

المحاضرة الثانية عشر: تخطيط برامج العلاقات العامة.

1- ماهية التخطيط وأنواعه.

- يعتبر التخطيط أحد الوظائف الرئيسية لمدير العلاقات العامة والذي يقوم بموجبه بتحديد الطريق الذي يجب أن يلتزم به موظفوا العلاقات العامة خلال الفترة التي تغطيها عملية التخطيط لتحقيق الأهداف الموضوعة .
 - وحسب Louis E. Boone & David L. Kurtz فإن التخطيط يمكن تعريفه بأنه العملية التي من خلالها يحدد المدراء أهدافهم، يتنبأوا بالمستقبل، ويرسموا الطريق لتحقيق هذه الأهداف.
 - أما John M. Ivancevich وزملاءه فيرون أن التخطيط يتضمن كافة الأنشطة التي تؤدي إلى تحديد الأهداف وإلى إقرار الطريق المناسب لتحقيق هذه الأهداف.
 - فالتخطيط هو عمل يسبق التنفيذ دائماً وهو يرسم الإطار العام الذي يحدد الأنشطة والأعمال الواجب أداؤها بهدف الوصول إلى تحقيق الأهداف.
- ❖ وهناك عدة معايير تستخدم لتصنيف أنواع التخطيط أهمها:-

1. التخطيط حسب الفترة الزمنية :

- ويقسم التخطيط حسب هذا المعيار إلى ثلاثة أنواع:-
 - ✓ التخطيط قصير الأجل
 - ✓ والتخطيط متوسط الأجل
 - ✓ والتخطيط طويل الأجل.
- وتختلف الفترة الزمنية التي تحدد الفرق بين هذه الأنواع من التخطيط من شركة إلى أخرى حسب حجم الشركة وفيبينما نجد أن شركة مثل شركة General Motors قد تنظر إلى التخطيط الذي يغطي سنتين كتخطيط متوسط أو قصير الأجل في حين أن شركة مقاولات صغيرة قد تنظر إلى نفس الفترة على أنها تخطيط طويل الأجل.
- إلا أنه ينظر وبشكل عام إلى التخطيط قصير الأجل على أنه يغطي فترة أقل من سنة ومتوسط الأجل يغطي فترة من سنة إلى خمس سنوات وطويل الأجل يغطي أكثر من خمس سنوات
- وقد يحدث أن يكون للدائرة خطة قصيرة الأجل بنفس الوقت خطة طويلة الأجل، وفي هذه الحالة من الضروري أن يكون هنالك إنسجام وعدم تعارض بين الخطتين.

2. التخطيط حسب نطاق تأثيره:

- ويقسم التخطيط حسب هذا المعيار إلى ثلاثة أنواع:
 - ✓ حسب طبيعة العمل الذي تمارسه.

أ - التخطيط الاستراتيجي Strategic

• يتولى تحديد الأهداف الكلية ويهتم بالبيئة الخارجية للمنظمة. وهذا التخطيط في الغالب يكون طويل الأجل.

✓ ومن أهم الاستراتيجيات المتبعة في مجال العلاقات العامة :

➤ استراتيجية التركيز:

➤ ويتم اتباعها في حالة كون الهدف المطلوب الوصول إليه مستعجلاً.

➤ استراتيجية عدم التورط:

• وهذه الاستراتيجية تتبع في حالة اكتشاف حملة مغرضة من قبل المنافسين لتهديد مصالح الشركة وسمعتها، فيكون الرد بشكل ايجابي إذ قد يكتفي التلفزيون بظهور الشخصية العامة التي انتشرت شائعات حول قوتها مثلاً مع عدم الخوض في أي تفاصيل أكثر من ذلك.

➤ استراتيجية المفاجأة: وهذه الاستراتيجية تطبق في كثير من الأحيان في آخر اللحظات التي تسبق الانتخابات، حيث يصبح للمعلومات الجديدة تأثير جيد على نتائج الانتخابات.

➤ استراتيجية المشاركة: حيث يسمح للعاملين بأن يعبروا عن آرائهم في مجلة الشركة أو مطبوعاتها، كما أنه يتم تشجيعهم على تقديم المقترحات التي يرونها.

➤ استراتيجية الاقتراح: هذه الاستراتيجية تطبق في حالة رغبة الشركة في أن يقترن إسمها بموضوع معين أو بشخصية بارزة. ومثال ذلك إرتباط إسم مجلة "تايم" الأمريكية بالغرفة التجارية في مدينة أتلانتا بولاية جورجيا حيث كانت هذه المدينة قد أختيرت ضمن سلسلة مدن كثيرة تم اختيارها بعد ذلك.

• عرضت المجلة أن تقوم بتمويل وتنفيذ حملة موجهة إلى أهالي أتلانتا بهدف البحث عن مائة شاب من شبان المدينة يرجح أن يصبحوا من الشخصيات البارزة مستقبلاً. وقد كان قصد مجلة تايم أن يقرن إسمها بالبرنامج حيث كانت كافة البيانات التي تنشر على الناس عليها خاتم الغرفة وصورة مصغرة لغلاف المجلة.

