

جمعه 15 خرداد 1405 - 19:27

در همایش «روایت خدمت» تأکید شد؛

روابط عمومی‌های بخش خصوصی حلقه اتصال مؤثر میان مردم و بازار هستند

مدیر روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز در همایش «روایت خدمت» با تأکید بر نقش راهبردی روابط عمومی‌های بخش خصوصی در افزایش اعتماد عمومی و تقویت ارتباط مؤثر با مردم و بازار، گفت: در شرایطی که جامعه بیش از هر زمان دیگری به روایت‌های معتبر نیاز دارد، روابط عمومی‌ها می‌توانند به عنوان بازوی ارتباطی بنگاه‌های اقتصادی، نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه کسب‌وکارها ایفا کنند.

ساسان نیک رفتار خیابانی، ر مدیر روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، در همایش «روایت خدمت» با اشاره به اهمیت جایگاه روابط عمومی در بنگاه های اقتصادی اظهار کرد: روابط عمومی های بخش خصوصی می توانند نقش مهمی در برقراری ارتباط مؤثر میان مردم، بازار و فعالان اقتصادی داشته باشند و به افزایش اعتماد عمومی نسبت به فعالیت های اقتصادی کمک کنند.

وی با اشاره به نتایج بررسی انجام شده از واحدهای عضو اتاق بازرگانی تبریز افزود: بیش از ۸۰ درصد بنگاه های صنعتی، بازرگانی و خدماتی استان فاقد واحد روابط عمومی مستقل هستند؛ موضوعی که می تواند بر کیفیت ارتباطات سازمانی و تعامل مؤثر با مخاطبان تأثیر منفی بگذارد.

نیک رفتار با بیان اینکه روابط عمومی یکی از ارکان مهم مدیریت نوین کسب وکار است، خاطرنشان کرد: بسیاری از واحدهایی که دارای روابط عمومی هستند نیز از بودجه مستقل برخوردار نیستند و در شرایط اقتصادی دشوار، این بخش در اولویت تعدیل نیرو قرار می گیرد؛ در حالی که حفظ و تقویت ارتباطات سازمانی یکی از الزامات پایداری کسب وکارها محسوب می شود.

رئیس شورای راهبری روابط عمومی های بخش خصوصی همچنین به نقش فناوری های نوین در ارتقای عملکرد روابط عمومی ها اشاره کرد و گفت: هوش مصنوعی می تواند به عنوان ابزاری کارآمد در تسهیل و تسریع فرآیند تولید محتوا و مدیریت ارتباطات مورد استفاده قرار گیرد و به افزایش بهره وری فعالان این حوزه کمک کند.

وی افزود: براساس نتایج این نظرسنجی، بیش از ۵۵ درصد فعالان روابط عمومی با ابزارهای نوین و فناوری های مبتنی بر هوش مصنوعی آشنایی دارند، اما بهره گیری مؤثر از این ظرفیت ها نیازمند حمایت و باور مدیران ارشد سازمان هاست.

نیک رفتار تقویت بخش خصوصی را یکی از عوامل مؤثر در افزایش سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی دانست و تأکید کرد: در فضای رقابتی امروز، روابط عمومی های بخش خصوصی با روایت گری حرفه ای، شفافیت و تعامل سازنده با مخاطبان می توانند زمینه ساز ارتباطی پایدار و مؤثر میان بنگاه های اقتصادی و جامعه باشند.

وی همچنین به برنامه های شورای راهبری روابط عمومی های بخش خصوصی ذیل اتاق بازرگانی تبریز اشاره کرد و گفت: ایجاد بانک اطلاعاتی وضعیت روابط عمومی بنگاه ها، تدوین چارت استاندارد روابط عمومی، توانمندسازی فعالان این حوزه با محوریت سواد رسانه ای و هوش مصنوعی و حمایت از مدیران روابط عمومی از جمله اهداف این شورا است.

رئیس انجمن روابط عمومی آذربایجان شرقی در پایان از مدیران بنگاه های اقتصادی خواست با توجه به اهمیت مدیریت ارتباطات، نسبت به ایجاد یا تقویت ساختار روابط عمومی در سازمان های خود اقدام کرده و از ظرفیت این حوزه در ارتقای اعتبار و توسعه کسب وکار بهره مند شوند.