## مدخل إلى استراتيجية المؤسسة: الاتصال كقوة محركة تُركز كل مؤسسة على بناء صورة ذهنية إيجابية لدي جمهورها، ويزداد تأثير هذه الصورة على فهم الجمهور وتعاقبه وتقديره للمؤسسة، مما يعزز سمعتها ومكانتها ويؤثر إيجاباً على منتجاتها وخدماتها. لتحقيق ذلك، تسعى المؤسسات إلى التواصل مع جمهورها بشكل فعال، وتعريفه بأهدافها وبرامجها وجهودها لتلبية احتياجاته. وتُعدّ "الاستراتيجية الاتصالية" من أهم أدوات التواصل، وتهدف إلى توجيه جهود المؤسسة لتحقيق أهدافها العامة. وتتزايد أهمية الاستراتيجية الاتصالية في ظل التنافس المتزايد على المستوى المحلي والدولي، و اتساع أنشطة المؤسسات. ## مفهوم الاستراتيجية مصطلح "استراتيجية" مُشتق من اليونانية "؟؟؟؟؟α؟؟؟" (استراتيجوس) وتعني "القائد". وقد استخدم المصطلح في البداية في المجال العسكري لوصف فن قيادة الحروب وإدارة المعارك، ثم امتد لاستخدامات أخرى في مجالات الأعمال والإدارة والسياسة، ليصبح مفهوماً شاملاً يشمل كيفية تحقيق الأهداف طويلة الأمد من خلال التخطيط والتنفيذ المدروس. ## مفهوم الاستراتيجية الاتصالية تُعرف الاستراتيجية الاتصالية بأنها مجموعة من الإجراءات المتتالية والمتناسقة التي تضعها المؤسسة لتحقيق أهدافها الاتصالية المُحددة مسبقاً. وتُساعد الاستراتيجية الاتصالية على إدارة الأزمات والتغيرات التي قد تواجهها المؤسسة، وهي تعتمد على المعلومات والتخطيط الفعال لضمان فعالية التواصل. ## أهمية الاستراتيجيات الاتصالية تُعتبر الاستراتيجيات الاتصالية ضرورية لتغطية العجز الذي لم يستطع الاتصال التقليدي تحقيقه، وتساعد على إدارة الأزمات، ومواجهة التحديات التي قد تواجهها المؤسسات في مختلف المجالات. ## مسؤولية الإعداد تمر استراتيجية الاتصال بمراحل متعددة تبدأ بتحديد الأهداف الاتصالية، والتي تُقسم إلى أهداف عامة وخاصة. وتُتبع ذلك بـ "تحليل الوضع الحالي"، والذي يشمل تحديد نوع المؤسسة وموضوع الاستراتيجية الاستراتيجية، و تحديد الجمهور المستهدف وتكييف الرسالة له. وتتضمن الاستراتيجية اختيار وسائط وروابط الاتصال الملائمة للجمهور المستهدف، والتي تُعدّ من أهم عوامل نجاح الاستراتيجية.

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي