



روابط عمومی و تصویر سازمانی

مسعود کوثری

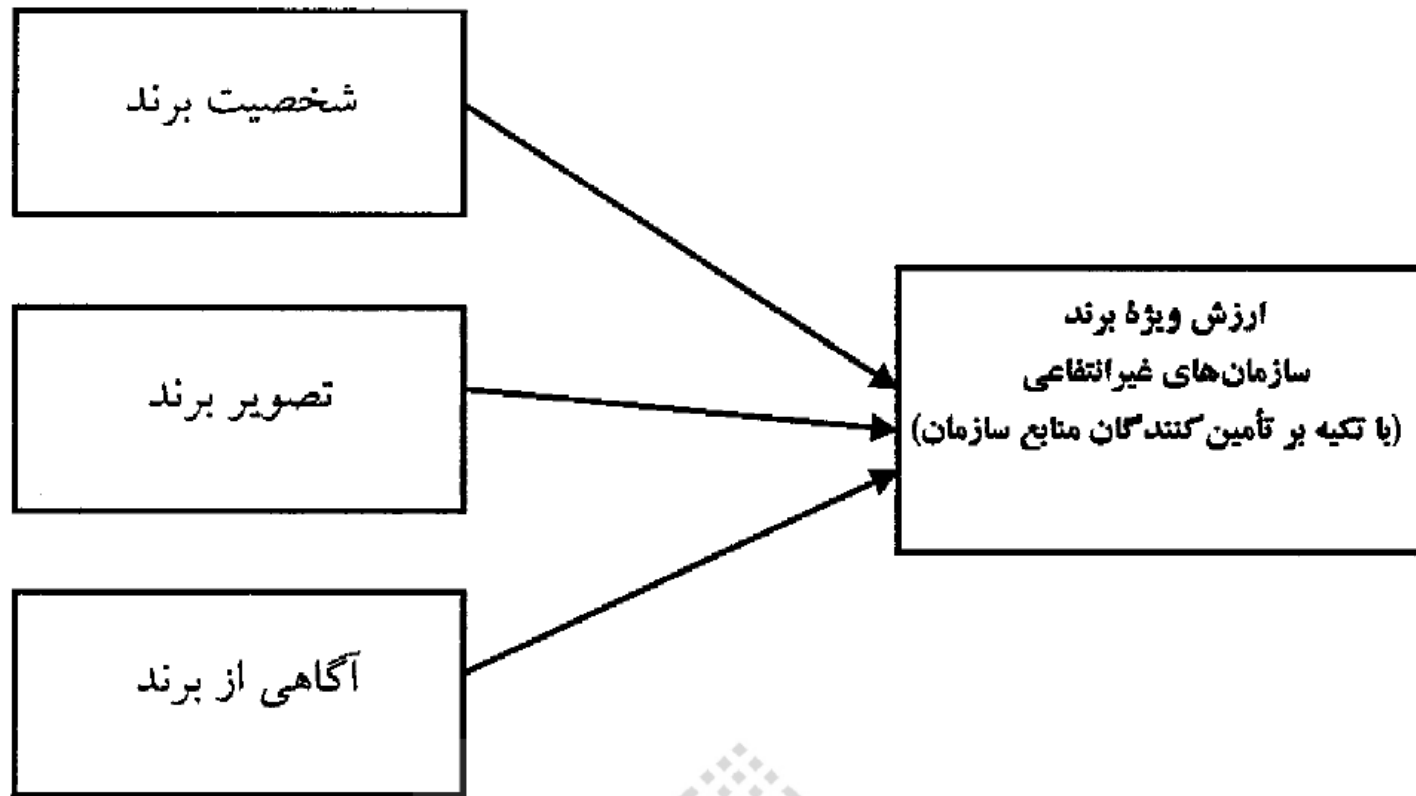


تصویر سازمانی؟

- برای آن که سازمانی بتواند درست به وظایف خود عمل کند، به یک تصویر سازمانی مثبت نیاز دارد.
- این تصویر سازمانی یا برند سازمانی، دارائی نامشهود یک سازمان است.
- تصویر سازی بخش مهمی از وظیفه یک روابط عمومی خلاق است.
- ایجاد هر تصویر سازمانی مستلزم پیوند بین سه عنصر است:
 - ویژگی های سازمان (حیطه وظایف و فعالیت و بیانیه مأموریت سازمان و غیره)
 - ویژگی های مشتریان / خدمت گیران
 - ویژگی های روابط عمومی

ادامه

- پس تصویر سازمانی نوعی ارتباط میان این سه رأس است: سازمان، روابط عمومی و مشتری (مردم)
- تصویر سازمانی کارکردی دو گانه دارد:
- از سویی مبین اثر سازمان و اجزای آن بر محیط بیرون است
- و از سوی دیگر معرف نوع نگاه محیط به سازمان است.



مدل فیرکلوث (۲۰۰۵) در باره برند سازمانی

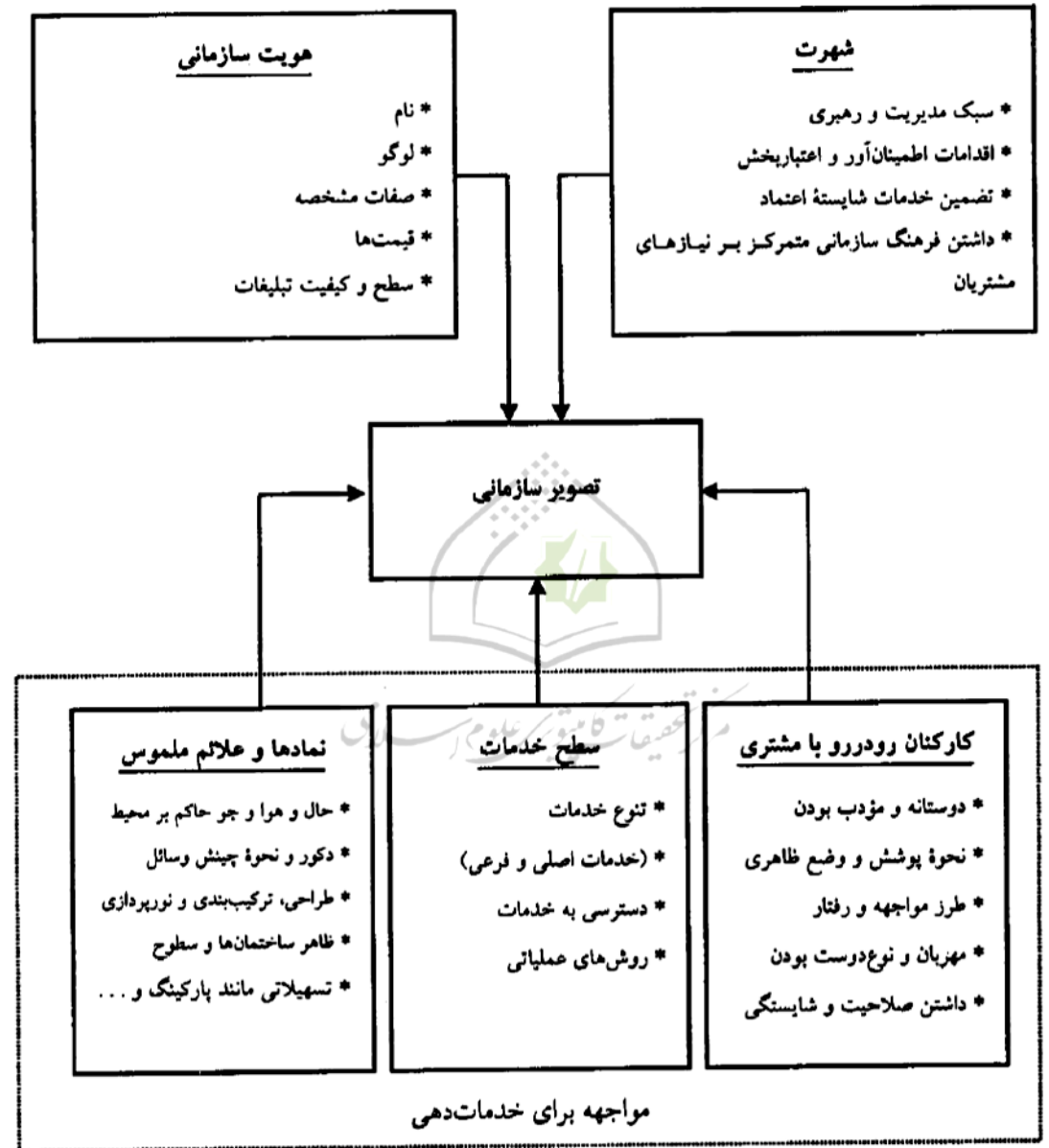
<p>۱۹۹۱</p> <p>سی. کجت^{۱۴}</p>	<p>تصویرهای سازمانی با موفقیت و آینده هر شرکت عجین و هم پیوند هستند و در این راستا هم می توانند سپری در مقابل مشکلات و دشواری ها باشند و هم ابزاری قدرتمند برای رشد شرکت ها (ص ۷)</p>
<p>۱۹۹۵</p> <p>بی. کاپلند^{۱۵}</p>	<p>تصویر عبارت است از شیوه دریافت و ادراک هر شرکت از سوی ذی نفعان آن، از جمله عموم جامعه (ص ۳۵).</p>
<p>۱۹۹۵</p> <p>PRSA</p>	<p>تصویر یعنی ادراک ها و برداشت های انباشته ای که جامعه از هر سازمان دارد و بر تلاش های آن سازمان درباره ایجاد شهرت برای خود و نیز رفتار و عملکرد آن مبتنی است (ص ۱۶۰).</p>

