

المقدمة

يشكل الاتصال تعبيراً عملياً عن تفاعلاتنا وأفكارنا مهما تنوعت الوسائل والأساليب المستعملة في هذا المجال: كلمات، إشارات، تعابير الوجه، هاتف، رسائل مكتوبة، تقارير، اجتماعات، لقاءات ... الخ.

ويلعب دوراً أساسياً في التعاطي بين الأفراد والجماعات الذين يعملون أو يعيشون معاً، وفي تنسيق أنشطتهم المشتركة في المجتمع.

يمكن الاعتقاد أن الدور الأول للقائد أو المسؤول في المؤسسة هو تحريك الاتصال والتأكد من حصوله بنجاح. وتشير الإحصاءات والدراسات إلى أن تسعين بالمئة من وقت العمل يستخدم للاتصال.

وتعتبر الاجتماعات من أهم وسائل الاتصال. حيث أنه لاتخاذ قرار جماعي الأثر في تعزيز الثقة لدى الأشخاص المعنيين في استخدام فكرة ما، طالما أن القرار بتطبيق الفكرة قد اختبر ودرس بتفاعل ومعرفة العديد من الأشخاص.

تعريف الاتصال

إنه عملية نقل واستقبال المعلومات، وهو جزء من التنظيم والهيكلية حيث لا يتم إنجاز أي عمل داخل إطار الهيكل التنظيمي وخارجه إلا من خلال الحصول على معلومات ونقلها.

بشكل عام، يكون الاتصال كتابياً أو خطياً، شفوياً أو صوتياً، مرئياً، ويتخذ أحد الأشكال التالية:

- الكلمات: أي قدرات التواصل الأساسية كالحدث، الكتابة، الإصغاء والقراءة
- الأفعال: كالتصرفات، الحركات والإشارات
- الصور: كالكاريكاتور، الأفلام، التلفزيون، الحاسوب والرسوم
- الأرقام: كالأعداد والإحصاءات
- الأصوات: كنبرة الصوت، الموسيقى والإشارات الصوتية

وسائل الاتصال

الاتصال الشفوي والصوتي

- نبذة الصوت
- الندوات والدورات التدريبية
- الأحاديث وجها لوجه أو عبر الهاتف
- الخطابات الرسمية
- الاجتماعات وبرامج التعريف
- اللجان

الاتصال الكتابي أو الخطي

- المذكرات الخطية
- التقارير: خاصة أو سرية، شهرية أو فصلية أو سنوية أو عند الضرورة. وتتناول سير عمل المؤسسة أو تطور مهام قيد التنفيذ أو تتعلق بأبحاث ودراسات وإحصاءات
- الرسائل، البرقيات، الفاكس والبريد الإلكتروني
- النشرات ولوحات الإعلانات

الاتصال المرئي والمسموع

مختلف وسائل المرئي والمسموع: الراديو، التلفزيون والسينما ... ألخ.

ويكون الاتصال المرئي بواسطة:

- النظرات وتعابير الوجه
- الجسد ووضع اليد والرجلين
- الصمت والوقت المستعمل للإجابة

عناصر وعقبات الاتصال

لا يمكن لعملية الاتصال أن تتم دون توفر العناصر الأساسية التالية: المرسل، المستقبل، الوسيلة، الأسلوب، الهدف، الوقت، المكان وأخيرا النتيجة.

بحيث أن عدم وجود أي من هذه العناصر أو استعماله بطريقة خاطئة يعطل عملية الاتصال ويؤدي إلى فشله.

في أغلب الأحيان يمكن أن تعترض عملية الاتصال بعض العقبات التي تحول دون نجاحها. فيتوجب العمل دائما على تلافي هذه العقبات لتحقيق الاتصال الفعال.

