئيسية والمهارات الأساسية التي يتم اكتسابها من خلال المقرر.
- ونبدأ المحاضرة الأولى بفهم الأساسيات والمفاهيم الرئيسية للعلاقات العامة، بدءًا من تعريفها، وتطورها، مرورًا بدورها ووظائفها في المؤسسات المختلفة، وصولًا إلى أهمية إدارة العلاقات العامة الفعّالة.

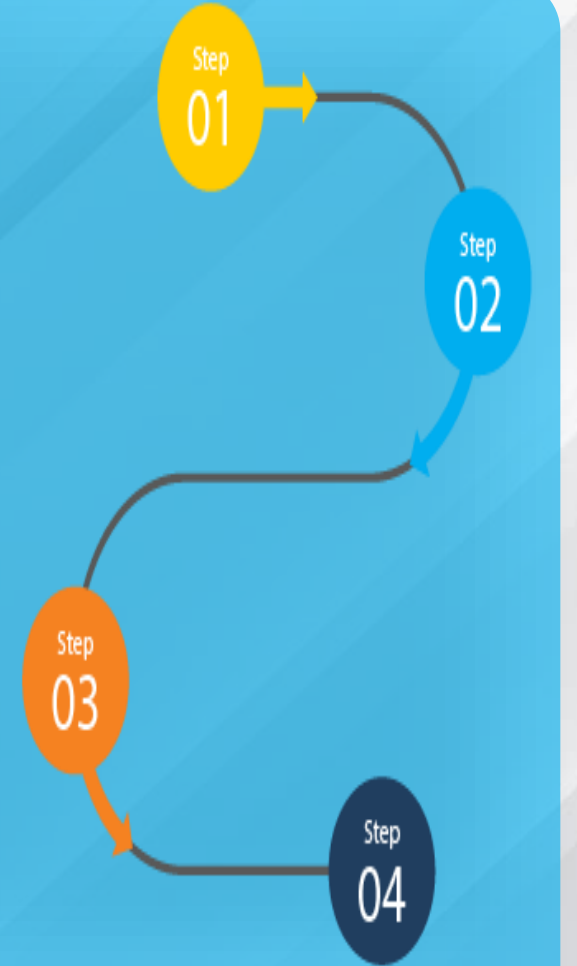
مقدمة في إدارة العلاقات العامة

أولاً: تعريف وتطور العلاقات العامة

ثانياً: دور ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات

ثالثاً: أهمية إدارة العلاقات العامة الفعّالة

رابعاً: تطبيقات وأمثلة عملية



01

أولاً: تعريف وتطور العلاقات العامة



تعريف العلاقات العامة

- "العلاقات العامة هي مجموعة من الأنشطة والجهود الاتصالية التي تقوم بها المؤسسات بهدف بناء والحفاظ على صورة إيجابية لها في عيون الجمهور وأصحاب المصلحة. تشمل هذه الأنشطة إدارة المعلومات، والتواصل مع وسائل الإعلام، وتنظيم الأحداث، والتعامل مع الأزمات."
- العلاقات العامة هي عملية اتصالية استراتيجية تهدف إلى بناء والحفاظ على صورة إيجابية للمؤسسة في عيون الجمهور وأصحاب المصلحة. تُعنى العلاقات العامة بإدارة الاتصال بين المؤسسة وجمهورها المستهدفة، وتسعى إلى تعزيز الفهم المتبادل وبناء الثقة.

المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة

1. الجمهور Audience

الجمهور في العلاقات العامة يشير إلى مجموعات الأفراد أو الكيانات التي تتفاعل معها المؤسسة أو تتأثر بنشاطاتها. يمكن تقسيم الجمهور إلى فئات مختلفة بناءً على الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة. من الأمثلة على الفئات المختلفة للجمهور:

الجمهور الداخلي: يشمل الموظفين، والإدارة، والمساهمين.

الجمهور الخارجي: يتضمن العملاء، ووسائل الإعلام، والمجتمع المحلي، والمستثمرين، والحكومة.



المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة

2. الرسائل الاتصالية Communication Messages

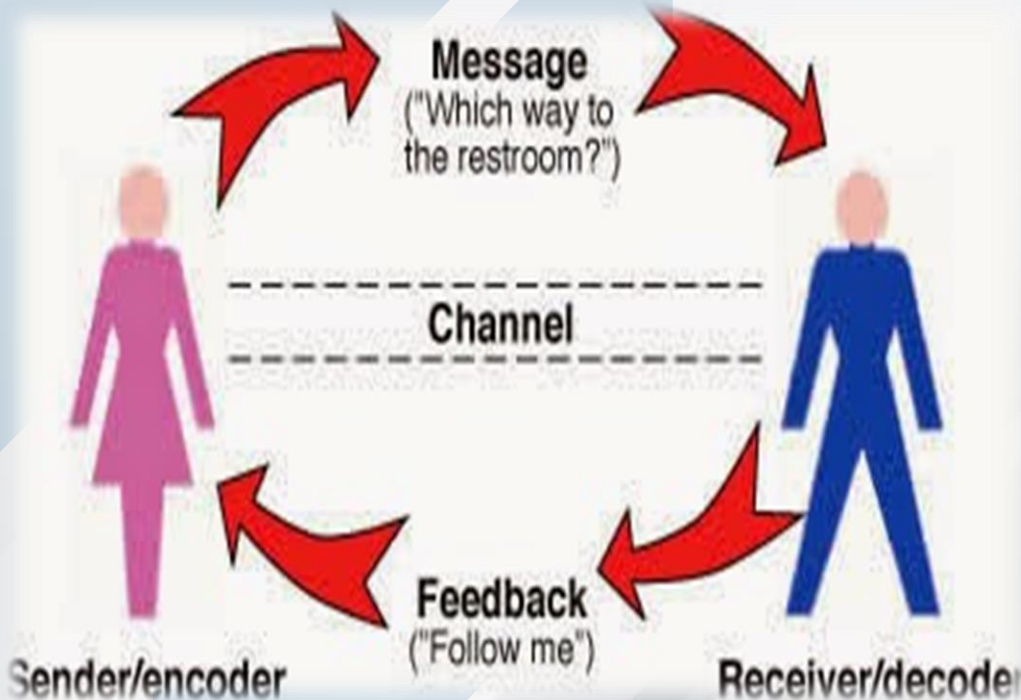
الرسائل الاتصالية هي المعلومات التي تنقلها المؤسسة إلى جمهورها المستهدف. تعتبر الرسائل الاتصالية مكونًا أساسيًا في استراتيجيات العلاقات العامة وتشمل العناصر التالية:

المحتوى: المعلومات أو الأفكار التي ترغب المؤسسة في إيصالها.

الأسلوب: الطريقة التي تُقدم بها الرسالة (رسمية، غير رسمية، تحفيزية، إلخ).

الوضوح: يجب أن تكون الرسالة واضحة وسهلة الفهم للجمهور المستهدف.

الاتساق: يجب أن تتسق الرسالة مع أهداف المؤسسة وصورتها العامة.



المفاهيم الرئيسية في العلاقات العامة

3. القنوات الاتصالية Communication Channels

القنوات الاتصالية هي الوسائط أو الأدوات التي تُستخدم لنقل الرسائل الاتصالية إلى الجمهور. يمكن أن تكون هذه القنوات تقليدية أو رقمية، وتشمل:

القنوات التقليدية: مثل الصحف، والمجلات، والتلفزيون، والراديو. تُستخدم هذه القنوات للوصول إلى جمهور واسع.

القنوات الرقمية: مثل مواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والبريد الإلكتروني. تتميز هذه القنوات بسرعة الوصول والتفاعل المباشر مع الجمهور.

القنوات المباشرة: مثل الاجتماعات، والندوات، والمؤتمرات. توفر هذه القنوات فرصة للتفاعل الشخصي وتبادل الآراء بشكل مباشر.

تطبيق المفاهيم في استراتيجيات العلاقات العامة

تحديد الجمهور المستهدف

تحليل خصائص الجمهور وتحديد الفئات المستهدفة بناءً على الأهداف الاستراتيجية.

دراسة اهتمامات واحتياجات كل فئة من الجمهور لضمان توجيه الرسائل بشكل فعال.



تطبيق المفاهيم في استراتيجية العلاقات العامة

تطوير الرسائل الاتصالية

تصميم رسائل تتوافق مع قيم وأهداف المؤسسة.

استخدام لغة وأسلوب يتناسبان مع الجمهور المستهدف.

التأكد من وضوح الرسالة واتساقها مع باقي رسائل المؤسسة.



