

با همکاری دانشگاه سئوی ایران انجام شد؛

برگزاری بزرگترین همایش تخصصی مدیریت ارتباطات در سازمان های خدمات محور

همایش تخصصی اصول حرفه ای ارتباطات در سازمان ها و شرکت های خدمات محور با همکاری دانشگاه سئوی ایران و تدریس احمد باقری صاحب امتیاز و مدیرمسئول خبرگزاری گزارش خبر (نخستین رسانه سئومحور و کاربرمحور در ایران) برگزار شد.

به گزارش خبرنگاران گروه علم و فناوری گزارش خبر، همایش تخصصی اصول حرفه ای ارتباطات در سازمان ها و شرکت های خدمات محور با همکاری دانشگاه سئوی ایران و تدریس احمد باقری صاحب امتیاز و مدیرمسئول خبرگزاری گزارش خبر (نخستین رسانه سئومحور و کاربرمحور در ایران) برگزار شد.

احمد باقری مدرس، محقق و مشاوره ارتباطات و توسعه کسب و کار در ابتدای این مراسم با اشاره به اهمیت حوزه روابط عمومی و ارتباطات در سازمان ها و کسب و کارهای خدمات محور گفت: نقش و جایگاه روابط عمومی در توسعه ارتباطات، تعامل و همکاری سازمانی، جلب و مشارکت اجتماعی و انعکاس عملکرد و دستاوردهای سازمان بر همگان روشن و مبرهن است ولی باید این موضوع را هم بدانیم آنچه که میان متولیان ارتباطات سازمان ها بویژه خدمات محور تمایز ایجاد می کند، داشتن ایده های جدید و هماهنگ با نیازهای مخاطب هدف هر سازمان خدمات محور مطرح است.

وی در ادامه به شرکت کنندگان در این همایش آموزشی تاکید کرد: کسب دانش براساس آخرین دستاوردهای روز با هدف رضایتمندی و همراهی افکار عمومی و تبدیل این دانش به مهارت با اجرای تمامی مباحث آموزشی و درتلفیق آن با انگیزه های درونی برای استمرار در امر رشد فردی و سازمانی از عوامل اصلی موفقیت در حوزه ارتباطات سازمانی می توان اشاره کرد.

صاحب امتیاز و مدیرمسئول خبرگزاری گزارش خبر در خصوص ایجاد و حفظ مخاطبان آگاه و مطالبه گر بعنوان وظیفه اصلی متولیان ارتباطات در سازمان های خدمات محور اشاره کرد و افزود: مخاطبان آگاه، مسئول و مطالبه گر سرمایه های ارزشمن هر سازمان تلقی می شود و می تواند در ایجاد تعامل سازنده، حرکت رو به رشد هر سازمانی نقش آفرینی کند و ایجاد این فضا تماماً بر عهده مدیران و مسئولان روابط عمومی سازمان ها صاحبان کسب و کارها می باشد و همراهی و پاسخ به نیازها می تواند به افزایش خدمات رسانی کمک موثری نماید.

بنا به این گزارش، از سوی نویسنده کتاب راز استخدام گوگل در ۳۰ روز، مهمترین سرفصل های آموزشی این همایش تخصصی به اصول حرفه ای مدیریت ارتباطات نوین سازمانی، اصول حرفه ای مخاطب شناسی، همراهی افکار عمومی با خدمات سازمان ها، مدیریت تولیدمحتوای موثر با هدف مشارکت حداکثری مخاطبان هدف هر سازمان، استاندارد سازی محتوا براساس قوانین موتورهای جستجو می توان اشاره کرد.