عقبات الاتصال

من عقبات الاتصال

- كثرة المعلومات بحيث يتعذر استثمارها بكاملها كما يجب
- استعمال تعابير وصيغ غير واضحة والغرق في التفاصيل
- طول خط هذا التواصل وامتداداته، وبالتالي عدم وصول المعلومات في الوقت والشكل المناسبين
- التسرع في إرسال المعلومات
- الاختيار السيء لوسيلة الاتصال كما لمكان المرسل إليه
- عدم اقتناع الإدارة بأهميته أو عدم توفر المعلومات الكافية له
- عدم الإصغاء

اتجاهات الاتصال

يتم الاتصال بواسطة المذكرات والرسائل الورقية أو الالكترونية، الاجتماعات، الندوات، المقابلات، جلسات تقييم الأداء، اللوحات الإعلانية ... ألخ. ويكون في المؤسسة في أحد اتجاهين:

نزولاً

وذلك بإعلام المستخدمين عن:

- هدف الوظيفة وأهميتها وترتيب المهام
- التغييرات المعتمدة
- بيانات المؤسسة وأسبابها
- توقعات الجهود المطلوبة
- نجاح أو عدم نجاح العمل المنجز
- أجوبة على أسئلة مطروحة
- تعليمات، توجيهات وأوامر

صعوداً

وذلك بالاستماع إلى المستخدمين فيما يخص:

- الاقتراحات والأفكار والأسئلة
- الشكاوى والمشاكل والصعوبات في العمل
- مشاكل شخصية أو عائلية ذات تأثير جدي
- آراء حول نوايا وسياسات الإدارة

تقييم الاتصال

أما تقييم الاتصال فيتم بحسب الإتجاه أو الوسيلة.

حسب الاتجاه

يبين الجدول التالي الفروقات في نتائج كل من الاتصال باتجاه واحد (سواء

عاموديا: صعودا ونزولا، أو أفقيا) أو باتجاهين:

المعيار	اتجاه واحد	اتجاهين
الوقت	أسرع	أبطأ
فهم الرسالة	أقل	أكثر
الدقة	أقل	أكثر
الضوضاء	أهدأ	أكثر ضوضاء
المشاعر	إحباط، قلق، توتر	ارتياح
موقف المستقبلين من المرسل	سلبي	إيجابي

بحسب الوسيلة

يبين هذا الجدول حسنات وسيئات الاتصال وفقا للوسائل الأكثر استعمالا في المجتمع عامة وفي المؤسسات بصورة خاصة:

الوسيلة	الحسنات	السيئات
الهاتف	- السرعة - يسمح بالسؤال والجواب - ملائم بالاتجاهين	- الحديث غير موثق - إمكانية إساءة الفهم - ممكن سماع الحديث من قبل طرف ثالث غير مرغوب فيه

<ul style="list-style-type: none"> - التوقيت يمكن أن يكون غير مناسب - يحتاج إلى تفكير ارتجالي - صعوبة في إنجازه - ضغط معنوي بسبب القوة أو المركز - ممكن سماع الحديث من قبل طرف ثالث غير مرغوب فيه 	<ul style="list-style-type: none"> - مرئي - يسمح بالدلالة والشرح - يحدد المزاج بالاتجاهين 	وجهها لوجه
--	--	-------------------

<ul style="list-style-type: none"> - يحتاج إلى وقت طويل - التوقيت يمكن أن يكون غير مناسب - يمكن أن يتحول إلى اتصال باتجاه واحد 	<ul style="list-style-type: none"> - مرئي - يمكن من استعمال وسائل سمعية وبصرية - يسمح بالمشاركة وتعدد وتبادل الأفكار - يعزز روح الفريق 	الاجتماع
<ul style="list-style-type: none"> - لا يمكن التحكم بالمستلم - باتجاه واحد 	<ul style="list-style-type: none"> - مختصرة - تشكل مرجعا يسمح بالتفكير العميق 	المذكرة
<ul style="list-style-type: none"> - قد يحتاج لوقت طويل للقراءة - قد يساء فهم اللغة - باهظ الثمن - باتجاه واحد 	<ul style="list-style-type: none"> - كامل وشامل - المواد منظمة حسب رغبة الكاتب - ممكن توزيعه لعدد كبير 	التقرير

