



جمعية الإسكان التنموي
بعسير

HOUSING DEVELOPMENT ASSOCIATION ASSIR



جمعية الإسكان التنموي بعسير

إطار الاتصال المؤسسي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الفهرس

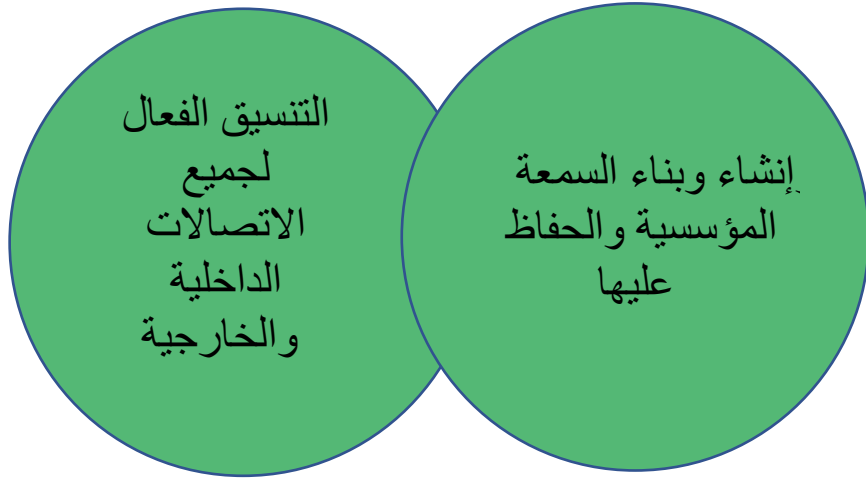
١	مقدمة
٢	الاتصال المؤسسي
٣	أهداف الاتصال المؤسسي
٤	أهمية الاتصال المؤسسي
٥	هيكل إدارة الاتصال المؤسسي
٦	أبرز المهام والمسؤوليات
٧	خطوات لإنشاء خطة ناجحة للاتصال المؤسسي
٨	دور الاتصال المؤسسي في تنمية الموارد المالية وتحقيق الاستدامة المالية
٩	مهام ومسؤوليات وأدوات الاعلام
٩	لأدوار والمهام في إدارة الاعلام بالجمعية
١٠	مصفوفة أصحاب المصلحة

مقدمة

هناك حاجة حقيقية لتطوير نموذج جديد يعمل فيه التسويق والعلاقات العامة معًا بأقصى قدر من الفعالية لمصلحة المنظمة 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".



أهداف الاتصال المؤسسي



أهمية الاتصال المؤسسي

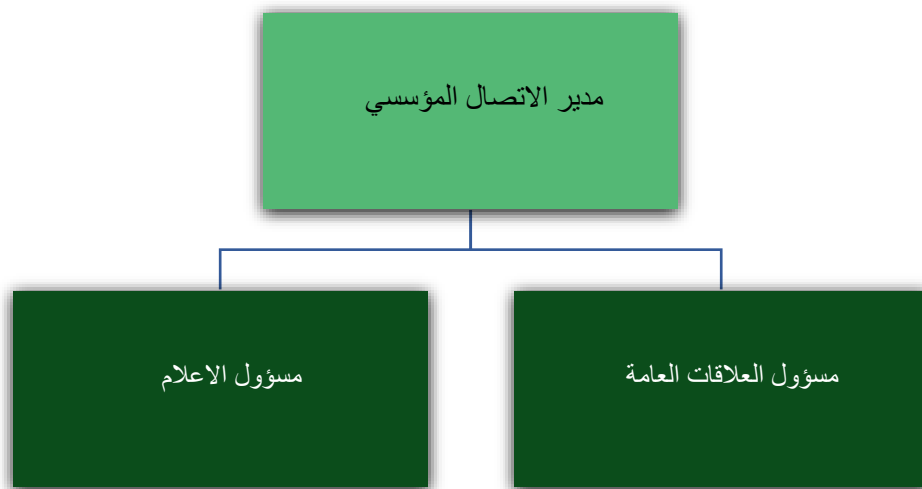
هل الاتصال المؤسسي فرع من العلاقات العامة أم أن العلاقات العامة تندرج ضمن فروع الاتصال المؤسسي؟ يتكرر هذا السؤال بين المختصين، ويرى بعض ممارسي المهنة أن الاتصالات المؤسسية جزء من العلاقات العامة، بينما يرى آخرون أنهما مستقلان. وتتجه كثير من القطاعات الحكومية والخاصة وغير الربحية إلى تبني مسمى «الاتصال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

تاريخياً بدأ الاتصال المؤسسي من العلاقات العامة، وتطور كممارسة داخل الشركات الصناعية، كالاهتمام 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 مع 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 والمجتمعي، وتوثيق العلاقة مع وسائل الإعلام المتنوعة من خلال إبراز إنجازات المنشأة وخدماتها.

