



العلاقات العامة مع الجماهير الخارجية

١- العلاقات العامة مع العملاء :-

- يتوقف نجاح الشركة او فشلها علي طبيعة علاقتها مع عملائها ، ففي اي مجال عمل تقوم به الشركة سواء كان بيع سلع او خدمات فان العميل هو مفتاح النجاح .
- لقد كانت المشكلة الرئيسية التي يواجهها المنتج قبل الثورة الصناعية هي كيف يمكن ان يزيد من انتاجه ، الا انه الان اصبحت مشكلته كيف يوزع ويسوق ما تنتجه مصانعة ، ومن هنا اصبح هناك تنافس شديد بين الشركات للحصول على رضا العميل وكسب ولاءه للسلعة سواء كان ذلك عن طريق تقديم السلعة ذات الجودة العالية او بيعها اليه بأرخص الاسعار او توصيلها اليه في المكنان المناسب والوقت المناسب .
- ان العميل لا يستطيع تحمل الاعلانات المضللة او المخادعة وبالتالي فأنا نجد ان كثيراً من القوانين والتشريعات قد وقفت لتحمي العميل من كافة الممارسات التي تؤدي الى خداعه .
- فالتشريعات في الولايات المتحدة على سبيل المثال اجبرت المنتج على وضع ملصق على السلعة التي يبيعهها ليبين فيها مكونات السلعة او أي كفالة عليها ان وجدت او أي تحذيرات بالنسبة للسلع التي تكون خطرة على حياة الفرد وعلى صحته ولا يفوتنا هنا الدور التي تقوم به جمعيات حماية المستهلك في جميع انحاء العالم وذلك بهدف حماية المستهلك من أي اضرار قد تلحقه نتيجة أي ممارسات من قبل المنتجين والبائعين .

اتصال العلاقات العامة بالعملاء :-

- ثقة العميل بالمنشأة لها اثير علي نجاح هذه المنشأة ولذلك من الاهمية بمكان الحفاظ علي علاقات جيدة مع العملاء وكسب تأييدهم .
- واهداف اجراء الاتصالات مع العملاء يمكن ايجازها فيما يلي :
- ١- كسب ثقة العملاء الحاليين والحفاظ عليهم .
- ٢- اجتذاب عملاء جدد الي المنشأة .
- ٣- الحصول علي اكبر حصة في السوق .
- ٤- التعرف علي اراء العملاء واتجاهاتهم .
- ٥- تزويد العملاء بمعلومات عن المنشأة فيما يتعلق بسياساتها وتاريخها .
- ٦- تخفيض شكاوي العملاء الي اقل حد ممكن والاسراع بحل مشكلاتهم .
- ٧- مساعدة دائرة التسويق في تعديل سياساتها .

ونظراً لأهمية العملاء بالنسبة للشركة ، فاننا نورد برنامج فعالاً للحفاظ عليهم وضمان ولائهم للشركة :

- اجراء استقصاء دوري بين العملاء للتعرف علي اتجاهاتهم ازاء سياسات الشركة .
- تخصيص احد العاملين لاستقبال العملاء الجدد وارشادهم ويجب ان يكون هذا العامل علي درجة من الكياسة واللباقة والخبرة بنشاط الشركة واجراءات العمل بها .
- تحقيق سياسة الباب المفتوح امام العملاء ، ذلك بان يتاح لهم تقديم مقترحاتهم .
- مشاركة العميل في شتي مناسباته افرحة واطراحة سواء تم ذلك عن طريق ايفاد احد العاملين اليه ، او عن طريق الاتصال الهاتفي او البريدي .

وفي هذا السبيل يجدر بجهاز العلاقات العامة ان يحتفظ بمعلومات حديثة وصحيحة بكل عميل تشمل علي سبيل المثال : اسمه وعنوانه وتاريخ ميلاده وغير ذلك من البيانات التي تمكن الشركة من مجاملته في مختلف المناسبات .

8- اقامة حفلات دورية يدعي اليها عدد من العملاء بالتناوب .

9- عقد ندوات دورية لمعرفة ما يصادف العملاء من مشكلات معها وذلك بغرض دراسة المشكلات ومعالجتها . .

