

الفصل الثامن :

العلاقات العامة

محتويات الفصل :

- تعريف العلاقات العامة .
- أهداف العلاقات العامة .
- مكونات العلاقات العامة .
- مهام العلاقات العامة .
- العلاقات العامة كعملية .
- العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتكاملة .
- العلاقات العامة التسويقية .
- الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة .

تعريف العلاقات العامة :

تعرف بأنها (وظيفة إدارية لتحديد وتميز العلاقات المفيدة المتبادلة ما بين المنظمة والجمهور والعمل على المحافظة عليها وإنجاحها) .

تعرف بأنها (وظيفة إدارية تتمكن من خلالها على التكييف مع بيئتها المحيطة بها لإنجاز أهدافها التنظيمية) .

تعرف بأنها (الإدارة الاستراتيجية الموجهة نحو المنافسة والصراع لتحقيق المنفعة المتبادلة ما بين المنظمة والجمهور) .

وهذا التعريف يشير إلى التالي :



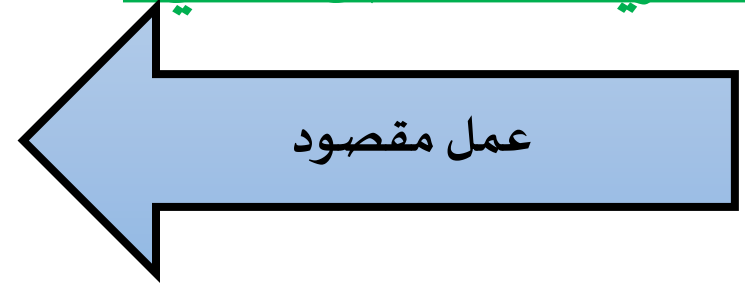
تسعى من خلالها إلى تحقيق منفعة الخاصة والذاتية للمنظمة فضلاً عن المنفعة العامة للجمهور .



ليست نشاط يهتم بنشر المعلومات فقط ، بل هي فن الاستماع والمحادثة مع الجمهور المستهدف .



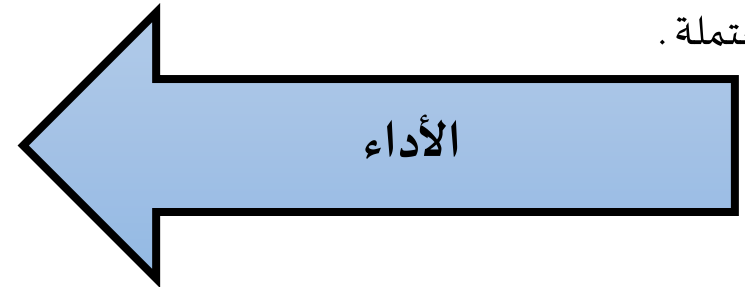
لا بد أن تعتمد الاستراتيجية في عملها ، خاصة في عملية اتخاذ القرارات .



أنه نشاط صمم من أجل إيجاد تأثير على الآخرين والحصول على الأراء تجاه الأعمال التي تقدمها المنظمة .



لكونه نشاط مخطط غير مرتبط بلحظة ، وبالتالي هو يسعى لإيجاد حلول للمشكلات التي تواجهها المنظمة الحالية أو محتملة .



تسعى إلى تحقيق واقع فعلي للسياسات التي تعتمدها لبناء سمعة ومكانة مميزة للمنظمة .

أهداف العلاقات العامة :

- تغيير اتجاهات الأفراد إيجابياً نحو عمل المنظمة وأنشطتها ، مما ينعكس على زيادة المبيعات .
- جعل الأفراد أو الجمهور أكثر إدراكاً إلى منتجات الشركة ، مما يؤدي إلى تعزيز المكانة التجارية .
- رسم صورة إيجابية في المنظمة لدى المجتمع والأطراف الأخرى .
- بناء علاقة متينة وقوية مع وسائل النشر والإعلان، لكونها المصدر الرئيسي في تفعيل الجانب الترويجي .
- إشاعة روح الإبداع والتواصل مع المجتمع ، وخلق صورة لدى الجمهور .

