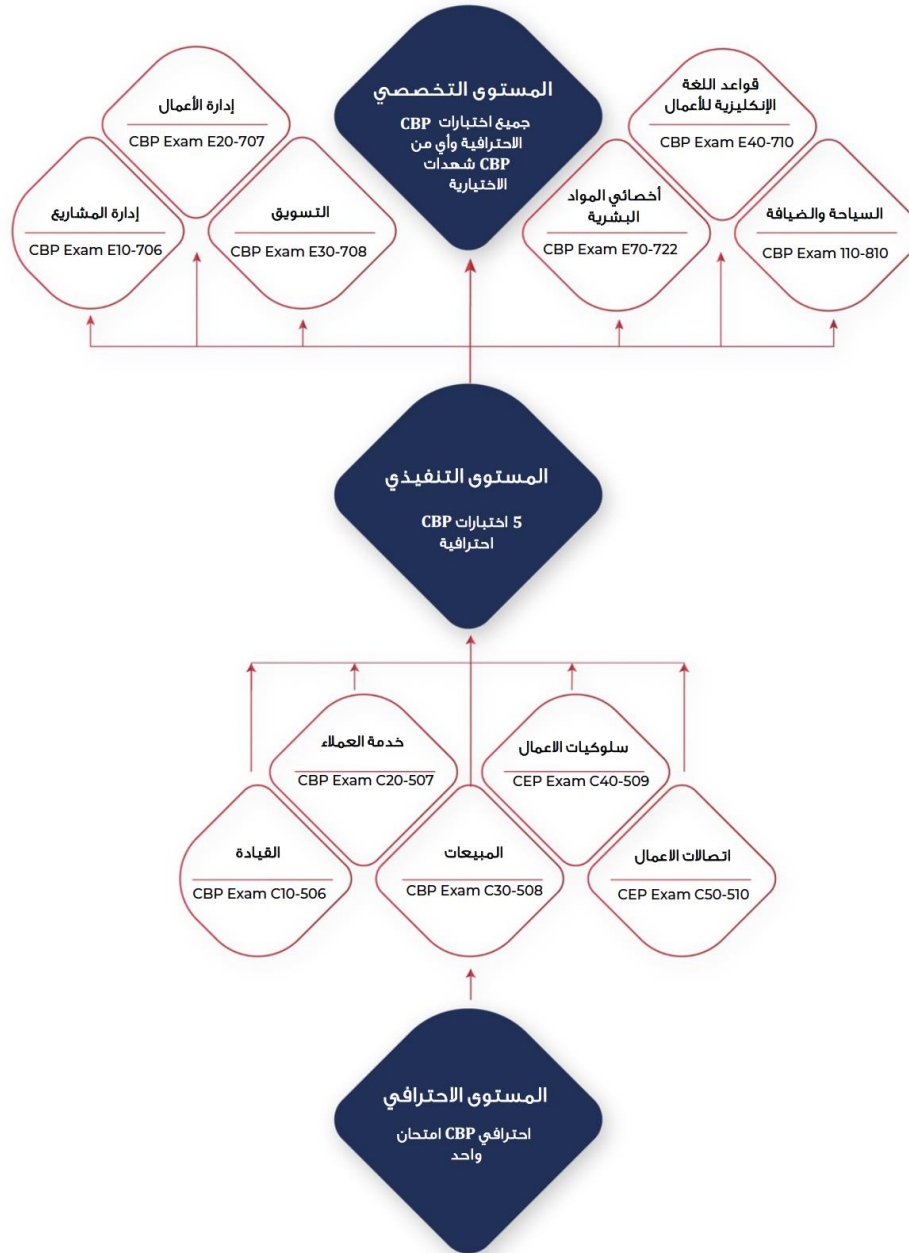


إدارة الازمات في العلاقات العامة

اختبار دولي رقم CBP-CMPR-212

CRISIS





• شهادة ومسارات CBP

فيما يلي شهادات CBP التي يمكنك الحصول عليها:
استخدم المسارات المحدثة في الملف المرفق

CBP™ CMPR Management

EXAM CBP-CMPR-212



مقدمة

- الاسم
- الخبرات العملية
- لمحة عنك
- لمحة عن دراستك
- التوقعات من هذه الدورة

• التجهيزات



الوحدة الأولى: مدخل إلى إدارة الأزمات

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة ستتمكن من التعرف على المواضيع التالية:

- مفهوم الأزمة وأنواعها وأسبابها.
- العوامل المؤثرة على الأزمات.
- دورة حياة الأزمة ومراحل تطورها.
- الفرق بين الحدث الطارئ والأزمة المؤسسية.
- مفهوم إدارة الأزمة ومراحلها.
- كيف يتصرف الأفراد والجماعات وقت الأزمات.
- إدارة المشاعر والارباك لدى الجمهور والموظفين.



مدخل الى إدارة الازمات

الهدف 1: الازمة – المفهوم والسمات

- أنواع الازمات وخصائصها وامثلة عليها

- أسباب الأزمات

- العوامل المؤثرة على الأزمات



الأزمة هي موقف غير متوقع أو ناتج عن تراكمات سابقة، يشكل تهديداً لسلامة الأفراد أو لاستقرار المنظمة وسمعتها ومواردها ويترتب عليه آثار سلبية جوهرية في حال عدم معالجته بشكل سريع وفعال، وتمثل الأزمات حالة من الارتباك وفقدان التوازن التنظيمي، وتتسم بجملة من الخصائص المميزة التي تجعلها مختلفة عن المواقف الاعتيادية

أنواع الأزمات

نوع الأزمة	الوصف	امثلة
أزمات طبيعية	نتيجة عن كوارث طبيعية	زلازل، فيضانات، حرائق غابات، أوبئة
أزمات تقنية / صناعية	نتيجة عن فشل تقني أو بشري	اتهامات الأنظمة الرقمية، تسرب كيميائي، انفجار مصنع، أعطال في أنظمة الحاسوب
أزمات اقتصادية	أزمات متعلقة بالأمور المالية	أزمات سيولة، إفلاس، تضخم حاد
أزمات سياسية	نتيجة عن صراعات سياسية أو تغييرات حكومية	اضطرابات أمنية، تدخلات خارجية، فساد
الأزمات المتعلقة بالسمعة	أزمات متعلقة بصورة المنظمة	فضائح إدارية، تسريبات، اتهامات بالاحتيال، جودة المنتج أو الخدمة، المصادقية
أزمات بشرية	أزمات تتعلق بالأفراد وسلوكهم	استقالات جماعية، إضرابات عمالية، عنف داخلي، اغتالات
أزمات الصحة والسلامة	أزمات متعلقة بالصحة والسلامة المهنية	إصابة عمل، تلوث بيئي
أزمات تشغيلية	أزمات متعلقة بالإنتاج	مشاكل سلاسل التوريد، توقف الإنتاج ونقص في الموارد والمواد

أسباب الأزمات



أخطاء بشرية وقرارات خاطئة	↩
الهجمات السيبرانية وفشل الأنظمة التقنية.	↩
تغيرات بيئية مفاجئة كالكوارث الطبيعية أو الأوبئة.	↩
عدم التخطيط المسبق وغياب خطط الطوارئ	↩
ضعف قنوات الاتصال الداخلي والخارجي.	↩
التنافس الشديد أو الضغوط السوقية.	↩
الفساد وضعف الكفاءات الإدارية.	↩

تمرين

قسم المتدربين مجموعات عمل كل مجموعة مكونة من ٣-٥ متدربين واطلب منهم تحديد أسباب الأزمات المختلفة سواء كانت على المستوى الشخصي او المهني او المجتمع

- ✓ البيئة الخارجية
- ✓ البنية التنظيمية
- ✓ الثقافة التنظيمية
- ✓ الموارد المتاحة
- ✓ نظم الاتصالات
- ✓ القيادة
- ✓ الرأي العام والاعلام

العوامل المؤثرة على الأزمات

العوامل المؤثرة على الأزمات

العامل	التأثير
البيئة الخارجية	التغيرات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، والتكنولوجية
البنية التنظيمية	ضعف التنظيم ما بين الوحدات التنظيمية، غياب التنسيق والمتابعة ما بين الأقسام والإدارات
الثقافة التنظيمية	الحد من الإبداع والابتكار وثقافة التمييز مما ينعكس على الجودة والمصداقية والتعامل غير الفعال مع الجهات الخارجية والداخلية
الموارد المتاحة	نقص الموارد البشرية أو المالية أو المادية أو التكنولوجية يحد من القدرة على الاستجابة.
نظام الاتصالات	ضعف الاتصال الداخلي والخارجي يؤدي إلى انتشار الشائعات وسوء الفهم وضعف التنسيق والمتابعة
القيادة	عدم القدرة على التأثير في الأفراد وضعف اتخاذ القرار وعدم القدرة على المتابعة.
الرأي العام ووسائل الاعلام	يمكن أن يضخم الأزمة ويزيد من عواقبها وتفاقمها



دورة حياة الأزمة ومراحل تطورها

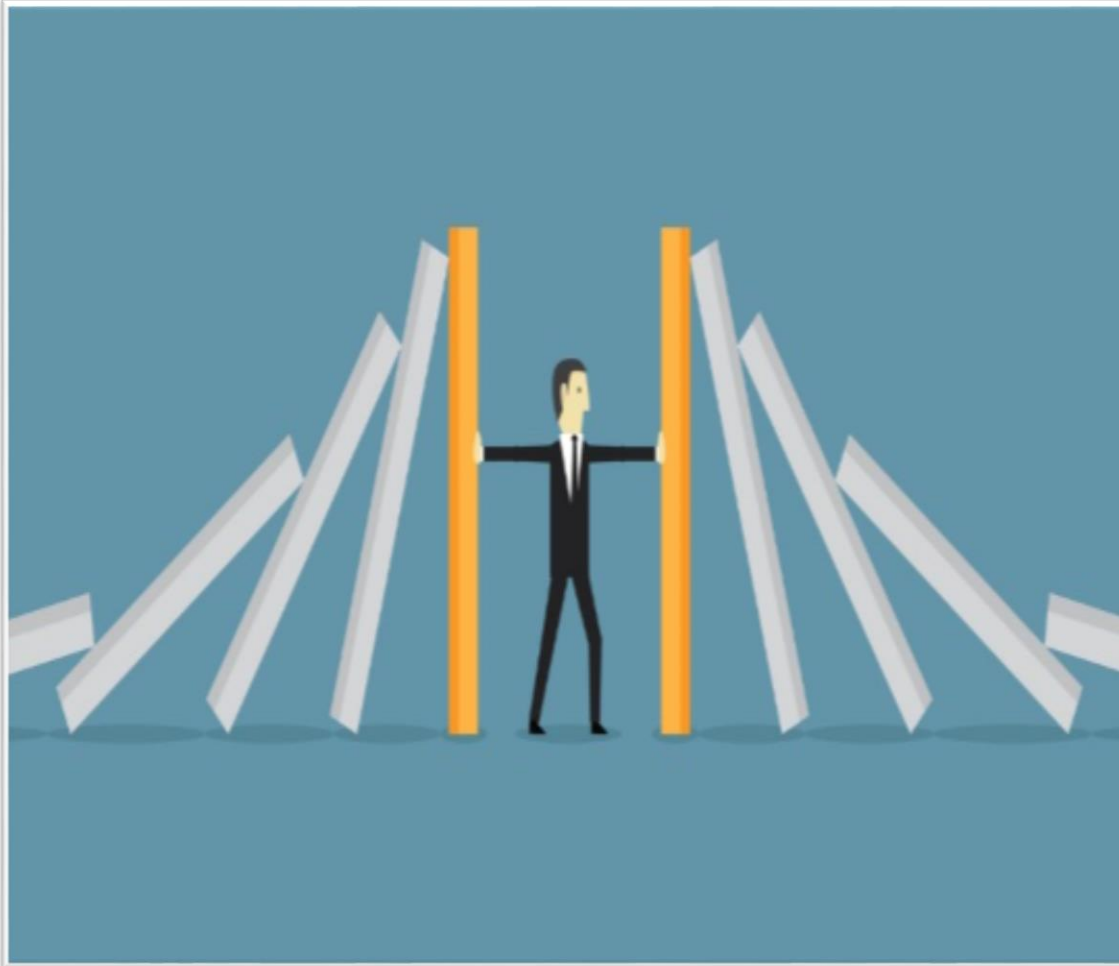
الهدف 2: مراحل حياة الأزمة وتطورها

- مرحلة ما قبل الأزمة
- مرحلة حدوث الأزمة
- مرحلة التعامل مع الأزمة
- مرحلة ما بعد الأزمة
- الفرق بين الحدث الطارئ والأزمة

المعيار	الحدث الطارئ	الأزمة المؤسسية
النطاق	محدود، قد يكون داخلياً	واسع يؤثر على المنظمة كاملة
التأثير	مؤقت و محدود	عميق وطويل الأمد
الإدارة	يمكن التعامل معه بإجراءات روتينية	يتطلب تدخلا استراتيجيا على مستوى المنظمة
الاستجابة	فرق الطوارئ المحلي	فريق إدارة الأزمات مركزي ويمكن الاعتماد على جهات خارجية
السمعة	لا يؤثر على السمعة غالباً	يهدد سمعة المنظمة والثقة بالمنتجات والخدمات التي تقدمها المنظمة ومصداقيتها في التعامل مع العملاء مما يؤثر أيضا على الأرباح وال إيرادات والاستمرارية
مثال	حريق صغير في احد المكاتب	- تسريب بيانات العملاء - تهديد استراتيجي يؤثر على سمعة المنظمة

الفرق بين الحدث الطارئ والأزمة المؤسسية

تبدأ كل أزمة عادة بحدث طارئ، غير أن ليس كل حدث طارئ يتطور إلى أزمة، فالأزمة المؤسسية تحدث عندما يفشل النظام في احتواء الحدث الطارئ والتعامل معه بجدية، مع غياب الإدراك الكامل للعواقب المحتملة الناتجة عنه، وبالتالي يتحول الحدث الطارئ إلى أزمة عندما تتجاوز تداعياته قدرة المنظمة على السيطرة والاستجابة الفعّالة.



