

Logo	Plan de communication				
CIBLE	TYPE DE MESSAGE	SUPPORT	FREQUENCE	RESP.	COMMENTAIRES
Direction Générale, Direction Business Unit, Direction Site	- Justification de l'avancement - Justification des investissements - Utilisation des ressources - Résultats intermédiaires	Rapport envoyé 2 jours ouvrés avant la réunion du Comité de Direction	Toutes les 2 semaines	Champion	
Equipe projet	- Tâches à réaliser - Soutien obtenu de la Direction - Résultats obtenus	Espace des fichiers partagés	Quotidien (au fur et à mesure des mises à jour)	Chef de Projet (GB/BB)	
Equipe(s) autre(s) projet(s) Lean Six Sigma	- Avancement - Difficultés - Partage des ressources communes	Réunion Excellence Opérationnelle	Tous les 2 mois	Champion / MBB	
Encadrement	- Justification de l'avancement - Utilisation des ressources - Résultats intermédiaires	Document envoyé par "mail"	Toutes les 2 semaines	Chef de Projet (GB/BB)	
Contremaîtres & Chefs d'Ateliers	- Justification de l'avancement - Utilisation des ressources - Résultats intermédiaires	- Affichage - Présence ponctuelle aux réunions opérationnelles	Mise à jour hebdomadaire du tableau	Chef de Projet (GB/BB)	
Tout le personnel	- Explication du projet - Planning - Résultats obtenus	- Affichage / Ecran à l'entrée du personnel - Dépliant	- Mise à jour hebdomadaire de l'affichage - Dépliant diffusé en fin de phase Définir	Chef de Projet (GB/BB)	

خطوات كتابة خطة الاتصال الاستراتيجي

الاتصال الاستراتيجي " هو التخطيط الممنهج والتحقق من تنفق المعلومات، والاتصالات، وتطوير وسائل الإعلام، ورعاية الصورة الذهنية على المدى البعيد. وتهدف إلى نقل الرسالة المدروسة من خلال وسائل الإعلام الأكثر ملاءمة للجمهور المستهدف في الوقت المناسب لتسهم في تحقيق التأثير المطلوب على المدى الطويل. فعنلية إدارة الاتصال الاستراتيجي تحقق ثلاثة عوامل مهمة: الرسالة، والقدرة الإعلامية، والجمهور

بيان الهدف

لماذا تطور استراتيجية الاتصال
وما الهدف الذي نسعى لتحقيقه وبفضل
صياغة أهداف عامة وذكية

1

دراسة الوضع الحالي

لفهم الوضع الحالي لمؤسستك ينصح باستخدام
أداة "سوات" لتحليل (نقاط القوة والضعف،
والفرص، والتهديدات، وتحليل المنافسين

2

تنسيق الأهداف

ينبغي أن تكون أهداف واستراتيجية الاتصال
متناسقة مع الأهداف والرؤية العامة للمؤسسة

3

تحديد الجمهور

تحديد الجمهور الداخلي والخارجي
وأصحاب المصلحة وإعطاء وصف لاهتمام
الجمهور ورغباته وقناته وحالته الاجتماعية
والتعليمية

4

صياغة الرسالة

أن تكون صياغة الرسالة بسيطة وغير
معقدة وذات صلة وموجهة إلى الجمهور
المتنوع

5

تحديد قنوات الاتصال

تحديد القنوات الإعلامية الأكثر ملائمة
للجمهور المستهدف وفهم خصائصها
المختلفة

6

تحديد أنشطة الاتصال

تحديد أنشطة الاتصال، والموارد المخصصة،
والمبادرات وخطة العمل للوصول نحو الأهداف

7

قياس الأداء والمراجعة

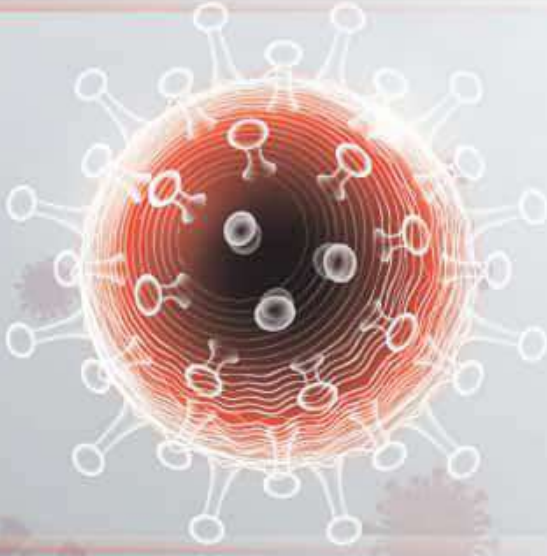
تحديد مؤشرات الأداء، وكيف يبدو نجاح
استراتيجية، وتقييم ومراجعة استراتيجية
الاتصال

8

يحتاج المخططون لاستراتيجية الاتصال دمج استراتيجيات الاتصال الداخلي والخارجي، والرقمي، وخطة أزمة
الاتصال مع مراعاة الحفاظ على الهوية وإدارة السمعة

نموذج خطة اتصالات شاملة

تقيم النتائج/ ملاحظات	المسؤول عن الاتصال	تكلفة تقديرية	متى وأين ستتواصل معهم	ما هي الادوات التي ستستخدمها	ما هي رسالتك لهم	الهدف من الاتصال	من هي الفئات المستهدفة
							الفئات الرئيسية - -
							الفئات الثانوية - -



دليل خطط الاتصال الفاعلة للتعامل مع تداعيات أزمة "كورونا المستجد"

7 خطوات رئيسية

- الحضور الفاعل للرئيس التنفيذي بين زملائه الموظفين
- التواصل المستمر يضم فئات متنوعة من أصحاب المصلحة.
- التواصل الموثوق
- إنشاء اتصال ثنائي الأطراف مع الموظفين.
- توضيح سياسات الشركة
- تقدير جهود الموظفين
- الاستمرار في التخطيط للمرحلة القادمة

قنوات الاتصال الداخلي

- الرسائل الإلكترونية
- مدونة الرئيس التنفيذي
- تقنيات مؤتمرات الفيديو المرئية
- النشرة الداخلية للموظفين.

أدوات قياس معنويات الموظفين

- الاستطلاعات العشوائية.
- تعليقاتهم في حسابات المؤسسة الاجتماعية أو مدونة المؤسسة.
- الاتصال المباشر بهم.

منهجية أفكار في الاتصال الاستراتيجي

المرحلة الثالثة - عناصر تقييم الاتصال الداخلي والخارجي ووظائفه

الاتصال المؤسسي

وظيفة إدارية توفر إطارا للتمثيل الفعال لجميع الاتصالات الداخلية والخارجية وبناء السمعة المؤسسية والحفاظ عليها مع أصحاب المصلحة والجمهور

