



تحديات العلاقات العامة الرقمية

التواصل الفعال صفة مشتركة بين
القادة العظماء

W7 WORLDWIDE

Level 6, Office 145 | Al-Faisaliyah Business Building |

P.O. Box 2064, 23442 | Jeddah KSA

T: +966 12 661 4579 | W: www.w7worldwide.com

Follow us on [LinkedIn](#) | [Twitter](#)

ملخص تنفيذي



غيّرت التكنولوجيا وجه الحياة في العالم، وحولت شبكة الإنترنت كوكب الأرض إلى قرية عالمية صغيرة، كما انعكس تأثير الشبكة على مظاهر الحياة المعاصرة في شتى مجالاتها، ومستوياتها، من أعمال، وتعليم، ووظائف، وغيرها، وبات كثيرون يعتقدون أنهم لا يستطيعون الحياة بدون الإنترنت.

نشأ الإنترنت في ستينيات القرن الماضي، في وحدات الجيش الأمريكي، إلا أن تأثيره بدأ في التعاضم خلال التسعينيات، وصار الإنترنت العنوان الأبرز في تكنولوجيا المعلومات، واكتسحت ثورة الإنترنت مجالات الحياة، والتواصل، وكانت هناك مظاهر متعددة لهذه الثورة تمثلت في الصحافة الإلكترونية من خلال المواقع العلمية، والاقتصادية، والإخبارية، والاجتماعية، كما تعددت وسائل التواصل الاجتماعي، وظهرت المدونات، مع الانتشار المذهل لليوتيوب، وسهولة الاتصال بالإنترنت عبر الهواتف الذكية، وانتشار المحتوى الرقمي.

وقاد هذا الاستخدام الواسع للإنترنت خلال العقد الأخير من القرن الماضي إلى الثورة الرقمية تدريجيًا؛ مما أتاح مشاركة طوفان من المعلومات مع الأشخاص في جميع أنحاء العالم، حيث أنتج التحول الرقمي والتطور التكنولوجي الهائل واقعًا جديدًا.

الجائحة والثورة الرقمية



كانت جائحة "كوفيد-19" عاملاً محورياً في تسريع الثورة الرقمية، فوفقاً لتقرير شركة مكينزي McKinsey فإن التحول الرقمي في 8 أسابيع خلال الجائحة يساوي ما حدث في 5 سنوات قبلها، كما دفع هذا التحول السريع البلدان، وكذلك العلامات التجارية لإعادة تقييم استراتيجيات التسويق والعلاقات العامة.

وفي المملكة العربية السعودية، كان لرؤية المملكة 2030 ثم الجائحة دور كبير في دفع مسيرة التحول الرقمي، حيث أصبحت المملكة أكثر استجابة ومواكبة للمتغيرات الاقتصادية، والاجتماعية، والتقنية، وسرعت خطواتها في عصر الاقتصاد الرقمي، وكانت من الدول الرائدة التي أدركت ضخامة هذا التحول، وأنشأت لجنة الإعلام الرقمي؛ لتفعيل الإعلام الرقمي لتطوير قطاع الأعمال، والاستفادة من الخبراء الإعلاميين.



المحتوى الرقمي في أرقام



169
مليار دقيقة

وعلى المستوى العالمي تشكل مقاطع الفيديو 79٪ من حركة الإنترنت العالمية، كما تضاعفت مشاهدات الفيديو بالشرق الأوسط وأفريقيا ثمانية مرات، وتشير التقديرات إلى أن المنطقة قد أنشأت 169 مليار دقيقة من محتوى الفيديو كل شهر بنهاية عام 2020.



175
مليون دولار

وحققت مقاطع الفيديو إيرادات بقيمة 175 مليون دولار محلياً، ومن المتوقع نموها إلى 262 مليون دولار في عام 2025.



1.2 مليار
ريال سعودي

يرجح أن يصل معدل الاستثمار في مقاطع الفيديو بالمملكة إلى 1.2 مليار ريال سعودي.



5.3
مليار دولار

يتوقع أن يصل نمو سوق المحتوى الرقمي في المملكة بحلول عام 2030 ما بين 16 و20 مليار ريال سعودي (5.3 مليار دولار).



علاقات عامة رقمية

مع الانتقال إلى عالم رقمي، حدث تحول جذري بجميع القطاعات، وظهرت الحاجة إلى إجراء مراجعة لهذا التطور على قطاع العلاقات العامة، وإعادة النظر في استراتيجياته، وتحدياته، وكيف يساهم في تحقيق مستهدفات رؤية 2030 وفق المعطيات الجديدة.

ورغم تأثير الثورة الرقمية على جميع القطاعات، إلا أن مجال العلاقات العامة يعد واحداً من المجالات القليلة الأقل تأثراً بهذا التحول، وربما استفاد منه، على الرغم من وجود تحديات جديدة يجب مواجهتها، في مقدمتها: وسائل الإعلام التقليدية - العمود الفقري للعلاقات العامة - التي بدأت تتلاشى بسرعة مفسحة المجال للإنترنت والمنصات الرقمية للأخبار، والمعلومات العامة.

وأدركت وكالات العلاقات العامة سريعاً أن العالم الرقمي الجديد وجد ليبقى طويلاً، وربما لعقود، وواكبت هذا العالم الرقمي سريعاً؛ من خلال وضع استراتيجيات فعّالة، وذكية تلبي احتياجات العملاء، والجماهير التي لا يمكن الوصول إليها عبر الطرق التقليدية، وخاصة المطبوعات مثل: الصحف، والمجلات، وقنوات البث التقليدية مثل: التلفزيون، والراديو، كما بدأت تستهدف جماهير محددة عبر الوسائط الجديدة من خلال الإنترنت، وتحولت تدريجياً إلى العلاقات العامة الرقمية.

من المهم أن يظل قطاع العلاقات العامة متيقظاً دائماً لكل جديد، وأن تتحول وكالات العلاقات العامة من التقليدية إلى الرقمية؛ من خلال رسم مسارات جديدة، وإعداد استراتيجيات جديدة تتوافق مع التقنيات الجديدة مثل: الذكاء الاصطناعي، والتعلم الآلي (ML)، وإنترنت الأشياء (IoT)، التي تنمو بسرعة مذهلة، كما يجب توظيف المواهب، وتقوم بتدريب الموظفين.

ويحقق التحول إلى وكالات علاقات عامة رقمية فوائد عدة، منها: تقليل التكلفة على العلامات التجارية، والحصول على خدمات العلاقات العامة بأسعار معقولة، كما يمكن للشركات الناشئة والصغيرة استخدام العلاقات العامة بشكل أفضل والظهور في مجالاتها الخاصة، علاوة على قياس الأداء وتحسينه، وتشكيل رؤى حول سلوك الجمهور المستهدف؛ بما يحقق نتائج أفضل، إضافة إلى تقليل وقت تسليم الحملة من أشهر إلى ساعات؛ مما يساعد العلامة التجارية على تسريع عملية العلاقات العامة، وتحقيق التأثير المطلوب.



تحديات فرضتها التكنولوجيا

على الرغم من قلة تأثر قطاع العلاقات العامة بالثورة الرقمية، إلا أن الأمر لم يخل من تحديات يواجهها في عمله؛ لتحقيق الأهداف، والرؤية، والصورة المرغوبة للعلامات التجارية، ويمكن تلخيص أهم هذه التحديات في النقاط التالية:

جدولة الاجتماعات

01

مع طوفان الأخبار الهادر على مدار الساعة، والمواعيد الدقيقة، واجتماعات العملاء، بات التنسيق وجدولة المواعيد أمراً ضرورياً، سواء بين مسؤولي وكالات العلاقات العامة، والعملاء، أو بين الزملاء داخل الوكالة نفسها؛ لربط الموظفين، والإدارات الداخلية، والعملاء، وتنفيذ المهام، وتخطيط المشاريع، وهنا تظهر احترافية مسؤولي العلاقات العامة في وضع الأجندة التي تنظم سير الاجتماعات

02

ذكاء الجمهور المستهدف

يعد فهم سلوكيات الجمهور المستهدف من أكبر التحديات التي تواجه مسؤولي العلاقات العامة في عصر الثورة الرقمية، وتوافر المعلومات الغزيرة أمام المستهلكين، حيث لم يعد من السهل إقناعهم بسهولة كما كان الأمر في السابق. لقد أصبح مستهلكو اليوم أكثر معرفة بالتكنولوجيا، ويقومون بكثير من عمليات البحث، والمقارنات على منصات الإنترنت قبل اتخاذ قرار الشراء، وخاصة في الأسواق التي تتسم بالتنافسية الشديدة، مما يتطلب أسلوباً جديداً في التعامل مع الجمهور المستهدف، ودراسة هذا الجمهور؛ لفهم احتياجاته، وتفضيلاته.

