



روابط عمومی اثر بخش

مرکز آموزشهای کاربردی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

رحیم محترم

www.mohtaram.ir

روابط عمومی:

برقراری ارتباط مناسب با
اقتشار مختلفی که شرکت یا
سازمان با آنها سروکار دارد،
ایجاد ذهنیت مساعد و مطلوب
در اذهان عموم، و مقابله با
شایعات و رویدادهای
نامطلوب، روابط عمومی نامیده
می شود.





- اصطلاح روابط عمومی به مفهوم کنونی نخستین بار در سال ۱۸۹۷ در سالنامه یک مؤسسه راه آهن آمریکا مطرح شد.
- نخستین روابط عمومی در ایران به طور رسمی در مرداد ماه سال ۱۳۳۲ شمسی در شرکت سابق نفت ایران آغاز به کار کرد و اولین گرداننده آن دکتر نطقی استاد علوم ارتباطات بود.
- در بسیاری از سازمانها و ادارات تا سال ۱۳۴۵ اداره ای به نام تبلیغات و انتشارات و یا انتشارات و اطلاعات فعالیت می کردند که از این تاریخ به بعد نام این ادارات به روابط عمومی تغییر کرد .



- مشتری محصولی را می‌خواهد که در دسترس بوده و از نظر قیمت مناسب باشد
- مشتری محصولاتی را دوست دارد که بالاترین کیفیت و عملکرد و ویژگی‌های نوآورانه را داشته باشد
- مشتریان محصولاتی را می‌خرند که شرکت به اندازه کافی تلاش برای فروش و ترفیع آنها انجام دهد
- تمرکز بر نیاز / خواسته بازار هدف و راضی‌سازی آن بهتر از رقبا
- تمرکز بر نیاز / خواسته بازار هدف و راضی‌سازی آن بهتر از رقبا و تلاش برای بهبود اجتماع

