



كلية الآداب

قسم الإعلام

محاضرات مقرر ..
مادة اعلامية بلغة أوروبية
الفرقة الثانية – شعبة العلاقات العامة

اعداد..

د. نها عبد المعطى

Mass communication lecture

Common PR Tools and Techniques..

Creation and maintenance of a good public reputation is a complex and ongoing process. Without an effective PR, it is very difficult to reach the attention of the target audience and much less to influence their opinion and decisions. But when the relationship with the target group is finally established, it needs to be maintained in order to keep it on a high level. The process works similar to the interpersonal relationships. When two people lose contact, they pretty much disappear from each other lives no matter how close they used to be. And the same happens with the target audience if the established relationship is not maintained.

أدوات وتقنيات ووسائل العلاقات العامة ..

إن إنشاء سمعة عامة جيدة والحفاظ عليها عملية معقدة ومستمرة. بدون علاقات عامة فعالة ، من الصعب جدًا الوصول إلى انتباه الجمهور المستهدف وأقل من ذلك التأثير على رأيهم وقراراتهم. ولكن عندما يتم إقامة العلاقة مع المجموعة المستهدفة أخيرًا ، يجب الحفاظ عليها من أجل إبقائها على مستوى عالٍ. تعمل العملية بشكل مماثل للعلاقات الشخصية. عندما يفقد شخصان الاتصال ، يختفيان من حياة بعضهما البعض بغض النظر عن مدى قربهما. ويحدث الشيء نفسه مع الجمهور المستهدف إذا لم يتم الحفاظ على العلاقة القائمة.

In order to build a relationship with the target audience and maintain it on a high level, PR specialists use a variety of tools and techniques. Some of the most common ones include:

من أجل بناء علاقة مع الجمهور المستهدف والحفاظ عليه على مستوى عالٍ ، يستخدم متخصصو العلاقات العامة مجموعة متنوعة من الأدوات والتقنيات. تشمل بعض الأنواع الأكثر شيوعًا ما يلي:

Attendance at public events.

In order to attract public attention and keep it engaged with a particular organization or an individual, PR specialists take an advantage of every public event and the opportunity to speak publicly. This enables them to directly reach the public attending the event and indirectly, a much larger audience.

حضور المناسبات (الاحداث) العامة.
من أجل جذب انتباه الجمهور والحفاظ على مشاركته مع منظمة معينة أو فرد ، يستفيد أخصائيو العلاقات العامة من كل حدث عام وفرصة للتحدث علنًا. وهذا يتيح لهم الوصول مباشرة إلى الجمهور الذي يحضر الحدث وبشكل غير مباشر إلى جمهور أكبر بكثير.

Press releases.

Information that is communicated as a part of the regular TV or/and radio program, newspapers, magazines and other types of mainstream media achieves a much bigger impact than advertisements.

This is due to the fact that most people consider such information more trustworthy and meaningful than paid adds. Press release is therefore one of the oldest and most effective PR tools.

البيانات الصحفية

المعلومات التي يتم توصيلها كجزء من البرامج التلفزيونية و / أو الإذاعية العادية والصحف والمجلات وأنواع أخرى من وسائل الإعلام الرئيسية تحقق تأثيرًا أكبر بكثير من الإعلانات. هذا يرجع إلى حقيقة أن معظم الناس يعتبرون هذه المعلومات أكثر موثوقية وذات مغزى من الاعلانات المدفوعة. وبالتالي ، يعد البيان الصحفي أحد أقدم أدوات العلاقات العامة وأكثرها فعالية. .

- Newsletters

Sending newsletters – relevant information about the organization or/and its products/services - directly to the target audience is also a common method to create and maintain a strong relationship with the public.

Newsletters are also a common marketing strategy but PR specialists use it to share news and general information that may be of interest to the target audience rather than merely promoting products/services.

النشرات والرسائل الإخبارية

يعد إرسال الرسائل الإخبارية - المعلومات ذات الصلة بالمؤسسة أو منتجاتها / خدماتها - مباشرةً إلى الجمهور المستهدف طريقة شائعة أيضًا لإنشاء علاقة قوية مع الجمهور والحفاظ عليها. الرسائل الإخبارية هي أيضًا استراتيجية تسويق شائعة ، لكن اختصاصي العلاقات العامة يستخدمونها لمشاركة الأخبار والمعلومات العامة التي قد تهم الجمهور المستهدف بدلاً من مجرد الترويج للمنتجات / الخدمات.

