

الشركة العربية

للإعلام العلمي

(شعاع)

القاهرة

ج.م.ع

للمشتركين فقط

رئيس التحرير: نسيم الصمادي

كتب المدير و رجل الأعمال

مايو

(آيار)

2001

السنة التاسعة

العدد العاشر

العدد 202

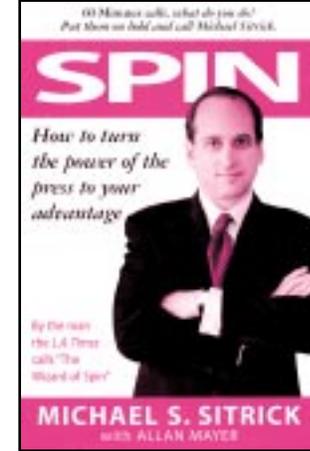
www.edara.com

علاقات عامة

كيف تخوض معارك الأعمال

عبر وسائل الإعلام؟؟

تأليف : مايكل ستريك وآلان ماير



اقرأ في «سري وعاجل» العدد 59

اختبار المقابلة الشخصية:
بماذا كنت ستجيب؟

قبل ترقية أحد الموظفين

كيف تحصل على ميزانية
إدارتك؟

تجربة الكرات الحمراء

لكي تحتفظ بموظفك الجدد

كيف ترفع الروح المعنوية
للعاملين معك

من يرد على التليفون؟؟

العامل اللطيف الذي لا يشتكي

أثناء مكتب يقول الكثير عنك

هل تعرف حقيقتك؟

اصنع واقعك واستمع لحديث قلبك

من عجائب مقابلات
العمل

كل خطأ هو مسئوليتك أنت

عندما راودتني فكرة الكتابة عن خوض معارك الأعمال عبر وسائل الإعلام لم يستوقفني ولو للحظة واحدة الخوف من أن يطلع المنافسون على أسرار مهنتي كرئيس شركة علاقات عامة. بل كانت غايتي الأساسية هي إزالة سوء الفهم بين الشركات ووسائل الإعلام. ففي الآونة الأخيرة ازدهرت أعداد كبيرة من الصحف والمجلات وحتى شبكات التليفزيون المتخصصة في أخبار الأعمال والشركات وأساطين الثروة. ملكت هذه الصحف والمجلات لباب قرائها وأصبحت كلماتها ذات تأثير هائل على جمهور المستهلكين والمستثمرين على حد سواء. وبهذا أضحي بمقدور هذه الوسائل الإعلامية أن تساعد على ازدهار شركات الأعمال أو انهيارها.

فمن الضروري أن يحدث تفاهم بين وسائل الإعلام ومؤسسات الأعمال. فبين الاثنين قدر لا يستهان به من سوء الفهم والخلاف مرجعه اختلاف طبيعة عمل بيئة الكيانين. فسوء الفهم عادة ما يؤدي إلى التصادم والخلاف مما يضر بالشركات ووسائل الإعلام على السواء ويضر بالاقتصاد القومي في النهاية.

«الميديا» والخصوصية:

«الميديا» هي وسائل الإعلام. وفي هذا العصر تتميز «الميديا» بسرعة تغطية الأحداث، بل وصناعتها. يأتي هذا معتمدا على جمهور عريض مما يمنحها قوة تأثير كبيرة على عملائك وموظفيك وحاملي الأسهم والمستثمرين في شركتك والشركات والمؤسسات المؤثرة عليها وعلى غيرها. وفي أية لحظة يمكن لأي فرد أو مؤسسة أن تصبح محور تركيز الإعلام. فلم تعد شركاتنا أو مؤسساتنا أو حتى أفعالنا العادية لها نفس درجة الخصوصية التي تمتعت بها قبل ثورة «الميديا» الحالية. إن الخبر الصغير الذي ينشر عن شركتك يمكن أن يزيد مبيعاتك إلى

المدير من الناشر: يمنع نقل اي جزء من هذه النشرة بدون إذن كتابي من الناشر ويشمل الحظر: التصوير والنقل لأغراض التوزيع وتستنثى منه الإشارات السريعة والمقتطفات في الصحافة والرسائل والبحوث الجامعية.