اما من حيث اساليب الاتصال بالعملاء فهي كثيرة ومتنوعة حيث يمكن الاتصال بهم عن طريق الدعاية والاعلان في الصحف والمجلات او الاذاعة والتلفزيون وكذلك يمكن الاتصال بهم عن طريق الاتصال الشخصي والزيارات والمعارض والمراسلات والنشرات والمسابقات

وكذلك يمكن تنظيم زيارات للعملاء الي المنشأة لمشاهدة انجازاتها ولتبادل الراي ووجهات النظر واقامة العلاقات الجيدة مع العملاء .

٢- العلاقات مع الموردين :

تعتمد المنشأة سواء كانت صناعية او تجارية او زراعية او خدمية علي الموردين في الحصول علي ما تحتاجه من مواد خام وادوات وقرطاسية وطاقة ومعدات ، ولذلك فالمنشأة بحاجة الي المحافظة علي علاقات وثيقة مع الموردين وجذب ثقتهم فيها وتأييدهم لسياساتها حتي تتمكن المنشأة من الحصول علي المواد المطلوبة المكان المناسب والوقت المتفق عليه وبالكمية المطلوبه . اتصال العلاقات العامة مع الموردين :

ويجري تحسين العلاقات مع الموردين عن طريق اتباع سياسة عادلة للشراء وعدم استغلالهم ودفع مستحقاتهم في الوقت المحدد ويمكن تلخيص توقعات الموردين وغباتهم كما يلي :

١- اتباع سياسة عادلة للشراء مبنية علي اسس واضحة وموضوعية .

٢- الصدق في معاملة الموردين .

٣- اتاحة الفرصة للموردين لابداء رايهم واقتراحاتهم ووجهات نظرهم .

٤- الاستمرارية في التعامل مع المورد واستلام طلبات بصفة منتظمة .

٥- دفع فاتورة المشتريات في الوقت المحدد .

٦- معالجة الشكاوي المقدمة من الموردين بالسرعة الممكنة .

اهداف العلاقات العامة مع الموردين :

- ***** الحصول علي طلبيات المنشأة في الوقت المحدد والمكان المحدد وبافضل جودة واقل الاسعار بالاضافة الي الاستمرارية في الحصول علي هذه الطلبيات وكذلك ايجاد الثقة والتعاون بين المنشأة وبين الموردين .
- ***** اما بالنسبة الي اساليب الاتصال بالموردين فتنم من خلال المقابلات الشخصية بينهم وبين المدراء وكذلك يتم الاتصال بهم من خلال المطبوعات والنشرات التي تصدرها المنشأة .

٣- العلاقات مع وسائل الاعلام :

- يقصد بها العلاقات مع المحررين الصحفيين والناشرين ومراسلي الصحف والمجلات ووكالات الانباء ومعلقي الاذاعة والتلفزيون .
- والعلاقات العامة مع وسائل الاعلام من الضروري ان تبني علي اساس من الصدق والدقة في اعطاء المعلومات حتي تستطيع المنشأة ان تحصل علي ثقتهم وتعاونهم الدائم مما يؤدي الي وقوفهم بجانب المنظمة في اوقات الازمات وسرعة تفهمهم لهذه الازمات وقت وقوعها .

ويمكن تلخيص توقعات وسائل الاعلام :

- ١- الاستجابة بسرعة و امانه الي الاستفسارات من جانب ممثلو وسائل الاعلام .
- ٢- الالتزام بالمواعيد المحددة في ارسال النشرة الاخبارية او القصة الخبرية .
- ٣- العدالة في التعامل مع مختلف وسائل الاعلام دائما .
- ٤- توفير التسهيلات اللازمة والتعاون مع ممثلي وسائل الاعلام .
- ٥- الاستماع الي اراء ومقترحات رجال الصحافة والاعلام .

اما من حيث اساليب الاتصال بوسائل الاعلام فقد تشمل الاتصالات الشخصية والاجتماعات والمؤتمرات الصحفية والمقابلات الشخصية وترتيب زيارات الي المنشأة واعداد النشرات الاخبارية والتي تعدها دائرة العلاقات العامة بالمنشأة وتتضمن معلومات معينة عن قصة خبرية تهتم جمهور محدد او الجمهور العام ومن ثم يتم ارسالها الي الصحف ووسائل الاعلام الاخرى لنشرها .