مفهوم المقابلة

المقابلة لقاء وتبادل حديث يتم وجهها لوجه بين شخصين. خلال هذا اللقاء تكون المبادرة والسلطة في يد القائم بإجراء المقابلة. لذلك فإن نوعية واتجاه وإنجازات المقابلة سوف تعتمد أساسا على الصفات الشخصية للقائم بالمقابلة وعلى الأساليب التي يستخدمها في تعامله مع من يقوم بإجراء المقابلة معه.

أما من تجرى معه المقابلة فيكون في أحد الموقفين التاليين:

موجود بمحض إرادته

إنه هنا لطلب وظيفة، أو لالتماس مساعدة، أو طلب فرصة للتعبير عن وجهة نظر، أو بأداء اعتراض، أو طلب الإنصاف من ظلم واقع عليه.

موجود دون إرادته

إنه هنا دون إرادته، وبالتالي فهو مكلف بالحضور، وقد استدعاه الشخص الذي يجري معه المقابلة (رئيسه مثلا) من أجل التأديب أو التوجيه أو السؤال، أو التأثير فيه أو في سلوكه على نحو آخر.

في الحالة الثانية يواجه القائم بإجراء المقابلة مشاكل ومخاطر إضافية، إلا أن الحالتين تتطلبان منه حساسية فائقة إذا أراد للمقابلة أن تكون موفقة.

وتؤثر في نجاح المقابلة عوامل مترابطة هي:

- الحالة النفسية الداخلية لمن تجري المقابلة معه
- الحالة النفسية الداخلية لمن يقوم بإجراء المقابلة
- عمليات التفاعل التي تتبع في التعامل بين الشخصين

مقومات المقابلة

إن الذين يقومون بإجراء المقابلات، حتى الذين لديهم خبرة واسعة في هذا المجال، كثيرا ما يغفلون عن اعتبارات ضرورية تشكل مقومات نجاحها. أبرزها:

مكان إجراء المقابلة

يتطلب المقومات التالية:

- الإنفراد، أي عدم إجراء المقابلة على مسمع من شخص آخر
- الهدوء، إذ يجب ألا تكون هناك أصوات خارجية تزعج طرفي المقابلة أو تشغلها عن موضوعها
- الراحة، بحيث يكون مكان الاجتماع مصمما لتأمين الراحة الجسدية والنفسية
- عدم المقاطعة، وبالتالي عدم السماح بالمكالمات الهاتفية أو استقبال الزوار أثناء فترة إجراء المقابلة

التقيد بالموعد

يجب أن تبدأ المقابلة في الوقت المحدد لها، ويقتضي بطريقتها الارتباط بالموعد على حد سواء. كما أنه من المستحسن لجهة مدة المقابلة إعلام من تجري معه هذه المقابلة بالمدة التي ينتظر أن تستغرقها.

الأهداف

ينبغي في مرحلة مبكرة إعلام من تجري معه المقابلة بالمعلومات التالية:

- الغرض العام من إجرائها وأهدافها
- درجة الكتمان التي يجب التقيد بها
- نوايا من يقوم بإجراء المقابلة بخصوص ما سوف يجمعه من معلومات خلالها وأوجه استعمال هذه المعلومات في المستقبل

ويتحمل القائم بإجراء المقابلة المسؤولية عن تحديد كل من هذه النقاط بصورة واضحة ووافية.

الأسئلة

في معظم المقابلات تكون الأسئلة أداة أساسية من أدوات العمل. لذا يجب على من يقوم بإجراء المقابلة تنمية مهارة خاصة في استخدام الأسئلة.