تطبيق المفاهيم في استراتيجيات العلاقات العامة

اختيار القنوات الاتصالية المناسبة

تحديد القنوات الأكثر فعالية للوصول إلى الجمهور المستهدف.

تنويع القنوات المستخدمة لضمان الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.

قياس تأثير كل قناة وتعديل الاستراتيجية حسب الحاجة.

باتباع هذه المبادئ، يمكن للمؤسسات تعزيز صورتها الإيجابية وبناء علاقات قوية ومستدامة مع جمهورها.



تطور العلاقات العامة

- "بدأت العلاقات العامة كمفهوم بسيط يتعلق بالترويج للمؤسسات والمنتجات، لكنها تطورت بمرور الوقت لتصبح جزءًا أساسيًا من الاستراتيجية الشاملة للمؤسسات. من الحملات الدعائية التقليدية إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي، شهدت العلاقات العامة تطورات كبيرة."

تطور العلاقات العامة

1. تاريخ العلاقات العامة

أوائل القرن العشرين:

- ظهور العلاقات العامة: يعتبر إيفي لي وإدوارد بيرنيز من الرواد المؤسسين لمجال العلاقات العامة في بدايات القرن العشرين.
- إيفي لي: يُعرف بأنه "أبو العلاقات العامة"، وقد قدم مفهوم الشفافية والانفتاح في التعامل مع الجمهور. عمل مع شركات كبرى مثل شركة السكك الحديدية الأمريكية.
- إدوارد بيرنيز: استخدم مبادئ علم النفس الاجتماعي والتواصل الجماهيري للتأثير على الجمهور، واعتبر العلاقات العامة وسيلة لإدارة الرأي العام.



تطور العلاقات العامة

1. تاريخ العلاقات العامة

النصف الأول من القرن العشرين:

- الحرب العالمية الأولى: تم استخدام العلاقات العامة لتعزيز دعم الحرب بين الجمهور. لعبت لجنة كريل في الولايات المتحدة دورًا هامًا في هذا السياق.
- التوسع الصناعي: مع توسع الصناعات، ازدادت الحاجة إلى بناء صورة إيجابية للشركات وإدارة العلاقات مع الجمهور.



تطور العلاقات العامة

1. تاريخ العلاقات العامة

النصف الثاني من القرن العشرين:

- بعد الحرب العالمية الثانية: شهدت العلاقات العامة تطورًا كبيرًا كأداة أساسية في إدارة الشركات. ازداد الاهتمام بإدارة الأزمات وبناء الصورة المؤسسية.
- ظهور وسائل الإعلام الجماهيرية: تطور التلفزيون والراديو والصحف كوسائط أساسية لنقل الرسائل إلى الجمهور.



تطور العلاقات العامة

2. التحولات الرئيسية في مجال العلاقات العامة

التكنولوجيا:

- الإنترنت: أحدث الإنترنت ثورة في مجال العلاقات العامة، حيث أتاح للشركات والمؤسسات الوصول إلى جمهور أوسع وبسرعة أكبر.
- البريد الإلكتروني: أصبح البريد الإلكتروني أداة أساسية في التواصل الداخلي والخارجي للمؤسسات.
- المواقع الإلكترونية: أصبحت المواقع الإلكترونية الواجهة الرقمية للمؤسسات، وتُستخدم لنشر الأخبار والمعلومات والتواصل مع الجمهور.



تطور العلاقات العامة

2. التحولات الرئيسية في مجال العلاقات العامة

العولمة:

- توسع الشركات عالمياً: أدى توسع الشركات على الصعيد العالمي إلى ضرورة التعامل مع جمهور دولي متنوع.
- التواصل عبر الثقافات: يتطلب النجاح في العلاقات العامة فهم الفروقات الثقافية والتكيف مع مختلف الثقافات والأعراف الاجتماعية.
- التحديات العالمية: يشمل ذلك إدارة الأزمات على نطاق عالمي والاستجابة للتحديات البيئية والاجتماعية التي تتجاوز الحدود الوطنية.



تطور العلاقات العامة

2. التحولات الرئيسية في مجال العلاقات العامة

وسائل الإعلام الاجتماعية:

- منصات التواصل الاجتماعي: مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، ولينكدإن، أصبحت أدوات حيوية في إدارة العلاقات العامة.
- التفاعل الفوري: تتيح وسائل التواصل الاجتماعي التفاعل المباشر والفوري مع الجمهور، مما يساهم في بناء علاقات أقوى وأكثر تفاعلاً.
- إدارة السمعة: أصبحت إدارة السمعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً من استراتيجية العلاقات العامة.



