MERCURY

مؤتمر قيادة العلاقات العامة التدريبي: تخطيط الاتصال وتقييمه بالنتائج

6 – 10 سبتمبر 2027

باريس (فرنسا)

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

مؤتمر قيادة العلاقات العامة التدريبي: تخطيط الاتصال وتقييمه بالنتائج

المرجع: 175300_120677 **التاريخ:** 6 – 10 سبتمبر 2027 **المكان:** باريس (فرنسا) **الرسوم:** Euro 5900

مؤتمر قيادة العلاقات العامة التدريبي مؤتمر مهني متقدم مدته أسبوع، يجمع مديري الاتصال حول سؤال واحد: كيف تخطط العلاقات العامة بالنتائج وتثبت أثرها أمام الإدارة العليا. وهو موجه إلى من يقودون إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي ويعرضون نتائجها. وتعود منه بخطة تقييم الاتصال لإدارتك. ويقدم هذا المؤتمر من ميركوري للتدريب.

نبذة عن الدورة

تسأل إدارات العلاقات العامة عن قيمة عملها فتجيب بعدد الأخبار المنشورة والمتابعين، وهي أرقام لا تقنع مجلس الإدارة. لمتابعة المؤتمر يجب أن تقود فريق اتصال أو تضع خططه. وتتناوب الجلسات بين عروض وحلقات نقاش وجلسات عمل تبني فيها خطتك خطوة بخطوة.

لمن هذه الدورة

- المسؤولون عن قيادة إدارات العلاقات العامة والاتصال المؤسسي وموازناتها
- المسؤولون عن رفع تقارير الاتصال إلى الإدارة العليا ومجالس الإدارة
- المسؤولون عن التخطيط الاستراتيجي للاتصال والحملات السنوية
- المسؤولون عن السمعة المؤسسية ورصد الرأي العام وأصحاب المصلحة
- المسؤولون عن الإشراف على وكالات العلاقات العامة ومزودي الرصد الإعلامي

لا تناسب هذه الدورة من يبحثون عن أساسيات العلاقات العامة والمراسم والبروتوكول، فالأنسب لهم دورة تأسيسية في إدارة العلاقات العامة، ولا من يحتاجون إلى مهارات الكتابة الصحفية وإعداد المحتوى، فالأنسب لهم دورة في الكتابة للإعلام.

الكفاءات المستهدفة

- ربط الاتصال بالأهداف: تشتق أهداف الاتصال من أهداف المؤسسة وتصوغها قابلة للقياس
- سلسلة الأثر: تميز بين المخرجات والمأخوذات والنتائج والأثر في كل تقرير
- اختيار المؤشرات: تستبدل المؤشرات الشكلية بمؤشرات تقيس التغيير في سلوك الجمهور
- نضج القياس: تقيم مستوى ممارسة القياس في إدارتك وتحدد خطوتها التالية
- التقرير للقيادة: تعرض أثر الاتصال على الإدارة العليا بلغة نتائج الأعمال
- قيادة الفريق نحو النتائج: توجه فريقك والوكالات إلى العمل على النتائج لا النشاط

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

ما ستتمكن من إنجازه

بنهاية الدورة ستتمكن من:

- انطلاقا من الخطة الاستراتيجية لمؤسستك، صياغة ثلاثة أهداف اتصال مرتبطة بها وقابلة للقياس
- باستخدام إطار التقييم المتكامل الصادر عن AMEC، بناء سلسلة من المدخلات إلى الأثر لحملة قائمة
- بالنظر إلى تقرير رصد إعلامي تقليدي، إعادة بنائه حول النتائج بدل القيمة الإعلانية المكافئة
- انطلاقا من ممارسات إدارتك الحالية، تحديد مستوى نضج القياس والخطوة التالية الممكنة
- بالنظر إلى نتائج حملة مكتملة، إعداد عرض من صفحة واحدة لمجلس الإدارة

محتوى الدورة

اليوم 1: من النشاط إلى النتائج

- مبادئ Barcelona Principles 4.0 لقياس الاتصال وما تعنيه لقائد العلاقات العامة
- لماذا لا تمثل القيمة الإعلانية المكافئة قيمة الاتصال
- حلقة نقاش: ماذا تسأل الإدارة العليا عن العلاقات العامة
- القياس عبر القنوات الرقمية وغير الرقمية معا
- النزاهة والشفافية في عرض نتائج الاتصال

اليوم 2: التخطيط بالأهداف

- اشتقاق أهداف الاتصال من أهداف المؤسسة
- تحليل الجماهير وأصحاب المصلحة وما يراد تغييره لدى كل منهم
- صياغة أهداف قابلة للقياس بخط أساس ومدة
- دليل تخطيط العلاقات العامة الصادر عن AMEC في بناء الخطة السنوية
- جلسة عمل: أهداف الاتصال لمؤسسة كل مشارك

