

المحاضرة 04:

1- مراحل عمليات التخطيط لوظيفة العلاقات العامة.

مقدمة:

العلاقات العامة هي وظيفة إدارية أساسية من وظائف الإدارة، بحيث يجب أن تكون نشاطاتها مستمرة ومخططة وقادرة على مواجهة التحديات، فالعلاقات العامة لها وظيفتان هما: **الوظيفة الوقائية والعلاجية**، والعلاجية هي امتداد للوقائية، وتمثل هذه الوظيفة في الأداء المستمر والمخطط لتحقيق التوافق والانسجام بين المؤسسة والمستهلكين، ولا يكون هذا إلا بعمليات التخطيط، وهذا هو جوهر عمل رجل العلاقات العامة، وبالتالي هي تتطلب عمليات أساسية هي:

أولاً: عملية البحث: البحث في العلاقات العامة هو قياس اتجاهات الفاعلين في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، وهي الخطوة الأولى التي تبني عليها المقومات الأساسية لنجاح وظيفة العلاقات العامة، وتتلخص هذه البحوث في:

أ- بحوث البيئة الخارجية: من خلال بحوث الصورة الذهنية، بحوث الدوافع والاتجاهات، بحوث الفعالية.

ب- بحوث تتعلق بأنشطة العلاقات العامة ومشاكلها وطموحاتها والمجال الذي تعمل فيه وبأدائها.

ج- بحوث تتعلق بأثر التغيرات الاقتصادية والاجتماعية على القوى الفاعلة في البيئة الخارجية للمؤسسة.

ثانياً: عملية التخطيط: التخطيط لوظيفة العلاقات العامة هو رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة وذلك بتحديد الأهداف وتصميم البرامج المحققة لهذه الأهداف مع مراعاة التوقيت الزمني، وتشمل عملية التخطيط المراحل التالية:

أ- المؤسسة والبيئة الخارجية: من حيث دراسة المؤسسة (تاريخها، تطورها، نوعية مدخلاتها ومخرجاتها...). ودراسة البيئة الخارجية (الزبائن - المساهمون - الموزعون - المجتمع - الدولة...)

ب- تحديد الأهداف.

ج- توفير الوسائل والتقنيات المستعملة.

د- تحديد الميزانية اللازمة للخطة.

هـ- تقويم البرنامج.

ثالثاً: عملية التنسيق: وذلك من خلال:

- المشاركة الفعالة لكل الأقسام داخل المؤسسة في عملية التخطيط.

- توزيع المهام ووضع الأهداف الخاصة بالأقسام.

- تقديم المعلومات للإدارة العليا، وهذا يكون ب: استخدام كل أشكال الاتصال وقنواته والعمل على توصيل المعلومات كما ونوعا لمختلف الفاعلين في بيئة المؤسسة الداخلية والخارجية.

رابعا: عملية التقويم: وذلك بقياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيقها لأهدافها، ومدى تحقيق الخطة لأهدافها ومدى تأثيرها على إحداث التغيير، والتقويم عملية مستمرة تتم مرحليا تتزامن مع عمليات البحث والتخطيط والتنسيق لأجل تدارك كل الجوانب السلبية منذ البداية لتحقيق النجاح.

2- خطة العلاقات العامة في إدارة الأزمة انطلاقا من مراحل التخطيط:

أولا: خطة العلاقات العامة قبل وقوع الأزمة:

1- عمليات البحث في معلومات البيئة المحيطة.

2- معالجة المشكلات التي تؤدي الى الأزمة.

3- تحديد أساليب التعامل مع اثار الأزمة.

4- تدريب متحدثين رسميين على التعامل مع وسائل الاعلام.

5- اعداد فريق الأزمة.

ثانيا: خطة العلاقات العامة اثناء وقوع الأزمة:

1- تشكيل خلية أزمة.

2- تحديد أسباب الأزمة.

3- التنسيق بين مختلف الوحدات.

4- دعم التماسك الداخلي.

5- مراقبة ردود أفعال الجمهور الداخلي والخارجي.

6- عقد اجتماعات ومناقشة المشكلة.

7- إعطاء مواعيد للزيائن والشركاء لتوضيح المشاكل.

ثالثاً: خطة العلاقات العامة بعد الازمة:

1- الاستمرار في تزويد وسائل الاعلام بالمعلومات حول الازمة.

2- دراسة أسباب الازمة.

3- وضع برنامج لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

4- استخلاص العبر والدروس.

5- إزالة آثار الازمة بالنسبة للجمهور الخارجي.