02

ثانيًا: دور ووظائف العلاقات العامة في المؤسسات



دور العلاقات العامة

- "تلعب العلاقات العامة دورًا حيويًا في المؤسسات من خلال بناء علاقات قوية مع الجمهور وأصحاب المصلحة، وتحسين صورة المؤسسة، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية، وتعزيز الولاء بين العملاء. كما تساعد العلاقات العامة في إدارة الأزمات والحفاظ على سمعة المؤسسة."



دور العلاقات العامة

1. أهمية العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة

تحسين الصورة العامة:

- بناء هوية مؤسسية قوية: تعمل العلاقات العامة على خلق صورة إيجابية للمؤسسة من خلال التواصل الفعّال مع الجمهور. يتضمن ذلك تحديد القيم الأساسية والرسائل الرئيسية التي تعكس هوية المؤسسة.
- إدارة السمعة: تساهم العلاقات العامة في حماية وتعزيز سمعة المؤسسة من خلال الاستجابة السريعة والفعالة للآزمات والأحداث السلبية.

دور العلاقات العامة

1. أهمية العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة

تعزيز التواجد الإعلامي:

- التغطية الإعلامية: تساهم العلاقات العامة في الحصول على تغطية إعلامية إيجابية من خلال نشر البيانات الصحفية وتنظيم المؤتمرات الصحفية.
- الظهور العام: تنظم العلاقات العامة الفعاليات والمناسبات التي تعزز تواجد المؤسسة في المجتمع وتجعلها مرئية بشكل أكبر للجمهور.



دور العلاقات العامة

2. دور العلاقات العامة في بناء الثقة مع الجمهور وأصحاب المصلحة

تعزيز الشفافية والمصداقية:

- الاتصال المفتوح: تلتزم العلاقات العامة بتقديم معلومات دقيقة وشفافة للجمهور، مما يعزز الثقة بين المؤسسة وأصحاب المصلحة.
- الاستجابة الفورية: القدرة على الاستجابة السريعة والفعالة للاستفسارات والمخاوف يعزز الثقة والمصداقية.

دور العلاقات العامة

2. دور العلاقات العامة في بناء الثقة مع الجمهور وأصحاب المصلحة

التواصل المستمر:

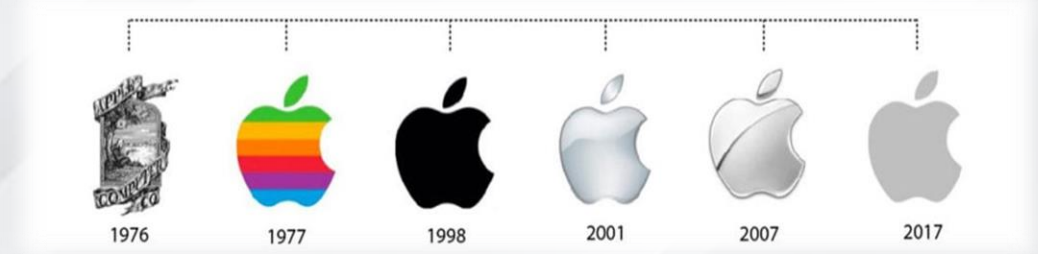
- إقامة الحوارات: تسعى العلاقات العامة إلى إقامة حوارات مستمرة مع الجمهور وأصحاب المصلحة من خلال قنوات التواصل المختلفة.
- التفاعل الإيجابي: تشجع العلاقات العامة على التفاعل الإيجابي مع الجمهور من خلال الاستماع لملاحظاتهم والاستجابة لها.

دور العلاقات العامة

3. أمثلة على دور العلاقات العامة في مؤسسات مختلفة

الشركات:

- شركة آبل: Apple تستخدم آبل العلاقات العامة لتعزيز صورة علامتها التجارية كرمز للإبداع والابتكار من خلال إطلاق منتجات جديدة بشكل منتظم وتنظيم أحداث إعلامية كبيرة.



- شركة ستاربكس: Starbucks تعتمد ستاربكس على العلاقات العامة لتحسين صورتها كمؤسسة مسؤولة اجتماعيًا، من خلال مبادرات الاستدامة والمشاركة المجتمعية.

دور العلاقات العامة

3. أمثلة على دور العلاقات العامة في مؤسسات مختلفة

المنظمات غير الحكومية:

- منظمة الصليب الأحمر: تستخدم العلاقات العامة لتوعية الجمهور بأهمية التبرعات والعمل التطوعي، وللتواصل مع المانحين والمتطوعين في أوقات الأزمات.
- منظمة أطباء بلا حدود: تعتمد على العلاقات العامة لنشر قصص نجاحها في تقديم الرعاية الصحية في المناطق المتضررة، ولجمع التبرعات من خلال حملات إعلامية.



دور العلاقات العامة

3. أمثلة على دور العلاقات العامة في مؤسسات مختلفة

الحكومات:

- الحكومة الكندية: تستخدم العلاقات العامة لتعزيز السياسات الحكومية وتوعية الجمهور بالبرامج والخدمات الحكومية من خلال حملات إعلامية وبرامج توعية.
- الحكومة الإماراتية: تعتمد على العلاقات العامة في تعزيز صورة الدولة عالميًا من خلال تنظيم الفعاليات الكبرى مثل إكسبو 2020 دبي، والترويج للسياحة والاستثمار.



وظائف العلاقات العامة

- "تشمل وظائف العلاقات العامة العديد من المهام مثل كتابة البيانات الصحفية، وتنظيم الأحداث، والتواصل مع وسائل الإعلام، وإدارة وسائل التواصل الاجتماعي، ومراقبة الرأي العام، وتطوير استراتيجيات الاتصال."



وظائف العلاقات العامة

1. كتابة البيانات الصحفية

- تعريف البيانات الصحفية: هي مستندات رسمية تستخدمها المؤسسات للإعلان عن أخبار أو أحداث هامة للجمهور ووسائل الإعلام.
- أهمية البيانات الصحفية: تساعد في نقل معلومات دقيقة ومهمة عن المؤسسة إلى الجمهور وتعزز الشفافية والمصداقية.
- مكونات البيانات الصحفية:
 - العنوان: يجب أن يكون جذابًا وملفتًا.
 - المقدمة: تتضمن النقاط الرئيسية للخبر.
 - الجسم: تفاصيل الحدث أو الخبر مع الاقتباسات والإحصاءات.
 - الخاتمة: معلومات الاتصال والشكر.

وظائف العلاقات العامة

2. تنظيم الأحداث

- أنواع الأحداث: مؤتمرات صحفية، ندوات، ورش عمل، فعاليات ترويجية، وأحداث خيرية.
- أهمية تنظيم الأحداث:
 - تعزيز التواصل المباشر مع الجمهور ووسائل الإعلام.
 - إبراز إنجازات المؤسسة وتقوية العلاقات مع الشركاء.
 - بناء صورة إيجابية وتعزيز هوية المؤسسة.



وظائف العلاقات العامة

3. التواصل مع وسائل الإعلام

- بناء علاقات مع الصحفيين ووسائل الإعلام:

من خلال توفير أخبار حصريّة، الدعوة إلى الفعاليات، والاستجابة لاستفساراتهم بسرعة.

- صياغة رسائل إعلامية فعّالة:

يجب أن تكون الرسائل واضحة، وموجزة، وذات صلة بالجمهور المستهدف.



وظائف العلاقات العامة

4. التفاعل مع الجمهور

- استراتيجيات التفاعل:
 - وسائل التواصل الاجتماعي: نشر محتوى تفاعلي، الرد على التعليقات، وإجراء استطلاعات الرأي.
 - المواقع الإلكترونية: توفير معلومات محدثة، ونماذج اتصال سهلة الاستخدام.
- أهمية التفاعل مع الجمهور:
 - بناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور.
 - تعزيز الثقة والمصداقية.
 - الاستفادة من التغذية الراجعة لتحسين الأداء.



وظائف العلاقات العامة

5. إدارة الأزمات

- تعريف إدارة الأزمات:

هي عملية التعامل مع الأحداث غير المتوقعة التي قد تؤثر سلبيًا على صورة المؤسسة وسمعتها.

- خطوات إدارة الأزمات:

- التخطيط المسبق: وضع خطط استجابة للأزمات المحتملة.
- التواصل السريع والشفاف: تقديم معلومات دقيقة ومحدثة للجمهور ووسائل الإعلام.
- مراقبة الوضع: رصد تطورات الأزمة وتعديل الاستراتيجية حسب الحاجة.
- التقييم والتحسين: مراجعة الأداء بعد الأزمة وتحديد الدروس المستفادة.