مفهوم إدارة الأزمة ومراحلها

الهدف 3: أهداف إدارة الأزمات ومراحلها

- مراحل إدارة الأزمة
- عناصر خطة إدارة الأزمات
- قائمة تحقق مصغرة للاستعداد للأزمات



إدارة الأزمات

هي مجموعة من الإجراءات والتدابير المخطط لها أو المستجيبة للظروف الطارئة، والتي تهدف إلى التعامل مع الأحداث غير المتوقعة أو المهددة لاستقرار المنظمة أو المجتمع.

مراحل إدارة الأزمة





عناصر خطة إدارة الازمات

- هيكل فريق إدارة الأزمة وتوزيع الأدوار.
- المتحدث الرسمي وآلية التواصل.
- الرسائل الأساسية والاستراتيجيات المسبقة.
- إدارة أصحاب المصلحة وقنوات الاتصال.
- إجراءات التفويض والتخطيط للطوارئ.
- متابعة الأداء ومؤشرات القياس

حديث بيانات الاتصال بشكل دوري

تمارين المحاكاة

مراجعة الرسائل وضمان قابليتها
للتكيف مع السيناريوهات

تدريب المتحدثين على التعامل مع
الأسئلة الحرجة

قائمة التحقق للاستعداد للازمات



تمرين

قسّم المتدربين إلى مجموعات صغيرة (٣-٥ أشخاص).
السيناريو: شركة تقنية أطلقت تطبيقاً جديداً وبعد ٤٨ ساعة من الإطلاق تعطل التطبيق وتوقف عن العمل، مما أدى إلى شكاوى واسعة على وسائل التواصل الاجتماعي

اطلب من كل مجموعة مناقشة الحلول من خلال الإجابة على الأسئلة التالية: -

- ما المخاطر المباشرة التي تواجه الشركة؟
- ما الخطوات العاجلة التي يجب اتخاذها في الساعات الأولى؟
- كيف يمكن للشركة أن تظهر الشفافية والمسؤولية أمام العملاء؟



تصرف الافراد والجماعات أثناء الازمات

الهدف 4: إدارة المشاعر والارتباك لدى الجمهور والموظفين

- أدوات فعالة لإدارة المشاعر

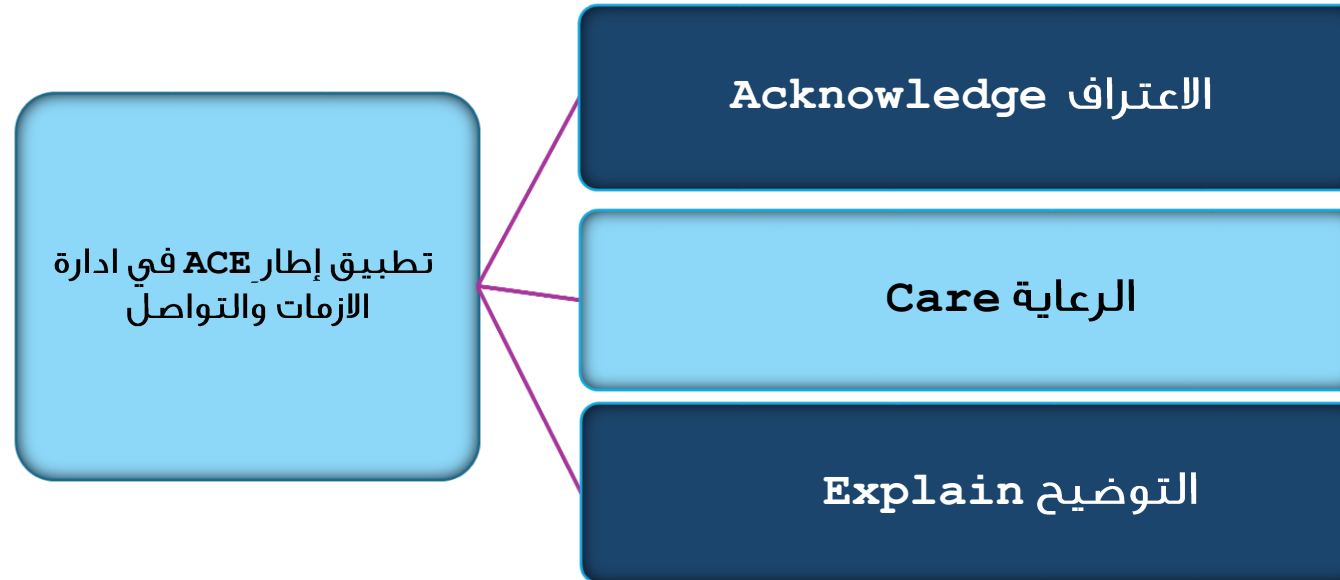
- تطبيق إطار ACE

- أخطاء يجب تجنبها

أدوات فعالة لإدارة مشاعر الافراد والجماعات



تطبيق إطار ACE في ادارة الازمات والتواصل



حالة عملية

انقطاع مفاجئ لخدمة الإنترنت في شركة اتصالات

واجه عملاء الشركة انقطاعاً في خدمة الإنترنت استمر عدة ساعات مما أدى إلى استياء واسع لدى المشتركين.

تطبيق إطار ACE

الاعتراف بالمشاعر والأضرار – Acknowledge

ندرك أن الانقطاع المفاجئ لخدمة الإنترنت قد تسبب في إرباك وتعطيل لاحتياجاتكم اليومية، سواء للعمل أو الدراسة أو التواصل

إظهار الاهتمام والمسؤولية – Care

نود أن نؤكد لكم التزامنا الكامل تجاه تقديم خدمة مستقرة وموثوقة، ونعمل بجد مع فريقنا الفني للتقليل من أثر هذا العطل ومعالجته في أسرع وقت ممكن.

التوضيح والشرح – Explain

تبين أن سبب الانقطاع يعود إلى عطل تقني في أحد مراكز الشبكة الرئيسية، يعمل فريق الصيانة حالياً على إصلاح الخلل ومن المتوقع إعادة الخدمة بشكل كامل خلال الساعتين القادمتين، سنبقيكم على اطلاع بأي مستجدات ونشكركم على صبركم وتفهمكم.

النتيجة المتوقعة

- العملاء يشعرون أنه تم الاعتراف بمعاناتهم.
- يثقون أكثر لأن الشركة أظهرت الاهتمام والمسؤولية.
- يقل مستوى القلق والشائعات لأن الشركة قدمت شرحاً واضحاً لما يحدث وما سيُفعل لاحقاً.

الوحدة الثانية : دور العلاقات العامة في الأزمات

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة ستمكن من التعرف على المواضيع التالية:

- أهمية العلاقات العامة في الوقاية من الأزمات.
- الأبعاد الاستراتيجية للعلاقات العامة في الوقاية من الأزمات.
- الممارسات التطبيقية للعلاقات العامة في الوقاية من الأزمات.
- مهارات العاملين في إدارة العلاقات العامة
- المهارات المطلوبة في تحديد المتحدث الرسمي
- دور مسئول العلاقات العامة في اكتشاف إشارات الإنذار المبكر بالأزمة.
- دور مسئول العلاقات العامة في التخطيط الوقائي وإعداد سيناريوهات إدارة الأزمات
- الاستعداد لمواجهة الأزمات ووضع السيناريوهات.
- مهام فريق العلاقات العامة قبل وأثناء وبعد الأزمة.
- دور المتحدث الرسمي في إدارة الاتصال المؤسسي
- المهارات الجوهرية لاختيار المتحدث الرسمي.
- العلاقة بين السمعة المؤسسية وإدارة الأزمات.



دور العلاقات العامة في الأزمات

الهدف 1: أهمية العلاقات العامة في الوقاية من الأزمات

- الأبعاد الاستراتيجية للعلاقات العامة في الوقاية من الأزمات
- الممارسات التطبيقية للعلاقات العامة في الوقاية من الأزمات
- نماذج عملية لإدارة الأزمات بفعالية

الأبعاد الاستراتيجية للعلاقات العامة في الوقاية من الأزمات

- تمثل العلاقات العامة أحد الأعمدة الأساسية في إدارة المخاطر.
- تؤدي دوراً استراتيجياً استباقياً يتجاوز مجرد التواصل وقت الأزمة.
- تساهم في بناء بيئة تنظيمية محصنة وقادرة على مواجهة التحديات.
- تعمل على تعزيز الروابط مع أصحاب
- تقلل من احتمالية تفاقم المشكلات إلى أزمات كبرى
- تعتمد على إدارة التوقعات وتبني ممارسات قائمة على الشفافية والمسؤولية.
- بناء الثقة المستمرة مع الجمهور والذي يشكل خط الدفاع الأول

العاملين في إدارة العلاقات العامة

الهدف 2: مهارات العاملين في إدارة العلاقات العامة

- دور مسؤولي العلاقات العامة في التعرف على المؤشرات المبكرة للأزمات
- دور مسؤولي العلاقات العامة في اتخاذ الإجراءات الوقائية ووضع السيناريوهات
- مهام فريق العلاقات العامة قبل وأثناء وبعد الأزمة



دور مسؤولي العلاقات العامة في التعرف على المؤشرات المبكرة للأزمات

- تزايد حجم الشكاوى سواء من العملاء أو الموظفين.
- تغير نمط التغطية الإعلامية وظهور محتوى سلبي متنامي قد يؤثر على صورة المنظمة وسمعتها.
- انتشار الشائعات على منصات التواصل الاجتماعي مما يعزز حالة الغموض ويزيد من احتمالية فقدان الثقة.
- توتر العلاقات مع الشركاء أو الجهات الرقابية كنتيجة لقصور في التواصل أو عدم الالتزام بالمعايير.
- تنامي مظاهر التذمر الداخلي أو التسريبات الإعلامية التي تكشف عن وجود فجوات في بيئة العمل أو ضعف في الانتماء المؤسسي.

مهام فريق العلاقات العامة قبل وأثناء وبعد الأزمة

ما بعد الأزمة

- تقييم الأداء وتحليل الفجوات.
- إعادة بناء السمعة.
- التواصل مع الشركاء لاستعادة الثقة.
- تحديث خطط الطوارئ بناءً على الدروس المستفادة.

أثناء الأزمة

- إدارة الاتصالات الرسمية.
- إصدار البيانات الصحفية.
- تنسيق الرسائل مع الإدارة العليا.
- مراقبة الرأي العام وتحليله.

قبل الأزمة

- مراقبة بيئة التهديدات.
- بناء خطط الطوارئ والتواصل.
- تدريب الفرق.
- بناء علاقات مع وسائل الإعلام.



المتحدث الرسمي

الهدف 3: المهارات الجوهرية لاختيار المتحدث الرسمي

- أمثلة تطبيقية على اختيار المتحدث الرسمي
- العلاقة بين السمعة المؤسسية وإدارة الأزمات
- متركزات تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة



المتحدث الرسمي هو "صوت المنظمة" في الأوقات الحرجة ويجب أن يمتلك مهارات من أبرزها:

- الإلمام برسالة المنظمة وأهدافها وصياغتها بلغة واضحة وموجزة.
- القدرة على التحدث أمام الإعلام والجمهور بثقة وهدوء حتى في الظروف الضاغطة.
- استخدام لغة الجسد والنبرة المناسبة لتعزيز المصداقية.
- إدارة الأسئلة الصعبة من الصحفيين بذكاء دون فقدان التركيز أو المصداقية.
- الالتزام بالشفافية والدقة وتجنب التضارب في المعلومات.
- الاستجابة السريعة مع ضمان اتساق الرسائل ودقتها.
- بناء علاقة إيجابية مع وسائل الإعلام لتعزيز ثقة الجمهور بالمنظمة.

تمرين

- تقسيم المتدربين إلى مجموعات صغيرة (٣-٥ أشخاص).
يُعرض على كل مجموعة سيناريو أزمة مختلف كالآتي: -
- تعطل رحلة طيران وتأخير مئات الركاب.
 - انتشار شائعة عن تلوث منتج غذائي.
 - خلل تقني أدى إلى توقف خدمة رقمية مهمة.
 - حادث صحي في مستشفى حكومي.

يُطلب من كل مجموعة:

- تحديد المتحدث الرسمي الأنسب لهذه الأزمة.
- صياغة بيان قصير (٣-٤ جمل) يمثل الرسالة الأولى للمنظمة.
- مراعاة عناصر أساسية: الشفافية، الاعتراف بالخطأ/ تحديد المشكلة.



مرتكزات تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة

- تعزيز الشفافية في جميع أشكال التواصل
- الالتزام بالموضوعية في طرح الحقائق
- تحمّل المسؤولية عن القرارات والإجراءات
- ضمان الاتساق في الرسائل الاتصالية
- التمسك بالقيم المؤسسية
- ترسيخ المصادقية من خلال الممارسات الفعلية

الوحدة الثالثة : الاستعداد المسبق للأزمات

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة سيتمكن من التعرف على المواضيع التالية:

- وضع خطة استراتيجية مسبقة لإدارة الأزمات.
- مزايا الاستعداد المسبق للأزمات
- التكامل بين الخطة الاستراتيجية والاستعداد المسبق للأزمات
- إطار الاستعداد المسبق للأزمات
- عناصر إطار الاستعداد المسبق للأزمات
- تعريف فريق إدارة الأزمات وأهدافه
- أسباب تشكيل فريق إدارة الأزمات
- تحديد فريق إدارة الأزمات: الأعضاء والادوار
- العناصر الثلاث الأساسية لتحقيق الاستعداد المسبق لإدارة الأزمات
- بناء قنوات اتصال فعالة (داخلية وخارجية)

STRATEGIC PLANNING



الاستعداد المسبق للآزمات

الهدف 1 : وضع خطة استراتيجية مسبقة لإدارة
الآزمات

• مزايا الاستعداد المسبق للآزمات

• التكامل بين الخطة الاستراتيجية والاستعداد
المسبق للآزمات

مزايا الاستعداد المسبق للأزمات

- الحد من الخسائر المادية والبشرية.
- الحفاظ على السمعة المؤسسية والصورة الذهنية.
- تعزيز ثقة أصحاب المصلحة.
- تسريع عمليات صنع القرار.
- مكافحة الشائعات والمعلومات المضللة
- تحويل الأزمات إلى فرص استراتيجية للتعلم والتطوير
- رفع مستوى الجاهزية التنظيمية من خلال التدريب المستمر
- ضمان استمرارية الأعمال والخدمات الأساسية للمنظمة.

إطار الاستعداد المسبق للأزمات

الهدف 2: إطار الاستعداد المسبق للأزمات وعناصره السبع



- التخطيط المسبق للأزمات
- الاستعداد المسبق في الخطة الاستراتيجية
- تشكيل فرق الاستجابة للأزمات
- التدريب والمحاكاة العملية
- أنظمة الاتصال وإدارة المعلومات
- تخصيص الموارد والميزانيات
- المراجعة والتقييم المستمر

العناصر الجوهرية لإطار الاستعداد المسبق للآزمات

العنصر	التفاصيل
التخطيط المسبق للآزمات	وضع سيناريوهات محتملة وخطط وقائية لتقليل آثار الآزمات
تشكيل فرق الاستجابة	تحديد الأدوار والمسؤوليات لكل عضو في الفريق
التدريب والمحاكاة العملية	اختبار جاهزية المنظمة، التعرف على نقاط القوة والضعف
أنظمة الاتصال وإدارة المعلومات	إنشاء قنوات اتصال داخلية وخارجية
تخصيص الموارد والميزانيات	توفير الموارد المالية والبشرية والتقنية
المراجعة والتقييم المستمر	مراجعة الخطط بشكل دوري وتقييم فعاليتها
دمج الاستعداد المسبق في الخطة الاستراتيجية	إدماج الاستعداد ضمن الأهداف طويلة المدى



فريق إدارة الازمات

الأهداف 3: تحديد فريق إدارة الازمات

- تعريف فريق إدارة الازمات وأهدافه
- الأهداف الاستراتيجية والتشغيلية لفريق الازمات
- أسباب تشكيل الفريق
- فريق إدارة الازمات – الأعضاء والادوار

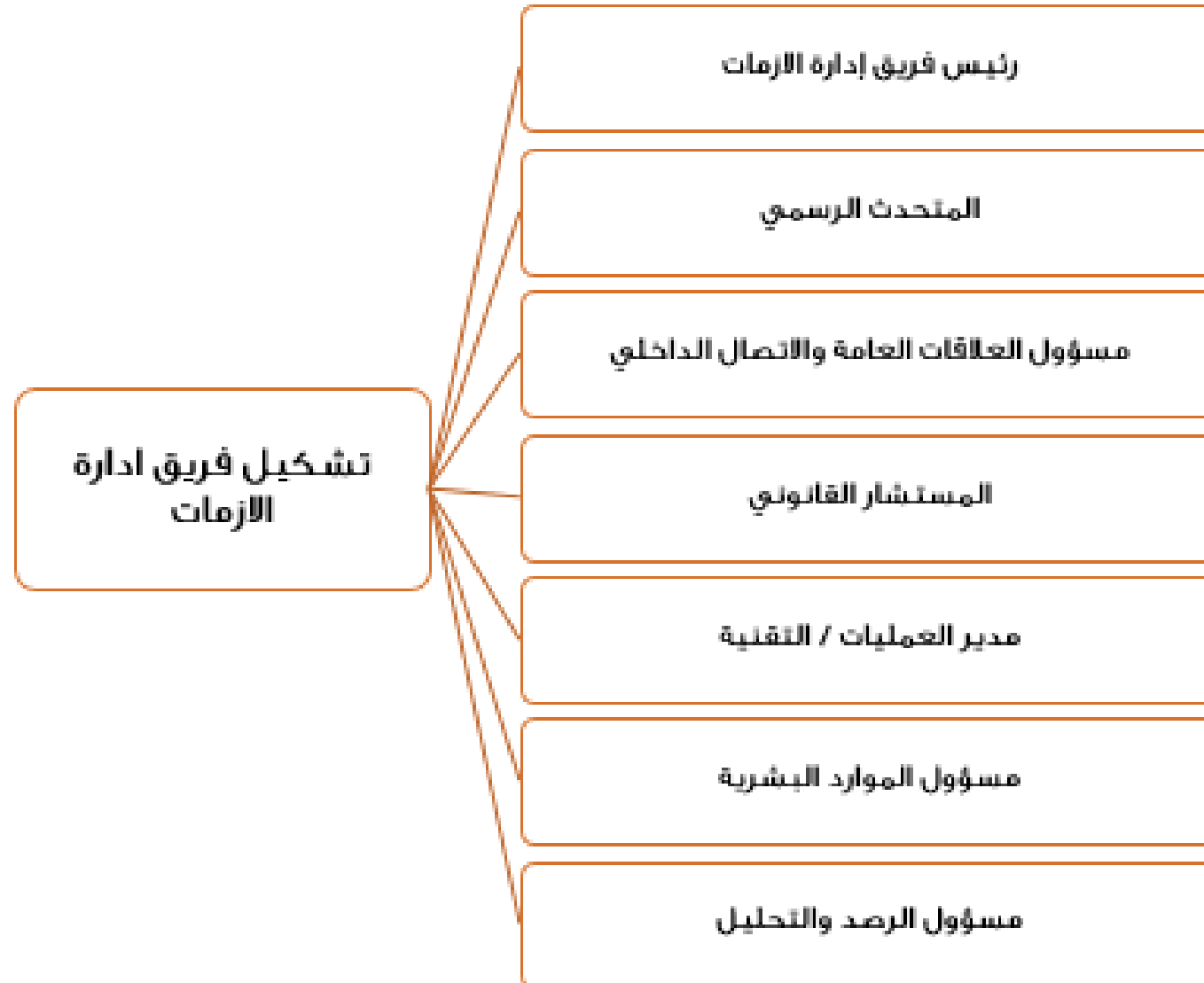
فريق إدارة الأزمات

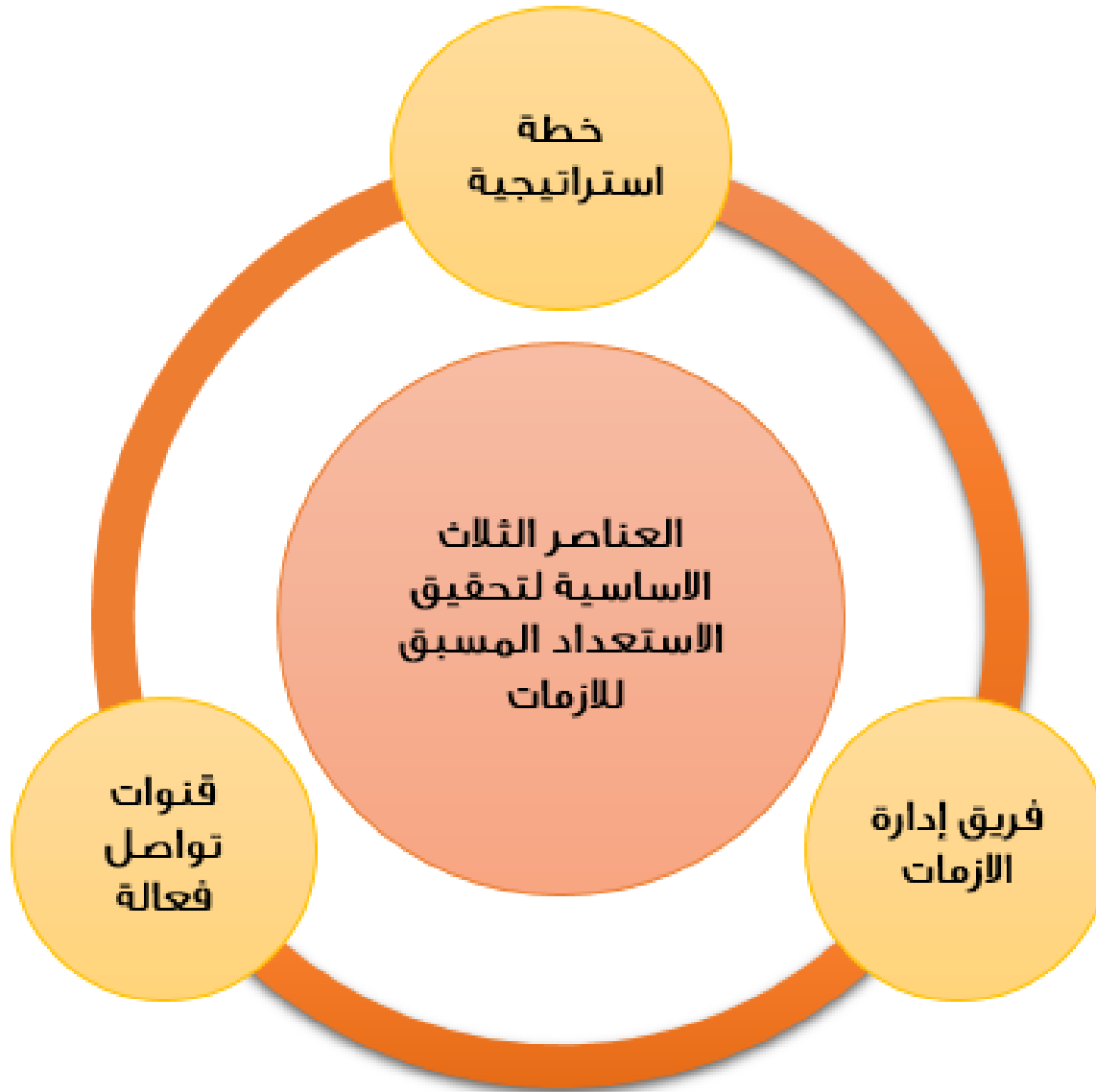
هو فريق متخصص يتكوّن من مجموعة من الأفراد من ذوي الكفاءات والمهارات يمتلك أعضاء الفريق خبرات متنوعة، يتم اختيارهم ضمن معايير وشروط محددة، لضمان تحقيق استجابة سريعة ومنسقة عند حدوث أي أزمة تهدد سير العمل أو سمعة المنظمة.

أسباب تشكيل الفريق:



- تعزيز جاهزية المؤسسة لاتخاذ قرارات مصيرية
- تحقيق الانسجام بين الإدارات المتنوعة
- حماية سمعة المنظمة
- تقليل الخسائر المالية والتشغيلية
- تعزيز التعلم المستمر
- الدروس المستفادة في المستقبل





العناصر الثلاثة الأساسية لتحقيق
فاعلية الاستعداد المسبق للأزمات

الاتصال الداخلي (مع الموظفين)

- إنشاء قنوات اتصال سريعة
- الاستبانات الداخلية
- تشكيل لجان أو فرق داخلية
- إرسال تحديثات دورية
- تخصيص خط ساخن للاستفسارات



الاتصال الخارجي (مع الإعلام والجمهور)

- إصدار البيانات الصحفية الرسمية
- استخدام المنصات الرسمية للمنظمة
- تفعيل منصات التواصل الاجتماعي
- تنظيم المؤتمرات الصحفية
- تحديد جهة واحدة للتواصل الخارجي

الوحدة الرابعة : استراتيجيات التواصل أثناء الأزمات

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة ستمكن من التعرف على المواضيع التالية:

- الرسائل الإعلامية الموحدة.
- مكونات الرسالة الموحدة.
- نماذج عملية للرسائل الموحدة
- تحديد قنوات الاتصال المثلى للوصول إلى الجمهور المستهدف
- أنواع القنوات وكيفية استخدامها
- استراتيجيات اختيار قنوات الاتصال بفاعلية
- التواصل الاحترافي مع الصحافة والاعلام
- أهمية التواصل مع الإعلام
- الأسس الجوهرية للتواصل الاحترافي
- استراتيجيات عملية للتواصل



الرسائل الإعلامية الموحدة

الهدف 1 : صياغة الرسائل الموحدة

مكونات الرسائل الإعلامية الموحدة

الإجراءات المتخذة

الحقائق الأساسية

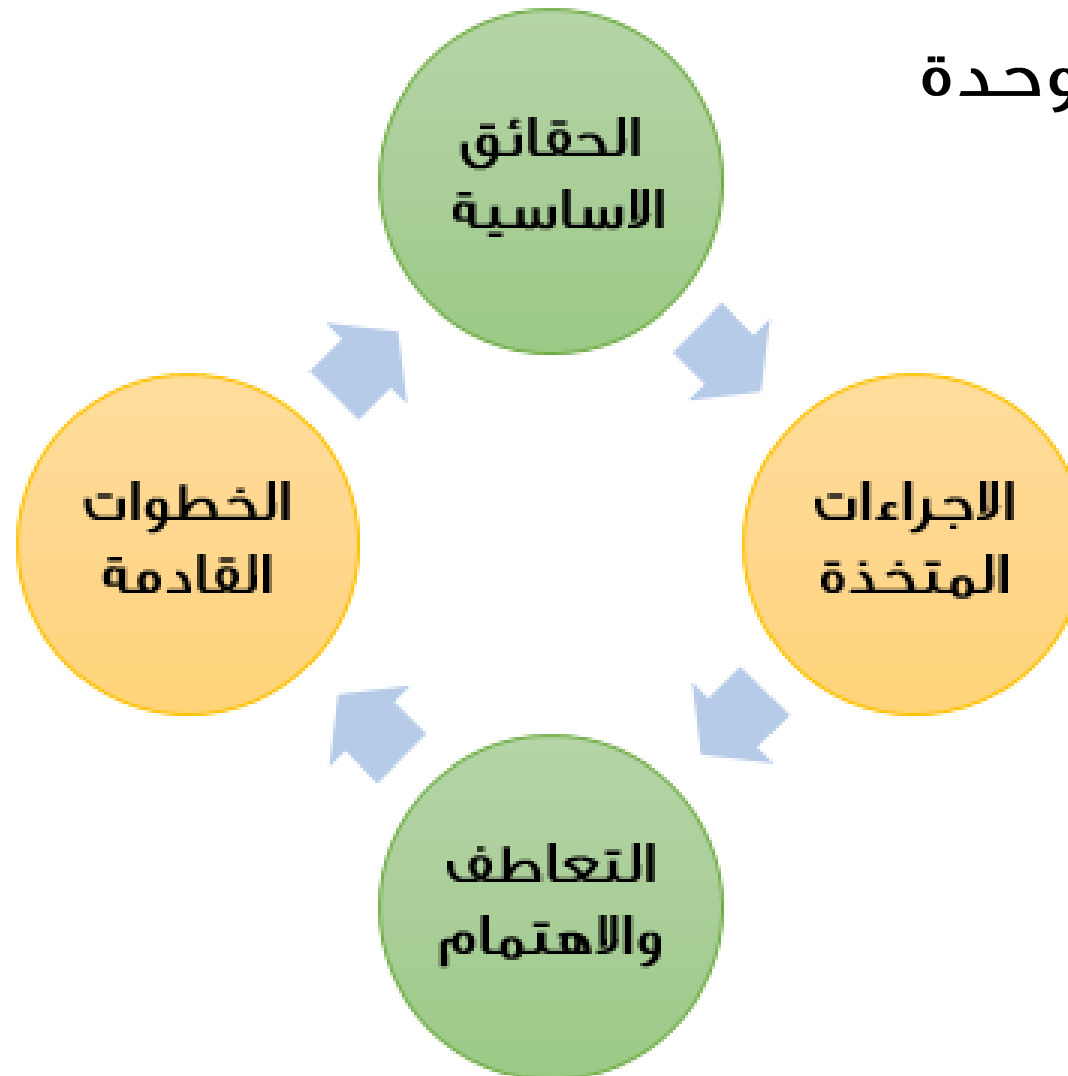
الخطوات القادمة

التعاطف

الرسائل الإعلامية الموحدة

هي صياغة دقيقة ومتكاملة للمعلومات التي تصدر عن المنظمة أثناء الأزمة، بحيث تستخدمها جميع فرق التواصل (المتحدث الرسمي، العلاقات العامة، الموارد البشرية، وكذلك الإدارة العليا) عند التواصل مع أي جهة خارجية أو داخلية، هدفها الأساسي هو ضمان الوضوح، الدقة واتساق الرسائل ومنع أي تضارب قد يؤدي إلى فقدان الثقة أو انتشار الشائعات.

مكونات الرسالة الموحدة



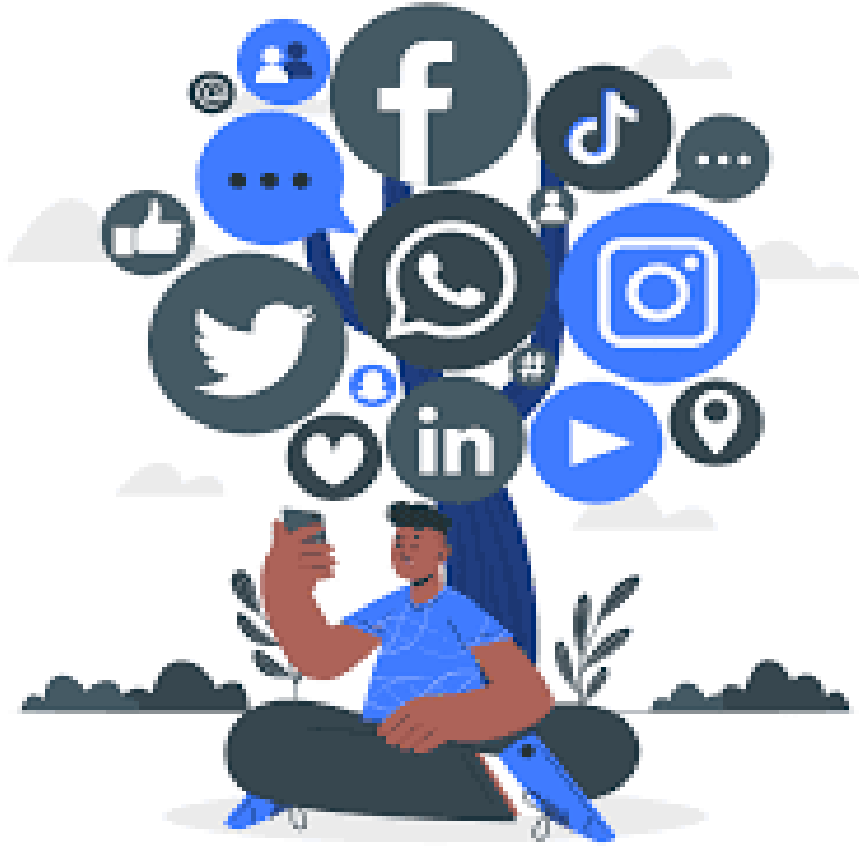
تطبيقات عملية للرسائل الموحدة

التطبيق الأول

الحدث	انقطاع خدمة الإنترنت لشركة الاتصالات
التوضيح	وقع انقطاع في الشبكة نتيجة عطل فني غير متوقع.
الإجراء الجاري	يعمل فريق الصيانة على معالجة العطل وإعادة الخدمة بأسرع وقت ممكن
إظهار التعاطف	نعتذر عن الإزعاج الناتج عن هذا الانقطاع ونقدّر صبر العملاء وتفهمهم.
التحديث القادم	سيتم تزويد العملاء بمعلومات جديدة حول حالة الخدمة خلال الساعتين القادمتين

التطبيق الثاني

الحادث	تأخر تسليم المنتجات للعملاء بسبب مشاكل في سلسلة التوريد.
التوضيح	واجهت الشركة تحديات لوجستية أدت إلى تأخير في تسليم بعض الطلبات.
الإجراء الجاري	يعمل الفريق المختص على إعادة جدولة الشحنات وتسريع عمليات التسليم بأقصى سرعة ممكنة.
إظهار التعاطف	نعتذر عن أي إزعاج قد سببه هذا التأخير ونقدّر صبر العملاء وتعاونهم.
التحديث القادم	سيتم إعلام العملاء بالمستجدات حول مواعيد التسليم خلال اليومين المقبلين.



تحديد قنوات الاتصال

الهدف 2: اختيار قنوات الاتصال المثلى للوصول للجمهور المستهدف

أنواع القنوات وكيفية استخدامها

الاستراتيجيات الفعالة لاختيار القنوات



أنواع قنوات الاتصال

- الاعلام التقليدي
- الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي
- قنوات الاتصال الداخلية

الإعلام التقليدي

يشمل	• الصحف، المجلات، الكتيبات، الإذاعة المرئية والمسموعة
الاستخدام	• إصدار البيانات المؤسسية الرسمية • نقل الأخبار الهامة • التعامل مع الأزمات التي لها تأثير واسع على الصعيد العام والمجتمعي
المزايا	• مصداقية عالية لدى الجمهور التقليدي • تغطية واسعة وسريعة
استراتيجيات التطبيق	• الحفاظ على اتساق الرسائل عبر جميع القنوات، بما في ذلك الإعلام الرقمي والاتصال الداخلي داخل المنظمة • تحديد المتحدث الرسمي المكلف بإصدار التصريحات بعناية لضمان وضوح الرسائل ودقتها، وتعزيز مصداقية الخطاب

الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي

يشمل	• يوتيوب، تويتر، فيسبوك، لينكدإن، إنستغرام، تيك توك
الاستخدام	• التفاعل السريع مع الجمهور. • تحديث المعلومات بشكل مستمر. • تصحيح الأخبار المغلوطة • الرد على استفسارات وتساؤلات العملاء.
المزايا	• سرعة الانتشار. • إمكانية الوصول لجميع الفئات. • التفاعل المباشر.
استراتيجيات التطبيق	• إعداد قوالب جاهزة للردود على الأسئلة المتكررة لضمان سرعة الرد • تحديد مسؤول رقمي لمراقبة التعليقات والشائعات والمعلومات • استخدام هاشتاج رسمي لتوحيد الرسائل الرقمية

قنوات الاتصال الداخلية

يشمل	• البريد الإلكتروني، إنترنت المنظمة، مجموعات WhatsApp أو Teams الخاصة بالموظفين.
الاستخدام	• نقل الرسائل للموظفين. • توضيح التعليمات. • طمأنة الفرق الداخلية. • منع انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة.
المزايا	• تواصل سريع ودقيق مع جميع أعضاء الفريق الداخلي. • تعزيز الالتزام بالخطوات التنفيذية داخل المنظمة.
استراتيجيات التطبيق	• إرسال التحديثات بشكل منتظم للرد على استفسارات الموظفين • تعزيز التواصل الداخلي المستمر لضمان فهم الرسائل ونقلها بدقة



الصحافة والاعلام

الهدف 3: التواصل الاحترافي مع الصحافة
ووسائل الاعلام

- أهمية التواصل الاحترافي
- الأسس الجوهرية للتواصل الاحترافي
- استراتيجيات عمليات التواصل

الوحدة الخامسة : الإدارة الإعلامية للأزمات

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة ستمكن من التعرف على المواضيع التالية:

- تعريف إدارة الأزمات الإعلامية.
- عناصر ومكونات إدارة الأزمات.
- إدارة الأزمات الإعلامية كأداة أساسية للحفاظ على سمعة المنظمة وتقليل الآثار السلبية للأحداث الطارئة
- السرد الإعلامي (Media Narrative/Storytelling).
- لماذا السيطرة على السرد الإعلامي مهمة؟
- استراتيجيات السيطرة على السرد الإعلامي.
- مواجهة الشائعات والمعلومات المغلوطة
- استراتيجيات مواجهة الشائعات والمعلومات المغلوطة.
- آليات التعامل مع الانتقادات الرقمية على منصات التواصل الاجتماعي.
- أهمية التعامل الفعال مع الانتقادات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- عناصر استراتيجية التعامل مع الانتقادات.
- التحديات التي تواجه إدارة الأزمات.



الإدارة الإعلامية للآزمات

الهدف 1: الإدارة الإعلامية أهميتها ومسؤوليتها

- عناصر ومكونات إدارة الآزمات
- إدارة الآزمات الإعلامية كأداة أساسية للحفاظ على سمعة المنظمة وتقليل الآثار السلبية

إدارة الأزمات الإعلامية

هي العملية الاستراتيجية التي تعتمد عليها المنظمة للتخطيط والتعامل مع الأحداث المفاجئة أو السلبية التي قد تؤثر على سمعتها عبر وسائل الإعلام، وتهدف إلى الحفاظ على الثقة وتقليل الأضرار الناتجة عن التغطية الإعلامية.

إدارة الأزمات الإعلامية لحماية سمعة المنظمة

- السيطرة على الأزمة
- الحفاظ على ثقة العملاء
- تقليل الخسائر المالية والقانونية
- حماية الموظفين والشركاء
- تحويل الأزمة إلى فرصة





السرد الإعلامي

الهدف 3: مفهوم السرد الإعلامي ودور
منظمات الاعمال في السيطرة على السرد
الإعلامي

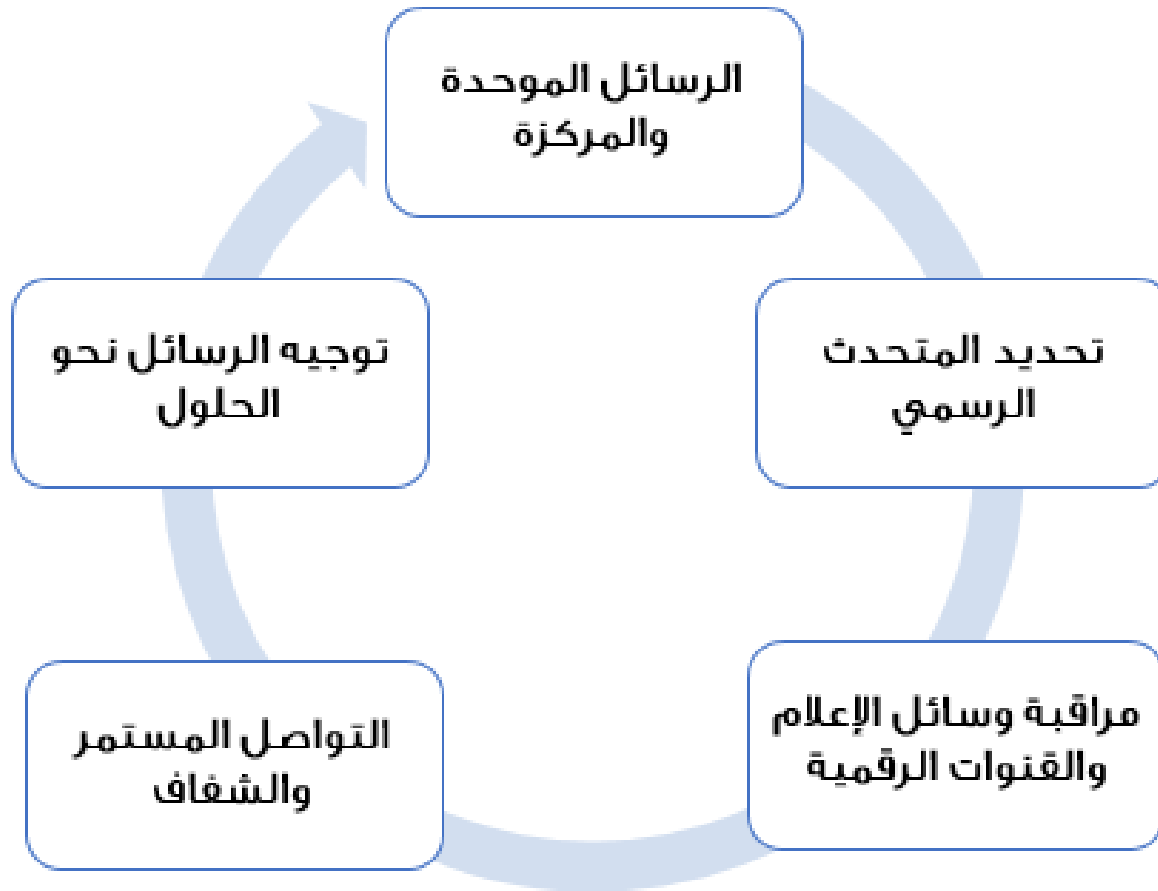
استراتيجيات السيطرة على السرد الاعلامي

السرد الإعلامي

هو الطريقة المنظمة والمقصودة التي تُروى بها الأحداث أو القضايا عبر وسائل الإعلام سواء كانت تقليدية أو رقمية بهدف تشكيل إدراك الجمهور وفهمه لما يحدث.

يمثل السرد الإعلامي "القصة" التي تُعرض على الجمهور حول حدث معين، حيث يتم بناء هذه القصة عبر اختيار زوايا محددة واستخدام لغة مدروسة، مع التركيز على شخصيات أو تفاصيل معينة وتجاهل عناصر أخرى

استراتيجيات السيطرة على السرد الإعلامي





- استراتيجيات مواجهة الشائعات والمعلومات المغلوطة

- آليات التعامل مع الانتقادات الرقمية على منصات التواصل الاجتماعي

المعلومات المغلوطة

: بيانات غير صحيحة أو مضللة يتم تداولها عمدًا أو نتيجة سوء فهم.

الشائعات:

هي معلومات تنتشر بسرعة بين الناس أو عبر وسائل الإعلام دون تأكيد من مصدر موثوق وغالباً ما تكون مبالغ فيها أو مشوهة.



التحديات التي تواجه إدارة الأزمات

- ضعف التخطيط والاستعداد المسبق.
- التواصل غير الفعال.
- نقص الموارد والكوادر المؤهلة
- مقاومة التغيير داخل المنظمة
- الضغوط الإعلامية والجمهور
- صعوبة توقع طبيعة الأزمة



الوحدة السادسة : قيادة فريق إدارة الأزمات

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة ستمكن من التعرف على المواضيع التالية:

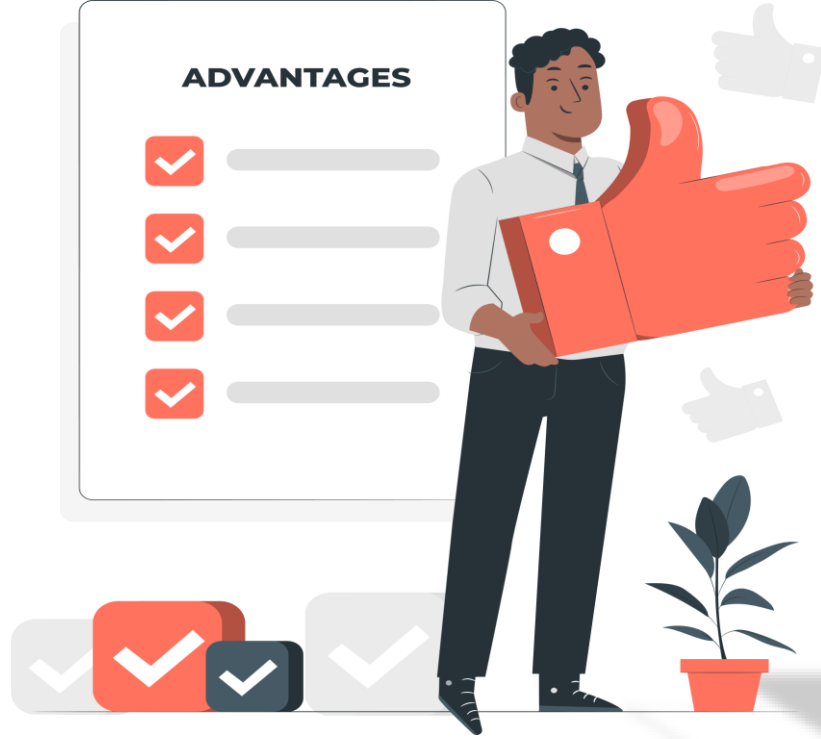
- تنمية وتطوير قدرات فريق إدارة الأزمات.
- استراتيجيات تعزيز وتطوير مهارات فريق إدارة الأزمات.
- إدارة الفريق وتوزيع الأدوار والمتابعة الفعالة.
- اتخاذ القرارات السريعة والمدروسة في المواقف الحرجة.
- دور الذكاء العاطفي في تعزيز فعالية القائد وفريق إدارة الأزمات.
- مكونات الذكاء العاطفي المهمة في العلاقات العامة.
- استراتيجيات الذكاء العاطفي والتواصل الإيجابي.
- سلوكيات يجب تفاديها لضمان تواصل فعال وإدارة أزمات ناجحة.
- تعزيز القدرة على التعامل مع الضغوط أثناء الأزمات.
- أسباب الضغوط.
- أعراض الضغوط.
- مراحل الضغوط.
- استراتيجيات التعامل مع الضغوط.

قيادة فريق إدارة الازمات

الهدف 1: تنمية وتطوير قدرات فريق إدارة الازمات

- التدريب المستمر
- تطوير المهارات الفردية
- تعزيز العمل الجماعي
- التعلم من التجارب السابقة
- الجاهزية الذهنية والنفسية





استراتيجيات تعزيز وتطوير مهارات فريق إدارة الأزمات

- التدريب المستمر
- تطوير المهارات الفردية
- تعزيز العمل الجماعي
- التعلم من التجارب السابقة
- الجاهزية الذهنية والنفسية

تمرين

تقسيم المتدربين إلى مجموعات عمل صغيرة (٣-٥ أشخاص).
تقدم كل مجموعة استراتيجية عمل تتضمن الأساليب التي
ستتبعها لتنمية وتطوير مهارات العاملين في إدارة الازمات



إدارة الفريق

الهدف 2: إدارة الفريق وتوزيع الأدوار والمتابعة الفعالة

- اتخاذ القرارات السريعة والمدرسة
- خطوات اتخاذ القرار
- مهارات القائد

توزيع الأدوار والتنسيق والمتابعة الفعّالة للفريق



- توزيع الأدوار بوضوح
- القيادة والتنسيق
- المتابعة الفعّالة
- المرونة والتكيف
- تعزيز التواصل الداخلي



مهارات ضرورية للقائد

- الهدوء تحت الضغط والسيطرة على الانفعالات تمنح الفريق ثقة.
- القدرة على التفكير السريع وتحديد الحلول الممكنة بسرعة.
- الاتصال الفعال ونقل القرار بطريقة واضحة لجميع المعنيين.
- التقييم المستمر ومراجعة النتائج لتصحيح أي مسار خاطئ بسرعة.





الذكاء العاطفي

الهدف 3 : الذكاء العاطفي والتواصل الإيجابي
كأداة لإدارة الازمات

- مكونات الذكاء العاطفي المهمة في العلاقات العامة
- أهمية الذكاء العاطفي للقائد والفريق
- مكونات الذكاء العاطفي
- دور الذكاء العاطفي في تعزيز فعالية القائد وفريق إدارة الأزمات
- استراتيجيات الذكاء العاطفي والتواصل الإيجابي

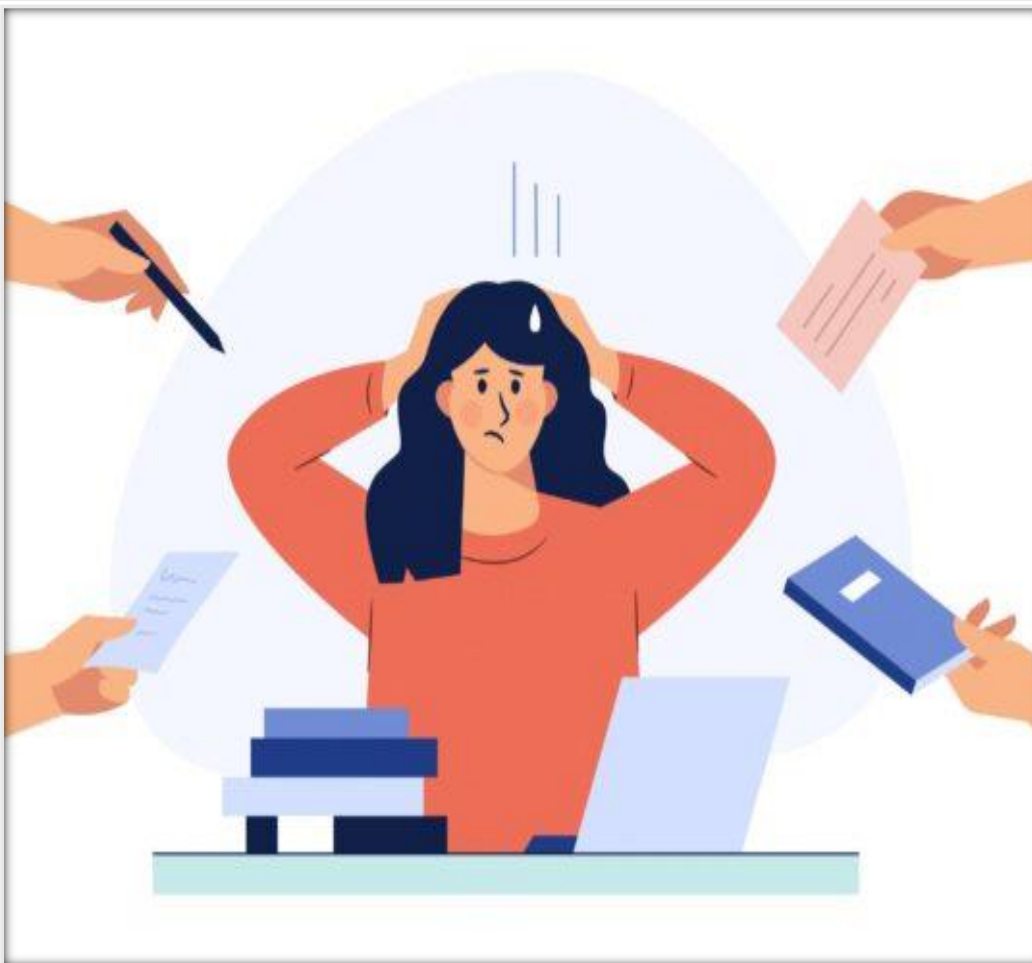
الذكاء العاطفي

هو القدرة على فهم مشاعر الآخرين والتحكم في المشاعر الشخصية،
بينما يُشير التواصل الإيجابي إلى القدرة على نقل الرسائل بطريقة واضحة
ومطمئنة تعكس الاحترافية والاهتمام.



