گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۶۰۵۳
چهارشنبه ۲۲ مهر ۱۴۰۵ ۱۲:۲۸

جهش استراتژیک «صنایع خودروسازی ایلیا» در قلمرو دیجیتال؛ برگزاری دوره تخصصی مدیریت فضای مجازی با تدریس استاد احمد باقری

در عصری که افکار عمومی میدان نبرد برندهاست، صنایع خودروسازی ایلیا با درک عمیق از این ضرورت، گامی بلند در جهت حرفه‌ای‌سازی ارتباطات خود برداشته است. این مجموعه پیشرو که با نمایندگی برندهای معتبری چون دایون، VGV، BAW ۲۱۲ و KGM (سانگ‌یونگ) جایگاه خود را در بازار خودروهای سبک ایران تثبیت کرده، اقدام به برگزاری دوره تخصصی «مدیریت فضای مجازی» کرده است. دوره‌ای ۸ ساعته و آنلاین که قرار است خط دفاعی روابط عمومی‌ها را در برابر موج‌های سهمگین اطلاعاتی تقویت کند.

به گزارش خبر پایگاه آموزشی احمد باقری (اقناع)، در عصری که افکار عمومی میدان نبرد برندهاست، صنایع خودروسازی ایلیا با درک عمیق از این ضرورت، گامی بلند در جهت حرفه‌ای‌سازی ارتباطات خود برداشته است. این مجموعه پیشرو که با نمایندگی برندهای معتبری چون دایون، VGV، BAW ۲۱۲ و KGM (سانگ‌یونگ) جایگاه خود را در بازار خودروهای سبک ایران تثبیت کرده، اقدام به برگزاری دوره تخصصی «مدیریت فضای مجازی» کرده است. دوره‌ای ۸ ساعته و آنلاین که قرار است خط دفاعی روابط عمومی‌ها را در برابر موج‌های سهمگین اطلاعاتی تقویت کند.

تکنیک های ارتباط با رسانه‌ها؛ از سکوت خبری تا تسخیر تیترها

در دنیای امروز، سکوت برای برندهای خودروسازی به معنای حذف از معادلات بازار است. در این سرفصل، شرکت‌کنندگان می‌آموزند که چگونه دیوارهای بی‌اعتمادی میان سازمان و رسانه‌ها را فرو بریزند. از نگارش بیانیه‌های مطبوعاتی که قابلیت انتشار در خبرگزاری‌های درجه یک را دارند تا مدیریت مصاحبه‌های بحرانی؛ این بخش کلید ورود به قلب رسانه‌هاست.

رسانه‌های اجتماعی و اطلاع رسانی شبکه ای؛ اکوسیستم‌های هوشمند

رسانه‌های اجتماعی دیگر فقط محلی برای لایک و کامنت نیستند؛ آن‌ها موتورهای محرکه فروش و برندسازی هستند. این سرفصل به بررسی چگونگی تبدیل پلتفرم‌های اجتماعی به کانال‌های رسمی اطلاع‌رسانی می‌پردازد، جایی که هر پست می‌تواند به یک کمپین تبلیغاتی موفق یا یک بحران مدیریت‌شده تبدیل شود.

شبکه‌های اجتماعی و روابط عمومی هوشمند؛ هوش مصنوعی در خدمت ارتباطات

روابط عمومی سنتی مرده است. در این بخش، تکنیک‌های استفاده از الگوریتم‌ها و ابزارهای هوشمند برای شناخت دقیق مخاطب و شخصی‌سازی پیام‌ها آموزش داده می‌شود. چگونه می‌توان با استفاده از داده‌ها، پیام درست را در زمان درست به مشتری هدف رساند؟

استراتژی های مواجهه با فضای مجازی؛ مدیریت بحران در ثانیه‌های طلایی

فضای مجازی به مثابه اقیانوسی پرتلاطم است؛ یک اشتباه کوچک می‌تواند اعتبار یک برند خودروسازی را به ورطه نابودی بکشاند. این سرفصل نقشه راه مواجهه با حملات سایبری، هجمه‌های رقبا و مدیریت بحران‌های آنلاین را با استراتژی‌های دفاعی و تهاجمی آموزش می‌دهد.