وفي العادة تستخدم الأسئلة خلال المقابلات للأغراض التالية:

- الحصول على المعلومات
- تشجيع وحفز من تجري معهم المقابلة
- توجيه المقابلة على النحو الذي يراه القائم بإجرائها ملائما

صفات من يجري المقابلة

إن الصفات الشخصية للشخص القائم بإجراء المقابلة تلعب دورا هاما بالنسبة لأي لقاء. فطريقة التحدث والحركات والتحكم في العواطف والمعرفة والعفوية والحساسية ومدى التجاوب، كل هذه الخصائص وغيرها يجب أخذها بالاعتبار.

وبما أن إجراء المقابلات هو في جوهره تفاعل بين شخصيتين فإنه من الضروري لمن يقوم بإجراء المقابلة أن يعرف بالضبط خصائصه الشخصية وأن يعي تماما تأثيرها على الآخرين.

المعروف منذ زمن طويل أن نظرة من تجري معه المقابلة إلى من يجريها تحدد ردود فعله بالنسبة للمقابلة. وقد تبين من خلال دراسات عديدة أن التصرفات المزعجة التالية، والتي قد يقوم بها من يجري المقابلة، كانت موضع نقد من قبل من أجريت معهم المقابلات:

- التصرف بتكبر وتعال وكأنه يعرف كل شيء
- يبدو كأنه غير واثق من نفسه أو متوتر الأعصاب
- يبدو وكأنه دائما على عجلة
- ينظر إلى ساعته باستمرار
- ينظر من النافذة أو غير ذلك وهو يتكلم

صفات من يجري المقابلة

- ينهض ويمشي جيئة وإيابا أثناء الحديث
- يتكلم بصوت رتيب
- يتنحج أو يسعل باستمرار
- يجلس مترهلا في مقعده
- يبتسم بعد كل ملاحظة يبيدها
- يجري المقابلة حيث التهوية أو درجة الحرارة غير مريحة
- يتنأب عدة مرات
- يبدو كأنه لا يهتم بمن تجري معه المقابلة أو بمشاكله
- يجلس الطرف الآخر مواجهها لضوء ساطع
- يتأخر عن حضور المقابلة
- ينظر إلى الأوراق على مكتبه وكأن باله مشغول بالعمل
- يتكلم بصوت خافت فيجد من تجري المقابلة معه صعوبة في سماعه
- يتكلم بسرعة فائقة
- يعبث بالأقلام أو المفاتيح أو بالأشياء الموجودة على المكتب
- يبدي قلة تفهم للخلفية الدينية للآخر
- يغير جلسته على الكرسي باستمرار

عوامل نجاح المقابلة

عوامل عديدة تلعب دورا في نجاح المقابلة ينبغي التنبه لوجودها من قبل من يجري المقابلة، أهمها:

العامل الاول

قد تصبح المقابلة حدثا رئيسيا في تاريخ حياة من تجري معه هذه المقابلة، بينما يقابل من يجري المقابلة أناسا كثيرين فيتعود على القيام بمهمته.

العامل الثاني

اللحظات الأولى من أي مقابلة تترك أثرا عميقا في بقية المقابلة وتبقى محفورة في ذاكرة من أجريت معه تلك المقابلة، لذا ينبغي أن يكون على جانب كبير من الانتباه لردود فعل من تجري المقابلة معه خاصة خلال الجزء الأول منها، وذلك لجهة الطريقة التي يقابله بها والتي يطلب بها منه أن يجلس ويرتاح والأسلوب الذي يتبعه عند تعريف نفسه وعند إفصاحه عن نواياه وأهدافه.

العامل الثالث

إعطاء من تجري معه المقابلة كامل اهتمامه، وبالتالي لا يجوز لمن يجري المقابلة السماح لأي أمر آخر أن يشغله أثناءها. كذلك لا يجوز إطلاقا أن ينظر بطريقة مباشرة إلى ساعته بل يجب أن يضع ساعته حيث يستطيع أن يرى الوقت دون إبداء أي انشغال.