ابعاد و جوانب تصویر سازمانی

- در مجموع می توان ابعاد گوناگون تصویر سازمانی را چنین شرح داد:
- تصویر سازمانی مقوله ای فردی و شخصی است.
- تصویر سازمانی از تجربه مستقیم یا غیرمستقیم افراد، از طریق برقراری ارتباط با دیگران یا از طریق رسانه های جمعی حاصل می شود.
- تصویر هر سازمان می تواند تا حدودی با هویت آن سازمان هم پوشانی داشته باشد.
- تصویر سازمانی مشتمل بر فرایندی شناختی است. به گفته باسکین و ارونوف (۱۹۹۸: ۶۳) تصویر سازمانی عبارت است از فرایند «تولید و خلق تصویر سازمانی و دریافت و به کارگیری آن از سوی مخاطبان

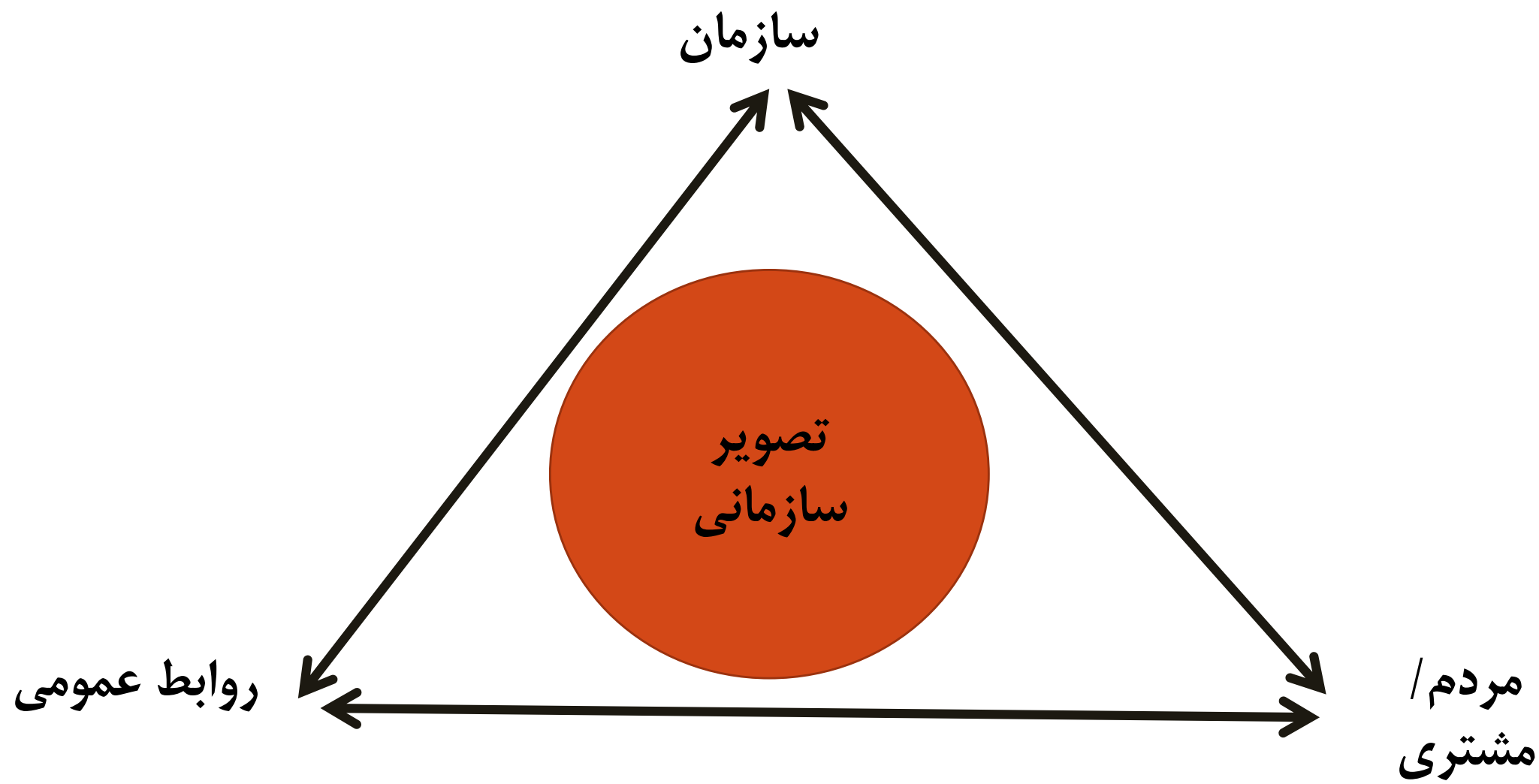
لی بلانگ و ان گین (۱۹۹۶) ۵ عامل را در تشکیل تصویر سازمانی مهم می دانند:

- ۱. هویت سازمانی
- ۲. شهرت
- ۳. نحوه خدمات دهی
- ۴. محیط فیزیکی
- ۵. کارکنان در تماس (رو در رو) با مشتریان



نمودار ۲. عوامل و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تصویر سازمان‌های خدماتی

(LeBlanc & Nguyen, 1996, p. 48)



تصویر سازمانی از پلیس

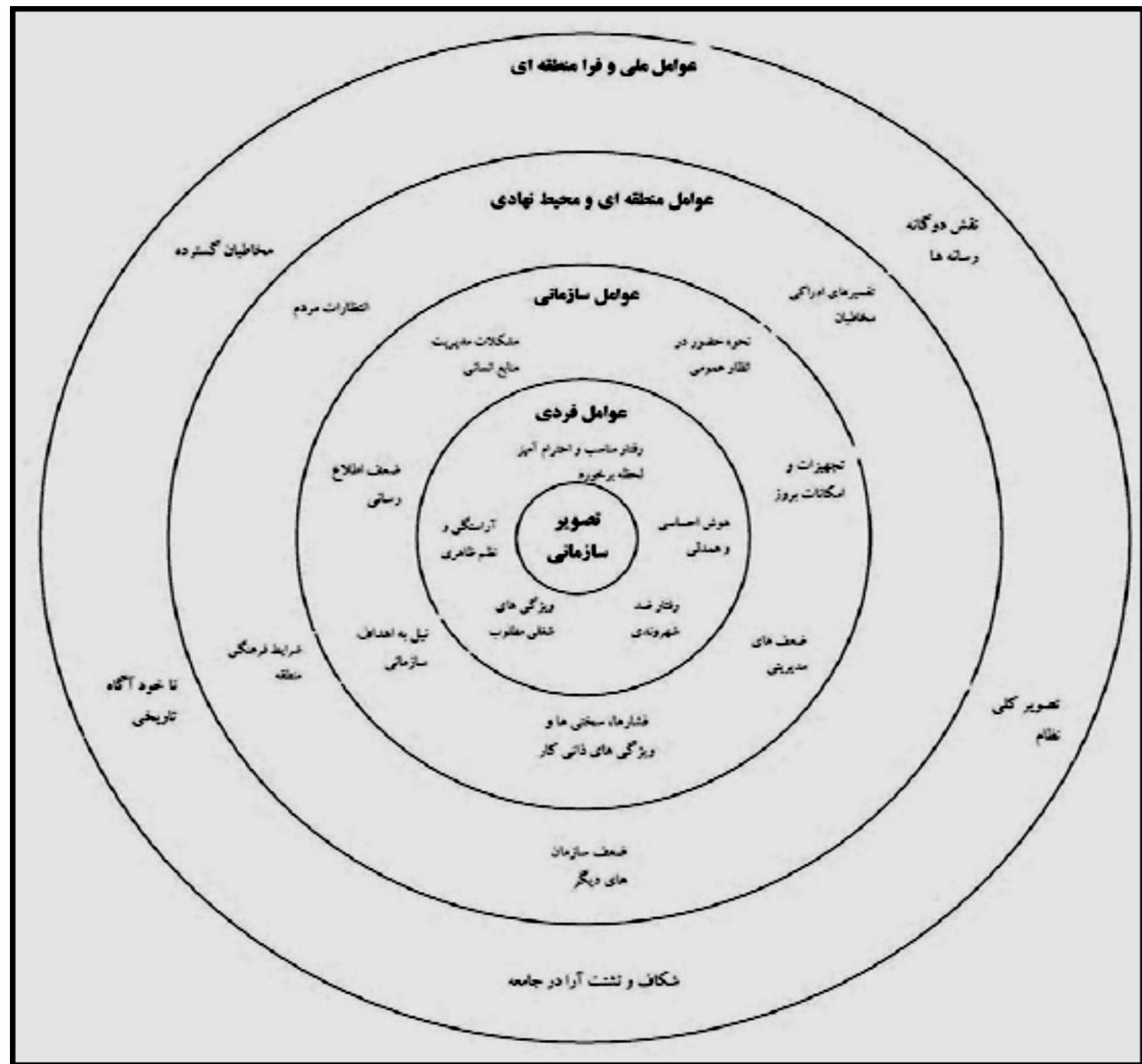
• قلی پور، پور عزت و نقوی حسینی (۱۳۹۰) در تحقیق جالب توجهی تصویر سازمانی پلیس را جویا شده اند.

• آنها بر اساس مصاحبه با افسران پلیس به عوامل موثر بر تصویر سازمانی پلیس دست یافته اند.



مقولات مربوط به تصویر پلیس

ضعف‌های مدیریتی	مخاطبان گسترده
مشکلات مدیریت منابع انسانی	ناخود آگاه تاریخی
نحوه حضور در انظار عمومی	تصویر کلی نظام
تجهیزات و امکانات بروز	نقش دوگانه رسانه‌ها
سختی ذاتی کار	شکاف و تشتت آرا در جامعه
آراستگی و نظم ظاهری	انتظارات مردم
ویژگی‌های شغلی مطلوب	شرایط منطقه‌ای
رفتار ضد شهروندی	ضعف سازمان‌های دیگر
همدلی	تفسیرهای ادراکی مخاطبان
رفتار مناسب و احترام آمیز اولین برخورد	ضعف اطلاع رسانی
	نیل به اهداف سازمانی



محیط کار (فعالیت)

• هر سازمانی (اعم از دولتی یا خصوصی) دارای دو محیط فعالیت است:

• محیط درونی

• محیط بیرونی

• برای یک روابط عمومی خوب باید به همه این محیط ها توجه داشته و فعالیت خود را بسته به آنها تنظیم کند.