ب التخطيط التكتيكي Tactical: ونعني به تنفيذ الأنشطة وتخصيص الموارد لتحقيق الأهداف وهو يتعلق بالمدى القصير عادة.

ج - التخطيط التشغيلي Operational: ونعني به استخدام المعايير والجداول لتنفيذ الخطط التكتيكية.

3. التخطيط حسب تكراره وهو يقسم إلى نوعين:

➤ التخطيط الوقائي: وهو التخطيط الذي يكون هدفه منع وقوع الأزمات أو المشاكل قبل وقوعها، وفي العادة يكون متكرراً لفترات دورية محددة.

➤ التخطيط العلاجي: وهو التخطيط الذي يهدف إلى حل مشكلة تكون قد حدثت وذلك لمعالجتها قبل استفحالها وازدياد خطرها. والجمهور المستهدفة منتشرة في مساحات واسعة بحيث يكون من الصعب وصول الرسالة الاتصالية إلى الجماهير من خلال وسيلة واحدة، لذلك يتم التركيز على الحملة واستخدام عدة رسائل اتصال.

2- الحاجة إلى التخطيط

- إن هناك حاجة ماسة إلى التخطيط في كل منظمة مهما كانت صغيرة أو كبيرة وفي هذا المجال يقول الأستاذ الدكتور عمرو صفي عقيلي " نشأت الحاجة إلى التخطيط أساساً من خلال أن جميع المنظمات تقريباً تعمل في بيئات مختلفة ومتنوعة، وفي داخل كل بيئة عوامل وظروف متغيرة غير ثابتة، لذلك لابد للمنظمات من أن تقوم بعملية تنبؤ لمعرفة هذه المتغيرات وتحديد اتجاهاتها وتأثيرها على نشاطها للعمل على مواجهتها والإستعداد لها...
- إنه من الضروري أن تقوم الإدارة في كافة المنظمات بعملية التخطيط، إلا أننا نجد أن بعض الشركات لا تقوم بها، وذلك قد يرجع إلى عدة أسباب منها:-
 - ✓ عدم توفر المخصصات المالية اللازمة
 - ✓ عدم توفر الوقت الكافي للمدراء للقيام بعملية التخطيط وخاصة إذا لديهم الوقت الكافي للقيام بالواجبات المهمة كالتخطيط والتنظيم.
 - ✓ عدم الفهم الصحيح لمهام العلاقات العامة سواء من قبل موظفي دائرة العلاقات العامة أو من قبل الإدارة العليا.
 - ✓ عدم وجود موظفين أكفاء للقيام بالتخطيط.
 - ✓ عدم ثبات مدير العلاقات العامة في منصبه وكثيرة التغيرات على المناصب الإدارية في دائرة العلاقات العامة
 - ✓ حداثة دائرة العلاقات العامة فقد تكون الدائرة قد أنشأت حديثاً وبالتالي لن نتمكن من القيام بعملية التخطيط في الفترة الأولى.
- إن وضع الخطط يساعد على التنبؤ بالمشاكل قبل وقوعها وبالتالي اتخاذ الاحتياطات اللازمة لمواجهتها التصدي لها. كما أنها تضمن الإستخدام الأمثل للموارد المادية أو البشرية المتاحة. بالإضافة إلى ذلك فإن الخطط تزود موظفي العلاقات العامة ببرامج عمل وجدول زمنية ترشدتهم إلى كيفية أداء الأعمال المناطة بهم.
- 3- مقومات خطة برنامج العلاقات العامة
 - هنالك العديد من المقومات التي تقوم على أساسها خطط العلاقات العامة ، من أهمها:
 - ✓ تحديد الأهداف بوضوح: ينبغي أن تكون أهداف خطط العلاقات العامة محددة وواضحة. فالهدف المحدد والواضح يساعد إدارة العلاقات العامة على تقييم برامجها.
 - ✓ اعتبار الإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة : عند تصميم خطة العلاقات العامة فإنه من الضروري الأخذ بعين الاعتبار أن تكون هذه الخطة متناسبة مع الإمكانيات المادية والبشرية المتوفرة لدى المنظمة.
 - ✓ التوقيت المناسب للتنفيذ: من أهم أهداف برامج العلاقات العامة هو التأثير في الجمهور، وبالتالي فإنه إذا أردنا رفع حجم التأثير في الجمهور إلى أقصاه، ينبغي مراعاة اختيار الوقت الملائم لتنفيذ برامج العلاقات العامة.
 - ✓ استخدام وسائل الإتصال المناسبة: إن وسائل الإتصال تختلف في درجة تأثيرها وكيفية وصولها إلى الجماهير، وبالتالي فإن ذلك يتطلب مراعاة حسن اختيار وسيلة الاتصال أو وسائل الإتصال.

✓ استخدام المؤهلين والمتخصصين في العلاقات العامة: أنشطة العلاقات العامة هي أنشطة
مخططة وهادفة، وبناء عليه فإن من الضروري استخدام المؤهلين والمتخصصين في مجال
أنشطة العلاقات العامة.