03

تقويم التأثير

إذ كان الوصول إلى الجمهور المستهدف، وحجم هذا الجمهور مهماً، فإن قياس تأثير الرسائل والمحتوى الذي وصل إلى الجمهور مما لا يقل أهمية عن معرفة الجمهور، إضافة لمعرفة ردود فعله، واستجابته للمحتوى، وتأثير المحتوى، ونوع الوسائل الاتصالية وطرق الإقناع التي ساعدت في التأثير، حيث يساعد قياس التأثير بشكل عام في معرفة اتجاهات الرأي العام، واحتياجات الجماهير، وتحديد أوجه الاختلاف بين الخطط المعدة والمنفذة، ومن ثم تعديل الخطط؛ لضمان تنفيذها بشكل صحيح لتحقيق الأهداف. وعلى الرغم من توفر جميع الأدوات والمقاييس، فإنه ما زال من الصعب الحصول على أرقام محددة، وحقائق تحدد تأثير الخطط الاتصالية بدقة، وتزود العملاء بأرقام دقيقة حول العائد من الاستثمار.

04

جذب الانتباه

يظل تحدي تطوير علاقات مع وسائل الإعلام، والصحفيين، والمؤثرين، وجذب اهتمامهم برسائل مميزة، واستراتيجية تواصل لبناء العلاقات بين العلامات التجارية والجمهور، وسط سيل التدفق المعلوماتي، من أهم التحديات في عصر التحول الرقمي. وتحتاج وكالات العلاقات العامة لسنوات عدة؛ لبناء العلاقات الإعلامية، وجذب انتباه وسائل الإعلام إلى المحتوى الذي تقدمه، وتلعب تلك العلاقات دوراً مؤثراً في اختيار العلامة التجارية لوكالة علاقات عامة بعينها.



استراتيجيات تواصل فعالة

من المهم أن تكون استراتيجيات التواصل الرقمية للعلاقات العامة مرنة، وقابلة للتغيير بكل الأوقات، وخصوصاً مع الثورة التكنولوجية التي نعيشها؛ وهو ما يجعل تدريب الموظفين بين الحين والآخر أمراً ضرورياً؛ لتمكينهم من التكنولوجيا، لضمان جلب المزيد من المستهلكين، وجذب اهتمام وسائل الإعلام بشكل أكبر.

ولضمان تحقيق استراتيجية التواصل الرقمية لهدفها، فإن مسؤولي العلاقات العامة المحترفين لابد أن يعرفوا قواعد العلاقات العامة الرقمية، وأن يتمتعوا بالعديد من المهارات، ومنها:

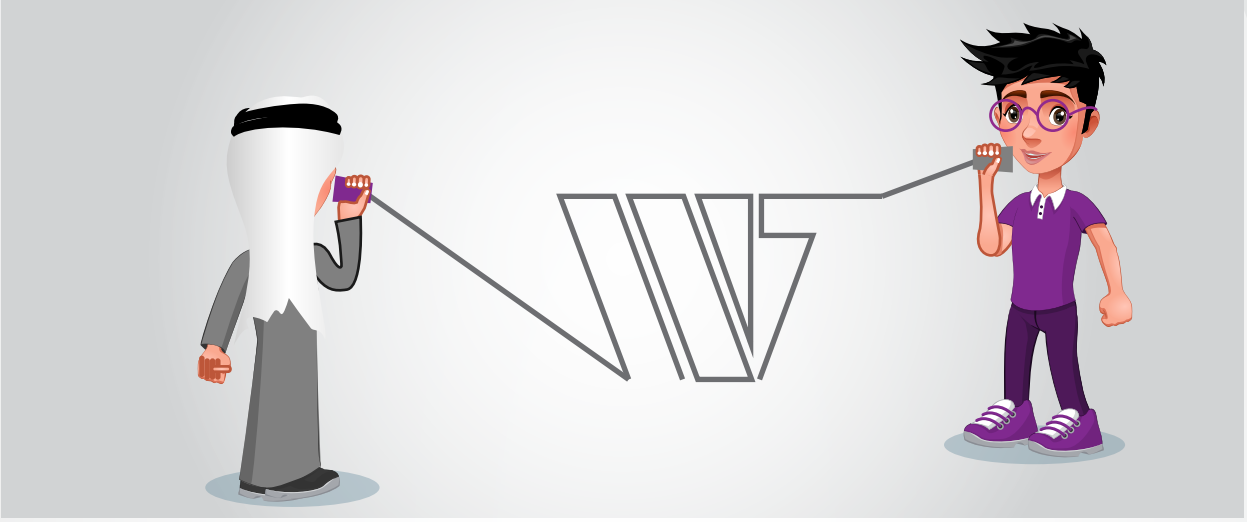


ختاماً..



لا يختلف اثنان اليوم على مدى التغير الهائل الذي طرأ على قطاع التواصل، والعلاقات العامة، حيث تطورت العلاقات العامة مع تطور التكنولوجيا، وقنوات الاتصال الجديدة، واحتياجات العملاء، حيث دفع التطور السريع والمذهل للتكنولوجيا، وثورة الإنترنت، وكالات العلاقات العامة إلى الولوج في هذه العالم، ومسايرته، والتماهي فيه، وعليها أن تتواصل وفق استراتيجيات جديدة فعالة وذكية، وأن تواجه التحديات الجديدة التي خلقها الواقع الجديد، وأن تتحول إلى وكالات رقمية، وأن تستمر في الوقت نفسه في البحث، والتواصل الفعال، وتقديم محتوى رقمي إبداعي؛ لتحقيق التأثير المطلوب.

عن W7 WORLDWIDE



تعد W7 WORLDWIDE للاستشارات الاستراتيجية والإعلامية، وكالة خليجية متخصصة تتميز بخبرتها الاحترافية في دراسات وأبحاث الصورة الذهنية خصوصاً، والأبحاث المرتبطة بتنمية قطاع العلاقات العامة والاتصال على وجه العموم، إضافة إلى الخدمات الرقمية والإبداعية، والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتطوير صناعة المحتوى، وغيرها من الخدمات المباشرة بالقطاع، وذلك وفق مواصفات ومعايير عالمية.

كما قدمت خدماتها الاستشارية والاستراتيجية في مجال الاتصال للقطاعين الحكومي والخاص، والقطاع الثالث، وتتجاوز خبرتها نحو 15 عاماً في مجال التواصل والإعلام، وخدمت أكثر من 100 عميل من داخل وخارج السعودية في 20 قطاعاً حيوياً، ما أهلها إلى امتلاك معادلة المعرفة الدولية، والإقليمية، والمحلية.

لقراءة المزيد يرجى زيارة موقعنا الالكتروني [/https://www.w7worldwide.com/ar](https://www.w7worldwide.com/ar)

Notice: Proprietary and Confidential

All the content of this document (text, figures, list, financial information, graphics, designs, diagrams, as well as other graphic elements and/or audio and videos), whichever the format used (paper or electronic), is confidential and proprietary to W7 WORLDWIDE. This document includes ideas and information based on the experience, know-how, intellectual/creative effort of W7 WORLDWIDE.

For these reasons, this material shall not be used, reproduced, copied, disclosed, transmitted, transformed, commercialized, or communicated, in whole or in part, neither to third parties nor to the public, without the express and written consent of W7 WORLDWIDE.

W7 WORLDWIDE © All rights reserved

ملاحظة:

جميع الحقوق محفوظة لـ W7 WORLDWIDE كما لا يحق الاستفادة من المعلومات الواردة فيها دون الإشارة إلى المصدر الأصلي

وللمزيد من المعلومات حول التقرير الاستشاري الرجاء الاتصال بوحدة الدراسات التحليلية لدى W7 WORLDWIDE للاستشارات الاستراتيجية والإعلامية:
جدة - المملكة العربية السعودية

+966 12 661 4579

info@w7worldwide.com

+966 56 720 1039

www.w7worldwide.com

@w7worldwide