العلاقات العامة مع الجهات الحكومية :-

- اهمية وطبيعة العلاقات العامة مع الجهات الحكومية :-
- كان دور الحكومة في الازمنة القديمة دور الحارس على اموال وحقوق الناس من أي معتد خارجي .
- اما هذه الايام دورها يشمل وظائف اخري اضافية الي الوظائف السابقة ؟، فازداد تدخل الدولة في الانشطة الاقتصادية سواء عن طريق اصدار القوانين المنظمة لها او عن طريق التدخل المباشر والقيام بتنفيذ المشاريع الكبيرة الانتاجية او الخدمية .
- ودور الدولة معروف في مراقبة الائتمان ومراقبة الاسعار وتحديد المعايير والمقاييس وغيرها وتبذل المنشأة جهدها لتوثيق علاقتها بالدوائر الحكومية وذلك من اجل ايجاد جو من التعاون والثقة بينهم .
- وهناك عدة اهداف رئيسية للعلاقات العامة من اتصالاتها بالجهات الحكومية (سيتم تناولها لاحقاً) .
- اما بالنسبة لأساليب اتصال العلاقات العامة بالجهات الحكومية فيمكن ان تتم عن طريق الاتصال الشخصي بالمسؤولين او دعوتهم لزيارة المنشأة لمناقشتهم واطلاعهم على منتجات الشركة وانجازاتها .

٤- العلاقات العام مع المجتمع المحلي :

- المنشأة لا تعيش بمعزل عن المجتمع الذي حولها فهي تحصل منه على احتياجاتها من العمال والموظفين وتبيعه منتجاتها من السلع والخدمات وتستفيد المنشأة من الخدمات والمرافق العامة في المجتمع مثل مرافق الكهرباء والماء والغاز والمواصلات ولهذا يجب المحافظة على علاقات جيدة دائماً مع المجتمع المحلي ورموزه والمستفيدين منه .
- فقيادة الراي لهم الدور الاساسي في تكوين الراي العام لذى المجتمع المحلي ، اذ انهم يؤثرون على تفكير المجتمع بسبب سلطتهم الواضحة ، ويشمل قادة الراي الالباء والمدرسين والسياسيون ومسؤولي النقابات وموظفي الحكومات و الصحفيون وغيرهم .
- اتصالات العلاقات العامة مع المجتمع المحلي :
- ١- تزويد المجتمع بأخبار المؤسسة وسياستها وانظمتها .
- ٢- المحافظة علي العلاقات الجيدة .
- ٣- دعم البرامج الثقافية والصحية والاجتماعية وذلك لأجل مساهمة في رفاهية المجتمع .
- ٤- التحقيق في اي شكاوي ترد من افراد المجتمع ومحاولة حلها بسرعة
- ٥- التعرف علي اراء افراد المجتمع واتجاهاته عن طريق البحوث .
- ٦- اجراء تصحيح المعلومات الخاطئة التي قد تكون تشكلت في ذهن افراد المجتمع لأجل تحسين الصورة الذهنية للمنشأة .
- ٧- الترويج لمنتجات الشركة وبيعها لأفراد المجتمع المحلي .
- ان من مهام جهاز العلاقات العامة ايجاد صلات قوية بين الشركة والمجتمع المحلي الذي تعيش فيه ، وبالتالي فأنا سنورد فيما يلي برنامج فعالاً للحفاظ على هذه العلاقات الجيدة مع المجتمع المحلي :-
- * تخصيص منح عالمية للمتفوقين من طلبة الجامعات والمعاهد والمدارس في مجالات معينه وتقدم هذه المنح باسم الشركة بعد الاعلان عنها .
- * الاشتراك في المناسبات الهامة بوسائل اكثر ايجابية من مجرد نشر التهاني في الجرائد والمجلات ومن امثلة ذلك ان تقوم الشركة بعلاج عدد من المواطنين او تقدم تبرعاً لمن اصابتهم كارثة او تهدي سيارة اسعاف لمستوصف خيري .
- * تخصيص عامل او اكثر للاتصال بالأجهزة الحكومية ويقوم هذا العامل بتوثيق الصلة الشخصية مع القائمين على هذه الاجهزة وبذلك يسهل التفاهم والتنسيق معهم .
- * الاشتراك في المؤتمرات الهامة التي تتصل بنشاط الشركة وتنظيم الدورات الثقافية والندوات الاذاعية والتلفزيونية .
- * مد الصحافة والاذاعة بالمعلومات التي يهتم بها جمهور القراء والمستمعين مما يتصل بنشاط الشركة وطبيعة عملها .
- * اعداد الكتيبات الايضاحية والنشرات الدورية التي تتناول الشركة واخبارها واخبار العاملين والعملاء الحاليين والمرتبين .
- * إظهار نشاط الشركة وانجازاتها واخبار الجماهير بها من خلال وسائل الاتصال المعروفة بغرض توعية الجماهير وتبصيرها بنشاط الشركة وانجازاتها .