-Blogging.

To reach the online audience, PR specialists use the digital forms of press releases and newsletters but they also use a variety of other tools such as blogging and recently, microblogging. It allows them to create and maintain a relationship with the target audience as well as establish a two-way communication.

المدونات.

ل للوصول إلى الجمهور عبر الإنترنت ، يستخدم متخصصو العلاقات العامة الأشكال الرقمية للنشرات الصحفية والرسائل الإخبارية ، لكنهم يستخدمون أيضًا مجموعة متنوعة من الأدوات الأخرى مثل المدونات والمدونات الصغيرة مؤخرًا. يسمح لهم بإنشاء والحفاظ على علاقة مع الجمهور المستهدف وكذلك إنشاء اتصال ثنائي الاتجاه.

- Social media marketing.

Like its name suggests, it is used primarily by the marketing industry. Social media networks, however, are also utilized by a growing number of PR specialists to establish a direct communication with the public, consumers, investors and other target groups.

تسويق وسائل الاعلام الاجتماعية.
كما يوجي اسمه ، يتم استخدامه في المقام الأول من قبل صناعة التسويق. ومع ذلك ، يتم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أيضًا من قبل عدد متزايد من المتخصصين في العلاقات العامة لإقامة اتصال مباشر مع الجمهور والمستهلكين والمستثمرين والمجموعات المستهدفة الأخرى

The more important public relations tools.

أهم أدوات ووسائل العلاقات العامة.

-News

PR professionals find or create favorable news about the company and its products or people. Sometimes news stories occur naturally. At other times, the PR person can suggest events or activities that would create news.

أخبار

يجد متخصصو العلاقات العامة أو ينشئون أخبارًا مواتية عن الشركة ومنتجاتها أو موظفيها. في بعض الأحيان تحدث القصص الإخبارية بشكل طبيعي. في أوقات أخرى ، يمكن للشخص المسؤول عن العلاقات العامة اقتراح أحداث أو أنشطة من شأنها أن تخلق أخبارًا.

-Speeches

Speeches create product and company publicity. Increasingly, company executives must field questions from the media or give talks at trade

associations or sales meetings. These events can either build or hurt the company's image.

الخطب والمحاضرات

الخطب تخلق الدعاية للمنتج والشركة. على نحو متزايد ، يجب على المديرين التنفيذيين في الشركة توجيه أسئلة من وسائل الإعلام أو إجراء محادثات في الجمعيات التجارية أو اجتماعات المبيعات. يمكن لهذه الأحداث بناء صورة الشركة أو الإضرار بها.

Special Events

These range from news conferences, press tours, grand openings and firework shows to laser shows, hot air balloon releases, multimedia presentations, and star-studded spectacles that will reach and interest target publics.

أحداث خاصة

وتتراوح هذه من المؤتمرات الصحفية والجولات الصحفية والافتتاحات الكبرى وعروض الألعاب النارية إلى عروض الليزر وإصدارات منطاد الهواء الساخن وعروض الوسائط المتعددة **والعروض المرصعة بالنجوم** التي ستصل إلى الجمهور المستهدف وتثير اهتمامه.

Written materials

These materials include annual reports, brochures, articles and company newsletters and magazines.

المواد المكتوبة

وتشمل هذه المواد التقارير السنوية والكتيبات والمقالات والنشرات الإخبارية والمجلات الخاصة بالشركات.

☐ Audio-visual materials.

Companies increasingly use films, videos, slide shows, audio-cassettes for communication and PR purposes.

المواد السمعية والبصرية.

تستخدم الشركات بشكل متزايد الأفلام ومقاطع الفيديو وعروض الشرائح والأشرطة الصوتية لأغراض الاتصال والعلاقات العامة.

Corporate-identity materials

Logos, stationery, brochures, signs, business forms, business cards, buildings, uniforms and even company cars and trucks make effective marketing tools when they are attractive, distinctive and memorable

مواد هوية الشركة

الشعارات والأدوات المكتبية والكتيبات واللافتات ونماذج الأعمال وبطاقات العمل والمباني والزي المدرسي وحتى سيارات الشركة والشاحنات تشكل أدوات تسويق فعالة عندما تكون جذابة ومميزة ولا تنسى.