• محیط درونی و بیرونی را نیز می توان به بخش های دیگری تقسیم کرد.

محیط ها

- هر یک از این دو محیط را هم می شود به محیط های دیگر تقسیم کرد:
- محیط درونی نسبت به مشتریان
- محیط درونی نسبت به سایر سازمان ها (اگر فعالیت مشترک بین سازمانی وجود دارد)
- محیط بیرونی را نیز می توان به دو دسته تقسیم کرد:
- محیط بیرونی بلاواسط / کشوری یا ملی
- محیط بیرونی بین المللی

مشتری؟ شهروند؟ خدمت گیر

- در محیط درونی به ویژه در سازمان های دولتی با کسانی سر و کار داریم که می توانیم آنها را مشتری، شهروند و یا خدمت گیر بنامیم.
- در فضای فرهنگی جمهوری اسلامی به آنها ولینعمت هم گفته می شود.
- اما در مورد این گروه پرسش های مهم برای هر روابط عمومی عبارت است از:
 - ما چه تصویری از مشتری / خدمت گیر سازمان خود داریم؟
 - مهم ترین نیازها و مشکلاتی که مشتریان / خدمت گیران ما با آن دست به گریبان هستند، کدام هستند؟
 - متغیرهایی مثل جنسیت، طبقه اجتماعی و حتی قومیت نیز باید مورد بررسی قرار گیرد.

منابع تعریف ما از مشتریان / خدمت گیران

- تصویر ما از مخاطبان از منابع زیر الهام می گیرد:
- تعاریفی که در منابع مکتوب / اسناد آمده است:
- در اطلاعیه مأموریت ما از مشتریان / خدمت گیران چه تعریفی شده است؟
- آیا این تعریف از مشتریان بخوبی تعریف عملی شده است؟
- عملکرد ما با این اطلاعیه مأموریت چقدر فاصله دارد؟

تجربه زیسته مشتریان از کار با سازمان ما

• مشتریان چه تجربه ای از کار یا خدمت گیری در سازمان ما داشته اند؟



مشتریان چه تصویری از سازمان ما دارند؟

- مهم ترین چیز برای هر سازمان که دارایی سازمان هم هست، «تصویری» است که مردم از آن سازمان دارند.

- این تصویر تحت تأثیر چه مسائلی شکل می گیرد؟

- تجربه شخصی هر مشتری یا خدمت گیر
- شنیدن تجربه های دیگر از کار با سازمان
- حوادث تلخی که سازمان در آن ناکام / کامیاب بوده است.

- این تصویر تحت تأثیر چه مسائلی شکل گرفته است؟

- حوادث پیشین در آن سازمان
- حوادثی که خود فرد تجربه کرده است (تجربه زیسته مشتری)
- حوادثی که فرد از دوستان و نزدیکان خود شنیده است.













دانش دل پیر برنا بود | دانا خبر نخستین سایت مرجع علمی - آموزشی در ایران | دانا خبر گزارشگر هر تحول بیوندا | عضویت در خبرنامه | آرشیو | درباره ما | تماس با ما

جستجو

DANAKHABAR

خبرگزاری دانا

صفحه نخست | دانش | آموزش | فناوری | سلامت | اپراشناسی | عکس | راهبرد | سبک زندگی | انرژی | چندرسانه ای | همه عناوین

300 کیلومتر از مرز شرقی تحویل سپاه شد / استع... چهارشنبه ۰۱ مرداد ۱۳۹۲ - 2014 July 23

چشم انتظار شما هستیم

زیباتر از یک خیال

شماره پستی: ۳۰۰۰۴۳۹۲

پارس اپل

www.parsopal.com

www.andya.ir

پوشاک ایفاو طبیع آندیا

آخرین اخبار

- سکه امامی 950 هزار تومان / دلار 3136 تومان / طلا 18 عیار 97 هزار تومان
- بعد از ماه مبارک رمضان داد و ستد رونق می گیرد
- بروز هیجانات مثبت از جوانان ایرانی کم است / برخورد با حرکت های عمومی خودجوش نشاط آور برای جوانان، بی سلیقهی است
- سازمان وظیفه عمومی به زودی 8 خدمت اینترنتی به مشمولان ارائه می دهد
- سرقت از ابتدای امسال ۲۹ درصد کاهش داشته است / در میان سرقت ها، سرقت لوازم و قطعات خودرو اولویت بیشتر استان های کشور شد
- در حج تمتع امسال بانوان بیشتر از آقایان هستند /