مكونات العلاقات العامة :

الجمهور

هم الأفراد الذين يشتركون إلى حد كبير في ذات المصالح والأهداف التي يسعون إلى تحقيقها ، والذي ينبثق من خلالها رأي معين من شأنه سلباً أو إيجاباً على المنظمة .

العلاقات

وجود الحاجات اليومية لدى الأفراد تدعوهم لتلبية تلك الاحتياجات عبر الممارسات والادوار التي يقومون بها ، وهذا يتوجب وجود علاقات ما بينهم ، وقد ينتج عن هذه العلاقات مواقف إيجابية أو سلبية .

الدعاية

هو بمثابة الأسلوب الترويجي الذي تعتمد المنظمة وعبر العلاقات العامة للوصول إلى الجمهور المستهدف ، وعبر طرق مختلفة تركز على خلق الإقناع والتأثير .

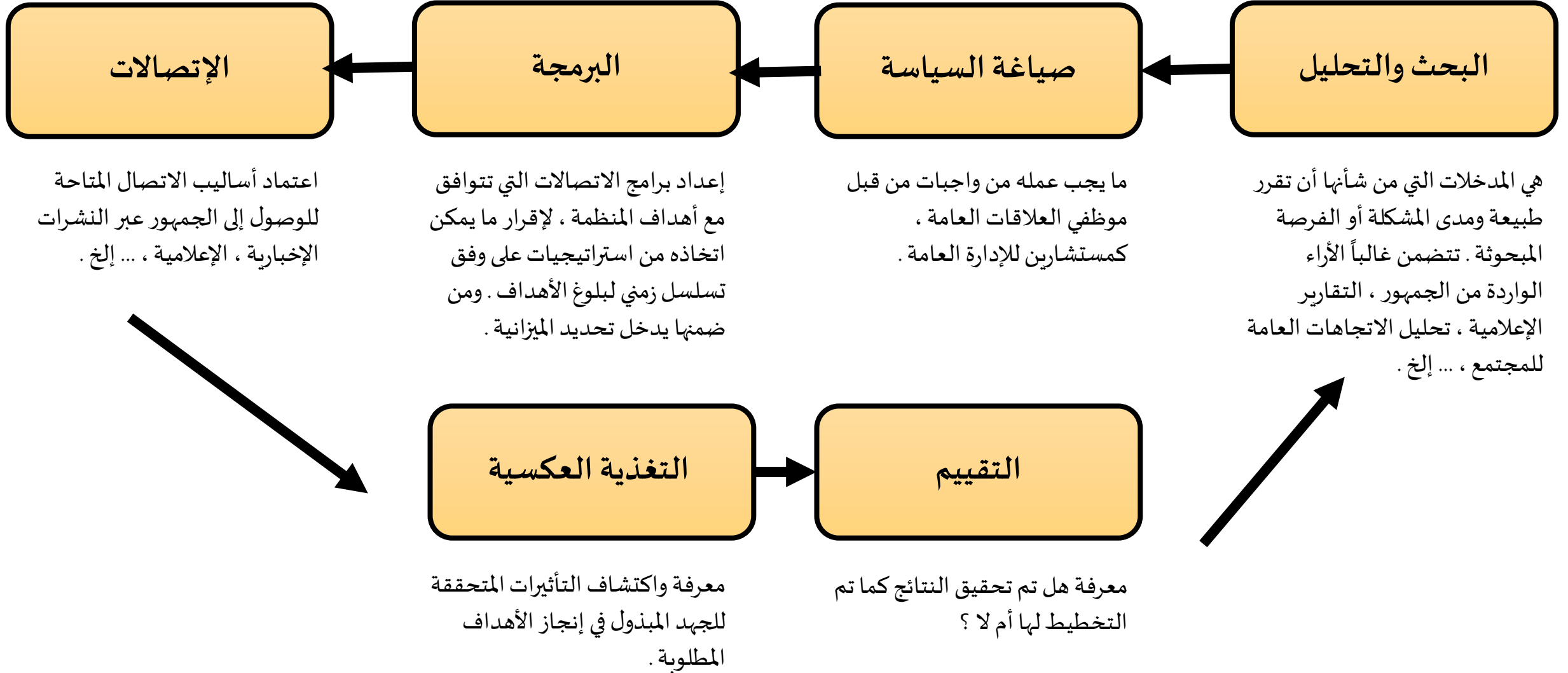
الحملات

هي تعبير عن الممارسات الترويجية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة للوصول إلى خلق التأثير الإيجابي في الطرف المستهدف .

مهام العلاقات العامة :

- تحليل التوجهات المستقبلية العامة وكيفية تتابعها .
- البحث في استطلاعات الرأي العام وقياس الاتجاهات .
- الحيلولة دون حدوث أي تعارض أو عدم فهم العلاقة بين المنظمة وجمهورها .
- فهم واستيعاب السلوك البشري في الوسط الذي تعمل به المنظمة لإمداد الإدارة العليا ببعض المؤشرات السلوكية المهمة .
- الترويج للسلع والخدمات التي تقدمها المنظمة ودعم الأنشطة الترويجية الأخرى خصوصاً الإعلان والبيع .
- التوافق في أنشطة المنظمة مع المنافع العامة للجمهور .
- الترويج والتوضيح الدقيق للمسؤولية الاجتماعية .
- السعي لزيادة ولاء العاملين في المنظمة وتقليل شدة دوران العمل .

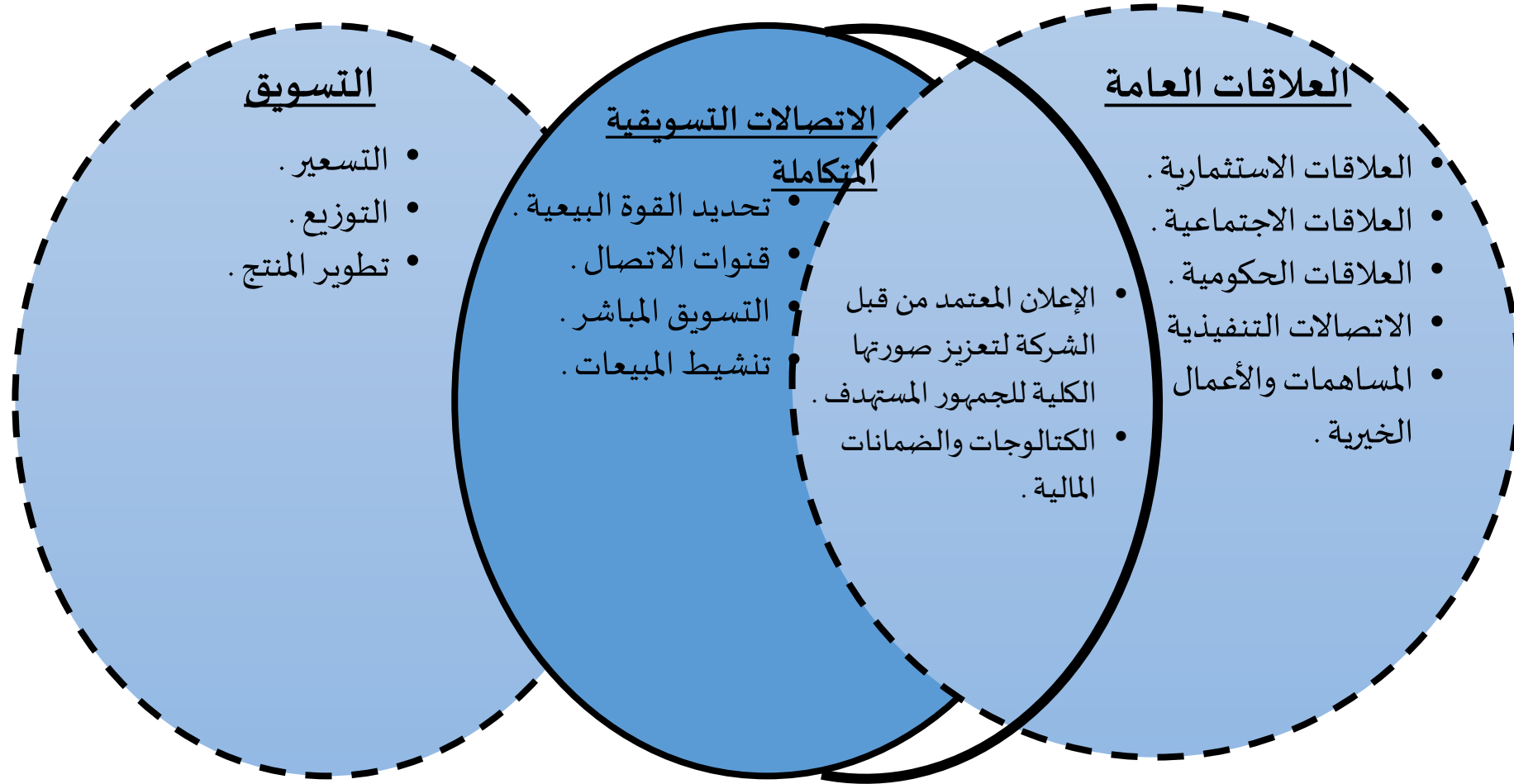
العلاقات العامة كعملية :



العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتكاملة :

- كانت العلاقات العامة في السابق تنصب على خدمة المنظمة في بناء سمعتها بين الجمهور معتمدة على بعض الوسائل مثل : البيانات الصحفية ، الملصقات ، الأوراق الإعلانية ، البروشورات ، ... إلخ .
- أصبح الآن دورها مختلف من خلال التشابك في علاقتها مع التسويق وعبر الاتصالات التسويقية المتكاملة .
- أنشطة العلاقات العامة تصب في خدمة الجانب الترويجي الذي تقوم به المنظمة أو إدارة التسويق ، لكونها توفر الأرضية الخصبة لقبول الرسالة الإعلانية وتحقيق التأثير الفعال وتعزيز العلامة التجارية .
- لها دور تكاملي مع بقية الأنشطة الترويجية والاتصالات التسويقية الأخرى سواء كان ذلك خارج المنظمة (في علاقتها مع الجمهور والوسطاء والمنافسين) أو في علاقتها الداخلية (العاملين والمديرين) .

تابع العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتكاملة :



العلاقات العامة التسويقية :

تعرف بأنها (عملية التخطيط للبرامج التي من شأنها أن تسهم في زيادة المبيعات عبر مخاطبة الزبائن لتلبية حاجاتهم وتحقيق رضاهم) .

العلاقات العامة التسويقية يمكن أن تحقق الآتي :

1. المصداقية العالية في العرض ، لكونها ترتبط مع سمعة ومكانة الشركة ، حيث أنها هي ضمير المنظمة .
2. القدرة على الوصول إلى المشتريين الحاليين والمحتملين ، خاصة أولئك الذين يتجنبون الإعلانات لأنها قد تحتوي على معلومات مضللة .
3. إعطاء احترام وتقدير أكثر للطرف المستهدف ، من خلال الخصوصية التي تعطى لها في الاتصال .

ما الفرق بين العلاقات العامة والإعلان؟؟؟

الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة :

الاتصالات المرئية

المعارض

التلفزيون

الأفلام

الصور الفوتوغرافية

الاتصالات
الشخصية

الوسائل المطبوعة

المطبوعات

البريد المباشر