وظائف العلاقات العامة

6. تطوير استراتيجيات الاتصال:

- تحديد الأهداف: وضع أهداف واضحة وقابلة للقياس للاتصال المؤسسي.
- تحليل الجمهور المستهدف: فهم احتياجات واهتمامات الجمهور لضمان توجيه الرسائل بشكل فعال.
- اختيار القنوات المناسبة: استخدام القنوات التي تصل إلى الجمهور المستهدف بفعالية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، البريد الإلكتروني، والإعلانات.
- قياس الأداء: استخدام أدوات القياس لتحليل تأثير استراتيجيات الاتصال وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين.

03

ثالثاً: أهمية إدارة العلاقات العامة الفعّالة



أهمية إدارة العلاقات العامة الفعّالة

- "إدارة العلاقات العامة الفعّالة تعتبر أمرًا حاسمًا لنجاح المؤسسات. فهي تساعد في بناء سمعة قوية، وتعزيز المصداقية، وتحقيق التفاعل الإيجابي مع الجمهور. كما تساهم في تحسين الأداء العام للمؤسسة من خلال تعزيز العلاقات الجيدة مع جميع أصحاب المصلحة."



إدارة العلاقات العامة الفعّالة

1. عناصر إدارة العلاقات العامة الفعّالة

1- التخطيط الاستراتيجي:

- تحديد الأهداف: تحديد أهداف واضحة وقابلة للقياس تتماشى مع رؤية المؤسسة.
- تحليل الجمهور: فهم احتياجات واهتمامات الجمهور المستهدف لضمان توجيه الرسائل بشكل فعال.

2- التواصل المستمر:

- الشفافية والمصداقية: تقديم معلومات دقيقة وواضحة للجمهور.
- التفاعل الإيجابي: الرد على استفسارات الجمهور وتعليقاتهم بشكل سريع وبأسلوب إيجابي.



إدارة العلاقات العامة الفعّالة

1. عناصر إدارة العلاقات العامة الفعّالة

3- التكيف والمرونة:

- الاستجابة السريعة: القدرة على التكيف مع التغيرات السريعة والأزمات.
- التطوير المستمر: تحسين استراتيجيات وأساليب العلاقات العامة بناءً على التحليل المستمر للأداء.

4- القيادة والإدارة:

- فريق عمل محترف: توفير فريق متخصص ومؤهل لإدارة جهود العلاقات العامة.
- تنظيم الموارد: إدارة الموارد المتاحة بشكل فعّال لتحقيق الأهداف المحددة.



إدارة العلاقات العامة الفعّالة

2. تخطيط وتنفيذ حملات العلاقات العامة

1- البحث والتحليل:

- تحليل البيئة: دراسة البيئة الخارجية والداخلية للمؤسسة، بما في ذلك الجمهور المستهدف والمنافسين والعوامل الاقتصادية.
- تحديد الرسائل الرئيسية: وضع رسائل رئيسية تتماشى مع أهداف الحملة وتستجيب لاحتياجات الجمهور.

2- تحديد الأهداف:

- أهداف محددة وقابلة للمقاييس: تحديد أهداف واقعية يمكن قياسها بشكل موضوعي.
- أهداف زمنية: تحديد إطار زمني واضح لتحقيق الأهداف.

إدارة العلاقات العامة الفعّالة

2. تخطيط وتنفيذ حملات العلاقات العامة

3- اختيار القنوات المناسبة:

- القنوات التقليدية: مثل الصحف، والتلفزيون، والإذاعة.
- القنوات الرقمية: مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية، والبريد الإلكتروني.

4- تطوير المواد الاتصالية:

- الرسائل النصية والبصرية: تصميم رسائل نصية وبصرية جذابة تتماشى مع أهداف الحملة.
- الوسائط المتعددة: استخدام الفيديوهات، والإنفوجرافيكس، والمدونات لتعزيز التفاعل.



إدارة العلاقات العامة الفعّالة

3. قياس وتحليل تأثير جهود العلاقات العامة

1- المؤشرات الرئيسية للأداء KPIs:

- المشاركة والتفاعل: قياس عدد التفاعلات، التعليقات، المشاركات، والإعجابات على وسائل التواصل الاجتماعي.
- الوصول والانطباع: قياس مدى وصول الرسائل للجمهور المستهدف وعدد الأشخاص الذين تأثروا بها.

