

چهارمین کنفرانس حرفه‌ای‌گرایی در روابط عمومی

مدیریت پایش و تحلیل افکار عمومی

فریدون وردی نژاد

13 شهریور ماه 1395

تهران - هتل سیمرغ

www.verdinejad.com

تعریف سنتی مدیریت

مدیریت، تلاشی سازمانی و حرفه
ای است شامل :

- برنامه ریزی
- سازماندهی
- هدایت و رهبری
- کنترل و نظارت

تعریف امروزی مدیریت

مدیریت هنر و فنی است که ؛

موجب اطمینان بخشی در درون سازمان و اعتماد
آفرینی در محیط پیرامونی و میان مخاطبان و
مشتریان می شود .

پایش

فرایندی است برای کسب اطمینان از این که اقدامات و فعالیت های جاری در درون و بیرون سازمان، در جهت اهداف پیش بینی شده و منطبق با اقدامات برنامه ریزی شده به پیش می رود.

افکار عمومی

برآیند نظرها، نگرش ها و باورهای بخش قابل توجهی از اعضای جامعه،

تعریف کلی

افکار عمومی را مترادف اراده ملی گرفته اند،

دانشمندان علوم سیاسی

افکار عمومی محصول تعامل اجتماعی و ارتباطات،

جامعه شناسان

تعامل اجتماعی و ارتباط موثر

1- درک ← فهم مشترک

2- پذیرش ← همدلی و تصمیم

3- کنش ← واکنش مناسب

مدیریت حرفه ای افکار عمومی

تولید رضایت و جلب و کسب آرای مردم

سیاست
مداران

شناخت نیاز مردم و خلق ارزش های نو

اقتصاددانان
و کارآفرینان

شناخت گرایش ها و رفتارهای مردم

جامعه شناسان

پس، پایش افکار عمومی در گرو



تأثيرات مدیریت اطمینان بخش و اعتماد آفرین

اطمینان بخشی موجب آرامش و پویائی می شود
و کارائی را بالا می برد و خلاقیت زاست

اعتماد آفرینی اثر بخشی را افزایش داده و به
هدفمندی سازمانی و اجتماعی کمک می نماید

ضرورت های پایش اجتماعی

تلاشی سازمان یافته برای:

- تقویم افکار عمومی،
- ارزیابی و تفسیر افکار به حسب منافع سازمان،
- شناساندن سازمان به مشتریان و مخاطبان،
- شناساندن مشتریان هدف به سازمان،

ابزار مدیریت نوین افکار عمومی

روابط عمومی

چابک، حرفه ای، مدرن
و اثر بخش

تعریف مدرن روابط عمومی

روابط عمومی هنر و فنی است که ؛

مدیریت سازمان را در اعمال تغییرات مؤثر و استقبال از گرایش‌های مختلف یاری می‌دهد و در این زمینه از تحقیق و نیز فنون ارتباطات و تعامل به گونه‌ای که با اصول اجتماعی و اخلاقی سازگار باشد استفاده می‌کند .

روند تکاملی روابط عمومی

دوره سنتی

1- اطلاع رسانی، آموزش عمومی، تبلیغات و مشاوره

2- حفاظت از هویت سازمانی و مشتری مداری

دوره مدرنیسم

3- ساخت انگاره مناسب و ارزش آفرینی

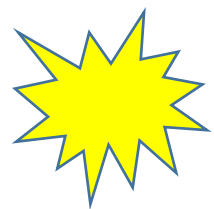
فردانگرائی

روابط عمومی آوند تحقق اثربخشی، نه بالابردن کارآیی

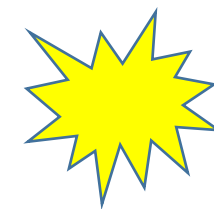
روابط عمومی هنرمدیریت ارتباطات
راهبردی و موثر میان سازمان و
جامعه است که به رهبران کمک
می‌کند تا اهداف خود را تحقق بخشند.
این تشکل می‌تواند **حسن تفاهم و**
تعاملات نیکوی اجتماعی و حتی بین
المللی را به ارمغان آورد.

کارکرد اجتماعی روابط عمومی

روابط عمومی نوین و چابک می تواند با اعتبار آفرینی و تحت تاثیر قرار دادن رهبران و پیشتازان فکری جامعه، به **تغییر رفتار مخاطبان** و مشتریان بپردازد. این حرکت موجبات کنش گری مخاطب و طبقات اجتماعی را در پی خواهد داشت.

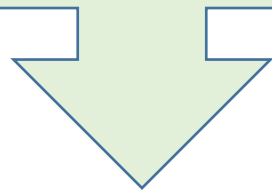


آنچه که مدیریت پایش نباید انجام دهد



پایش گران ارتباطی نمی‌توانند و شایسته نیست که دیدگاه‌ها، عقاید، مطلوبیت‌ها، ترجیحات و برداشت‌های دیگران را نادیده بگیرند و دست‌یازیدن به توجیه و یا جبران تصمیم‌های غلط و خطاهای سازمانی و بی‌توجهی به محیط‌کنشی پیرامون سازمان، روابط عمومی را از هدف اصلی دور کرده و به ابزار تبلیغی و توجیهی بدل می‌سازد.

چالش های امروزی مدیریت پایش (1)



- چالش دانش و تجربه
- چالش گذشته مداری و آینده نگری
- چالش شناخت مؤسسه (نقاط قوت و ضعف)
- چالش کنش گری محیطی و ارتباط با مخاطبان

چالش های امروزی

مدیریت پایش (2)

- چالش تشخیص فرصت ها و تهدیدهای محیطی
- چالش علاقه و وفاداری به شغل و سازمان و ارزش های محیطی
- چالش ارزیابی عملکرد سازمان (توفیق و عدم توفیق)
- چالش رقابت با رقباء سازمان (اخلاقی یا توجیهی)

جمع بندی

مدیریت نوین پایش افکار می تواند بگونه ای تعاملی و اقناعی با تکیه بر ارتباطی دو سویه آگاهی عمومی را بالا ببرد و در عین حال به یادگیری و آموزش تحمل عمومی کمک کند و با اعتبار آفرینی و تحت تاثیر قرار دادن رهبران پیشتازان فکری جامعه، به تغییر رفتار مخاطبان و طبقات اجتماعی هدف بپردازد. این حرکت موجبات کنشگری مخاطب و طبقات اجتماعی را در پی خواهد داشت.

پایان

فریدون وردی نژاد

verdinejad@verdinejad.com