

شؤون

شؤون

PR علاقات عامة



القواعد الذهبية
للعلاقات العامة



AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info



تحديد الأهداف

عندما تقرر شركة ما المغامرة في الإعلام الرقمي يجب عليها معرفة ما ستجنيه من خلال القيام بهكذا خطوة، ربما يكون هدفها إظهار العلامة التجارية أو الحصول على زبائن أو ربما البدء بحملة ترويج ما.. إلخ

Source: ipra-ar.org



AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info



البحث عن جماهير

لا تتأثر الجماهير بالإعلام الرقمي بنفس الدرجة حيث يمكن تصنيفها تبعاً للجوانب الديموغرافية أو النظر إلى النواحي التي تتشارك بها، ويوجد هناك أيضاً أدوات تمكن من تقييم مدى نشاط المتأثرين

Source: ipra-ar.org



AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info



تحديد الجمهور المستهدف

اعرف حاجاته والخدمات المتوقعة منك بحيث تدرك ما هي المواد والوسائل الترويجية التي يجب استخدامها

Source: ipra-ar.org



AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info

القواعد الذهبية
للعلاقات العامة

شوية
PR علاقات عامة



تحديد الاستراتيجيات

حدد ماهية المعلومات التي ستقدمها و كيفية تقديمها

Source: ipra-ar.org



AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info



اختيار المنصة الملائمة

التواجد على فيسبوك وتويتر ولنكدان ليس بالأمر الضروري، لأن المهم أن تتواجد حيث يتواجد الجمهور المستهدف

Source: ipra-ar.org



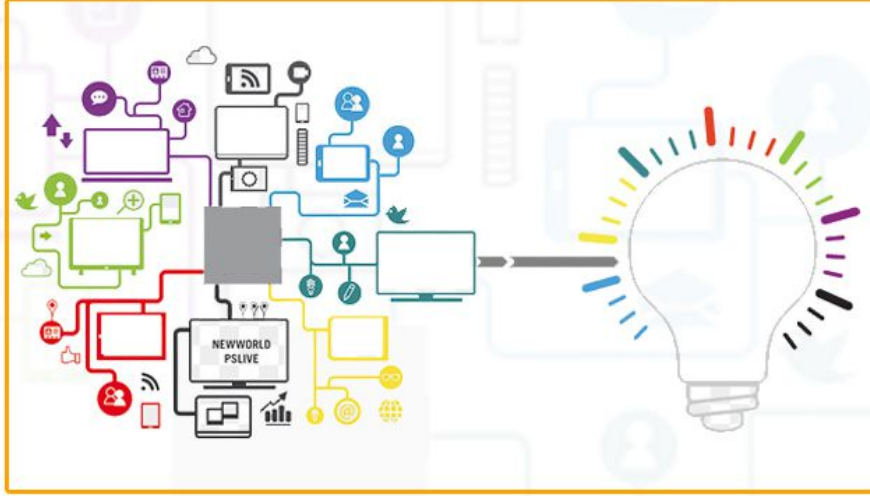
AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info

القواعد الذهبية
للحلاقات العامة

شوية
PR علاقات عامة



تصميم الرسائل

فكر فيما تقول وكيف تقوله ولماذا تقوله قبل نشر أي شيء

Source: ipra-ar.org



AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info



قياس الفاعلية

يتم ذلك مع الوقت ويتم تعديل الاستراتيجية المتبعة تبعاً للنتائج. أيضاً
هناك أدوات رقمية تساعد في ذلك

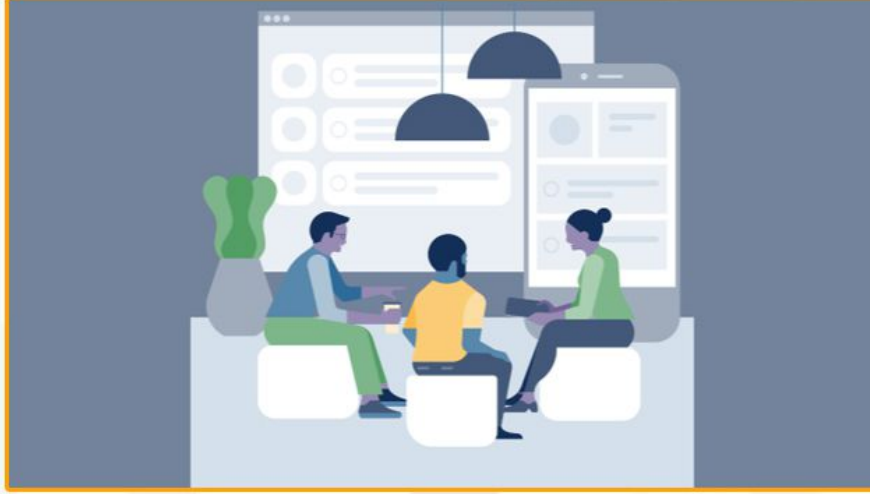
Source: ipra-ar.org



AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info



التفاعل

استمع باهتمام للجمهور وتشارك معهم دائماً، إلا استبدأ الانتقادات السلبية بالجمهور

Source: ipra-ar.org



AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info

القواعد الذهبية
للحلاقات العامة

شوية
علاقات عامة
PR



الرصد والمراقبة

من الممكن معرفة ما يظن الناس بالشركة (المؤسسة) أو المنظمة أو العلامة التجارية من خلال الكلمات الرئيسية و الآراء

Source: ipra-ar.org



AbdullatifNajim



abdullatifnajim.info