



عنوان مقاله:

۱۵ نکته روابط عمومی الکترونیک

چکیده مقاله:

روابط عمومی الکترونیک تلاش پیگیرانه، برنامه‌ریزی‌شده و سازمان‌یافته‌ای است که با استفاده از بسترهای فناوری اطلاعات سعی دارد تا تعامل، تفاهم و حس همکاری متقابل میان سازمان و عموم مرتبط با آن را افزایش دهد. حوزه کاری روابط عمومی الکترونیک بسیار گسترده است و شامل روابط مطبوعاتی و انتشاراتی برخط و غیر برخط، تبلیغات الکترونیکی و معمولی، بازاریابی الکترونیکی، نمایشگاه‌های الکترونیکی، اطلاع‌رسانی الکترونیکی و ... است. روابط عمومی الکترونیک فرصت‌هایی را فراهم می‌کند تا کیفیت ارائه خدمات به مخاطبان سازمان بهبود یابد و آنان را قادر می‌سازد در هر لحظه، به حجم وسیعی از خدمات و اطلاعات دسترسی پیدا کنند. افزایش تقاضای دسترسی به اینترنت برای دریافت خدمات، اطلاعات و روش‌های ارتباطی، کار و زندگی را تحت تأثیر قرار داده است، بنابراین مدیران روابط عمومی نمی‌توانند نسبت به این درخواست‌ها و تحولات بی‌تفاوت باشند.

از مجموع مقالات آکادمی نیک درس

[لینک دسترسی به این مقاله در وب سایت آکادمی نیک درس](#)

نکته نخست:

روابط عمومی الکترونیک:

در روابط عمومی الکترونیک به جای بهره‌گیری از شیوه‌های سنتی مواجهه با مخاطبان یا مشتریان، از فناوری‌های الکترونیکی به منظور سرعت، سهولت و فراگیری بیشتر استفاده می‌شود. سنگ بنای سایر فعالیت‌های روابط عمومی در فضای برخط در همین فضا بنا نهاده می‌شود.

نکته دوم:

روابط عمومی دیجیتال:

در روابط عمومی دیجیتال هنوز محتواها همان محتوای سنتی است، با این تفاوت که قابلیت جستجو و رونوشت مطالب به صورت Text برای مخاطبان وجود دارد. برخی اسناد، نامه‌ها، فرم‌ها و تقاضاها به وسیله ابزارهایی نظیر رایانامه، امکان ارسال و نقل و انتقال دارند، اما فعالیت‌های ارتباطی همچنان یک‌سویه است.

نکته سوم:

روابط عمومی برخط:

در این نوع روابط عمومی خدمات به صورت شبانه‌روزی در اختیار مخاطب و مشتری قرار می‌گیرد و برای رسانه‌های مبتنی بر وب اعتبار قائل می‌شود. خبردهی و خبریابی مبتنی بر فضای وب مرسوم می‌شود. اخبار روابط عمومی علاوه بر رسانه‌های مکتوب برای رسانه‌های اینترنتی نیز ارسال می‌شود. امکان انتشار هم‌زمان مصاحبه‌ها و گفتگوهای زنده روی وب امکان‌پذیر است و به محتوای تولید شده در اینترنت عکس‌العمل نشان داده می‌شود.



نکته چهارم:

روابط عمومی سایبر:

فرآیندی است که در آن روابط عمومی به صورت کاملاً برخط درآمده و ویژگی تعاملی و مشارکت پذیری آن بسیار برجسته است. مخاطب یا مشتری در روابط عمومی سایبر در جایگاه نخست اهمیت ایستاده است و به جای توده‌های انبوه به تک تک افراد توجه کامل می‌شود. در این نوع روابط عمومی، مفهوم کار و ساعات کاری تغییر پیدا می‌کند و حضور در چنین نهادی به منزله یک شغل تمام وقت محسوب می‌شود.

نکته پنجم:

روابط عمومی اینترنتی:

برخی از سازمان‌ها اصولاً در بستر اینترنت متولد شده‌اند و در همان فضا فعالیت می‌کنند و حیات و ممت آن‌ها وابسته به جایگاه‌شان در اینترنت است. در روابط عمومی اینترنتی با مفهوم و چارچوب فوق، همه امور تخصصی و فنی است و استفاده حداکثری از فناوری‌های نرم‌افزاری و اطلاعاتی صورت می‌گیرد.

