



اصول روابط عمومی موفق

تأثیر روابط عمومی بر برندینگ، بازاریابی و فروش

فهرست

- ۳ مقدمه
- ۵ با استراتژی شروع کنیم
- ۸ موارد لازم برای برقراری ارتباط
- ۱۰ چرا به رسانه ها نیازمندیم
- ۱۴ برند خود را رسانه ای کنید
- ۱۶ ویژگی های یک خبر رسمی
- ۱۸ تعامل با مطبوعات و رسانه ها
- ۲۱ توسعه محتوا
- ۲۳ اخبار رسمی

مقدمه



آنچه باعث نوشتن این ایبوک شد

برندسازی مبنا و پایه تمام فعالیت های بلند مدت سازمان است. برند «متولد» نمی شود بلکه «ساخته» می شود و در حالیکه مردم از شعارها و تبلیغات مستقیم خسته شده‌اند و بعضی تبلیغات را آزاردهنده می‌دانند باید برای ساختن برند به علم و ابزار اجرایی درست اتکا کرد. در عصر بازاریابی آنلاین زمان آن فرا رسیده با ابزارهای آن مانند محتوا، روابط عمومی و رسانه‌های اجتماعی به برندسازی پرداخت و به کمک آن رشد چشمگیر و دائمی را در بازاریابی و فروش خود ایجاد کرد.

- اینترنت و رسانه‌های اجتماعی توانستند باعث افزایش تعامل برندها با مخاطبان شان شوند.
- توسعه محتواها قسمت مهمی از استراتژی و برنامه‌ریزی بازاریابی محتوا هستند.
- مردم ۷۵ درصد اخبار را از رسانه‌های اجتماعی و ایمیل دریافت می‌کنند.
- برندها برای بدست آوردن فضای بیشتر در رسانه‌ها رقابت می‌کنند.
- ۶۱ درصد مردم اخبار را از اینترنت دریافت می‌کنند.
- ۷۵ درصد از مردم اخباری را که دریافت می‌کنند از طریق ایمیل و رسانه‌های اجتماعی انتقال می‌دهند.

• با استراتژی شروع کنیم.



فعالیت روابط عمومی برندتان را با برنامه ریزی شروع کنید

- هدف از سیاست‌گذاری‌ها و تعیین استراتژی‌های روابط عمومی را مشخص کنید.
- مخاطبان خود را بشناسید و درک درستی از نیازها و انتظارات آنها داشته باشید.
- با مخاطبان خود ارتباطی دوسویه و تعاملی برقرار کنید.
- یک پروفایل اختصاصی برای مخاطبان خود بسازید و علایق و زمینه‌های تعاملشان را در آن بیان کنید.
- تقویم رسانه‌ای داشته باشید و روزهای مهم صنعت‌تان را مشخص و برنامه‌های خود را اولویت‌بندی کنید.
- ابزارهای ارتباطیتان را پیدا کنید و به طور منظم از آنها استفاده کنید.
- پلنی یک صفحه‌ای از بایدها و نبایدهای فعالیت‌هایتان تهیه کنید.





موارد لازم برای برقراری ارتباط.



ابزارهای ایجاد و تداوم ارتباط برند با مخاطبان



ابزارهای ارتباطی شما می‌تواند طیف وسیعی از رسانه‌ها آنلاین و آفلاین از جمله رسانه‌های اجتماعی (از جمله لینکدین، توئیتر، تلگرام و...)، بروشور، شرح برنامه، گزارش فصلی، خبرنامه، اطلاعات سرویس‌های جدید، اعلام موفقیت‌ها، خبر رسمی، داستان موفقیت فردی کارمندان را در برگیرد. فراموش نکنید که پیام شما از لحاظ محتوایی شفاف بوده و از عناصر و المان‌های بصری استفاده بهینه شود.

برند خود را رسانه‌ای کنید.



یکی از راه‌های دیده شدن برند ورود به رسانه‌ها است

برندها برای کسب فضای بیشتر در رسانهها رقابت می کنند تا بتوانند بیشتر دیده شوند و مخاطبان برندشان را افزایش دهند؛ یکی از راه های موثر برای بدست آوردن فضای بیشتر در رسانه ها نوشتن داستان برند است؛ اگر برند شما داستان با ارزش و گفتنی دارد، هم اکنون آن را بنویسید و در اختیار رسانهها قرار دهید.

