



اطار الاتصال المؤسسي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

« هناك حاجة حقيقية لتطوير نموذج جديد يعمل فيه التسويق والعلاقات العامة معًا بأقصى قدر من الفعالية لمصلحة المنظم والجمهور الذي تخدمه ». كوتلر

الاتصال المؤسسي

« هو وظيفة إدارية توفر إطارًا للتنسيق الفعال لجميع الاتصالات الداخلية والخارجية، وإنشاء وبناء السمعة المؤسسية والحفاظ عليها مع أصحاب المصلحة والجمهور الذي تعتمد عليها المنظمة ».

التنسيق الفعال لجميع
الاتصالات الداخلية والخارجية.

إنشاء وبناء السمعة
المؤسسية والحفاظ عليها.

أهداف الاتصال المؤسسي

تأسيس عمل منظم لنمو ونجاح المنظمة	تأسيس عمل منظم لنمو ونجاح المنظمة، من خلال تنظيم هياكل الاتصال الداخلية الفعالة التي تسهل تبادل المعلومات حول المهمة والرؤية والهدف من المنظمة.
خلق سمعة إيجابية للمؤسسة أمام الجمهور	خلق سمعة إيجابية للمؤسسة أمام الجمهور وأصحاب المصلحة والمساهمين المستثمرين، من خلال توفير المعلومات في وسائل الإعلام المختلفة، والاجتماعات، مواقع الكترونية، والتقارير السنوية.
الاتصال الداخلي لتمكين الموظفين من معرفة أداء المنظمة	الاتصال الداخلي لتمكين الموظفين من معرفة أداء المنظمة ومناقشة قضاياها، إلى جانب تحفيز الموظفين على ممارسة التواصل للحفاظ على سمعة المؤسسة وتعزيزها.
معرفة أداء المؤسسة والأنشطة المستقبلية واقناع الجمهور	معرفة أداء المؤسسة والأنشطة المستقبلية وإقناع الجمهور ببرامجها لإنشاء صورة إيجابية من خلال إعداد التقارير والرسائل والقصص للتأثير على تصور أصحاب المصلحة.
تعزيز التماسك والتعاون بين جميع الأعضاء	تعزيز التماسك والتعاون بين جميع الأعضاء، وذلك من خلال تأسيس بيئة عمل صحية في المنظمة، بما يضمن أن العاملين والإدارة يعملان على تحقيق الأهداف.

أهمية الاتصال المؤسسي

هل الاتصال المؤسسي فرع من العلاقات العامة أم أن العلاقات العامة تندرج ضمن فروع الاتصال المؤسسي؟ يتكرر السؤال بين المختصين، ويرى البعض بعض ممارسي المهنة أن الاتصالات المؤسسية جزء من العلاقات العامة، بينما يرى آخرون أنهما مستقلان، وتتجه كثير من القطاعات الحكومية والخاصة وغير الربحية إلى تبني مسمى « الاتصال المؤسسي » بدلاً عن العلاقات العامة.

بدأ الاتصال المؤسسي من العلاقات العامة، وتطور كممارسة داخل الشركات، كإهتمام بالموظفين والمستثمرين والعلاقة مع الحكومة، ثم جاءت الجوانب التجارية لاحقاً كالإعلانات والاتصالات التسويقية. ويعرف الاتصال المؤسسي على أنه « وظيفة إدارية توفر إطاراً للتنسيق الفعال لجميع الاتصالات الداخلية والخارجية، وإنشاء وبناء السمعة المؤسسية والحفاظ عليها من أصحاب المصلحة والجمهور التي تعتمد عليها المنظمة » فالاتصال المؤسسي ليس عملاً ارتجالياً بل رؤية إستراتيجية، تبدأ بالتخطيط ضمن رسالة موحدة لهوية المنظمة، تنفذ بالأنشطة والبرامج والمبادرات لبناء السمعة وتعزيز الصورة الذهنية والتواصل الداخلي والخارجي والمجمعي، وتوثيق العلاقة مع وسائل الإعلام المتنوعة من خلال إبراز إنجازات المنشأة وخدماتها.

هيكل إدارة الاتصال المؤسسي



أبرز المهام والمسؤوليات

جلب الشراكات والتمهيد لها
وتهيئة مذكرات ومسودات
التفاهمات الخاصة بذلك

التواصل مع الجهات الخارجية وكافة
أشكال التواصل الرسمية والتمهيدية
باستثناء الإجراءات الخاصة بالاتصالات
الإدارية والتنسيق معها فيما يتعلق
بذلك، إضافة الى ترتيب التواصل
الداخلي

التسويق لخدمات
وبرامج ومشاريع
الجمعية

تنسيق اللقاءات والتغطيات
والمناسط الإعلامية ذات الصلة
داخليًا وخارجيًا بالتنسيق مع
الجهات المختصة.

التحدث باسم المركز والتواصل مع
وسائل الاعلام وفق التوجيهات.

متابعة المستجديات ذات العلاقة
على الساحتين الاجتماعية
والإعلامية وغير ذلك، والتوصية
بالاستفادة منها والمشاركة فيها.

خطوات إنشاء خطة ناجحة للاتصال المؤسسي



دور الاتصال المؤسسي في تنمية الموارد المالية وتحقيق الاستدامة المالية



مهام ومسؤوليات وأدوات الإعلام

المؤشر	نوعها	الوسيلة	المهمة	المصدر	القسم
<ul style="list-style-type: none"> عدد المعلومات المنشورة نسبة المعلومات المحدثة اسبوعياً عدد الاخبار المنشورة شهرياً عدد التقارير المنشورة نشر التقرير السنوي عدد الإعلانات المنشورة 	<ul style="list-style-type: none"> موقع الجمعية حسابات الجمعية الصحف الإلكترونية 	التواصل الإلكتروني	<ul style="list-style-type: none"> نشر المعلومات للجمهور نشر الاخبار نشر التقارير الإعلانية للفعاليات نشر التقرير السنوي نشر الإعلانات 	<ul style="list-style-type: none"> الأقسام والإدارات قسم التوثيق الإعلامي قسم الدعاية والإعلان 	قسم النشر والإعلام
<ul style="list-style-type: none"> عدد حملات ترويج المشاريع عدد حملات ابراز الإنجازات عدد حملات نشر القيم عدد حملات المسؤولية الاجتماعية عدد حملات الصور الذهنية عدد الرعايةات المسوقة 	<ul style="list-style-type: none"> إعلانات الطرق والمباني المواقع الإلكترونية الصحف الإلكترونية مواقع التواصل الاجتماعي رسائل SMS البريد الإلكتروني الإعلان المطبوع 	الحملات الإعلانية	<p>الترويج للمشاريع والبرامج</p> <ul style="list-style-type: none"> ابراز الإنجازات حملات نشر القيم المسؤولية الاجتماعية الاسم والشعار والهتاف والموقع 	<ul style="list-style-type: none"> بناء الصورة النمطية المحافظة على الصورة الذهنية 	قسم الدعاية والإعلان
<ul style="list-style-type: none"> عدد الرعايةات المسوقة عدد الفعاليات المغطاة إعلامياً 		<ul style="list-style-type: none"> الرعاية جميع وسائل الاعلام 	<ul style="list-style-type: none"> تسويق ملفات الرعاية للرعاة دعوة وسائل الاعلام للتغطية الإعلامية 	<ul style="list-style-type: none"> تسويق الرعايةات التغطية الإعلامية للفعاليات 	قسم الرعايةات
<ul style="list-style-type: none"> عدد الفعاليات التي تم اعداد تقارير لها نسبة انجاز التقرير السنوي نسبة انجاز الفيلم الوثائقي السنوي 	<ul style="list-style-type: none"> تقارير مطبوعة تقارير مرئية تقارير مطبوعة تقارير مرئية تقارير مطبوعة تقارير مرئية 	التقارير	<ul style="list-style-type: none"> إعداد التقارير الإعلامية للفعاليات والبرامج والمشاريع إعداد التقرير السنوي للجمعية إعداد الفيلم الوثائقي السنوي للتعريف بالجمعية وأنجازاتها 	<ul style="list-style-type: none"> التقارير الإعلامية للفعاليات التقرير السنوي للجمعية الفيلم الوثائقي السنوي للجمعية 	قسم التوثيق الإعلامي

الادوار والمهام في إدارة الإعلام بالجمعية

الإعلام (النشر)

- موقع الجمعية
- مواقع التواصل الاجتماعية
- الصحف الإلكترونية

الدعاية والإعلان

- الحملات الإعلانية
- مشاريع
- قيم انجازات
- مسؤولية اجتماعية
- وسائل الإعلام
- تسويق الرعايات

مدير الدعاية والإعلان

- التخطيط للقسم
- متابعة الانجاز
- متابعة المؤشرات
- إعداد التقارير
- التواصل مع العلاقات العامة
- التواصل مع تنمية الموارد المالية

التصميم الانتاج الفني

- تصميم
- مونتاج

التوثيق

- توثيق
- الأرشيف
- تقارير
- افلام

أصحاب المصلحة

ماذا نريد منهم؟	التأثير عالي/منخفض	الاهتمام عالي/منخفض	ماذا يريدون منا؟	أصحاب المصلحة	م
<ul style="list-style-type: none"> المشاركة في التوجه الاستراتيجي الدعم والمساندة 	10	10	جودة التنفيذ وتحقيق الأهداف	الجمعية ومجلس الإدارة	1
<ul style="list-style-type: none"> الدعم المالي 	7	6	الحكومة وتحقيق المستهدفات	المانحون	2
<ul style="list-style-type: none"> الشراكات الفعالة المسؤولية الاجتماعية 	8	5	الحكومة وتحقيق المستهدفات	الشركاء	3
<ul style="list-style-type: none"> المصادقية في عرض احتياجاتهم معرفة أولويات تقديم الخدمة المحافظة على الممتلكات رضاهم 	8	8	تلبية احتياجاتهم	المستفيدون	4
<ul style="list-style-type: none"> إسناد خدمات التشغيل والصيانة والترميم تسهيل الإجراءات دعم في بناء القدرات 	8	8	الالتزام بالأنظمة	وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان	5
<ul style="list-style-type: none"> دعم الجمعية مالياً 	8	7	<ul style="list-style-type: none"> الشراكة الفعالة والحكومة الالتزام بالمستهدفات المتفق عليها 	بنك التنمية	6
<ul style="list-style-type: none"> تسهيل الإجراءات 	7	7	خدمة المستفيدين والمجتمع	امارة المنطقة	7
<ul style="list-style-type: none"> الدعم المالي والتنظيمي تسهيل الإجراءات 	10	8	الحكومة	وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية	8
<ul style="list-style-type: none"> جودة الاستشارات ومخرجاتها الالتزام بالعقود 	5	3	<ul style="list-style-type: none"> الالتزام بالعقود جاهزية الوثائق 	المستشارون	9
<ul style="list-style-type: none"> الالتزام بالعقود 	5	5	<ul style="list-style-type: none"> الالتزام بالعقود جاهزية الوثائق 	المتعاقدون	10



مصفوفة أصحاب المصلحة

10		8							10
		5							9
		4		6					8
					2	3			7
									6
					7.10		9		5
									4
									3
									2
10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

حجم التأثير

حجم الاهتمام

جمعية كفاءة للتشغيل والصيانة



Kafaa_org

