

مقياس: التخطيط في العلاقات العامة

المحاضرة 9: نموذج تطبيقي عن التخطيط في العلاقات العامة

يعتبر التخطيط إحدى أهم المراحل العملية التي تعتمد عليها المؤسسات على اختلاف أنواعها والنشاطات التي تعمل فيها، ويرتبط التخطيط بثلاثة مراحل للتخطيط نذكرها فيما يلي:

1. عند بداية تأسيس/ نشوء المؤسسة، ويسعى التخطيط في العلاقات العامة خلال هذه المرحلة إلى:

- دراسة الموارد المالية والمادية والبشرية التي تحتاجها المؤسسة.
- تحديد المنتج/ الخدمة التي ستوفرها المؤسسة في السوق.
- تحديد الحيز الزمني والمكاني الذي ستنشط فيه المؤسسة.

* وتختلف الأهداف العامة من مؤسسة إلى أخرى ارتباطا بطبيعة انتمائها؛ عمومية أو خاصة، محلية، أو وطنية، أو دولية.

2. عند انطلاق المؤسسة في تقديم المنتج/الخدمة، ويهدف التخطيط خلال هذه المرحلة إلى:

- التعريف بمصادر المادة الأولية للمنتج، أو الطريقة التي تُقدم بها الخدمات ونوعيتها وجودتها.
- ضمان وصول المنتج، أو تقديم الخدمة بأفضل الطرق، وأقل التكلفة إن تطلب الأمر ذلك، من خلال قنوات توزيع "منتج" كوادر بشرية "خدمة" مؤهلة.
- القدرة على الوصول إلى الجماهير المستهدفة والجديدة، وتغطية السوق إن تعلق الأمر بمنتج، أو تقديم الخدمة، ونشر سُمعة طيبة عنها، في المحيط الذي تنشط فيه.
- الإبقاء على الروابط الموجودة وبين مختلف الجماهير المتعاملة معها.

مقياس: التخطيط في العلاقات العامة

المحاضرة 9: نموذج تطبيقي عن التخطيط في العلاقات العامة

3. عند تدهور/تطور حالة المؤسسة: يسعى التخطيط في هذه المرحلة إلى تحقيق
الغايات التالية:

1.3 في حالة التدهور/ يتمثل دور التخطيط في العلاقات أثناء مرحلة التدهور في:

- معرفة الأسباب المؤدية إلى نشوء المشكل "الوضع الحالي".
 - معرفة الفاعلين في المشكل.
 - معرفة الأطراف المتأثرة بالمشكل.
 - معرفة المعلومات الواجب تقديمها إلى الأطراف المتضررة.
 - معرفة ما تمتلكه وسائل الإعلام عن المشكل المتعلق بالمؤسسة.
 - معرفة العوامل والحلول الممكنة للقضاء على المشكل المطروح.
- 2.3 في حالة الرخاء/ يتمثل دور التخطيط في العلاقات أثناء مرحلة الرخاء "التطور"
في:

- معرفة أسباب إقبال الجماهير على منتج/خدمة المؤسسة.
- معرفة قنوات التوزيع بالنسبة للمنتج، والقائم على التوفير والتقديم بالنسبة للخدمة.
- معرفة رغبات الجمهور وما يريده من المنتج/الخدمة، بهدف التجديد في ما تقدمه المؤسسة، لأن الجماهير بطبعها ترغب في التجديد، حتى وإن كانت وفيّة لشراء المنتج/الخدمة.

4. نموذج تطبيقي عن القيام بالتخطيط:

* بصفتك مسؤولاً عن قسم العلاقات العامة في مؤسسة ناشئة طُلب منك إنشاء مخطط
للتعريف بالمؤسسة ومنتوجها، ما هي المراحل التي ستقوم بها للتعريف بالمؤسسة
ومنتوجها؟

مقياس: التخطيط في العلاقات العامة

المحاضرة 9: نموذج تطبيقي عن التخطيط في العلاقات العامة

النموذج/ سأعتمد في التخطيط للتعريف بالمؤسسة ومنتوجها على المراحل التالية:

- **تحديد الأهداف:** هل ترغب المؤسسة في استهداف جماهير محلية، جهوية، وطنية، دولية؟
- يجب أن يعرف مسؤول العلاقات العامة، الوسيلة الإعلامية/ الاتصالية التي تُقبل عليها الجماهير القريبة جغرافيا من المؤسسة. وتحديد طبيعة الوسيلة: أبواب مفتوحة، ندوة صحفية، وثائقي قصير، الحضور في إذاعة/تلفزيون...
- هل الميزانية المخصصة كافية لتحقيق أهداف المؤسسة؟
- **تقويم** ما تم تقديمه حول المؤسسة ومنتوجها، ومحاولة استدراك النقاط التي أغفلتها المؤسسة.