داستان سرایی، هنری است که برای انجام صحیح آن باید برنامه ریزی دقیق و حساب شده ای داشت. یک مهارت لازم برای کارگزاران امروز روابط عمومی، توانایی شناسایی و ارزیابی نکات دقیق و ظریفی در هر کسب و کار است. داستان سرایان ماهر برای این که بتوانند مخاطبان را جذب کرده و آنها را به پیگیری ماجرا تشویق کنند، از راهکارها و شیوه های خاصی بهره می برند. همانطور که گفته شد برای موفقیت در داستان نویسی برند، باید اطلاعات کافی در اختیار داشته باشید.

نکات مهم نوشتن داستان مناسب از برند:

- داستان‌هایی که قابل خواندن هستند را توسعه دهید.
- شفاف بنویسید تا از نظر مخاطبان به عنوان منبع اطلاعات مفید شناخته شوید.
- توانایی‌های برندتان را در داستان بیان کنید.
- برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد سازمان‌تان لینک دهید.
- مخاطبان باید بتوانند به سهولت با داستان‌تان ارتباط برقرار کند و اطلاعات بیشتر در مورد برند شما را کسب کند.
- محتوا را در رسانه‌های اجتماعی، سایت و وبلاگ سازمان‌تان منتشر کنید.

یکی از عواملی که باعث می‌شود افراد، محصولات و خدمات شما را انتخاب و خریداری کنند، ارزیابی و قضاوتی است که نسبت به شما و برندتان دارند. این روزها اینترنت نقش مهمی در ایجاد این ذهنیت دارند.

اخبار و محتوایی که به نام شما و در مورد برندتان در اینترنت و رسانه‌های مبتنی بر وب توزیع و بازنشر می‌شود، به عنوان یک ابراز قدرتمند در راستای دستیابی به هدف‌تان عمل می‌کند. اخبار و محتوای شما می‌تواند تصویر مثبتی از کسب و کار شما در ذهن مخاطبان ایجاد کند.

یکی از مهم ترین محتواهای تولیدی توسط شرکتها، «خبر رسمی» یا «پرس ریلیز» (Press Release) ها هستند. انتشار یک خبر رسمی در فضای مجازی از ۵ طریق در خدمت تصویرسازی برند شما قرار می گیرد:

- ۱- بیشتر دیده شوید
- ۲- سهولت دسترسی به شما
- ۳- بهینه سازی خبر شما در موتورهای جستجو
- ۴- لینک سازی و ایجاد ترافیک
- ۵- اشتراک گذاری خبر شما در رسانه های اجتماعی



چرا به رسانه‌ها نیاز مندیم.



اهداف و دلایل ورود برند به هر رسانه

چرا به آن احتیاج دارید؟	نوع محتوا	نوع رسانه
محتوا کاربر را برای ورود به سایت تشویق می کند. فراموش نکنید که محتوا باید با علائق مخاطبان منطبق باشد.	تمامی محتواهایی که در مورد سازمان و برنامه های سازمان است.	سایت سازمان
برقراری تعامل با استفاده از محتوا	محتوای خاص و تخصصی جهت تبدیل مخاطبان به مشتری	وبلاگ
اطلاع رسانی در زمینه جدیدترین اخبار صنعت خاص، رویدادهای پیش رو و لینک دهی به مطالب مرتبط و پرطرفدار	محتوای مختصر که ترجیحا از مطالب و محتواهای وبلاگ و سایت سازمان تهیه شده باشد	رسانه های اجتماعی
افزایش مخاطبان، ایجاد تعامل بیشتر و افزایش مشتریان	انتشار محتواهای ویژه که باید بیشتر دیده شوند	رسانه های عمومی



ویژگی های یک خبر رسمی



خبر رسمی یکی از بهترین ابزارهای روابط عمومی برای رسانه‌ای کردن برند است

- خبر رسمی محتوایی نوشته شده درباره سازمان است که به صورت مستقیم برای کاربران نگارش و در رسانه‌ها منتشر می‌شود.
- خبر رسمی رویدادی است که به تازگی اتفاق افتاده و یا قرار است در آینده به وقوع بپیوندد و رسانه‌ها از مدت‌ها قبل در مورد آن می‌نویسند.
- خبر رسمی تبلیغ نیست؛ صرفاً بار خبری و اطلاع‌رسانی دارد بدون هر گونه جهت‌گیری مثبت و منفی.
- خبر رسمی در برگیرنده زمان و مکان، اطلاعات تکمیلی و راه‌های ارتباطی با برندی است که منبع خبری محسوب می‌شود.
- اولین پاراگراف در خبر رسمی لیدان است که در برگیرنده اطلاعات کلی و چکیده‌ای از خبر است.
- زبان نگارش در خبر رسمی، ساده، روان و قابل فهم برای مخاطبان است.
- خبر رسمی با درج لینک سایت مربوطه، با مخاطبان تعامل برقرار کرده است.
- در خبر رسمی تگ‌های رسانه‌های اجتماعی درج می‌شود.
- خبر رسمی در سایت و حساب‌های کاربری رسانه‌های اجتماعی سازمان منتشر می‌شود.

تعامل با مطبوعات و رسانه‌ها.



خبر رسمی یکی از بهترین ابزارهای روابط عمومی برای رسانه‌ای کردن برند است

قبل از هرچیز باید به نیازهای خبرنگاران بیندیشید و اینکه خبر رسمی شرکت و سازمان تان چگونه می تواند نیاز خبرنگاران را برآورده کند. با ابزارهای آنالیز می توانید دید کلی نسبت به نیازهای خبرنگاران پیدا کنید به طور مثال با نرم افزار گوگل ترند می توانید ببینید خبرنگاران بیشتر در گوگل چه عبارتی را جستجو کرده اند یا به دنبال چه سوژه خبری بوده اند.

- خبرنگاران فعال در صنعت خود را بشناسید و با آنها ارتباط سازنده و تعاملی داشته باشید.
- بهترین زمان انتشار محتوا خبری در بین رسانهها را شناسایی کنید.
- راههای ارتباطی سریع و مناسب برای ارسال اخبار به رسانهها را به کار گیرید.
- نوع و هدف محتوای خود را بشناسید و به صورت هدفمند بین رسانههای مربوطه توزیع کنید.
- از خبرنگاران و رسانهها بازخورد دریافت کنید.



موارد زیر، برخی نیازهای محتوایی و خبری خبرنگاران هستند:

- اعلام برنامه‌ها و پروژه‌های جدید
- گزارش‌ها و مقالات جدید
- معرفی خدمات
- داستان‌های موفقیت مشتریان
- زمان‌های مهم صنعت و سازمان‌تان
- رویدادهای خاص



توسعه محتوا.



تولید، توزیع و ارزیابی محتوا برای بهبود فعالیت‌های روابط عمومی

- اخبار صنعت خود را رصد کنید و با استفاده از تولید محتوا در مورد خبری که زیاد جستجو می‌شود ترافیک آن را به سمت سایت خود هدایت کنید.

- پاسخ‌ها و نقل قول‌ها از مخاطبان را مرتباً دنبال کنید چرا که می‌توانید از آنها در داستان موفقیت‌تان به عنوان تستیمونیال (Testimonial) استفاده کنید.

- مردم ۷۵ درصد از اخبار و محتوا را از طریق ایمیل و رسانه‌های اجتماعی اشتراک گذاری می‌کنند

- محتوای خود را به طور مداوم در رسانه‌های اجتماعی منتشر کنید و از طریق ایمیل به دیگران ارسال کنید

- با استفاده از خبرنامه و به صورت گزارش فصلی و دیگر محتواهای مرتبط گزارشی از فعالیت‌های خود را به مخاطبان‌تان ارائه کنید



اخبار رسمی



آشنایی با خدمات آژانس رسانه «اخبار رسمی»

آژانس رسانه «اخبار رسمی» اولین آژانس توزیع محتوا در ایران است. سرویس‌های روابط عمومی آنلاین از طریق سامانه «اخبار رسمی» به شرکت‌ها، خبرنگاران و رسانه‌های گروهی ارائه می‌شود. اخبار رسمی کمک می‌کند شرکت‌ها ایده‌های خبری فعالیت خود را شناسایی و آن را براساس استانداردهای خبری نگارش کرده و سپس با استفاده از ابزارهای مختلف ارتباطی به دست رسانه‌های گروهی برسانند. اخبار رسمی به شرکت‌ها کمک می‌کند تا با روشی ساده و کاربردی بهتر در رسانه‌ها دیده شوند و ابزارهای روابط عمومی و مدیریت با رسانه خود را توسعه دهند. همچنین «اخبار رسمی» اولین آژانس رسانه در ایران است که اخبار دست اول موثق و مورد تایید شرکت‌ها را طبق استانداردهای خبرنگاری و رسانه‌ای در اختیار خبرنگاران قرار می‌دهد و به آنها کمک می‌کند خوراک خبری و محتوای بهتری را برای خوانندگان خود تهیه کنند.

مکانیزم انتشار خبر در «اخبار رسمی» به گونه‌ای است که خواننده می‌تواند مطمئن باشد مطالب آن کاملاً مورد تایید شرکت‌های ایرانی است و هیچ گونه دخل و تصرفی در آنها نشده است.

این مکانیزم همچنان به شرکت‌ها اجازه می‌دهد اخبار خود را به طور کامل و کنترل شده و بدون دخل و تصرف و یا واسطه‌ای به گوش مخاطب خود برسانند و مطمئن باشند که در انتشار یا بازنشر آن هیچ گونه تحریفی صورت

نخواهد گرفت. آنها همچنین امکاناتی همچون قرارگیری اطلاعات تماس، عکس، لینک و ویدئو در خبر را خواهند داشت. همچنین با انتشار خبر در پایگاه خبری «اخبار رسمی» آن خبر در گوگل نیوز نیز منتشر می‌شود و بدین ترتیب می‌تواند باعث ایجاد درگیری بیشتر خبر با مخاطبان و جذب مخاطب نیز شود.

مکانیزم سایت اخبار رسمی همچنین به خبرنگاران و فعالان رسانه، کارشناسان حوزه هر صنعت و علاقه‌مندان به بخش خاصی از صنعت اجازه می‌دهد به طور مداوم و فعال اخبار یک شرکت خاص یا یک حوزه ویژه صنعت و تجارت کشور را دنبال کنند و با شرکت‌های فعال در آن حوزه ارتباط دائمی داشته باشند.

خدمات اخبار رسمی شامل خدمات نگارش خبر، انتشار، توزیع در رسانه‌های آنلاین و آفلاین، ابزار مدیریت رسانه‌های اجتماعی و مانیتورینگ دائمی اخبار مرتبط به هر شرکت است. خدمات ارائه‌شده به خبرنگاران و رسانه‌ها از سوی آژانس رسانه اخبار ارائه می‌شود، شامل موارد زیر است:



- ۱- دفتر روابط عمومی
- ۲- نگارش خبر
- ۳- توزیع بین‌المللی خبر
- ۴- انتشار محتوا بر روی پایگاه خبری «اخبار رسمی»
- ۵- نمایش تمام اخبار در گوگل نیوز
- ۶- توزیع هدفمند اخبار بر اساس حوزه جغرافیایی
- ۷- توزیع هدفمند اخبار بر اساس حوزه خبری
- ۸- مشاهده لیست رسانه‌های هدف اخبار
- ۹- ویرایش و بهینه‌سازی پیشرفته محتوا
- ۱۰- امکان مدیریت چند کاربره حساب یک شرکت
- ۱۱- مدیریت روابط عمومی و محتوای چند شرکت از داخل یک حساب
- ۱۲- مانیتورینگ و پایش رسانه‌های آنلاین
- ۱۳- رونمایی از اتاق خبر ویژه خبرنگاران
- ۱۴- سفارشی‌سازی دریافت محتوا توسط خبرنگاران



اخبار رسمی



پایش رسانه ای لحظه ای
کسب و کار شما به همراه
گزارش بازخورد اخبار



انتشار تضمینی مطلب در
«گوگل نیوز»



انتشار در «پایگاه خبری
اخبار رسمی»، مرجع اخبار
موثق شرکت ها



توزیع هدفمند داخلی در
رسانه های تخصصی و در
منطقه مورد نظر



توزیع بین المللی مطلب در
۷۰۰ هزار رسانه با انتشار
تضمینی در یاهو و روبترز



ویرایش و بهینه سازی
مطالب شما

در مرکز توجه رسانه ها باشید

رایگان ثبت نام کنید



تهران، خیابان شریعتی، خیابان خواجه عبدالله
انصاری، خیابان هشتم، پلاک ۱۶، واحد ۱ شمالی

info@AkhbarRasmi.com

0 2 1 2 2 8 8 6 6 3 5 -3 8

www.AkhbarRasmi.com