2- تحليل البيانات:

- الأدوات التحليلية: استخدام أدوات تحليل البيانات مثل Google Analytics، وتحليلات وسائل التواصل الاجتماعي لتتبع الأداء.
- التقارير الدورية: إعداد تقارير دورية لعرض النتائج وتقديم توصيات للتحسين.



إدارة العلاقات العامة الفعّالة

3. قياس وتحليل تأثير جهود العلاقات العامة

3- التغذية الراجعة:

- استطلاعات الرأي: جمع آراء الجمهور من خلال الاستطلاعات والاستبيانات لفهم مدى تأثير جهود العلاقات العامة.
- مراجعة الأداء: تحليل الأداء الفعلي مقارنة بالأهداف المحددة وتحديد الفجوات والتحسينات المطلوبة.

4- تحسين الاستراتيجيات:

- تحليل الأخطاء: التعلم من الأخطاء وتحسين الاستراتيجيات والأساليب المتبعة.
- تعزيز النجاحات: التركيز على الجوانب الناجحة وتطويرها بشكل أكبر لتحقيق نتائج أفضل في المستقبل.

04

رابعًا: تطبيقات وأمثلة عملية



أمثلة لحملات علاقات عامة ناجحة

1. حملة Share a Coke لشركة كوكاكولا

- أطلقت كوكاكولا حملة Share a Coke حيث استبدلت شعاراتها على الزجاجات بأسماء شخصية.
- هدفت الحملة إلى تعزيز التفاعل الشخصي مع العلامة التجارية وزيادة انتشارها من خلال تشجيع المستهلكين على شراء زجاجات بأسمائهم أو أسماء أحبائهم.
- وقد نجحت الحملة في تحقيق زيادة كبيرة في الانتشار والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث شارك المستهلكون صورًا لزجاجات الكوكاكولا مع أسمائهم.

Find even
more names
#ShareaCoke.



Share a Coke®
with a mate

أمثلة لحملات علاقات عامة ناجحة

1. حملة Share a Coke لشركة كوكاكولا

تحليل أسباب نجاح الحملة:

- الشخصية والحميمية: ساهمت الحملة في جعل المنتج أكثر شخصية من خلال تضمين أسماء الأفراد على الزجاجات.
- التفاعل الاجتماعي: شجعت الحملة على المشاركة والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما زاد من انتشارها وتأثيرها.
- البساطة والابتكار: كانت الفكرة بسيطة ولكنها مبتكرة، مما جعلها سهلة الفهم والتنفيذ من قبل الجمهور.



"Thank you, mom" P&G'S "THANK YOU, MOM" CAMPAIGN

أمثلة لحملات علاقات عامة ناجحة

2. حملة Thank You, Mom لشركة بروكتر وجامبل

- أطلقت بروكتر وجامبل حملة Thank You, Mom خلال دورة الألعاب الأولمبية لتكريم الأمهات ودورهن في دعم الرياضيين.
- هدفت الحملة إلى ربط العلامة التجارية بقيم العائلة والدعم.
- وقد نالت الحملة استحسانًا كبيرًا وحقت تفاعلًا واسعًا على وسائل التواصل الاجتماعي، مما عزز صورة الشركة كمؤسسة داعمة للعائلات.



أمثلة لحملات علاقات عامة ناجحة

2. حملة Thank You, Mom لشركة بروكتر وجامبل

تحليل أسباب نجاح الحملة:

- الارتباط بالأحداث الكبرى: استفادت الحملة من الزخم الإعلامي لدورة الألعاب الأولمبية لزيادة انتشارها.
- القيم الإنسانية: ركزت الحملة على قيم الدعم والعائلة، مما جعلها مؤثرة وعاطفية.
- التواصل متعدد القنوات: استخدمت الحملة وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات التلفزيونية، والفعاليات لتعزيز انتشار الرسالة والوصول إلى جمهور واسع.

Thank You, Mom!

Why P&G's Olympic Commercials Make You Cry?

مقدمة في إدارة العلاقات العامة

أهمية إدارة
العلاقات العامة
الفعّالة

تطبيقات
وأمثلة عملية



تعريف وتطور
العلاقات العامة

دور ووظائف
العلاقات العامة

“العلاقات العامة
مؤشر النجاح
والفشل
لأي مؤسسة”

Thank You

