

نقش مهم روابط عمومی در تولید و توزیع

یکی از ارکان مهم تولید و توزیع محصول در قرارگاه تحول در اطلاع رسانی خدمات آستان قدس رضوی، روابط عمومی سازمانها و موسسات وابسته به این آستان مقدس می باشد که به دلیل اشراف اطلاعاتی و حضور در مجموعه ها می توانند نقش مهمی در فرآیند اطلاع رسانی و تولید محصولات متناسب با نیاز مخاطبان و سازمان های تابعه داشته باشند. سازمان های مختلف به دلیل عملکرد و نوع مدیریت اعمال شده دارای نقاط ضعف و قدرت هستند که موارد در جلسات داخلی سازمان مورد واکاوی قرار گرفته و در گزارش های داخلی به منظور اصلاح فرایندها به اطلاع مدیران بخش های برنامه ریزی و عملیاتی می رسد و در این مسیر مسئولان روابط عمومی ها می توانند با مطالعه دقیق گزارش ها و استخراج نقاط ضعف و قوت، سوژه های متناسب را استخراج کرده و برای تولید محصول به قرارگاه اعلام کنند.

همچنین به دلیل وجود بانک اطلاعاتی از مخاطبان خاص و وجود درگاه های ارتباطی متنوع، روابط عمومی ها می توانند نقش مهمی در توزیع محتوا داشته باشند.

توزیع گسترده محصولات قرارگاه

یکی از موضوعات مهم در حوزه اطلاع رسانی رساندن پیام به مخاطب در زمان مناسب است که برخی اوقات با وجود تولید محتوای با کیفیت و اثرگذار، به دلیل عدم توزیع مناسب، بازخورد لازم از محتوای مورد نظر گرفته نشده و اطلاع رسانی عملاً شکست می خورد. برای رفع این مشکل در قرارگاه تحول در اطلاع رسانی خدمات آستان قدس رضوی علاوه بر حساسیت در تولید محتوا، به توزیع محتوا و رساندن آن به مخاطبان نیز توجه شده است. مشخص شدن برنامه و مسئولیت ها در توزیع، توجه به زمان مناسب در توزیع محصولات رسانه ای، اولویت دهی به توزیع محصولات قرارگاه نسبت سایر محصولات جاری و مناسبتی، طراحی الگو برای توزیع زمانی پروژه ها و هماهنگی با ستادها و واحدهای تابعه برای توزیع محتوا در بسترهای مختلف از جمله تدابیر در نظر گرفته شده برای توزیع محتوا در میان مخاطبان است.

نظارت و گزارش پروژه ها

اقدامات قرارگاه تحول در اطلاع رسانی خدمات آستان قدس رضوی تنها به حوزه تولید و توزیع پیام خلاصه نشده است و به صورت مستمر گزارش اقدامات و بازخوردها تهیه شده و در جلسات مشورتی به منظور رفع نقاط ضعف و افزایش نقاط قوت مورد بحث و تبادل نظر قرار می گیرد. نظارت مستمر و تنظیم جداول چک لیست به تفکیک بخش تولید و توزیع به همراه تحلیلی از دلایل موفقیت یا عدم موفقیت پروژه ها، ارائه گزارش پروژه های هفته های اطلاع رسانی به صورت هفتگی و گزارش پروژه های محوری به صورت ماهانه، سنجش اثربخشی برخی از پروژه ها شامل بررسی وضعیت، واکنش و تأثیرگذاری، ارائه گزارش های پروژه های هفته های اطلاع رسانی به ستادها و واحدهای مرتبط و مستندسازی و تهیه آرشیو محصولات از جمله اقدامات قرارگاه در این حوزه است.



اثر بخشی تولیدات رسانه ای

بر اساس سنجش های صورت گرفته تا کنون مجموعه اقدامات انجام شده در قرارگاه تحول در اطلاع رسانی خدمات آستان قدس رضوی توانسته است ضمن اصلاح فرایندها، افزایش بهره وری و اثرگذاری بیشتر را به دنبال داشته و هماهنگی بین بخش های مختلف در حوزه اطلاع رسانی را ایجاد کند. موضوعی که نتیجه آن تولید محتوای با کیفیت رسانه ای متناسب با نیاز مخاطب بوده و توانسته خلأ های حوزه اطلاع رسانی را پر کند.