مفهوم تولید

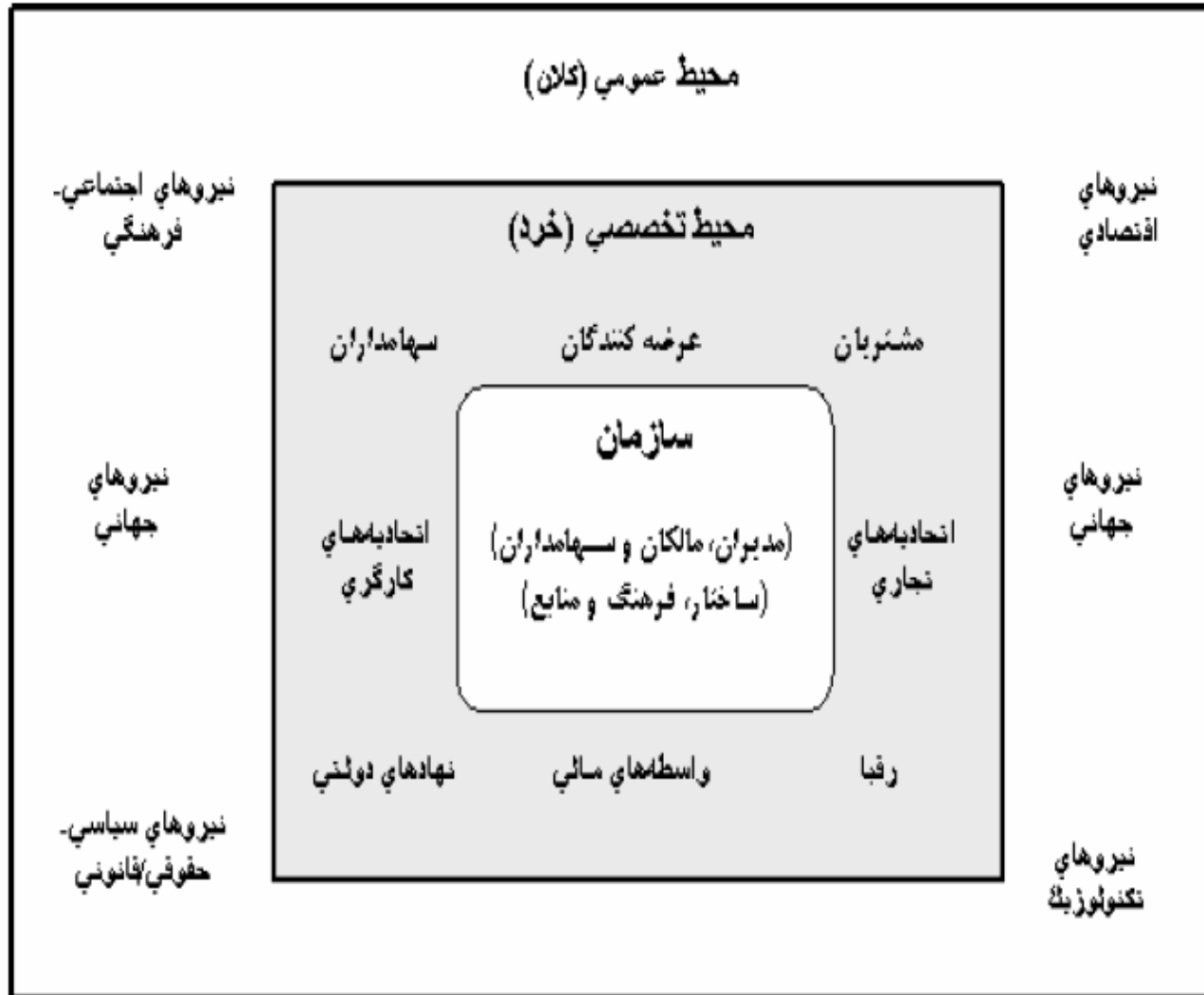
مفهوم محصول

مفهوم فروش

مفهوم بازاریابی

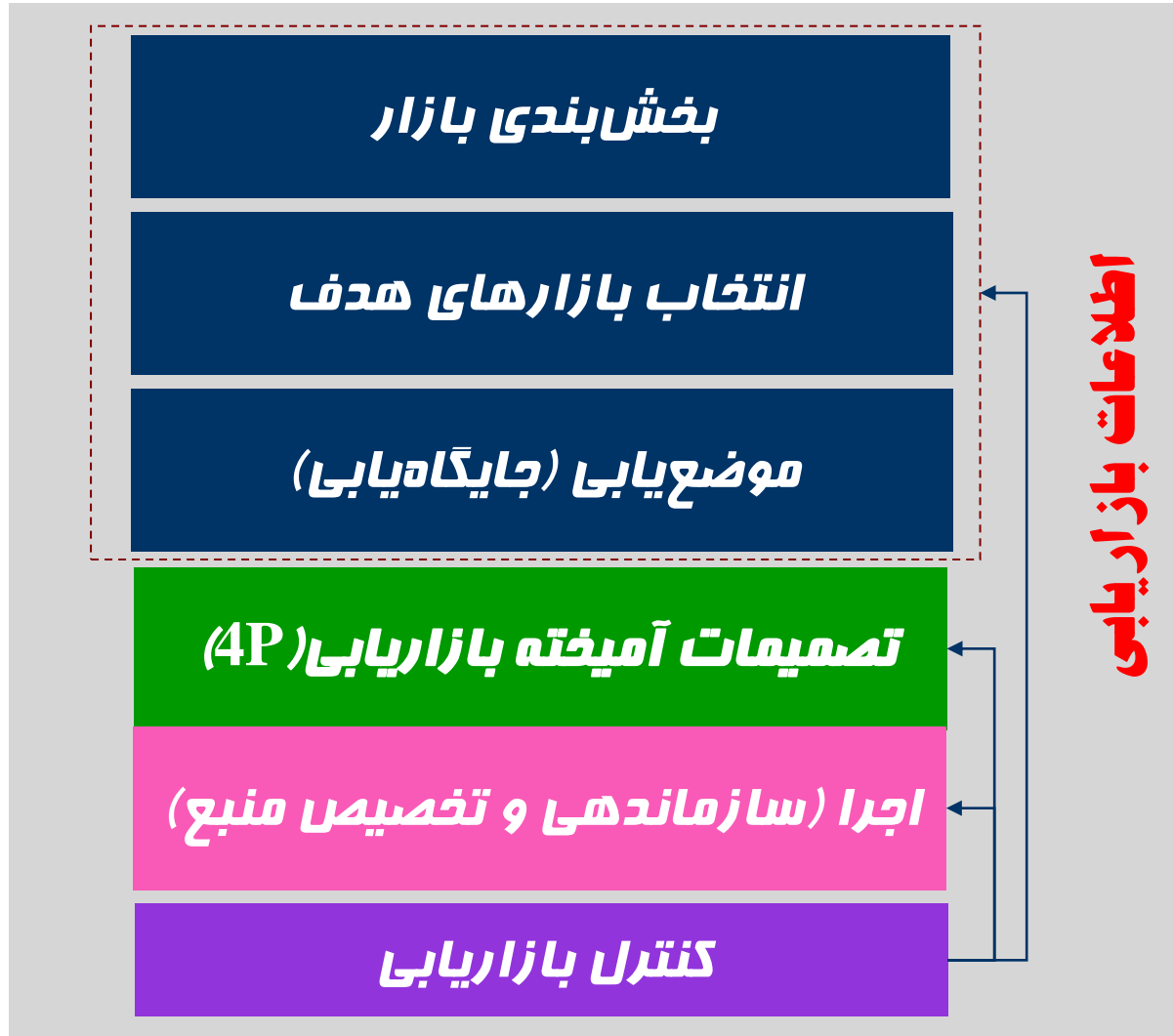
مفهوم بازاریابی اجتماعی

سازمان و محیط و نقش روابط عمومی





فرایند بازاریابی و جایگاه روابط عمومی



آمیخته ارتباطات بازاریابی

تبلیغات و آگهی

هر نوع نمایش غیرشخصی در ازای پرداخت پول

فروش حضوری

نمایش و معرفی حضوری محصول توسط پرسنل فروش
بطور مستقیم

پیشبرد فروش

مشوق‌های کوتاه مدت برای افزایش فروش در یک مقطع
زمانی

روابط عمومی

ایجاد روابط خوب با ذینفعان جامعه بدون پرداخت پول
از طریق پخش اخبار

بازاریابی مستقیم

ارتباط مستقیم با مخاطب برای دریافت پاسخ مستقیم و فوری



ابزارهای تبلیغات و ارتباطات بازاریابی (آمیخته ارتباطات)

روابط عمومی	پیش برد فروش	فروش شخصی	آگهی های تجارتي
تماس با دوستان مراجعه کنندگان و مصرف کنندگان	نمونه کالا	فروشنده	روزنامه
جمع آوری و بررسی شکایات	تخفیف پیش از خرید (کوپن)	مذاکرات فروش	مجله
شرکت در نشست ها و جلسات	تخفیف پس از خرید یا پس دادن بخشی از پول	تله مارکتینگ	کتاب های راهنما