أدرك المتخصصون مبكراً أهمية الدمج بين تخصصي العلاقات العامة والتسويق يقول "كوتلر" عراب التسويق في التسعينيات الميلادية: «هناك حاجة حقيقية لتطوير نموذج جديد يعمل فيه التسويق والعلاقات العامة معاً بأقصى قدر من الفعالية لمصلحة المنظمة والجمهور الذي تخدمه». «وفي ظل تطور الاقتصاد العالمي، وتنامي الشركات المتعددة الجنسية، وزيادة الجمهور الداخلي والخارجي، وتطور الاتصال الرقمي، جميع هذه العوامل أسهمت في الحاجة إلى وجود نموذج يتم فيه دمج التسويق والعلاقات العامة تحت مسمى «الاتصال المؤسسي» الذي يعد مظلة إدارية تندرج تحتها الإعلانات، والعلاقات العامة، والتسويق، والاتصال التسويقي، والاتصالات الداخلية والخارجية، وإدارة الأزمات، والمسؤولية الاجتماعية. بناء الهوية المؤسسية للمنشأة والعلامة التجارية وحماية سمعتها من أهم الأدوار التي

هيكل إدارة الاتصال المؤسسي



أبرز المهام والمسؤوليات



*جلب الشراكات والتمهيد لها،
وتهيئة مذكرات ومسودات التفاهات
الخاصة بذلك.



*التواصل مع الجهات الخارجية
بكافة أشكال التواصل الرسمية
والتمهيدية، باستثناء الإجراءات
الخاصة بالاتصالات الإدارية
والتنسيق معها فيما يتعلق بذلك.



التسويق لخدمات وبرامج
ومشاريع الجمعية



*تنسيق اللقاءات والتغطيات
والمناشط الإعلامية ذات الصلة
داخليًا وخارجيًا بالتنسيق مع الجهة
المختصة في إدارة الجامعة.

