

چستی روابط عمومی الکترونیک

Electronic Public Relations

فیصل کریمی

استاد رسانه‌های جدید در دانشگاه هرات

سنبله / شهریور ۱۳۹۴ خورشیدی

تعریف

استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در فرایندهای کاری روابط عمومی



توسط

ایجاد وب سایت
توسعه وبلاگ
ارائه خدمات Online به مخاطبین
خبرنامه الکترونیکی و...

روابط عمومی الکترونیک

3

هدف از راه اندازی روابط عمومی الکترونیک رسیدن به روزی است که بتوان تمام خدمات یک سازمان را به طور شبانه روزی و بدون مراجعه فیزیکی مخاطبان به سازمان و تنها به اتصال به پایگاه اینترنتی آن نهاد عرضه کرد.

روابط عمومی الکترونیک یک چرخه خبری ۲۴ ساعته را در ۷ روز هفته به وجود آورده است، یعنی مخاطبان سازمان در هر زمان و مکان که اراده کنند می توانند به مطالب مورد دلخواه خود دست پیدا کنند.





مقایسه روابط عمومی‌های الکترونیک و سنتی

4

روابط عمومی الکترونیک به لحاظ مفهومی فرقی با روابط عمومی سنتی ندارد.
در روابط عمومی الکترونیک:

۱- از کاغذ استفاده نمی‌کنیم (تفاوت اصلی)

۲- دوسویه بودن و تعاملی بودن

۳- هزینه‌های کمتر

۴- چند رسانه‌یی بودن

۵- سرعت فوق العاده

۶- در دسترس بودن در هر کجا و هر زمان

۷- جهانی‌گرایی



چرا روابط عمومی الکترونیک ؟

1. ضرورت توجه به مخاطبان (کمبود وقت ، پیشرفت تکنولوژی ، بی حوصله شدن ، افزایش توقعات و مطالبات عمومی)
2. سرعت “مهمترین عامل تحمیل روابط عمومی الکترونیکی به روابط عمومی است
3. ارتباط دوسویه و متعامل بین سازمان ها و مردم
4. ارائه خدمات و اطلاعات مورد نیاز شهروندان به طور مداوم و شبانه روزی
5. بهبود کارایی و اثربخشی نهادها و سازمان ها و موسسات
6. تسهیل دسترسی شهروندان و مخاطبان سازمان ها به اطلاعات مورد نیاز
7. بهبود پاسخگویی
8. ساده سازی فرآیندهای ارتباطات و اطلاع رسانی و کاهش هزینه ها

مفاهیم مختلف در EPR

6



CYBER PR[®]
PR. Branding. Social Media. Done.



www.iaisakarimi.com

- ❖ روابط عمومی الکترونیک
- ❖ روابط عمومی دیجیتال
- ❖ روابط عمومی آنلاین
- ❖ روابط عمومی سایر
- ❖ روابط عمومی اینترنتی

9/11/2015



روابط عمومی الکترونیک

نوعی از روابط عمومی است که در آن از ابزارهای الکترونیک برای انجام مأموریت های روابط عمومی استفاده می شود.

تعریفی از روابط عمومی الکترونیک:

«روابط عمومی الکترونیک روش به کار گرفتن فن آوری جدید ارتباطی و سیستم های نوین اطلاع رسانی برای ارائه خدمات منطبق بر خواسته ها و نیازهای مخاطبان به طور لحظه ای (On Line) و به منظور تحقق بخشیدن به هدف های روابط عمومی است.»



روابط عمومی دیجیتال

روابط عمومی دیجیتالی عبارت است از:

استفاده از فناوری دیجیتالی خصوصا کاربردهای مبتنی بر وب سایت‌های اینترنتی برای افزایش دسترسی و ارائه خدمات و اطلاعات ارتباطی به کاربران و سازمان‌ها و نهادها و دریافت اطلاعات از طریق آن.

در روابط عمومی دیجیتال متون تولیدی و محتوای مورد نظر از فرمت معمولی چاپی به فرمت صفر و یک تبدیل و به عبارت دیگر در این حالت، صفحات پی دی اف تبدیل به صفحات HTML می‌شود.

هنوز محتواها همان محتواهای روابط عمومی سنتی هستند با این تفاوت که قابلیت جستجو و کپی مطالب به صورت متن برای مخاطب وجود دارد.

اما جهت فعالیت هنوز یک طرفه است.

روابط عمومی دیجیتال Digital PR

□ در این نوع از روابط عمومی رایحه محتوا، ذخیره سازی و انتقال آن به صورت دیجیتال است.





روابط عمومی آنلاین : روابط عمومی ۲

10

□ در این دوره، خدمات و ابزارها به صورت آنلاین گسترش می یابد.

□ برقراری ارتباط دوسویه و تعاملی بوده و روابط عمومی زمینه را چنان فراهم می کند تا کاربران به عنوان یک عضو فعال در برنامه ها و فعالیت های روابط عمومی مشارکت کند.



Online PR:
Opportunity and Results

در روابط عمومی آنلاین خدمات به صورت شبانه روزی در اختیار مخاطب و مشتری قرار می گیرد. برای رسانه های مبتنی بر وب اعتبار قائل می شود.

پدر روابط عمومی ۲

11



Briansolis.com



برایان سولیس (متولد ۱۹۷۰)
در اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی
عنوان PR 2.0 را استفاده کرد.

در سال ۲۰۰۸ از طرف شرکت سیلیکون
ولی برنده جایزه "روابط عمومی و رسانه های
نوین" شد و او را به عنوان پدر

«روابط عمومی ۲»

معرفی کردند.

The Internet is public relations

12



وارن نیومن:
اینترنت، روابط عمومی است!



اینترنت، روابط عمومی است!

13



اینها همان مشخصات
یک کارشناس
روابط عمومی آنلاین
است.



- به هنگام و آنلاین
- تسهیل کننده دسترسی به اطلاعات
- اقناع کننده فردی
- پیام معنادار
- سنجش پذیر
- شفاف
- نفوذپذیر

WEB 2.0

14

بخش عمده ای از رشد فزاینده تعداد کاربران اینترنت در جهان مرهون به وجود آمدن وب ۲ است.



با پدید آمدن وب ۲ مفاهیم جدیدی نیز به وجود آمده است همچون روزنامه نگاری ۲، تبلیغات ۲، دموکراسی ۲، حقوق ۲ و...

حتی بحث اصلی این مضمون یعنی

روابط عمومی ۲



روابط عمومی سایبر

فرآیندی است که در آن روابط عمومی به صورت کاملاً آنلاین درآمده که ویژگی تعاملی و مشارکت پذیری آن بسیار برجسته و بارز است. مخاطب یا مشتری در روابط عمومی سایبر در جایگاه اول اهمیت ایستاده است و به جای توده های انبوه به تک تک افراد توجه کامل می شود. هیچ نامه ای بدون پاسخ نمی ماند و هیچ انتقادی از نظرها پنهان نمی شود کارکنان روابط عمومی سایبر نه فقط در ساعات اداری، بلکه در تمام مدت شبانه روز و در تمام ایام هفته (بدون تعطیلی) و در تمام زمان ها و مکان ها به انجام فعالیت می پردازند.

CYBER ®

PR. Branding. Social Media. **Done.**



روابط عمومی سایبر

16

در روابط عمومی سایبر، مفهوم کار و ساعت کاری تغییر پیدا می کند و حضور در چنین نهاد یا بخشی به منزله یک شغل تمام وقت محسوب می شود.

داشتن تخصص های ویژه، تسلط به نرم افزارها و مهارت های دیجیتالی از جمله ضرورت های نیروهای روابط عمومی سایبر است.

ارائه خدمات آنلاین بدون نیاز به حضور مشتری یا مخاطب بخش دیگری از فعالیت های روابط عمومی سایبر است که آن را تا حد زیادی به فرآیند تجارت الکترونیک نزدیک می کند.



روابط عمومی سایبر



17

استفاده از تازه ترین تکنولوژی های ارتباطی و اطلاعاتی همچون:



1. پادکستینگ
2. خبرخوان
3. ویکی پدیا
4. جستجو کردن
5. مانیتور کردن
6. تالارهای گفتگو
7. خبرنامه های الکترونیکی
8. گروه های ایمیلی
9. چت رومها
10. وبلاگ سازمانی
11. ابزارهای مشارکتی WEB2.0

از دیگر ویژگی های روابط عمومی سایبر است



روابط عمومی سایبر

سیستم های نظرسنجی اینترنتی، افکارسنجی های مبتنی بر وب نیز در این چارچوب مورد بررسی قرار می گیرند.

داشتن یک وب سایت سازمانی قوی با امکانات چند رسانه ای و فعالیت در خارج از مرزهای جغرافیایی یک کشور، روابط عمومی سایبر را تبدیل به حوزه ای بین المللی می کند که با مخاطبان جهانی مواجه است.

جایگاه سازمان در موتورهای جستجو، امکان جستجو در سایت، پاسخ فوری به نظردهندگان، دخالت دادن مخاطبان در فرآیندهای تصمیم گیری و فعالیت ها، تعامل با سازمان های همسو از دیگر مواردی است که روابط عمومی سایبر به آن توجه دارد.

روابط عمومی سایبر

19





روابط عمومی اینترنتی

20



برخی سازمان ها اصولا بر بستر اینترنت متولد شده اند و در همان فضا فعالیت می کنند و حیات و ممات آنها وابسته به جایگاه شان در اینترنت است.

مهم ترین فعالیت این سازمان ها در عرصه اینترنت برای بقا و رشد و توسعه، در چارچوب روابط عمومی اینترنتی انجام می شود.