تهیه بریده جراید مربوط به سازمان	تخفیف (خط زدن قیمت واقعی و نوشتن قیمت جدید)	شرکت در نمایشگاه ها	رادیو
گزارش سالانه	کالاهای مجانی یا خیلی ارزان		تلویزیون
نشریه داخلی	هدایای تبلیغاتی		سینما
ارتباط با رسانه های گروهی	پاداش به مشتریان وفادار		پست مستقیم
سخنرانی	نمایش خاص کالا در محل فروش		تابلوهای تبلیغاتی
رویدادهای ویژه	مسابقه، قرعه کشی و بازی		کاتالوگ
هم یاری به سازمان های عام المنفعه	شرکت در نمایشگاه		بروشور
مدیریت بحران			وسایل دیداری و نوشتاری
نفوذ در قوه مقننه و مقامات دولتی			علائم و نشانها



روابط عمومی در بر گیرنده چه مواردی است؟

- **تحقیق و گردآوری اطلاعات**
 - **دسته بندی و ارجاع اطلاعات به دوائر مربوطه**
 - **برنامه ریزی استراتژیک و (اجرا)**
 - **شهرت و برند سازی**
 - **آموزش ارتباطات و فنون مربوطه**
- ★ **روابط عمومی به عنوان کارفرما یا پیمانکار؟؟؟**



عوامل اساسی در اطلاع رسانی سازمانها

■ **مدیران سازمانها**

■ **بخش روابط عمومی**

■ **مردم و مخاطبان سازمان**

■ روابط عمومی نزد مخاطبان وکیل مدافع سازمان، و نزد مدیران سازمان، مدعی العموم مردم است.