دور الذكاء العاطفي في تعزيز فعالية القائد وفريق إدارة الأزمات

- تحسين صنع القرار.
- زيادة التماسك داخل الفريق.
- تعزيز المرونة في الأزمات والقدرة على التحكم بالمشاعر.
- تقديم تجربة إيجابية للجمهور.
- تعزيز التحفيز والالتزام
- المرونة في مواجهة الأزمات
- القدرة على حل المشكلات
- التواصل الفعال



التعامل مع الضغوط اثناء الازمات

الهدف ٤: تعزيز التعامل مع الضغوط أثناء
الازمات اثناء الازمات

الضغوط
المفهوم، الأسباب، الاعراض، المراحل

استراتيجيات التعامل مع الضغوط

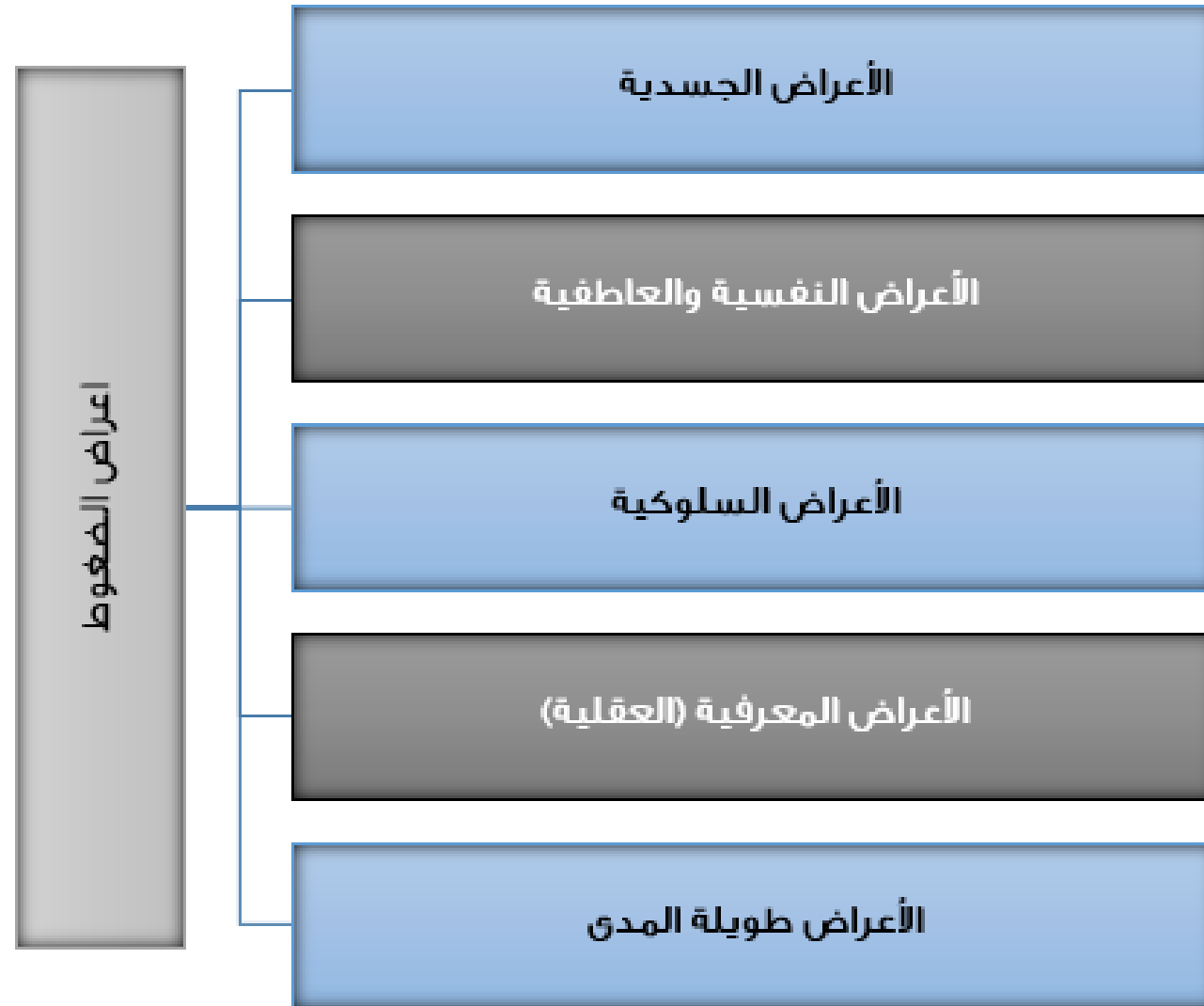
الضغوط

هو استجابة الجسم والعقل لمواقف تتطلب جهداً أو تحدياً سواء كانت سواء كانت هذه المواقف داخلية أو خارجية.



أسباب الضغوط في إدارة الأزمات

- الوقت الضيق والمواعيد النهائية
- كثرة المسؤوليات والمهام المتعددة.
- المخاطر العالية والعواقب المحتملة.
- صراعات الفريق وسوء التواصل.
- توقعات الإدارة العليا والجمهور.
- الأحداث المفاجئة وغير المتوقعة.



استراتيجيات إدارة الضغوط

هي مجموعة من الأدوات والطرق التي يمكن استخدامها للتعامل مع الضغوط بشكل فعال بهدف تقليل تأثيراتها السلبية على الصحة النفسية والجسدية وتحسين الأداء الوظيفي وجودة الحياة بشكل عام.

استراتيجيات إدارة الضغوط

استراتيجيات التكيف النفسي

استراتيجيات التكيف البدنية

استراتيجيات إدارة الوقت

استراتيجيات الدعم الاجتماعي

استراتيجيات التكيف العاطفي

استراتيجيات التعامل مع الضغوط المهنية

استراتيجيات الوقاية من الضغوط

تمرين

قم /ي بعمل مقارنة ما بين كافة الاستراتيجيات وتحديد
الاستراتيجيات التي يسهل تطبيقها والتي يصعب
تطبيقها

الوحدة السابعة : أدوات وتقنيات حديثة لإدارة الأزمات

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة سيتمكن من التعرف على المواضيع التالية:

- أدوات وتقنيات ادارة الأزمات
- أنظمة الرصد الإعلامي
- الرصد الإعلامي
- عناصر أنظمة الرصد الإعلامي
- التحليل الفوري
- عناصر التحليل الفوري
- الفرق بين الرصد الإعلامي والتحليل الفوري
- أهمية استخدام أنظمة الرصد الإعلامي والتحليل الفوري
- التحديات التي تواجه أنظمة الرصد الإعلامي والتحليل الفوري
- أدوات وتقنيات أخرى لإدارة الأزمات

أدوات وتقنيات إدارة الازمات

الهدف 1 : انظمة الرصد الإعلامي

- مفهوم الرصد الإعلامي ومكوناته
- التحليل الفوري
- أهمية استخدام أنظمة الرصد الإعلامي والتحليل الفوري
- التحديات التي تواجه أنظمة الرصد والتحليل الفوري



الرصد الإعلامي

هو عملية منهجية لمتابعة وتحليل ما يُنشر حول المنظمة أو القطاع الذي تنتمي إليه عبر مختلف وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وذلك بغرض التعرف على المعلومات المغلوطة والشائعات والتعامل معها بفعالية للحفاظ على السمعة المؤسسية.



عناصر أنظمة الرصد الإعلامي

- المصادر الإعلامية.
- أدوات الرصد الرقمي.
- التقارير والتحليلات الفورية.
- فرق الاستجابة السريعة



عناصر التحليل الفوري

- حجم التفاعل والمشاركة.
- اتجاهات الرأي العام.
- الفئات المستهدفة الأكثر تأثراً.
- مصادر المعلومات.
- سرعة الانتشار الزمني.
- المؤثرون الرئيسيون.
- المقارنة بالسياق السابق.
- المخاطر المحتملة.
- درجة المصدقية

الفرق بين الرصد الإعلامي والتحليل الفوري

العنصر	الرصد الإعلامي	التحليل الفوري
التعريف	متابعة وجمع كل ما يُنشر في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية المتعلقة بالمنظمة أو موضوع محدد بشكل منهجي ومنظم.	تقييم ومعالجة المعلومات المستخلصة من الرصد بسرعة وبدقة لتقديم استنتاجات أو توصيات فورية لدعم اتخاذ القرار.
الهدف	جمع البيانات والمعلومات بشكل شامل ومنهجي لتعكس الصورة العامة للمنظمة أو الموضوع.	تقديم استجابة سريعة أو توصيات عاجلة خلال الأزمات أو التطورات الحرجة لضمان اتخاذ قرارات فعّالة.
الزمن	متابعة مستمرة أو دورية، لا تتطلب استجابة عاجلة.	فوري، غالباً خلال دقائق أو ساعات بعد ظهور المعلومات.
التركيز	شمولية المعلومات: ماذا نُشر، متى وأين.	الجودة والتفسير: ماذا تعني المعلومات وما تأثيرها المحتمل على المنظمة والجمهور.
التنفيذ	إعداد تقارير دورية وتحليل شامل للصورة العامة للمنظمة.	اتخاذ قرارات سريعة واستراتيجيات فورية لإدارة الأزمات والتعامل مع المعلومات الحرجة.



أدوات وتقنيات إدارة الازمات

الهدف 2 : أدوات أخرى لإدارة الازمات

- خطط الطوارئ
- المحاكاة والتدريب
- فرق إدارة الأزمات
- قنوات الاتصال البديلة
- أنظمة الإنذار المبكر
- مراكز القيادة والسيطرة

الأدوات والتقنيات المستخدمة لإدارة الازمات

الأداة	الوصف	امثلة تطبيقية
خطط الطوارئ	إعداد وتصميم خطط الطوارئ لمواجهة الأزمات غير المتوقعة مما يضمن الاستمرارية في اكمال المهام وانشطة العمل	وضع خطة تشغيل بديلة في حال تعطل الأنظمة الإلكترونية
المحاكاة والتدريب	التحضير والجاهزية من خلال تدريب فرق العمل على اعداد السيناريوهات لمحاكاة الأزمات	إجراء تمرين إخلاء وهمي في حالة حدوث حريق
فرق إدارة الأزمات	تشكيل فرق متخصصة من أصحاب الخبرات والاختصاص ذات أدوار واضحة للتعامل مع الأزمة	تعيين فريق إعلامي، وفريق لوجستي، وفريق تقني
قنوات الاتصال البديلة	توفير وسائل وقنوات اتصال متعددة بحيث تكون بديلة عند مواجهة الأزمات والاستفادة منها في حال تعطل القنوات الأساسية المعتمدة لدى المنظمة	استخدام تطبيقات المراسلة في حال انقطاع خطوط الهاتف
أنظمة الإنذار المبكر	توفير أدوات وتقنيات متقدمة للتنبؤ بالمخاطر المحتملة بشكل مبكر، مما يتيح للمنظمة الاستعداد المسبق واتخاذ الإجراءات الوقائية لتقليل تأثير الأزمات.	استخدام برامج لمراقبة مؤشرات المخاطر المالية أو التشغيلية
مراكز القيادة والسيطرة	تجهيز مواقع مركزية لإدارة الأزمات، مع تحديد الأفراد المختصين لتولي المهام والمسؤوليات الخاصة بالقيادة والسيطرة على الأحداث واتخاذ القرارات الفورية لضمان استجابة منظمة وفعّالة.	غرفة عمليات لإدارة الكوارث الطبيعية

تمرين

تقسيم المتدربين إلى مجموعات (٣-٥ أفراد في كل مجموعة).
يُعطى لكل مجموعة مادة إعلامية (مثال: خبر عاجل، مقال صحفي، أو مجموعة تعليقات من وسائل التواصل الاجتماعي مرتبطة بأزمة افتراضية تخص منظمة ما) حسب المطلوب الآتي:-

الرصد الإعلامي:

- تحديد مصدر الخبر (صحيفة، قناة، منصة رقمية...).
- تسجيل أبرز ما ورد في المادة (الحقائق، الأرقام، التصريحات).
- رصد أي شائعة أو معلومة مغلوطة.

التحليل الفوري:

- ما التأثير المحتمل لهذه المعلومة على سمعة المنظمة؟
- هل تحتاج إلى رد عاجل أم يمكن الانتظار؟
- ما التوصية الأولية للتعامل مع الموقف (تصريح، نفي، متابعة داخلية)؟

الوحدة الثامنة : اخلاقيات إدارة الأزمات

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة ستتمكن من التعرف على المواضيع التالية:

- الشفافية في التعامل مع الأزمات
- الشفافية كأداة استراتيجية
- متى نكون شفافين ومتى يجب أن نتحفظ؟
- الإفصاح المتوازن اثناء الازمات
- ما يجب الإفصاح عنه (شفافية) وما يجب التحفظ عنه (سرية وحماية مصالح)
- الركائز الثلاثة لأمن المعلومات
- التوازن بين السرية والشفافية
- التأثير السلبي للتضليل والمبالغة عند الأزمات
- الموازنة بين المسؤولية المجتمعية وحماية مصالح المنظمة.
- التحديات المرتبطة بالموازنة بين المسؤولية المجتمعية وحماية مصالح المنظمة
- أدوات الموازنة بين المسؤولية المجتمعية وحماية مصالح المنظمة
- الآثار الإيجابية للموازنة بين المسؤولية المجتمعية وحماية مصالح المنظمة
- أهمية بناء الثقافة المؤسسية
- مراكز بناء الثقافة المؤسسية
- بناء ثقافة مؤسسية قائمة على الصدق والمسؤولية، الحفاظ على السمعة طويلة الأمد، الالتزام بالقوانين والأنظمة وحماية الموارد والاصول

Workplace Ethics



اخلاقيات إدارة الازمات

الهدف 1 : دور الاخلاقيات في إدارة الازمات

- الاخلاقيات: المفهوم
- أهمية الالتزام أو غياب الأخلاقيات في بيئة العمل المؤسسي
- الشفافية في التعامل مع الازمات
- الشفافية كأداة استراتيجية
- متى نكون شفافين ومتى نتحفظ؟

أخلاقيات إدارة الأزمات

تعني الالتزام بالقيم الإنسانية والمهنية عند اتخاذ القرارات في المواقف الحرجة، فهي لا تقتصر على تحديد ما ينبغي فعله، بل تمتد لتشمل كيفية التنفيذ بما يعكس الاحترام والتقدير لكافة الأطراف المعنية.