العامل الرابع

إن طريقة التحدث يمكن أن تعطي الإحساس بالارتياح والطمأنينة والتقبل والتفهم، كما يمكن أن تزيد من الشعور بالقلق والارتباك عند من تجري معه المقابلة. لذلك يجب أن يكون حذرا في حديثه من حيث السرعة واختيار الكلمات والنطق والأسلوب.

العامل الخامس

التنبيه إلى كونه محط نظر الشخص الذي تجري المقابلة معه، وبالتالي عليه أن يتعلم إتقان ملاحظة الذات وأن يلتقط بوعي الإشارات التي تعبر عن رؤية الطرف الآخر له ومشاعره تجاهه.

العامل السادس

تقبل مشاعر القلق والارتباك التي تبدو على من تجري معه المقابلة والتصرف في تلك الحالة دون أن يقلق أو يرتبك هو الآخر، تجنبنا لتعكير صفو اللقاء.

العامل السابع

التحدث بصوت هادئ وبأسلوب مباشر يبعث الطمأنينة في حال التطرق لأمر قد تكون مصدر إخراج أو شعور بالذنب بالنسبة لمن تجري معه المقابلة.

العامل الثامن

عدم التردد أو الإكثار من فترات التوقف عن الكلام لأن ذلك ينتقص من شخصيته في عين من تجري معه القابلة. لذا عليه التأكد من أن عقله يسبق صوته حتى تكون تصريحاته أو أسئلته واضحة تماما في ذهنه قبل أن يطرحها.

مفهوم الاجتماع

الاجتماع تجمع يضم ثلاثة أفراد أو أكثر لهم أهداف مشتركة يسعون لتحقيقها ضمن روح الجماعة والعمل المشترك. والاتصال الشفوي هو الوسيلة الأساسية لتحقيق الأهداف. ويكون الاجتماع فعالا عندما يحقق أهدافه بأقل وقت وبرضى جميع أو غالبية المشاركين به.

رغم الانتقادات التي توجه للاجتماعات، لا توجد طريقة أفضل في التواصل الجماعي تحقق ما يحققه حتى اجتماع هزيل سئ الإدارة. ومع وجود العديد من الأمور التي يمكن لمؤسسة ما أن تتناولها أو تعالجها عن طريق عملية الاتصال الفردي أو المراسلات أو المكالمات الهاتفية أو المذكرات، يبقى الاجتماع أداة أساسية لتأدية وظائف هامة لا يمكن أن تقوم مقامها آلات النسخ أو التلفون أو شريط التسجيل أو الحاسوب ... الخ.

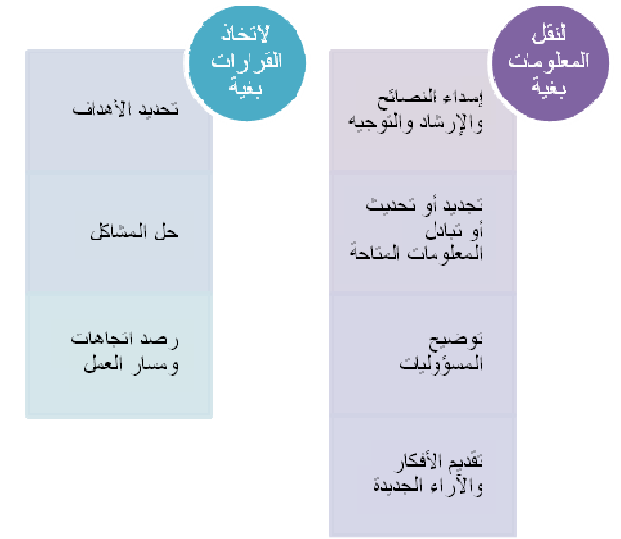
وظائف الاجتماع

إحدى أهم هذه الوظائف التي يؤديها الاجتماع:

- الاستجابة لحاجة الإنسان إلى الانتماء كحاجة نفسية قوية تشكل دافعا إنسانيا هاما. لذلك فإن تحديد الأعضاء المشاركين يشكل أحد الأشياء الأساسية لعقد اجتماع ما
- تمكين الحاضرين من تحديث وتوضيح أو تنقيح ما عرف أو تم قبوله من قبل كل عضو في الاجتماع، وهو ما لم يكن بالإمكان حصوله خارج الاجتماع
- هذا التجمع لتبادل المعلومات والتجارب يساعد كل عضو ليس على تأدية وظيفته بصورة أفضل فحسب، بل على تحسين التعامل والاتصال مع الأعضاء الآخرين

أنواع الاجتماعات

بشكل عام، يمكن أن تكون الاجتماعات: دورية، طارئة، عامة أو متخصصة.
وهي من جهة محتواها نوعان:



الفرق بين الاجتماعات لنقل المعلومات والاجتماعات لاتخاذ القرارات

المعيار	اجتماعات نقل المعلومات	اجتماعات اتخاذ القرارات
عدد المشاركين	أي عدد	قليل، يفضل ألا يزيد عن 12
نوعية المشاركين	الأشخاص المحتاجون للمعلومات	المسؤولون والأشخاص الذين يمكن الاستفادة من مساهماتهم
اتجاه عملية الاتصال	في اتجاه واحد من المدير إلى الأعضاء مع إعطاء الفرصة لطرح الأسئلة	نقاش يتفاعل في جميع الاتجاهات بين جميع الحاضرين
ترتيب قاعة الاجتماع	المشاركون يواجهون مقدمة القاعة حيث يجلس مدير الجلسة	المشاركون يواجهون بعضهم البعض

نمط الإدارة الملائم	مركزي	مشارك
التركيز خلال الاجتماع	على الموضوع ذاته	على أسلوب التفاعل والنقاش وأساليب حل المشاكل
مفتاح نجاح الاجتماع	التخطيط والإعداد الجيد للمعلومات التي يتم عرضها	مناخ الاجتماع الذي يساند التعبير الحر عن الآراء والانفتاح الكامل

إدارة الاجتماعات

إن ترؤس وإدارة الاجتماعات من المهام الأساسية لكل مدير. وأهمية الاجتماعات، سواء أكانت رسمية أو غير رسمية، تكمن في التركيز على العمل الجماعي والفعالية التي يتم بها تنفيذ القرارات الجماعية.

والعمل الفعال من خلال اجتماع أو مؤتمر ليس سهلاً، فهناك الكثير من الأمور الواجب أخذها بالاعتبار والعديد من المشاكل التي يقتضي حلها لينجح الاجتماع ويعطي نتائجه.

تتلخص العوامل في محاولة تطوير العمل الجماعي وقدرة المدير الذي يرأس الاجتماع على قيادته ومدى احترام جدول الأعمال والتقيد به وأمور أخرى يقتضي أن يقوم بها كما يلي:

إعداد وتحضير الاجتماع

يتم التحضير للاجتماع بنجاح عن طريق:

- تحديد الأهداف بوضوح
- وضع جدول أعمال، يتضمن:
 - وقت ومكان الاجتماع
 - مواضيع الاجتماع
 - المرفقات والمستندات المطلوب الإطلاع عليها
 - اختيار المشاركين، بأقل عدد ممكن وبأكمل تمثيل
 - تهيئة الأجواء المناسبة
 - توزيع جدول الأعمال على المشاركين مسبقاً

إدارة الاجتماع وضبطه

تقع المسؤولية الكبرى في نجاح الاجتماع على مديره، لذلك عليه:

- الالتزام بالقواعد والأصول العامة للقيادة
- الحضور قبل الوقت المحدد لبدء الاجتماع
- الالتزام بأهداف الدعوة والتقيد بجدول الأعمال
- الحرص على تفاهم المشاركين واحترام آرائهم وأفكارهم
- عدم مواجهة الأشخاص بل الأفكار والمشاكل المطروحة
- التحكم بالجلسة وإدارة الوقت بكفاءة
- توفير المعلومات للمشاركين وتأمين مشاركتهم في تبادلها
- اختتام الجلسة بملخص ومراجعة الأعمال
- التوصل إلى نتائج قابلة للتنفيذ تحقق الأهداف الموضوعية، وذلك برضى غالبية الحاضرين على الأقل