اليوم 3: سلسلة الأثر والمؤشرات

- إطار التقييم المتكامل: المدخلات والأنشطة والمخرجات والمأخوذات والنتائج والأثر
- الجمع بين الأساليب الكمية والنوعية في القياس
- استطلاعات الرأي ومؤشرات السمعة ومؤشرات السلوك
- حلقة نقاش: قياس أثر الاتصال في القطاعين الحكومي والخاص
- جلسة عمل: سلسلة الأثر لحملة قائمة

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

اليوم 4: نضج القياس والتقرير للقيادة

- أداة Measurement Maturity Mapper لتقييم نضج القياس في الإدارة
- العلاقة بين نضج الممارسة ونضج القياس
- لوحة مؤشرات الاتصال للإدارة العليا
- عقود الوكالات ومزودي الرصد المبنية على النتائج
- جلسة عمل: إعادة بناء تقرير رصد إعلامي حول النتائج

اليوم 5: تطبيق خطة التقييم

- تمرين مراجعة أهداف الاتصال مع زميل من قطاع آخر
- تمرين اختيار المؤشرات ومصادر بياناتها لخطتك
- تمرين عرض نتائج حملة على لجنة تمثل مجلس إدارة
- خطة رفع نضج القياس في الإدارة خلال العام القادم
- استكمال خطة تقييم الاتصال وعرضها

دراسات الحالة والتمارين

فيما يلي أنشطة مقترحة خلال المؤتمر.

- دراسة حالة: جهة حكومية تطلق حملة توعية بخدمة رقمية جديدة، فتحدد النتيجة المطلوبة ومؤشر استخدام الخدمة بدل عدد المشاهدات.
- دراسة حالة: مصرف يقيس نجاح العلاقات العامة بعدد الأخبار المنشورة، فتعيد بناء تقريره حول الثقة والسمعة.
- تمرين: مستشفى يريد إثبات أثر حملة تبرع بالدم، فتبني سلسلة الأثر وتختار مؤشراتها.
- تمرين: شركة طاقة تتعاقد مع وكالة علاقات عامة، فتصوغ مؤشرات الأداء المبنية على النتائج في العقد.

ما ستعود به إلى عملك

تعود بخطة تقييم الاتصال، مبنية على أهداف مؤسستك وحملاتها الفعلية. وتستخدمها في شهرك الأول للعودة إلى العمل لاعتماد أهداف الاتصال مع الإدارة العليا، وإعادة بناء التقرير الشهري حول النتائج، ومراجعة مؤشرات عقود الوكالات.

- أهداف الاتصال المرتبطة بأهداف المؤسسة
- سلسلة الأثر والمؤشرات ومصادر بياناتها
- نموذج التقرير للإدارة العليا
- خطة رفع نضج القياس في الإدارة

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

إجابات سريعة عن الأسئلة الشائعة

ما الذي أحتاج إلى معرفته قبل مؤتمر قيادة العلاقات العامة؟

يجب أن تقود فريق علاقات عامة أو اتصال مؤسسي، أو تضع خططه وتعرض نتائجه على الإدارة. ويفيد أن تحضر معك خطة الاتصال الحالية وآخر تقرير رفعته.

بم يختلف مؤتمر قيادة العلاقات العامة عن دورات أساسيات إدارة العلاقات العامة؟

تشرح دورات الأساسيات وظائف العلاقات العامة والمراسم والتعامل مع الإعلام. أما هذا المؤتمر فيخاطب قادة الاتصال، ويركز على التخطيط بالنتائج وقياس الأثر وعرضه على الإدارة العليا.

هل تكفي القيمة الإعلانية المكافئة لقياس قيمة العلاقات العامة؟

لا. تنص مبادئ برشلونة على أنها ليست قيمة الاتصال، لأنها تحسب مساحة الظهور لا ما تغير في معرفة الجمهور أو سلوكه. والمطلوب قياس النتائج والأثر المرتبط بأهداف المؤسسة.

ماذا أعود به من مؤتمر قيادة العلاقات العامة؟

تعود بخطة تقييم الاتصال، وتضم أهداف الاتصال المرتبطة بأهداف المؤسسة وسلسلة الأثر والمؤشرات ونموذج التقرير للإدارة العليا وخطة رفع نضج القياس.

لمديرك

بعد المؤتمر سيتمكن المشارك من ربط أهداف الاتصال بأهداف المؤسسة وقياس النتائج والأثر بدل النشاط، وعرض قيمة العلاقات العامة على الإدارة العليا بلغة الأعمال. ويعود بخطة تقييم الاتصال، ويستخدمها أولا لاعتماد أهداف الاتصال السنوية وإعادة بناء التقرير الشهري حول النتائج.