الإفصاح المتوازن

الهدف 2: الإفصاح المتوازن اثناء الازمات

- الركائز الثلاثة لأمن المعلومات
السرية – التكامل – التوافر
- التوازن بين السرية والشفافية
- التأثير السلبي والمبالغة عند الأزمات

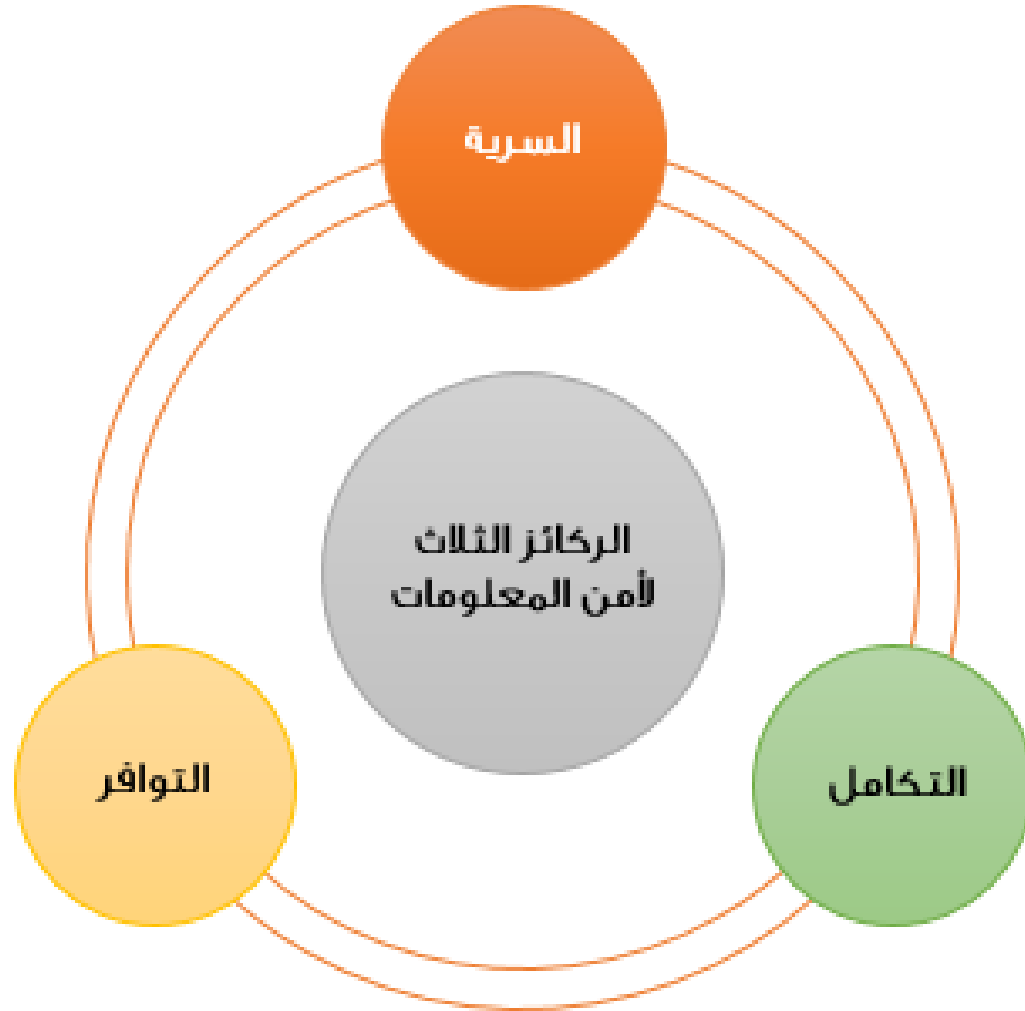
ما يجب التحفظ عنه (سرية وحماية مصالح)

- المعلومات غير المؤكدة أو المشكوك في صحتها
- البيانات القانونية أو الأمنية الحساسة
- المعلومات الشخصية للموظفين والعملاء
- التفاصيل المالية أو التجارية الاستراتيجية قبل الإعلان الرسمي

ما يجب الإفصاح عنه (شفافية)

- الأحداث الجوهرية التي تؤثر على العملاء
- الاعتراف بالخطأ عند حدوثه
- القرارات الاستراتيجية التي تؤثر على الموظفين
- التدابير المتخذة لحماية سلامة الأفراد

الركائز الثلاث لأمن المعلومات



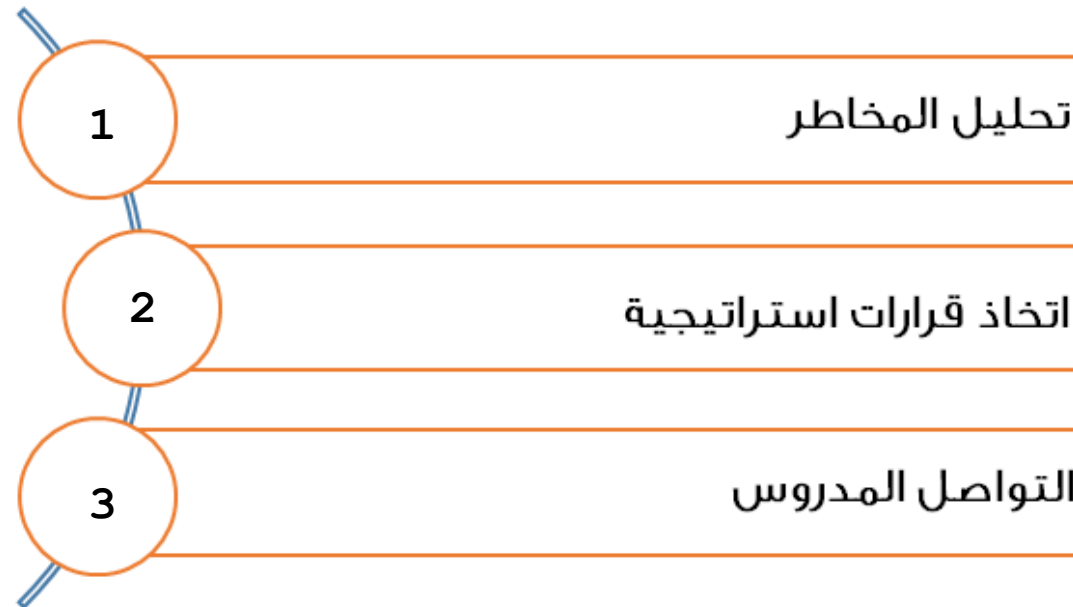


المسؤولية المجتمعية وحماية مصالح المنظمة

الهدف 3: الموازنة بين المسؤولية المجتمعية وحماية مصالح المنظمة

- المسؤولية المجتمعية
- التحديات المرتبطة بالموازنة بين المسؤولية المجتمعية وحماية مصالح المنظمة
- أدوات الموازنة

أدوات للموازنة بين المسؤولية المجتمعية وحماية مصالح المنظمة





الثقافة المؤسسية

الهدف 4 : الثقافة المؤسسية الأهمية
والمرتكزات

- بناء ثقافة تنظيمية قائمة على الصدق والمسؤولية
- الثقافة المؤسسية ودورها في الحفاظ على سمعة المنظمة على المدى الطويل
- الثقافة المؤسسية ودورها في حماية موارد وأصول المنظمة
- الثقافة المؤسسية ودورها في الالتزام بالقوانين والأنظمة

مرتكزات بناء الثقافة المؤسسية



الوحدة التاسعة : الدبلوماسية المؤسسية وإدارة الشراكات في الأزمات

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة ستتمكن من التعرف على المواضيع التالية:

- الدبلوماسية المؤسسية وإدارة الشراكات في الأزمات.
- أهمية الدبلوماسية المؤسسية في الأزمات.
- أدوات الدبلوماسية المؤسسية في الأزمات.
- إدارة الشراكات في الأزمات.
- تحديد الأطراف والشركاء الرئيسيين.
- أهمية تحديد الأطراف والشركاء في إدارة الأزمات.
- بناء التحالفات الاستراتيجية.
- خطوات بناء التحالفات الاستراتيجية.
- الخطوات التفصيلية لتحديد أصحاب المصلحة والشركاء.
- نموذج أولوية أصحاب المصلحة **Salience Model**.
- إدارة التواصل وحل النزاعات.
- الاتصال الفعال ودوره المزدوج في دعم الشراكات وبناء التحالفات الجديدة
- استراتيجيات التواصل الفعال مع الشركاء.
- النزاع في بيئة الأعمال: تعريفه، سماته، وأنواعه
- استراتيجيات حل النزاعات وتجاوز الخلافات



الدبلوماسية المؤسسية في الازمات

الهدف 1: الدبلوماسية المفهوم والأهمية

• أدوات الدبلوماسية في الأزمات

الدبلوماسية المؤسسية

هي القدرة على التواصل الفعال والتفاوض الحكيم وبناء تحالفات استراتيجية مثمرة مع شركاء داخليين وخارجيين لضمان استجابة متوازنة وفعّالة للأزمات من أجل تحقيق التوازن بين المصالح المؤسسية وتوقعات المجتمع، لا سيما في أوقات الأزمات.

أدوات الدبلوماسية المؤسسية في الأزمات

- التفاوض الذكي.
- إبراز الرمزية والالتزام الأخلاقي.
- ترسيخ الثقة مع الجمهور وأصحاب المصلحة
- صياغة الرسائل الاتصالية المدروسة





إدارة الشراكات في الازمات

الهدف 2: تحديد الأطراف والشركاء الرئيسيين

- بناء التحالفات الاستراتيجية
- الخطوات التفصيلية لتحديد أصحاب المصلحة والشركاء
- نموذج أولوية أصحاب المصلحة Salience Model

الشراكات

هي إطار تعاوني استراتيجي يقوم على توحيد الجهود وتكامل الموارد والخبرات بين جهتين أو أكثر، سواء كانت منظمات حكومية أو خاصة أو مجتمعية بهدف تحقيق منافع مشتركة لا يمكن لكل طرف تحقيقها بمفرده.

أهمية تحديد الأطراف والشركاء في إدارة الأزمات



- ضمان وضوح الأدوار والمسؤوليات بين مختلف الأطراف.
- تسهيل عملية تبادل المعلومات والموارد.
- تقليل احتمالات تضارب القرارات أو تكرار الجهود.
- تعزيز الثقة والتكامل بين الشركاء.
- تعزيز القدرة على التعلم والتحسين المستمر.
- تسهيل بناء تحالفات استراتيجية.

خطوات تحديد أصحاب المصلحة والشركاء

الخطوة الأولى: إعداد قائمة شاملة

الخطوة الثانية: جمع المعلومات

الخطوة الثالثة: التقييم وفق مؤشرات كمية

الخطوة الرابعة: خريطة النفوذ-الاهتمام

الخطوة الخامسة: تحديد الأولويات وتخصيص الموارد

الخطوة السادسة: تصميم خطة تواصل مخصصة

الخطوة السابعة: التنفيذ والتنسيق

الخطوة الثامنة: المراجعة والتحديث المستمر

نموذج أولوية أصحاب المصلحة Salience Model



مؤشرات القياس

الهدف 3: مؤشرات القياس KPIs دورها في تحديد الأطراف والشركاء

- مؤشرات القياس: المفهوم
- دور KPIs في تحديد الأطراف والشركاء
- مؤشرات لقياس فعالية إدارة الشراكات والأطراف المعنية أثناء الأزمات



مؤشرات لقياس فعالية إدارة الشراكات والأطراف المعنية أثناء الأزمات

مؤشر القياس	الوصف	الأهمية
زمن الاستجابة	الفترة الزمنية المستغرقة للرد على استفسارات الجهات الحكومية، وسائل الإعلام، أو الشركاء الرئيسيين.	يُتيح قياس سرعة الاستجابة للأطراف الأكثر تأثيراً، ويُعد مؤشراً رئيسياً على كفاءة التواصل الفوري في احتواء الأزمة.
عدد التحديثات الرسمية اليومية	معدل إصدار المنظمة للبيانات الرسمية أو التحديثات الموجهة للأطراف المتأثرة بالأزمة.	يُساهم في ضمان تدفق مستمر للمعلومات الموثوقة، مما يحد من انتشار الشائعات والمعلومات غير الدقيقة
نسبة حل الشكاوى المجتمعية خلال فترة محددة	النسبة المئوية للشكاوى أو الاستفسارات التي تتم معالجتها خلال فترة زمنية محددة (على سبيل المثال: ٤٨ ساعة).	يقيس كفاءة المنظمة في الاستجابة لاحتياجات الأطراف المتضررة، بما يعزز الثقة ويحد من حالة التوتر المجتمعي.
مستوى التغطية الإعلامية الإيجابية/السلبية	أداة لقياس طبيعة التغطية الإعلامية المرتبطة بالمنظمة، سواء إيجابية أو سلبية، قبل وبعد التدخل.	يوضح مدى نجاح الاستراتيجيات الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة وتقليل الأضرار المرتبطة بالأزمة
مؤشرات الثقة الداخلية	أدوات تقييم تعتمد على استبيانات سريعة أو قياسات رضا الموظفين بعد فترة زمنية محددة (مثل ٧٢ ساعة من بدء خطة الشراكات).	يعكس مستوى قبول الموظفين للتواصل الداخلي وفعالية استجابتهم، وهو ما يؤثر بدوره على نجاح التفاعل مع الأطراف الخارجية.