المشاركة في الاجتماع

إن المعايير الضرورية للمشاركين في الاجتماعات وتحديدًا تلك المتعلقة بحل المشاكل هي:

- عدم التأخر عن موعد الاجتماع
- احترام الآخرين وأفكارهم وعدم انتقادهم بل طرح بدائل قابلة للتنفيذ
- معرفتهم بالمشكلة موضوع البحث
- التزامهم المبدئي بإيجاد الحلول
- توفر الوقت لديهم لحل المشكلة
- تنوعهم بحيث ينظرون إلى المشكلة من زوايا عدة
- إعطائهم حرية التعبير عن الرأي باختصار وعدم التكرار
- رغبتهم في الإنصات الجيد
- عدم تصميمهم على رأي محدد مسبقاً
- عدم الدخول في أحاديث جانبية مشوشة

مفهوم العلاقات العامة

ظهرت العلاقات العامة في القرن العشرين وخاصة في عام 1946 في فرنسا وهولندا. وأخذت شكلها الحالي، كنشاط هام للإدارة يقوم على أسس علمية واضحة ويهدف إلى الدفاع عن مصالح المؤسسة وتمثيلها وتحسين صورتها وترويجها. وهي أكثر من مجرد تنمية للعلاقات، إنها تتعلق بابتكار حملات استراتيجية وبتطبيقها، كردة فعل على الأزمات قبل أو أثناء حدوثها، بغية ضمان تمثيل المؤسسة بشكل صحيح دوماً. وهي تهدف إلى المواءمة بين مصلحة المؤسسة ومحيطها.

والقدرة على التواصل بشكل منطقي مع مختلف فئات الجمهور أمر بالغ الأهمية. ولكي يكون التواصل فعالاً يجب التوجه إلى جمهور محدد والحرص على نقل الرسالة الصحيحة إليه. إذ ليست الرسالة الملائمة للمساهمين هي نفسها الرسالة الملائمة للمستخدمين، وبالتالي يجب أخذ هذا الأمر بالاعتبار عند تحضير برنامج العلاقات العامة الخاص بالمؤسسة.

أسباب استخدام العلاقات العامة وأهميتها

يمكن للأفراد والمؤسسات أن يعيشوا من دون علاقات عامة، إلا أنهم باعتماد علاقات مدروسة يمكن أن يتوقعوا نتائج أفضل وسمعة أحسن، ذلك أن للصورة السيئة في نظر الجمهور نتائج سلبية للغاية.

والمعروف أن العلاقات العامة وإن كانت جيدة لا يمكن أن تخفي إنتاجاً سيئاً أو تحمي مؤسسة لا أخلاقية، ولكي تنجح هذه العلاقات على المؤسسة أن تكون جديرة بالثقة.

غير أنه من الثابت أن العلاقات العامة تساعد المؤسسة على تحقيق ما يلي:

- خلق هوية قوية وترويج صورة إيجابية عنها
- نقل رسالتها وجعل الناس يميلون أكثر للتعامل معها
- الحد من الأضرار متى ساءت الأحوال
- عدم الخسارة أمام منافسيها الذين يستعملون العلاقات العامة
- صنع الأخبار وعدم فقدان السيطرة على المعلومات التي يبني عليها الناس آراءهم عن المؤسسة
- تحسين موقعها في المجتمع المحلي وازدياد إدراكها لنفسها ولمنتجاتها
- استقطابها بسهولة لفريق عمل ذا مستوى عال
- احتفاظها بحصة أكبر من السوق
- تمتعها بولاء زبائنها ورضى مساهميها وفخر مستخدميها
- التأثير إيجاباً على مظاهر عمل المؤسسة كافة
- التحكم بتحديد الوسائل الإعلامية الملائمة وجعل الصحف تتحدث عنها عندما تريد ذلك
- زيادة فرص النجاح والتطوير

إذا، لكي تعمل مؤسسة بشكل فعال عليها أن تدرك حاجات جمهورها وتعتمد إلى تلبيةها. وهذا يعني التعرف على هذا الجمهور وعلى حاجاته وتلبيةها والتواصل معه.