کارکنان روابط عمومی اینفلوئنسر هر سازمان؛ تبدیل کارمندان به سفیران برند

تصور کنید هر کارمند فروش و خدمات پس از فروش شما، یک اینفلوئنسر مستقل باشد که برای برند شما تبلیغ می‌کند. این بخش به بررسی چگونگی تبدیل سرمایه انسانی به سرمایه اجتماعی می‌پردازد؛ تکنیکی که هزینه‌های تبلیغاتی را کاهش و اعتماد عمومی را چند برابر می‌کند.

حفظ مخاطبان سازمان با مدیریت محتوا در فضای مجازی؛ وفادارسازی دیجیتال

جذب مخاطب سخت است، اما نگه داشتن او سخت‌تر. در این سرفصل، فرمول‌های تولید محتوایی که مخاطب را از یک خریدار ساده به یک مشتری وفادار و مادام‌العمر تبدیل می‌کند، بررسی می‌شود. چگونه محتوای خودرویی تولید کنیم که مخاطب منتظر پست بعدی ما بماند؟

مدیریت سئو (دیده شدن در موتورهای جستجو) در محتوای روابط عمومی ها؛ نبرد صدرنشینی در گوگل

وقتی مشتری به دنبال "بهترین خودروی شاسی بلند" یا "خدمات پس از فروش معتبر" است، آیا نام شما در صفحه اول گوگل می‌درخشد؟ این بخش به رازهای فنی سئو در محتوای روابط عمومی می‌پردازد تا برند ایلیا و برندهای تحت پوشش آن، همیشه یک قدم جلوتر از رقبا دیده شوند.

رفتار حرفه ای روابط عمومی ها در فضای مجازی؛ اتیکت دیجیتال

یک توییت اشتباه می‌تواند سال‌ها اعتبار را نابود کند. آموزش رفتارشناسی در فضای مجازی، رعایت اصول اخلاقی و حرفه‌ای در تعاملات آنلاین، و نحوه پاسخگویی به مشتریان ناراضی در ملأ عام، از جمله مهارت‌های حیاتی است که در این سرفصل کالبدشکافی می‌شود.

محتوا سازی در فضای مجازی؛ خلاقیت بدون مرز

در پایان، هنر تبدیل داده‌های خام به محتوای وایرال (Viral) آموزش داده می‌شود. از ایده‌پردازی برای ریلزهای جذاب خودرویی تا نگارش کپشن‌های متقاعدکننده؛ اینجا کارگاه ایده‌پردازی برای تصاحب ذهن مخاطب است.

مدرس؛ فرمانده این مانور دیجیتال

هدایت این کشتی دانش بر عهده استاد احمد باقری است؛ چهره‌ای آشنا در عرصه رسانه و ارتباطات. او که کارشناس ارشد علوم ارتباطات و رسانه است، با سابقه درخشان به عنوان صاحب‌امتیاز پایگاه خبری "گزارش خبر" و مدیر روابط عمومی گروه سرمایه‌گذاری غدیر (وزارت دفاع)، تجربه‌ای گران‌بها را با خود همراه دارد. باقری با بیش از دو دهه تجربه مدیریت و مشاوره، و سابقه اجرای پروژه‌های موفق سئو با تضمین بازگشت وجه، نه یک تئوریسین صرف، بلکه یک استراتژیست میدانی است که بیش از ۵ سال است حاصل تجربیات خود را در دوره‌های حرفه‌ای تدریس می‌کند.

فرصت محدود، تحول نامحدود

صنایع خودروسازی ایلیا با برگزاری این دوره ۸ ساعته آنلاین، دروازه‌های جدیدی به روی روابط عمومی‌ها و صاحبان کسب‌وکارها گشوده است. علاقه‌مندان به تسخیر فضای مجازی و ارتقای سطح ارتباطات سازمانی می‌توانند برای ثبت‌نام و کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۰۹۱۲۶۹۴۴۹۶۶ تماس حاصل نمایند.

همچنین برای دریافت رزومه کامل استاد احمد باقری و آشنایی بیشتر با سوابق آموزشی ایشان، می‌توانید به پایگاه آموزشی احمد باقری به نشانی www.aghna.ir مراجعه فرمایید.