



ایجاد بانک جامع مخاطبان آستان قدس رضوی

طرح بانک جامع مخاطبان آستان قدس رضوی به دنبال ایجاد پایگاه اطلاعاتی یکپارچه و گسترده است که تمام تعاملات و ارتباطات بین مخاطبان و آستان قدس را در بر گرفته و تسهیل و بهبود می دهد. هدف اصلی این طرح، شناسایی و طبقه بندی دقیق مخاطبان مختلف - اعم از زائران، مجاوران و عموم مردم - و ایجاد سازوکارهایی برای ارتباط دو سویه و مؤثر با آن هاست. ایجاد این بانک جامع به سازمان کمک می کند تا با استفاده از روش های تحلیل داده و روند کاوی درک عمیق تری از مخاطبانش داشته باشد و خدمات، ارتباطات و برنامه های خود را بر اساس نیازها و علایق ایشان شخصی سازی کند. در واقع، این طرح به عنوان ابزاری استراتژیک و پیشروانی مؤثر برای بهبود تعاملات با مخاطبان و ارتقای بهره وری بخش های مختلف آستان قدس طراحی شده است.

ایجاد بانک جامع مخاطبان چندین مزیت مهم دارد، از آن جمله می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱- بهبود ارتباطات هدفمند: ایجاد بانک جامع مخاطبان به آستان قدس امکان می دهد تا بر اساس نیازها، اولویت ها و ویژگی های مختلف گروه های مخاطبان، ارتباطات و خدمات خود را بهینه کند.

۲- جمعیت داده های پراکنده در بانک های اطلاعاتی: ایجاد بانک جامع با یکپارچه سازی داده ها، از پراکندگی و تداخل اطلاعات بین بخش های مختلف جلوگیری می کند، امکان دسترسی به خرده داده های پراکنده را برای بخش های مختلف فراهم می آورد و در نهایت می تواند به ایجاد هویت واحد برای هریک از مخاطبان آستان قدس رضوی منتج شود.

۳- افزایش اثربخشی برنامه های اجرایی: بانک جامع به آستان قدس کمک می کند تا از داده های جمع آوری شده برای بهبود تصمیم گیری ها و ارتقا اثر بخشی اقدامات و بهره وری در بخش های مختلف استفاده کند.

۴- بهبود تجربه کاربری: با ارائه خدمات و تعاملات شخصی سازی شده، تجربه بهتری برای کاربران و مخاطبان در عرصه های مختلف ارائه خدمت ایجاد می شود که در نتیجه منجر به افزایش رضایت آنان خواهد شد.

ایجاد بانک جامع مخاطبان آستان قدس رضوی به عنوان بخشی از یک برنامه توسعه ای پیش رو، به جمع آوری و تحلیل داده های مربوط به مخاطبان از بسترهای مختلف ارتباطی، ایجاد بستری امن برای مدیریت داده ها، و ارائه خدمات جدید و نوآورانه به مخاطبان آستان قدس پرداخته و می تواند زمینه ساز تحولات اساسی در نحوه تعامل آستان قدس با مخاطبان باشد و به عنوان بستری پایدار و منعطف برای مدیریت روابط و اطلاعات مخاطبان به کار رود.



قدس رضوی می تواند نیازها و علایق مخاطبان خود را بهتر بشناسد و محتواهای خود را متناسب با نیاز و با توجه به ذائقه ایشان تولید نماید. همچنین ایجاد فضایی برای تبادل نظر و گفتگو پیرامون مسائل، می تواند به رفع شبهات و افزایش سطح آگاهی مخاطبان نسبت به فعالیت ها و اقدامات سازمان کمک کرد. در توسعه تلویزیون اینترنتی آستان قدس رضوی، افزوده شدن برنامه های تعاملی، نظرسنجی ها، بخش های گفتگو و کمپین هانیز در نظر گرفته شده اند تا به ارتقای کیفیت تعامل مخاطبان کمک کنند.

در کنار دریافت حمایت های مالی سازمانی، الگوی درآمدی طراحی شده برای این رسانه بر سه محور اصلی ذیل استوار است:

ارائه اشتراک، ارائه اشتراک های ماهانه یا سالانه به کاربران برای دسترسی به محتوای اختصاصی.

دریافت تبلیغات، نمایش تبلیغات مرتبط با آستان قدس رضوی و سایر سازمان ها و نهادها

جلب مشارکت های مردمی، جلب حمایت مالی از خیرین و سازمان های دولتی و خصوصی