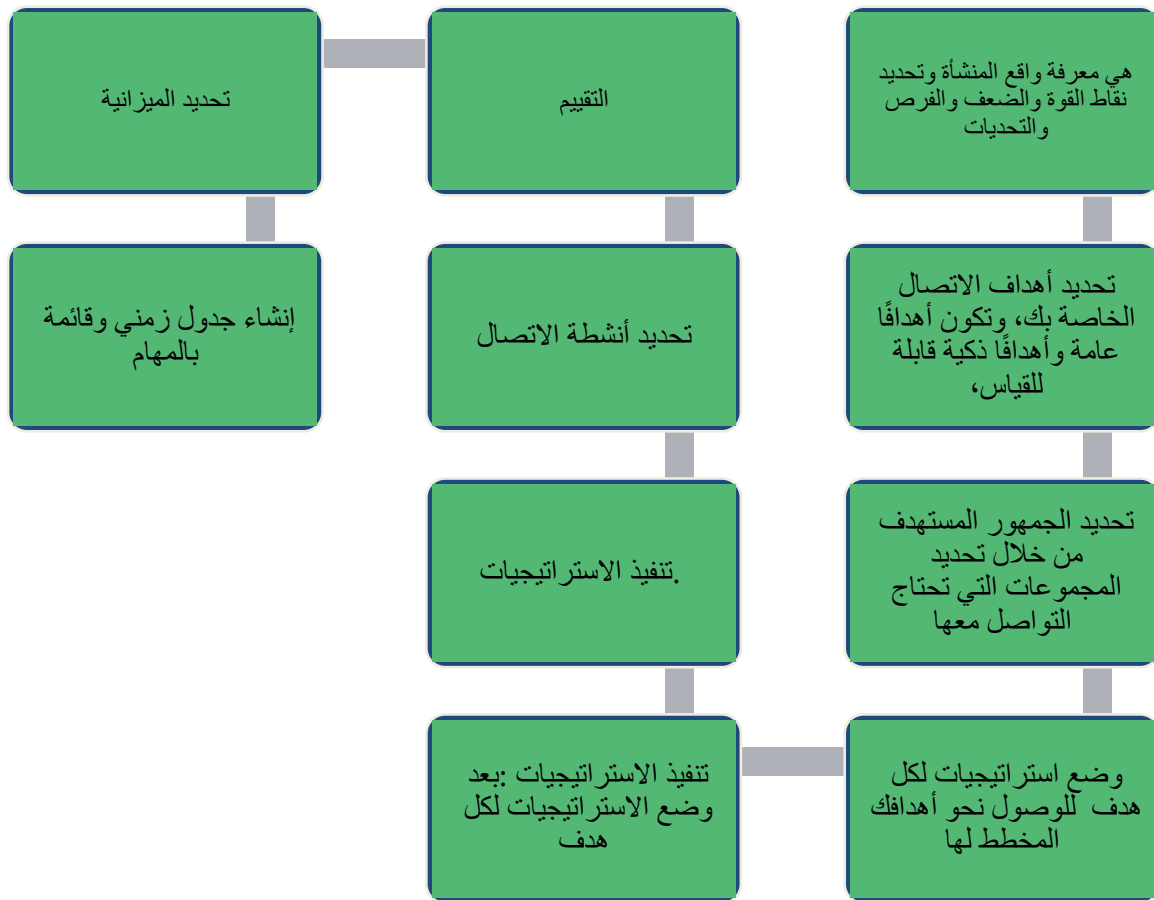


*التحدث باسم المركز والتواصل
مع وسائل الإعلام وفق التوجيهات.

