

دوره ۸ ساعته «مدیریت فضای مجازی» با استاد احمد باقری؛ از سکوت خبری تا صدرنشینی در گوگل

صنایع خودروسازی ایلیا با هدف ارتقای سطح کیفی ارتباطات و تسخیر افکار عمومی در بازار رقابتی خودرو، دوره تخصصی ۸ ساعته «مدیریت فضای مجازی» را با تدریس استاد احمد باقری، استراتژیست ارشد ارتباطات، برای مدیران و کارشناسان روابط عمومی خود برگزار کرد.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، در بازاری پرشتاب که انتشار یک استوری، توییت یا حتی یک رشته کامنت منتقدانه می‌تواند نمودار فروش یک غول صنعتی را جابه‌جا کند، دیگر مجالی برای «انفعال و نظاره‌گری» باقی نمانده است. صنایع خودروسازی ایلیا نامی شناخته‌شده در بازار خودروهای سبک و تجاری کشور و نماینده رسمی برندهای نام‌آشنایی همچون دایون، VGV، آفرودر کهنه‌کار ۲۱۲ BAW و KGM (سانگ‌یونگ کره جنوبی) با عبور از شیوه‌های سنتی روابط عمومی، گامی پیشگامانه برداشته و دوره تخصصی و آنلاین ۸ ساعته «مدیریت فضای مجازی» را ویژه مدیران، فعالان رسانه‌ای و متخصصان برندینگ تدارک دیده است.

از حاشیه‌نشینی تا فرماندهی روایت برند

این رویداد آموزشی برای بازیگرانی طراحی شده که اراده کرده‌اند از نقش واکنشی فاصله بگیرند و به طراحان اصلی ادراک عمومی تبدیل شوند. در این دوره، شرکت‌کنندگان فراتر از اصول کلاسیک، یاد می‌گیرند که چگونه شبکه‌های اجتماعی سازمان را از محیطی صرفاً تزئینی و سرگرم‌کننده، به یک شاهراه رسمی برای ارزش‌آفرینی، لیدسازی و نفوذ در بازار تبدیل سازند؛ رویکردی که با بهره‌گیری هوشمندانه از الگوریتم‌ها، فناوری‌های هوش مصنوعی (AI) و تحلیل دقیق کلان‌داده‌ها میسر می‌شود.

آمادگی رزمی در «ثانیه‌های طلایی»؛ مدیریت بحران و خنثی‌سازی هجمه‌ها

حفظ شهرت در عصر رسانه‌های اجتماعی، نیازمند سرعت عمل ثانیه‌ای است. یکی از برجسته‌ترین و راهبردی‌ترین سرفصل‌های این وبینار، آموزش تاکتیک‌های نبرد رسانه‌ای است. حاضران در این دوره با استراتژی‌های دفاعی و تهاجمی در مواجهه با بحران‌های ناگهانی، حملات سازمان‌یافته رقبای تجاری و جنگ‌های روانی آنلاین آشنا می‌شوند؛ مهارتی حیاتی که تسلط بر آن می‌تواند در «ثانیه‌های طلایی»، برند را از ورطه بی‌اعتمادی برهاند و اعتبار انباشته سازمان را محافظت کند.

علاوه بر این، مباحث کلیدی دیگری نظیر:

تکنیک‌های تنظیم بیانیه‌های مطبوعاتی با ضریب انتشار حداکثری در خبرگزاری‌های سراسری
مدیریت مصاحبه‌های پرتنش و پایان‌بخشی به سکوت خبری زیان‌بار
سئوی کاربردی در متون روابط عمومی و خلق محتوای وایرال پایدار
طراحی برنامه‌های وفادارسازی دیجیتال و تبدیل تک‌تک کارکنان به سفیران ارگانیک برند
رعایت چارچوب‌های اتیکت حرفه‌ای سازمانی در زیست‌بوم دیجیتال
مورد بحث و واکاوی دقیق قرار می‌گیرد تا سازمانی خلق شود که نه فقط به چشم بیاید، بلکه اصالت پیام آن توسط مخاطب احساس و باور شود.
مدرس دوره؛ تلفیق تجربه میدانی، سئو و مدیریت راهبردی رسانه

سکنداری علمی و اجرایی این کارگاه فشرده ۸ ساعته بر عهده استاد احمد باقری است؛ چهره‌ای صاحب‌نام و دارای مدرک کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی و رسانه، صاحب‌امتیاز پایگاه معتبر خبری «گزارش خبر» و مدیر روابط عمومی گروه سرمایه‌گذاری غدیر. باقری با اندوخته‌ای بالغ بر دو دهه فعالیت میدانی در مدیریت افکار عمومی، کارنامه‌ای درخشان در طراحی و اجرای پروژه‌های سئو با تضمین بازگشت وجه، و سابقه بیش از ۵ سال آموزش دانشگاهی و سازمانی، دانشی کاربردی و برآمده از دل اتاق‌های فکر و خط مقدم رسانه را در اختیار مخاطبان قرار خواهد داد.

نحوه ثبت‌نام و دریافت اطلاعات تکمیلی

دوره آنلاین «مدیریت فضای مجازی» صنایع خودروسازی ایلیا، پنجره‌ای نو به سوی فتح فرصت‌ها در دنیای ارتباطات عصر حاضر است. علاقه‌مندان، کارشناسان روابط عمومی و صاحبان کسب‌وکار برای ثبت‌نام در این دوره و بهره‌مندی از ظرفیت محدود آن می‌توانند با شماره تلفن ۰۹۱۲۶۹۴۴۹۶۶ تماس حاصل فرمایند.

همچنین، برای بررسی سوابق علمی، پژوهشی و کارنامه اجرایی استاد احمد باقری، وبگاه تخصصی ایشان به نشانی www.aghna.ir در دسترس عموم قرار دارد.