کد خبر: ۱۱۶۶۹۸۴ | تعداد نظرات: ۷۲ نظر | تاریخ انتشار: ۰۱ بهمن ۱۳۹۲ - ۱۷:۳۵

بازدید از صفحه اول | نسخه چاپی | ارسال به دوستان | ذخیره فایل

آتشی که جگر تهرانی ها را سوزاند + فیلم حادثه تلخ آتش سوزی در خیابان جمهوری

چند دهه پیش که احداث ساختمان های مرتفع اندک اندک در تهران رایج می شد سازندگان موظف می شدند پله فرار را نیز در نظر بگیرند. مشهور ترین آنها ساختمان مرکزی فروشگاه قدس مرکزی است.

به گزارش گروه سبک زندگی خبرگزاری دانا(دانا خبر)، سایت عصر ایران در مورد آتش سوزی اخیر در خیابان جمهوری تهران که منجر به کشته شدن دو تن از شهروندان شد، نوشت: سقوط دو نفر از کارکنان این مجتمع، برای تهرانی ها بسیار دلخراش بود در خصوص این حادثه دردناک سایت عصر ایران نوشت: در حادثه دو روز پیش آتش سوزی در خیابان جمهوری تهران متأسفانه دو زن کارگر که روز تعطیل در حال کارکردن بودند، به ناچار خود را از طبقه پنجم ساختمانی که طعمه حریق شده بود به بیرون انداختند و در پی این سقوط جان باختند.

کلیشه های فرهنگی نسبت به مشتریان

- ما در زندگی اجتماعی با انواع کلیشه ها و قالب های فکری سر و کار داریم.
- این کلیشه ها و قالب های فکری نحوه رفتار ما را در برابر دیگران تعیین می کنند.
- کلیشه های فرهنگی تصویر خاصی از مشتریان را به ما می دهند:
- کلی ترین کلیشه ها از فرهنگ یک جامعه ریشه می گیرند.
- تصورات کلیشه ای ما در باره خودمان:
 - ایرانی ها اینجوری اند
 - ایرانی ها اهل دوز و کلک هستند
 - ایرانی ها نظم پذیر نیستند

سوال مهم:
چگونه تصویری مثبت از سازمان برای
مشتریان بسازیم؟

به این عمل تصویر-سازی گفته می شود.
Image-making

چگونه تصویری مثبت از سازمان مان بسازیم؟

- برای تصویرسازی از سازمان کافی نیست که فقط عکس های روتوش شده از آن در مجله ها و بروشورها بپندازیم.
- موفقیت های واقعی سازمان را برجسته کنیم.
- به مردم بفهمانیم که برای آن ها ارزش قائل هستیم
- به مردم بفهمانیم که نیاز های آنان را خوب درک می کنیم
- اطلاع دست اول از نیازها و مشکلات مردم داشته باشیم
- سازمان را به حوادث خاص در زندگی مردم پیوند بزنیم

چگونه تصویر منفی از سازمان مان را اصلاح کنیم؟

- سوال های مهمی که باید با آن ها پاسخ دهیم:
- تصویر منفی از سازمان مان از چه عناصری تشکیل شده است؟
- چه حوادثی این تصویر منفی را ساخته است؟
- واکنش مسوولان سازمان و روابط عمومی در قبال آن حوادث چه بوده است؟

• ارزیابی حوادث گذشته و واکنش ما در قبال آنها مهم است

• برای اصلاح این تصویر باید به این سوال ها پاسخ دهیم:

• کدام رسانه موثرتر عمل کرده است؟

• اشکال عملکرد رسانه مورد استفاده چه بوده است؟

از توجه شما سپاسگزارم