وبهذا تعلم المؤسسة كل شيء عن جميع زبائنهم. ذلك أن كل زبون يحتاج إلى مقاربة مختلفة. فميرغب المشترون المحتملون لإنتاج أو لخدمات مؤسسة ما في معرفة أن ما يشترونه موثوق به، يؤدي ما يدّعي تقديمه، وسعره تنافسي. وسيحتاج الموردون المحتملون إلى أن يكونوا على ثقة بأن المؤسسة موثوق بها، ومستقرة مالياً، وقادرة على تسديد فواتيرها في الموعد المحدد. ولن يرغب المساهمون في استثمار أموالهم في هذه المؤسسة إلا إذا تأكدوا أن مردودهم سيكون كبيراً.

بالإضافة إلى ذلك، بدأ الكثير من الناس يولون أخلاقيات المؤسسة اهتماماً كبيراً، خصوصاً فيما يتعلق بالبيئة ومحيط العمل. وسيود المستخدمون والمستخدمون المحتملون أن يعرفوا أن المؤسسة مأمونة ولديها سمعة جيدة في ما يتعلق بالاهتمام بمستخدميها.

إدارة العلاقات العامة

بغض النظر عن حجم المؤسسة، يمكن أن توكل مهمة إدارة العلاقات العامة لمستخدمين في المؤسسة أو لوكالة خارجية استشارية.

من المهم أن يتولى مسؤولية العلاقات العامة شخص ذو مقام عال يتمتع بالأقدمية والكفاءة والأخلاقية. ففي إطار مؤسسة صغيرة يمكن للمدير الإداري أن يقوم بهذه المهمة، أما في إطار مؤسسة كبيرة فمن الأغلب أن يتولى هذه المهمة مدير اختصاصي، أو رئيس المؤسسة شخصياً لأنه يدرك القيمة الحقيقية للعلاقات العامة الفعالة ويحرص على أن يحظى القسم الخاص بها بمساعدة والتزام بنية القيميين في الإدارة العليا للمؤسسة.

الفرق بين فرق العمل المختصة والوكالات الخارجية:

فرق العمل المختصة

- يعرف أعضاؤها العمل حقاً
- ليس لديهم ولاءات متضاربة
- موجودون في مكان الحدث
- يستطيعون الوصول إلى رئيس المؤسسة وسائر الأعضاء المسؤولين عن اتخاذ القرارات الحاسمة التي من شأنها التأثير على مستقبل المؤسسة
- معنيون بنجاح المؤسسة أو فشلها

الوكالات الخارجية

- لديها فريق عمل كبير
- من الأسهل أن تعطي نصيحة غير مرغوب بها لأنها خارجة عن إطار المؤسسة
- لديها فريق عمل مرن، قادر ومتخصص. وليست هناك قواعد ثابتة حول ما هو أفضل. فكل مؤسسة وكل حالة تختلف عن الأخرى

خاتمة

إن الوضع الطبيعي للمؤسسات المتطورة هو في انشغال رأس الهرم فيها بالتخطيط الاستراتيجي وتوفير الدعم والموارد المادية والبشرية للمؤسسة، وفي مراقبة ومتابعة تطوير وتوسيع أعمال وخدمات هذه المؤسسة. بينما تهتم الإدارة الوسطى بترجمة هذه الاستراتيجيات والخطط الى واقع عملي، وتنشغل قاعدة الهرم أو الإدارة المباشرة بالانجاز اليومي للأعمال التي تؤدي الى تحقيق وتنفيذ الأهداف والاستراتيجيات.