کد خبر: ۴۷۲۸۵۰
پنج شنبه ۲۶ بهمن ۱۴۰۲ ۱۸:۰۷

احمد باقری در یادداشتی آورده است؛

کرکره روابط عمومی ها را پایین بکشید

مدیران سازمان های دولتی و خصولتی، اگر برنامه های روابط عمومی سازمان متبوع خود را در نامه نگاری های بین سازمانی خلاصه می کنند و انتصاب مدیران روابط عمومی در این حیاط خلوت سازمان تلقی می کنند، کار روابط عمومی را به فرزندان عمو، خاله، عمه و دایی و به خصوص بستگان همسر پیش ببرید.

به گزارش خبرنگاران گروه فرهنگ، هنر و رسانه گزارش خبر، احمد باقری مدرس و مشاور ارتباطات و روابط عمومی در یادداشتی با عنوان "کرکره روابط عمومی ها پایین بکشید" آورده است:

از باب سلیقه ای شدن انتصابات مدیران حوزه ارتباطات و روابط عمومی در سازمان ها و شرکت ها"چه دولتی و چه خصوصی" و همچنین تمامی کسب و کارهای که با استراتژی ایجاد و حفظ مشتری و توسعه آن تعریف شده است، باید اینگونه بیان کرد؛

در هر سازمان، اگر ترغیب و رضایتمندی مخاطبان جایگاهی ندارند، لطفا کار روابط عمومی را به مدیر دفتر مدیرعامل بسپارید.

در هر کسب و کاری، اگر تولید محتوای تخصصی برای افزایش بهره وری در تولید یا فروش خدمات جایگاهی ندارد، لطفا کار روابط عمومی را با جذب یک مشاور رسانه ای خلاصه کنید.

در هر شرکتی، اگر ارتباطات سازمانی اولویت ندارد و انتشار خبر در رسانه بعنوان یک شق القمر کارکرد ارتباطی خلاصه می شود با جذب یک خبرنگار در مجموعه بسنده کنید

در هر مجموعه ای، اگر اطلاع رسانی در معنای واقعی خود موثر و اثربخش آنهم برای همراهی مشتریان بالقوه و بالفعل نیازی نمی بینید، کار روابط عمومی را به مسئول سایت تفویض اختیارکنید.

در هر مدیریتی، اگر نظام مند شدن ساختار ارتباطات درون سازمانی برای آماده سازی در شرایط بحرانی و مدیریت بحران را ساده می بینند و با تهدید عدم ادامه همکاری و گرفتن اختیارات از همکاران موثر می بینید، کار روابط عمومی را به مدیر اداری بسپارید.

در هر شرکتی، اگر کسب درآمد بالا در سال های گذشته و وجود دیدگاه مدیریتی به صورت سنتی و بازاری مدل ارتباطی و رقابتی القاء شده است، کار روابط عمومی را به کانون تبلیغات و آگهی ها بسپارید.

درهرکسب و کاری، اگر علوم برندسازی از زمان ایجاد، حفظ و توسعه برند در بازار هدف و رقابت با چاپ لوگو در کاسه و بشقاب دفتر خود خلاصه می کنند، کار روابط عمومی را به شرکت تبلیغاتی بسپارید.

مدیران سازمان های دولتی و خصولتی، اگر برنامه های روابط عمومی سازمان متبوع خود را در نامه نگاری های بین سازمانی خلاصه می شود و انتصاب مدیران روابط عمومی در این حیاط خلوت سازمان تلقی می کنند، کار روابط عمومی را به فرزندان عمو، خاله، عمه و دایی و به خصوص بستگان همسر پیش ببرید.

ای کاش!! بودجه تبلیغات و پروژه های فرهنگ سازی در سازمان ها در روابط عمومی ها تزریق نمی شد و صرفا مدیریت اجرا، آنهم به صورت اصولی، اثربخش و به صورت تعهدی برعهده مدیران روابط عمومی ها بود.

آن وقت بود که وصف مصرع از سعدی به جا بود. " به عمل کار برآید به سخندانی نیست"

لطفا روابط عمومی ها را جدی نگیرید.