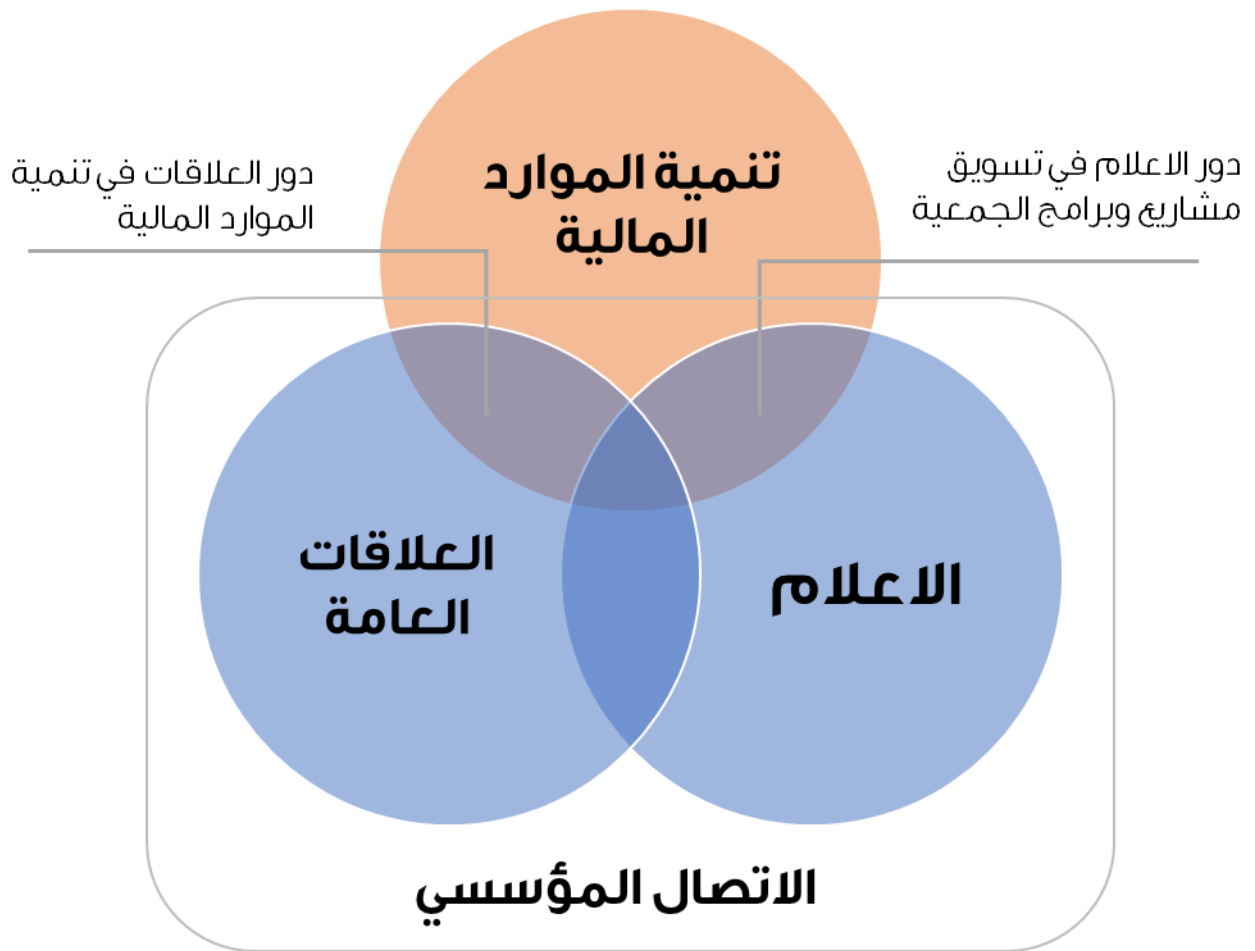


*متابعة المستجدات ذات العلاقة
على الساحتين الاجتماعية
والإعلامية وغير ذلك، والتوصية
بالاستفادة منها والمشاركة فيها.

خطوات لإنشاء خطة ناجحة للاتصال المؤسسي



دور الاتصال المؤسسي في تنمية الموارد المالية وتحقيق الاستدامة المالية



مهام ومسؤوليات وأدوات الاعلام

القسم	المصدر	المهمة	الوسيلة	نوعها	المؤشر
قسم النشر والاعلام	الأقسام والإدارات	نشر المعلومات للجمهور	التواصل الإلكتروني	موقع الجمعية	عدد المعلومات المنشورة
	قسم التوثيق الإعلامي	نشر الاخبار		حسابات الجمعية	نسبة المعلومات الحديثة اسبوعيا
	قسم الدعاية والاعلان	نشر التقارير الإعلامية للفعاليات		الصحف الالكترونية	عدد الاخبار المنشورة شهريا
		نشر التقرير السنوي			عدد التقارير المنشورة
		نشر الإعلانات			نشر التقرير السنوي
					عدد الإعلانات المنشورة
قسم الدعاية والاعلان	الترويج للمشاريع والبرامج		الحملات الاعلانية	إعلانات الطرق والمباني	عدد حملات ترويج المشاريع
	بناء الصورة النمطية	إبراز الإنجازات		المعارض	عدد حملات إبراز الإنجازات
		حملات نشر القيم		المواقع الإلكترونية	عدد حملات نشر القيم
		المسؤولية الاجتماعية		الصحف الإلكترونية	عدد حملات نشر القيم
قسم الرعايةات	المحافظة على الصورة الذهنية	الاسم والشعار والهتاف والموقع	جميع وسائل الاعلام	مواقع التواصل الاجتماعي	عدد حملات المسؤولية الاجتماعية
	تسويق الرعايات	تسويق ملفات الرعاية للرعاة		رسائل SMS	عدد حملات الصور الذهنية
	التغطية الإعلامية للفعاليات	دعوة وسائل الاعلام للتغطية الإعلامية		البريد الإلكتروني	عدد الرعايات المسوقة
				الإعلان المطبوع	عدد الفعاليات المغطاة إعلاميا
قسم التوثيق الإعلامي	التقارير الإعلامية للفعاليات	اعداد التقارير الإعلامية للفعاليات والبرامج والمشاريع	التقارير	تقارير مطبوعة	عدد الفعاليات التي تم اعداد تقارير لها
	التقرير السنوي للجمعية	اعداد التقرير السنوي للجمعية		تقارير مرئية	نسبة انجاز التقرير السنوي
	الفيلم الوثائقي السنوي للجمعية	اعداد الفيلم الوثائقي السنوي للتعريف بالجمعية وإنجازاتها		تقارير مطبوعة	نسبة اناز الفيلم الوثائقي السنوي
				تقارير مرئية	

لأدوار والمهام في إدارة الاعلام بالجمعية

مصفوفة أصحاب المصلحة

يتم تحديد الشركاء المستهدفين
وعمل مصفوفة أصحاب المصلحة

التأثير	-إمارة المنطقة	- مجلس الإدارة - فرع وزارة الموارد البشرية - فرع وزارة الإسكان - المستفيدون	
	-جامعة الملك خالد		
الاهتمام			



جمعية الإسكان التثموي
بعسبر
HOUSING DEVELOPMENT ASSOCIATION ASSIR

جمعية الإسكان التثموي بعسبر

@ eskanabha@gmail.com