مراحل تدوین سیستم ارتباطی

برای ایجاد ارتباط موثر، مدیر باید در پنج مورد تصمیم بگیرد که این موارد عبارتند از:

- **تعیین مخاطبین مورد نظر (مخاطبین هدف)**
- **مشخص نمودن واکنش مورد انتظار**
- **گزینش و تهیه پیام**
- **انتخاب کانال ارتباطی**
- **دریافت بازخورد**

■ **تقویت آنچه که هستید و آنچه که انجام می‌دهید.**

■ **مطلع کردن مردم از اینکه شما فعالید.**

■ **جلب توجه عموم به پروژه یا واقعه ای خاص.**

■ **بهبود تصویر و افزایش شهرت شرکت شما.**

■ **تحت تاثیر قرار دادن مشتریها، بانکدارها و سرمایه گذاران.**

■ **قدردانی از همکاران و اعطاء پاداش به آنها.**

- به همه همکاران خود یادآور شوید که همه آنها صرف نظر از عنوان شغلی خود به نوعی در روابط عمومی نقش دارند.
- فراموش نکنید که جلوگیری از سوء شهرت امری حیاتی است.
- برداشت دیگران از فعالیتهای روابط عمومی سازمان خود را ارزیابی کنید.
- برای برقراری ارتباط خوب سعی کنید وقت شناس، دقیق و صریح باشید.





- **خیلی سریع و در کمال ادب و احترام به شکایت مشتریان رسیدگی کنید و سعی کنید همواره فراتر از سطح انتظار مشتری قرار بگیرید.**
- **از تعیین تاریخ نامناسب برای رویدادها اجتناب کنید.**
- **از نوشتن متن طولانی و فشرده اجتناب کنید.**
- **از آرم خود در طراحی ها استفاده کنید.**



آمادگی برای مصاحبه های رادیویی و تلویزیونی و ...

- با برنامه ای که قرار است در آن شرکت کنید آشنا شوید.
- مخاطب برنامه را بشناسید.
- به سوالات احتمالی بیندیشید و جواب های از پیش تعیین شده ای را تمرین نمایید.
- نکات اصلی و پیامهایی را که می خواهید انتقال دهید را از قبل مشخص کنید.
- مطالب یا مدارکی را که ممکن است به آنها نیاز باشد همراه خود داشته باشید.
- خلاصه گویی کنید.
- خشک و رسمی برخورد نکنید.

چند عمل منفی در روابط عمومی

■ دروغ گفتن یا گمراه کردن

■ امروز و فردا کردن

■ غیر قابل دسترس بودن

■ پیشنهادهای رشوه

■ فخر فروشی

■ کسل کردن مردم



ویژگیهای شخصیتی مدیر روابط عمومی

■ انصاف

■ اشرف کامل بر موضوع

■ داشتن حافظه قوی و
ذهن تحلیل گر

■ برقراری ارتباط بدون کلام
به شیوه صحیح

■ داشتن قدرت رهبری

■ صداقت و راستگویی

■ رازداری و امانتداری

■ ادب و متانت



■ **تکذیب خبر**

■ **توضیح و تصحیح خبر**

■ **تأیید خبر**

انواع روابط عمومی...

- **روابط عمومی توجیه گر** (روابط عمومی بزرگ کنندة و حرکت منفعلانه بدنبال حوادث و اتفاقات محیط)
- **روابط عمومی تبیین گر** (اعلام و بیان رویدادها و و گزارش و و تشریح اقدامات سازمان)
- **روابط عمومی تحلیل گر** (فعالیت با توجه به فلسفه وجودی سازمان و دارای برنامه ادواری منظم)



عوامل موثر در ارتقاء روابط عمومی

- مراکز آموزش عالی روابط عمومی مرتبط و متعادل با فضای عملی کار روابط عمومی
- وضعیت مناسب سیاسی و اجتماعی و فرهنگ مدیریتی مبتنی بر شایسته‌سالاری
- وجود بخشهای دولتی حمایت‌کننده و متولی روابط عمومی
- نهادهای حرفه‌ای و تخصصی روابط عمومی فعال
- نشریات تخصصی روابط عمومی



انقلاب در ارتباطات

- کامپیوتر و تکنولوژی
- ارتباط مجازی
- ویدئو کنفرانس
- پست الکترونیک