نکته ششم:

ویژگی‌های روابط عمومی سنتی:

1. تعداد مخاطبان مؤثر محدود (بیشتر ژورنالیست‌ها)

2. ارتباطات از بالا به پایین

3. ارتباطات یک‌سویه

4. خبرگزاری‌ها به عنوان کانال ارتباطی پیش فرض

5. تعداد محدود کانال‌های ارتباطی

6. ارزش محدود و غیرقابل ارزیابی در آگهی‌های تبلیغاتی

7. تأکید بر ارائه محتوا به صورت کتبی

8. ارائه پیام‌های کنترل شده از پیش انتخاب شد

9. انتظار پاسخ‌های خطی و قابل پیش‌بینی از مخاطبان

10. غیر برخط



نکته هفتم:

نیک درس

ویژگی‌های روابط عمومی وب 2:

1. تعداد مخاطبان بسیار زیاد (هر کس در هر جا)
2. مخاطبان تحت شبکه تخت (زمان واقعی)
3. ارتباطات تعاملی و چند سوپه با زبان‌های جدید گفتگو
4. انفجار کانال‌های ارتباطی، وب، بلاگ، پست الکترونیکی و...
5. رشد گروه‌ها و دسته‌بندی‌های بسیار زیاد و کانال‌های ارتباطی فراوان
6. ارزش بالا و قابل اندازه‌گیری آگهی‌های تبلیغاتی

7. تأکید بر گفتگو و ارتباطات چندرسانه‌ای

8. گفتگوی دو طرف تا رسیدن به توافق

9. پاسخ‌های 24 ساعته و بدون تعطیلی و غیرقابل پیش‌بینی

10. برخط

نکته هشتم:

رویکرد در روابط عمومی سنتی:

1. سازمان‌دهی بر اساس نوع بخش‌ها و محصولات

2. تأکید بر روی مخاطبان اصلی و سودآور

3. تجربه محور بودن

4. به منافع سازمان و مدیران بیشتر از هر چیز دیگری توجه کردن

5. ایجاد ارتباط توسط واحد روابط عمومی

6. ایجاد نام تجاری و جایگاه سازمان با استفاده از تبلیغات بیشتر

7. جذب مخاطب و مشتری جدید

8. زیاد قول دادن و کمتر عمل کردن

نکته نهم:

رویکرد در روابط عمومی نوین:

1. سازمان‌دهی بر اساس بخش‌های مخاطبان (مشتریان) و تولید ارزش برای مخاطبان

2. تأکید بر روی طول عمر همه مخاطبان و ایجاد ارزش برای همه مخاطبان

3. دانایی محور بودن

4. سرلوحه قراردادادن اخلاق و مسائل حقوقی

5. ایجاد ارتباط با تمام قسمت‌های سازمان

6. ایجاد نام تجاری و جایگاه سازمان از طریق رفتار مناسب مانند حفظ و رشد مخاطب و مشتری و اهمیت دادن به مخاطبان و مشتریان قدیمی

7. تمرکز بیشتر بر حفظ مخاطب و مشتری و ایجاد وفاداری

8. کمتر قول دادن و بیشتر عملکرد (فراتر از حد انتظار بودن)



نکته دهم:

آرمان روابط عمومی نوین:

اطلاع‌یابی از تمام اطلاعات و اخبار مرتبط با سازمان و مخاطب قرارداد و اطلاع‌رسانی به عموم جامعه بر اساس علاقه، خواسته و نیاز آن‌ها و اهداف سازمانی.

نکته یازدهم:

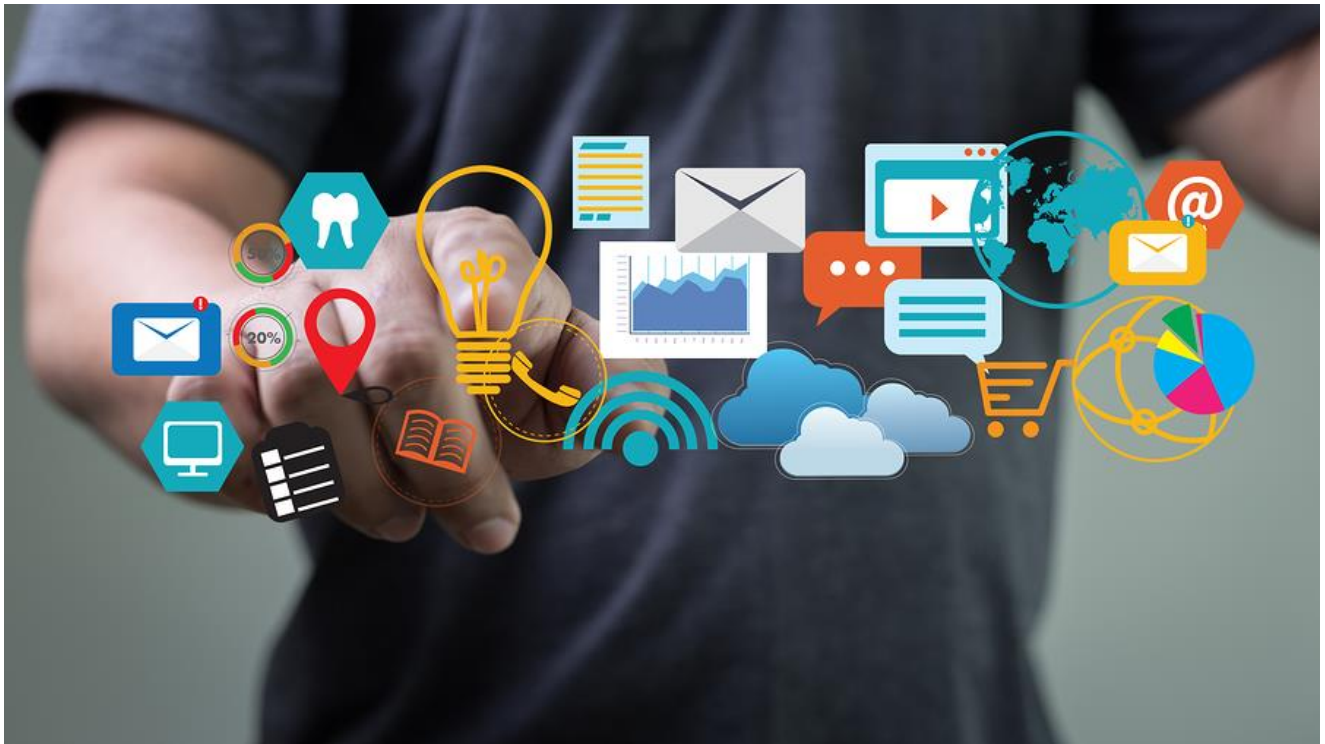
مأموریت روابط عمومی نوین:

ایجاد فضای تفاهم، پیوند دادن و مرتبط کردن مخاطبان با سازمان و هم‌راستا و هم‌جهت کردن افکار و عقاید مخاطبان با اهداف سازمانی در چارچوب مسائل اخلاقی.

نکته دوازدهم:

اهم دیدگاه و نگرش در روابط عمومی نوین:

1. قلمرو و حوزه روابط عمومی اینترنتی باید عموم مردم (کل جامعه) باشد.
2. سازمان باید به طور شفاف در تمام امور به مخاطبان اطلاع رسانی کند. (سازمان پشت و پشیمانترین قرار گیرد).
3. ارتباطات در روابط عمومی اینترنتی باید همیشه به گونه ای باشد که ایجاد ارزش برای مخاطبان یا قسمتی از مخاطبان نماید.
4. رعایت اصول و معیارهای اخلاقی باید جزو لاینفک باشد.
5. اطلاع رسانی باید به عنوان پل ارتباطی بین سازمان و مخاطبان تلقی و باعث شود تا دیدگاههای مخالف و بی تفاوت، همراستا با اهداف سازمانی و دیدگاههای موافق، تقویت شود.
6. جایگاه روابط عمومی به واسطه اطلاع رسانی به عنوان مشاور برای مدیران ارشد سازمان است.
7. اطلاع رسانی باید واقع گرا باشد (و نه شعارگونه).
8. افکار عمومی مخاطبان مورد تأکید واقع شود (چون از اهمیت ویژه ای برخوردار است).
9. ارتباطات با مخاطبان منحصر به روابط عمومی نمی شود و تمام اجزای سازمان و سایت اینترنتی به طور غیرمستقیم یا مستقیم باید به این امر مبادرت ورزند و مفهوم اطلاع رسانی باید در تمام سازمان جاری باشد.



نکته سیزدهم:

اهداف روابط عمومی اینترنتی:

1. خبر دادن (گرفتن)، مطلع کردن (شدن)، آموزش دادن و آگاهی دادن (مثل امور اقتصادی).
2. ترغیب، اقناع، مجاب کردن، تشویق کردن، انگیزه‌دهی، مشارکت کردن و گسترش و توسعه روابط.
3. معرفی سازمان، انتقال گرایش‌های سازمان، بیان دیدگاه‌های خاص ساختمان و ارائه گزارش‌های تحلیلی.
4. افکارسازی، ارزش‌سازی، نگرش‌سازی، ایده‌سازی، عقیده‌سازی و تغییر عقیده‌دادن در مخاطبان.
5. تفریح و سرگرمی.

نکته چهاردهم:

ضرورت توسعه روابط عمومی الکترونیک:

1. افزایش حجم اطلاعات مورد تقاضای مردم

2. افزایش خدمات قابل ارائه به مردم
3. تقویت روند شکل گیری رسانه های تعاملی
4. توسعه روزنامه نگاری الکترونیکی
5. ویژگی های جدید بازار و استفاده از مخابرات و الکترونیک در تجارت
6. گسترش و ارتقای نیازها، خواسته ها و انتظارات عمومی متناسب با شرایط روز
7. افزایش سرعت اطلاع رسانی.

نکته پانزدهم:

ساختار روابط عمومی اینترنتی:

اینترنت پدیده ای است که به خاطر قابلیت های متنوعش انعطاف پذیری بسیاری دارد، به طوری که این انعطاف سبب شده است تحولاتی در دیدگاه های موجود سنتی نسبت به کسب و کارهای اینترنتی ایجاد شود. در رویکرد سنتی ابتدا ساختار موجود مدنظر قرار می گیرد و سپس بر اساس این ساختار، اهداف و در ادامه، راهبردها تعیین می شود، در صورتی که در رویکرد نوین ابتدا اهداف را در نظر می گیرند و بر اساس این اهداف، راهبردها مشخص و سپس ساختار تعدیل یا ساختار جدید برای کسب و کار اینترنتی تعیین می شود.



نیک درس



نیک درس



عنوان مقاله:

۱۵ نکته روابط عمومی الکترونیک

نتیجه گیری:

از وظایف مهم روابط عمومی‌ها، اطلاع‌رسانی دقیق و به‌موقع به سازمان و مخاطبان عام و خاص و ایجاد هم‌نوایی در ابعاد درون و بیرون سازمان است، که با ساختن تصویر ذهنی مناسب از سازمان و برخورداری از ابزارهای دقیق ارتباطی، مخاطبان را به استقبال از فعالیت‌ها و برنامه‌ها ترغیب و به توسعه روابط عمومی کمک می‌کند.

بدیهی است که امروزه، روابط عمومی‌ها باید همگام با تحولات و پیشرفت‌های روز دنیا حرکت کنند تا از هیچ نوع نوآوری و تکنولوژی ارتباطی و اطلاعاتی دور نمانند.

از مجموع مقالات آکادمی نیک درس

[لینک دسترسی به این مقاله در وب سایت آکادمی نیک درس](#)

آکادمی نیک درس، در انتهای تابستان 1400 فعالیت خود را باهدف انتقال تجربه مدرسین در حوزه‌های مختلف از جمله دروس مدرسه و دانشگاه (تمامی رشته‌ها و تمامی مقاطع)، دروس حوزه علمیه، مهارت‌های بازار کار، هنر، صنعت، آشپزی، نرم‌افزارهای کاربردی و ... باکیفیت مطلوب جهت سربلندی کشور اسلامی عزیزمان ایران، آغاز نموده است.

تلاش شبانه‌روزی همکاران ما در آکادمی نیک درس جهت ارائه خدمات آموزش باکیفیت و مطلوب، باقیمتی پایین جهت پیش برد اهداف از قبل تعیین شده از جمله تحقق عدالت آموزشی، دسترسی آسان و باکیفیت به آموزش‌های متنوع در زمینه‌های گوناگون برای اقشار مختلف جامعه در استان‌ها، شهرها و روستاها و حتی در مناطق کمتر برخوردار می‌باشد.

امید است که با معرفی آکادمی نیک درس به دوستان و آشنایان خود، ما را جهت پیشبرد این اهداف یاری نمایید.

در صورت تمایل به تدریس و یا تمایل به نویسندگی مقالات در آکادمی نیک درس، مهارت‌های خود را در [فرم همکاری با ما](#) در آکادمی نیک درس، ثبت نمایید.



www.NikDars.com