

برگزاری چهارمین رویداد گراف دی

اکنون در چهارمین رویدادی گراف دی در حوزه روابط عمومی با بهره گیری از تجربه سال گذشته و ایجاد سازو کارهای جدید در اسفند ۱۴۰۰ برگزار شد و ضمن بررسی و ارزیابی مدیران ارشد سازمان در نظر دارد گروهی از کارشناسان و فعالان این حوزه را گرد هم آورد و زمینه‌ای را برای ایجاد ارتباط پایدار و عمیق میان آن‌ها فراهم کند. این رویداد مستقل، از دی‌ماه سال ۱۳۹۸ آغاز به کار کرده و تاکنون سه دوره از آن توسط متخصصان و فعالان حوزه روابط عمومی برگزار شده است.

به اشتراک‌گذاری و انتقال تجربه، به دست آوردن دانش و راهکارهای علمی برای به حداکثر رساندن فعالیت‌های ارتباطی، شبکه‌سازی برای تعامل هدفمند و مطلوب میان فعالان و دانشجویان، تلاش برای دستیابی به تفاهم و یکسان‌سازی ادبیات از مهم‌ترین اهدافی است که در گراف دی دنبال می‌شود.

شاخص های انتخاب مدیران برتر

۱- پاسخگویی، ارتباط و تعامل با رسانه ها در جهت اشاعه فرهنگ سازمان

در دسترس بودن مدیران جهت پاسخگویی به افکار عمومی و رسانه ها، میزان تعامل در برقراری ارتباطات موثر با خبرنگاران و اصحاب رسانه، شفافیت در ارائه گزارش عملکرد سازمانی و پرسش مخاطبان از معیارهای سنجش این بخش می باشد که بدون در نظر گرفتن عوامل انسانی و نقش افراد توانستیم ضمن تعریف پارامترهای سنجشی، امتیازات رسانه ها و خبرگزاری ها را نسبت به مدیران شهری اخذ نماییم.

این شاخص عملکردی بر میزان و نحوه حضور مدیران در برنامه های صدا و سیما بر اساس نوع خلاقیت فردی، روحیه ارتباطی و تلاش در جهت تشریح برنامه های ارایه شده در حوزه کاری شان بر اساس ماموریت های سازمانی و چگونگی حضور در بستر جامعه سنجیده شده است. در واقع ملاک سنجش تعداد دفعات حضور مدیران در صدا و سیمای ملی نبوده بلکه اثربخشی آن ها در جلب افکار عمومی نسبت به برنامه های سازمان بوده است.

۲- بررسی فعالیت در رسانه ها اجتماعی

یکی از فاکتورهای مهم شخصیت های تعاملی، میزان توجه آنها به ابزارهای جدید ارتباطی و بهره گیری از آنها می باشد. ایجاد صفحات کاربری شخصی در راستای گسترش و تقویت ارتباطات میان فردی، حذف واسطه در تعاملات و شنیدن مستقیم صدای مخاطبان، ترویج و اشاعه دستاوردهای سازمانی و ارتباط مستقیم با مشتریان به واسطه پاسخگویی صریح و شفاف می تواند تصویری از مدیری در تراز استاندارد جهانی را نمایش بگذارد که یقیناً سنجش میزان فعالیت آنان در شبکه های اجتماعی به عنوان یک گویه مورد بررسی اهمیت این ارزیابی را دو چندان کرده است.

۳- سنجش رضایتمندی از مشتریان

برای اینکار با رصد انواع رسانه ها و شبکه های مجازی به بررسی میزان انتقادات و شکواییه ها و نیز اعلام رضایتمندی مردمی از مدیران و سازمان های مورد نظرشان می پردازیم.

تا امتیاز این بخش به مدیرانی اختصاص یابد که کمترین نارضایتی در فضای رسانه ای دارند. یا اقداماتی اجرایی آنها در طی یکسال گذشته موجب کاهش میزان نقد ها و شکایت ها و افزایش سطح رضایتمندی شده است.

۴- خلاقیت و نوآوری در فعالیت ها

انجام فعالیت های خلاقانه و نوآورانه در حوزه مسولیت و وظایف تعریف شده یکی از مهمترین اقدامات مدیریتی است که سنجش میزان اثرگذاری آن اقدام در سطح ارتباطات سازمانی با جامعه و ایجاد رضایتمندی بیش از پیش، دارای اهمیت بسزایی می باشد. لذا احصا اقدامات و فعالیت های نوآورانه که منجر به اجرای شیوه های نوینی از طرح ها و برنامه ها گردیده است که موجب تقویت ارتباطات سازمانی و برون سازمانی گردیده مورد سنجش واقع شده است که در آن میزان رضایت ذینفعان نیز مورد نظر قرار گرفته است.

۵- درج یادداشت و گفت و گو در رسانه ها

درج یادداشت و برقراری گفتگو با رسانه های مکتوب و خبرگزاری ها می تواند به میزان دغدغه مندی مدیران در نوع مواجهه با مسایل حوزه مدیریت و لزوم پاسخگویی آنان به جامعه تاکید شود. اشاعه فرهنگ تعامل با جامعه از طریق رسانه ها و ارائه گزارش خدمات مجموعه از دریچه این ابزارهای ارتباطی در کنار بررسی ابعاد مختلف مسایل سازمان به صورت تئوری در قالب نکارش یادداشت از جمله ملاک های ارزیابی مدیران است.

۶- سوابق تدریس، انتشار مقاله، دریافت مدرک یا تقدیرنامه

یکی از معیار های ارزیابی در این رویداد سوابق تدریس در دانشگاه ها، موسسات و مراکز پژوهشی و آموزشی بوده است که مباحث حوزه روابط عمومی را نیز شامل می شود.

انتشار مقالات در نشریات و کنفرانس های معتبر علمی و بین المللی، دریافت مدرک، دیپلم افتخار و یا تقدیر نامه در زمینه روابط عمومی نیز از معیارهای کسب امتیاز در این شاخص بوده است.

اسامی برگزیده ها

سنجش رضایتمندی از مشتریان							
سوابق تدریس ، انتشار مقاله ، دریافت مدرک یا تقدیرنامه							
ارتباط موثر با سایر افراد سازمان و مشتریان							
درج یادداشت و گفت و گو در رسانه ها							
تقویت روحیه کار گروهی و مشارکت کارکنان							
خلاقیت و نوآوری در فعالیت ها							
بررسی فعالیت در رسانه ها اجتماعی							
پاسخگویی ، ارتباط و تعامل با رسانه ها در جهت اشاعه فرهنگ سازمان							
نام و نام خانوادگی							
نام سازمان							

پاسخگویی ، ارتباط و تعامل با رسانه ها در جهت اشاعه فرهنگ سازمان

شاخص حضور در رسانه و تعامل با آنان

نام مدیر	اخبار منتشره در صدا و سیما	انتقادی	اخبار منتشره در سایت	اخبار منتشره در مطبوعات	امتیاز

شاخص فعالیت در شبکه اجتماعی

امتیاز	اینستاگرام _ Instagram					تلگرام _ Telegram					نام مجراهای رسانه اجتماعی
	تعداد کل لایک	متوسط باز نشر	متوسط لایک	تعداد مطلب	دنبال کننده	تعداد کل لایک	متوسط باز نشر	متوسط لایک	تعداد مطلب	دنبال کننده	نام مدیر

امتیاز	فیسبوک _ Facebook					تویتر _ Twitter					نام مجراهای رسانه اجتماعی	
	تعداد کل لایک	میزان استفاده در ماه	استفاده از هشتگ	تعداد تگ	تعداد مطلب	دنبال کننده	تعداد کل لایک	میزان استفاده در روز	متوسط لایک	تعداد مطلب	دنبال کننده	نام مدیر

امتیاز	گوگل پلاس _ Google Plus					لینکدین _ LinkedIn				نام مجراهای رسانه اجتماعی	
	تعداد کل لایک	تعداد موعات مورد بررسی	تعداد تگ ها	تعداد مطلب	دنبال کننده	تعداد کل لایک	پست‌های بلاگ بازنشر	میزان استفاده در ماه	تعداد مطلب		دنبال کننده شرکتی

امتیاز	تگ					تگ					نام مجراهای رسانه اجتماعی داخلی	
	تعداد کل لایک	میزان استفاده در ماه	استفاده از هشتگ	تعداد تگ	تعداد مطلب	دنبال کننده	تعداد کل لایک	میزان استفاده در روز	متوسط لایک	تعداد مطلب		دنبال کننده

امتیاز	بده						سروش				نام مجراهای رسانه اجتماعی داخلی	
	تعداد کل لایک	میزان استفاده در ماه	استفاده از هشتگ	تعداد تگ	تعداد مطلب	دنبال کننده	تعداد کل لایک	میزان استفاده در روز	متوسط لایک	تعداد مطلب	دنبال کننده	نام مدیر

سنجش رضایتمندی از مشتریان

امتیاز	نحوه اقبال مشتری	رسیدگی به شکایات	نحوه اطلاع رسانی از خدمات	کیفیت پاسخگویی	تعداد پیام	نام مدیر

تقویت روحیه کار گروهی و مشارکت کارکنان

خلاقیت و نوآوری در فعالیت ها

نام مدیر	تشکیل گروه‌ها و کمیته‌های فنی در ارتباط با فعالیت‌های واحد تحت سرپرستی	دارا بودن روحیه مشارکت‌پذیری و مشارکت‌جویی	مشورت با همکاران در اخذ تصمیمات و فعالیت‌های واحد تحت سرپرستی	تفویض اختیار به کارکنان در خصوص فعالیت‌های واحد تحت سرپرستی	امتیاز

نام مدیر	ارائه شیوه‌های سهل‌الوصول برای رسیدن به اهداف سازمانی	اختراع، اکتشاف یا نوآوری جهت ارتقاء کارآیی سازمان	ارائه ایده و خلق کار ابتکاری در زمینه فعالیت‌های شغلی	ارائه راه‌ها و راه‌حل‌های گوناگون برای حل مشکلات شغلی	ارائه یک نقشه راه یا Road Map که ارتباطات دیده شده باشد	امتیاز
				ارائه راه‌ها و راه‌حل‌هایی که منجر به بهره‌وری سازمان می‌شود		

درج یادداشت و گفت و گو در رسانه‌ها

نام مدیر	یادداشت در روزنامه	یادداشت در خبرگزاری	یادداشت در رسانه تحلیلی	امتیاز

سوابق تدریس ، انتشار مقاله ، دریافت مدرک یا تقدیرنامه

نام مدیر	عضویت در سازمان ها و نهاد های علمی	مشارکت در فعالیت های مسنویت اجتماعی	تألیف و ترجمه کتاب	مشارکت در طرح های تحقیقاتی و مطالعاتی	دریافت لوح تقدیر و تشویق	ارایه ه مقاله در سمینارها علمی	امتیاز