التواصل الفعال وحل النزاعات

الهدف 4: إدارة التواصل وحل النزاعات مع الشركاء

- الاتصال الفعال ودوره المزدوج في دعم الشراكات وبناء التحالفات الجديدة

- استراتيجيات إدارة التواصل الفعال مع الشركاء

- حل النزاعات وتجاوز الخلافات

الاتصال الفعّال ودوره المزدوج في دعم الشراكات وبناء التحالفات الجديدة

المحافظة على الشراكات القائمة

بناء تحالفات جديدة

إدارة النزاعات وحل الخلافات

تمرين

تقسيم المتدربين إلى مجموعات (٣-٥ أفراد في كل مجموعة).
مستعرضين الاستراتيجيات الفعّالة لحل النزاعات مثل الاستماع النشط،
التفاوض، اتخاذ القرار الفوري، وتوثيق الحلول.
وكيف تسهم هذه الاستراتيجيات في الحفاظ على العلاقات طويلة الأمد بين
الشركاء، تعزيز التعاون المؤسسي، وضمان استمرارية الأعمال أثناء الأزمات

الوحدة العاشرة : ما بعد الأزمة

الأهداف

عند الانتهاء من هذه الوحدة ستتمكن من التعرف على المواضيع التالية:

- ما بعد الأزمة
- إدارة ما بعد الأزمة: معالجة التداعيات وتعزيز الجاهزية المستقبلية
- إدارة العلاقات العامة ما بعد الأزمة
- التخطيط الاستباقي في العلاقات العامة
- مكونات التخطيط الاستباقي للعلاقات العامة
- وظيفة العلاقات العامة في تعزيز التعافي المؤسسي واستعادة الثقة
- إدارة الانطباعات طويلة المدى
- العلاقات العامة ما بعد الأزمة: الالتزام المؤسسي والمجتمعي والتقني
- العلاقات العامة والحوكمة لتقييم الأثر المؤسسي بعد الأزمة
- تحديث وتطوير خطة إدارة الأزمات
- من الأزمة الى التعلم المؤسسية



ما بعد الازمة

الهدف 1: إدارة ما بعد الأزمة، معالجة التداعيات وتعزيز الجاهزية المستقبلية

- التقييم الشامل
- استخلاص الدروس المستفادة
- تواصل مع الجمهور والشركاء
- إدارة السمعة وإعادة بناء الثقة
- الاستعداد للأزمات المستقبلية
- تطوير الشراكات والتحالفات
- الدعم الداخلي

إدارة ما بعد الأزمة: معالجة التداعيات وتعزيز الجاهزية المستقبلية



- 1 التقييم الشامل للأزمة
- 2 استخلاص الدروس المستفادة
- 3 التواصل مع الجمهور والشركاء بعد الأزمة
- 4 إدارة السمعة وإعادة بناء الثقة
- 5 الاستعداد لمواجهة الأزمات في المستقبل
- 6 تطوير الشراكات والتحالفات
- 7 الدعم الداخلي



إدارة العلاقات العامة ما بعد الأزمة

الهدف 2: التخطيط الاستباقي للعلاقات العامة

- وظيفة العلاقات العامة في تعزيز التعافي المؤسسي واستعادة الثقة

مكونات التخطيط الاستباقي للعلاقات العامة

تطوير بروتوكولات اتصال واضحة

اختيار المتحدثين الرسميين المؤهلين

توحيد الرسائل الإعلامية

تصميم أدوات قياس الأداء

تدريب الفرق على إدارة الأزمات

تقييم المخاطر المحتملة مسبقاً

تحديد التوقيت الأمثل للإصدار

تحديد قنوات التواصل المناسبة

الشفافية والمصادقية



العلاقات العامة ما بعد الأزمة: الالتزام المؤسسي والمجتمعي والتقني

الهدف 3: دور العلاقات العامة في تعزيز الثقة والالتزام الداخلي والمجتمعي والتقني

- دور العلاقات العامة في الحفاظ على الروح المعنوية الداخلية
- توظيف العلاقات العامة في المسؤولية المجتمعية
- العلاقات العامة والتحول الرقمي

دور العلاقات العامة في الحفاظ على الروح المعنوية الداخلية



- التواصل الداخلي الفعال
- تقدير الجهود المبذولة عبر الإشادة بمساهمات الأفراد والفرق
- الدعم النفسي والمعنوي من خلال إعداد برامج إرشادية وجلسات تدريبية
- تعزيز الولاء والانتماء عبر إشراك الموظفين في صياغة الخطط المستقبلية



الدبلوماسية المؤسسية في الازمات

الهدف 1: الدبلوماسية المفهوم والأهمية

• أدوات الدبلوماسية في الأزمات



العلاقات العامة والحوكمة لتقييم الأثر المؤسسي ما بعد الأزمة

الهدف4 : العلاقات العامة والحوكمة لتقييم الأثر
المؤسسي بعد الأزمة

- العلاقات العامة والحوكمة المؤسسية
- مبادئ الحوكمة في العلاقات العامة
- قياس أثر العلاقات العامة بعد الأزمة
- امثلة على مؤشرات القياس

العلاقات العامة والحوكمة المؤسسية



- تعزيز الشفافية وتقديم معلومات واضحة وصادقة حول أسباب الازمة
- المساءلة الداخلية.
- التواصل المستمر مع الجهات الرقابية والمجتمع المدني
- بناء ثقافة مؤسسية

امثلة على مؤشرات القياس

المحور	أداة القياس	المؤشر
الثقة والشفافية	استطلاعات الرأي الداخلي والخارجي	مستوى رضا أصحاب المصلحة عن وضوح المعلومات وموثوقيتها
التغطية الإعلامية	تحليل المحتوى الإعلامي الرقمي والمطبوع	نسبة التغطية الإيجابية مقابل السلبية، وعدد الشائعات المتحكم بها
المؤشرات الداخلية	استبيانات قياس رضا الموظفين وتقرير الاتصال الداخلي	درجة رضا الموظفين وفاعلية قنوات الاتصال الداخلية
المسؤولية المجتمعية	تقييم المبادرات المجتمعية وبرامج الدعم	مدى تأثير المبادرات على الصورة العامة والولاء المجتمعي
الالتزام بالحوكمة	مراجعة السياسات والإجراءات تقييم الشفافية والمساءلة	مدى توافق الإجراءات مع معايير الحوكمة والالتزام بتطبيق الدروس المستفادة من الأزمة



إعادة بناء الثقة والصورة الذهنية

الهدف 5: إعادة بناء الثقة وتعزيز السمعة المؤسسية

- استراتيجيات بناء السمعة المؤسسية والصورة الذهنية
- نماذج عملية على تعزيز السمعة المؤسسية
- تحديث وتطوير خطة إدارة الأزمات
- من الأزمة إلى التعلم المؤسسي



إعادة الثقة

(Trust Rebuilding)

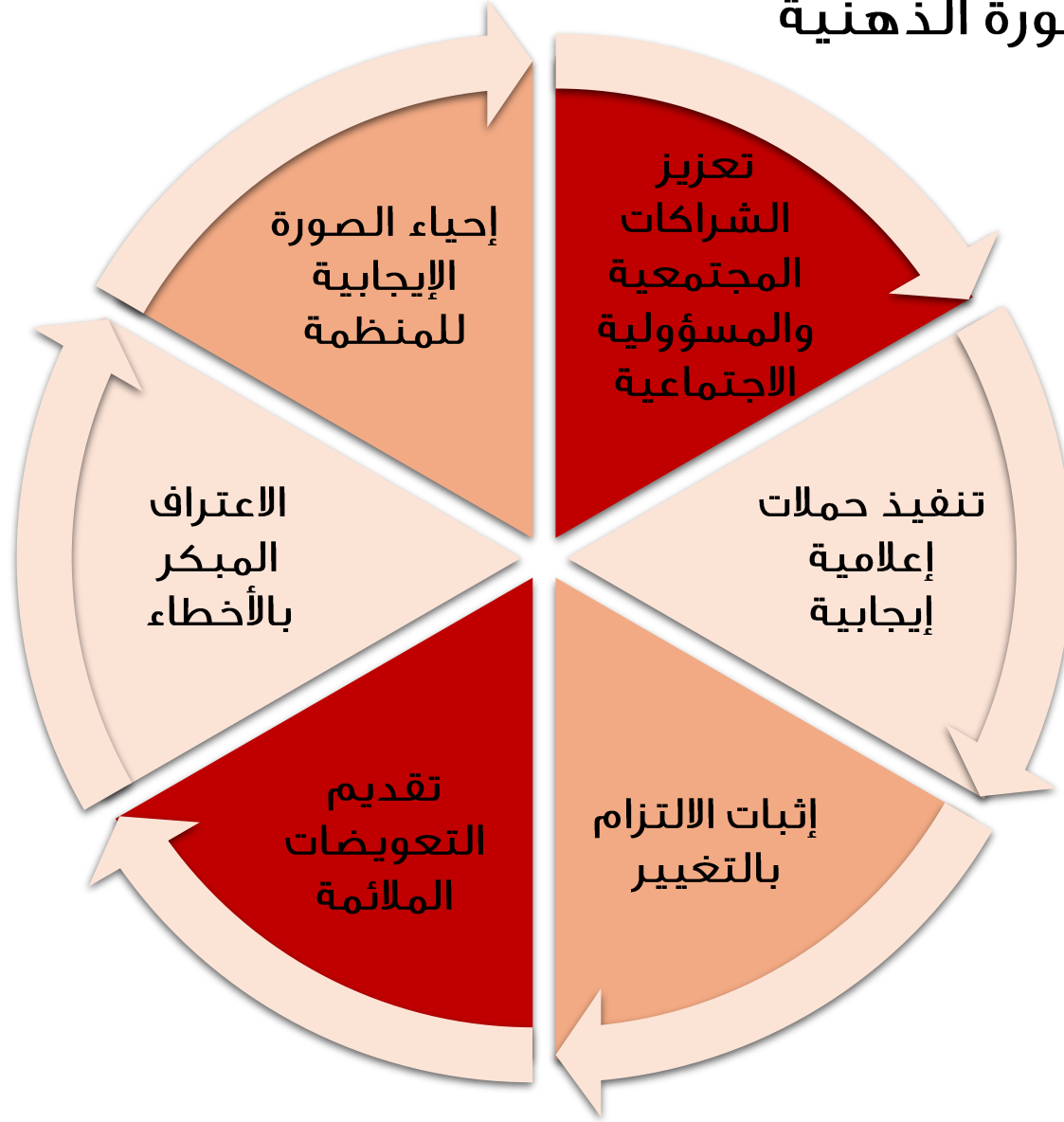
تشير عملية إعادة الثقة إلى الاستراتيجية المنهجية الرامية إلى استعادة العلاقة الموثوقة بين المنظمة وأصحاب المصلحة بعد تعرضها لأزمة أو فقدان للمصداقية.

بناء الصورة الذهنية

(Reputation & Image Building)

تمثل عملية بناء الصورة الذهنية الإطار المنهجي لإدارة الانطباع العام الذي يكونه الجمهور عن المنظمة، مع التركيز على إبراز الإنجازات والممارسات الأخلاقية والمسؤولية المجتمعية.

استراتيجيات إعادة بناء الثقة واستعادة الصورة الذهنية





من الأزمة إلى التعلم المؤسسي

- تحليل ما بعد الأزمة من خلال عقد جلسات تقييم شاملة لمعرفة عوامل النجاح والفشل.
- تحديث البروتوكولات وإدخال تعديلات على الإجراءات وقنوات الاتصال وتوزيع الأدوار والمسؤوليات.
- تدريب الموظفين وتصميم برامج تدريبية عملية قائمة على السيناريوهات المحتملة.
- الاستفادة من التكنولوجيا وإدخال أنظمة رصد وتحليل أكثر دقة وسرعة في الاستجابة.
- إجراء مراجعة دورية لخطة إدارة الازمات وتحديثها بانتظام لضمان جاهزيتها.

تمرين

تقسيم المتدربين إلى مجموعات (٣-٥ أفراد في كل مجموعة).
بحيث تقوم كل مجموعة بكتابة خطة لإدارة الازمات وكيفية تطويرها
وتحديثها