اما فيما يتعلق بأساليب الاتصال بالمجتمع المحلي

- فيتم ذلك عن طريق الاتصالات الشخصية وعقد الاجتماعات وترتيب زيارات لأفراد المجتمع المحلي الى مواقع الشركة وقد يكون الاتصال بطريقة غير مباشرة من خلال الصحف والمجلات والاذاعة والتلفزيون والمعارض والكتيبات والنشرات .

ومن اهم صور دعم علاقة المنشأة بالمجتمع

- ((المسؤولية الاجتماعية)):(:(:(
- والتي تعتبر من اهم مداخل العلاقات العامة الجيدة مع المجتمع وموضوع المسؤولية الاجتماعية يعتبر من المواضيع الحساسة والمهمة جداً في علاقة المنشأة بالمجتمع .
- وهناك عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية ، لكنها بالمعنى العام تعني ان منشأة خاصة تقع عليها مسؤوليات تجاه المجتمع الذي تعيش فيه .

ويشير (نورمان جيتر) :-

- انه على الرغم من الاسباب العديدة والمعقدة لتطوير المسؤولية الاجتماعية الا ان العوامل التالية تعتبر مهمة :-
- ١- اتجاهات المستهلك :- هنالك دلائل بان المستهلكين ومجموعات المستهلكين يؤثرون على الشركات لتقوم بمسئوليتها تجاه المجتمع .
- ٢- القوانين والانظمة الحكومية :- مثل قانون الصحة والسلامة المهنية .
- ٣- مصالح الشركات الذاتية : فالشركات تغير سلوكها بخصوص المسائل الاجتماعية لانها تدرك انه من خلال ممارستها للمسؤولية الاجتماعية فانها سوف تحقق ارباح اعلى على المدى الطويل .

ويمكن تلخيص اهم المبررات التي يسوقها المؤيدون للمسؤولية الاجتماعية كما يلي :-

- ١- تصحيح للأثار السلبية التي قد تسببها بعض المنشآت كتلوث الهواء والمياه وغيرها .
- ٢- تحسين الصورة الذهنية للمنشآت اما المجتمع المحلي وخاصة الشركات الكبيرة التي يتم انتقادها على ان لها نفوذ قوي وممارسات احتكارية .
- ٣- قدرة المنشأة المالية على القيام بالمشاريع التي تكلف كثيراً ولا يستطيع المجتمع تحملها .

اهم المبررات التي يسوقها المعارضون للمسؤولية الاجتماعية :-

- ١- التكلفة الكبيرة التي تتكبدها المنشأة عند قيامها بهذه المسؤوليات مما يؤثر على ارباح المنشأة .
- ٢- المجتمع هو الذي يدفع كافة التكاليف في نهاية الامر فالتكلفة المدفوعة سوف تعكس في النهاية اما على شكل تخفيض في التوزيعات النقدية للمساهمين او على شكل زيادة في اسعار البيع للعملاء .
- ٣- لو قامت المنشأة بمسئولياتها الاجتماعية في مجال معين فاننا نجد ان هناك مجالات اخرى تحتاج الى ان تقوم المنشأة بتنفيذها وهكذا فمطالب المجتمع واحتياجاته مستمرة ولا تنتهي
- وخلاصة القول بأن المجتمع الذي تقوم فيه المنشأة بمسئولياتها الاجتماعية يقدر للمنشأة هذه المساهمات والتي لا بد ان تعكس نفسها على علاقة المنشأة بالمجتمع الذي تعيش فيه .

اسئلة عامة عن المحاضرة

من هم الجماهير الخارجية للمنشأة ؟

١- العملاء

٢- الموردين

٣- وسائل الاعلام

٤- الاجهزة الحكومية

٥- المجتمع المحلي .

انتهت المحاضرة

إعداد ساره توت