CONCEPT

التواصل الداخلي وتخطيط حملات ارتباط الموظفين

18 – 22 يوليو 2027

الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية



التواصل الداخلي وتخطيط حملات ارتباط الموظفين

المرجع: 1111_16088 **التاريخ:** 18 – 22 يوليو 2027 **المكان:** الدمام - فندق خمس نجوم في المنطقة الشرقية **الرسوم:** SAR 19500

العمق التقني: ممارس · **أسلوب التطبيق:** دراسة حالة

مقدمة

كثيرا ما تصل الاستراتيجيات وتغييرات السياسات وأولويات الثقافة المؤسسية إلى الموظفين في صورة رسائل بريد متفرقة ولقاءات عامة عابرة، فيبقى الوعي محدودا ويغيب موظفو الخطوط الأمامية ولا تتحسن نتائج استبيانات الارتباط. تمكن هذه الدورة من كور كونسبت مديري التواصل والموارد البشرية من تخطيط حملات داخلية تغير ما يعرفه الموظفون وما يشعرون به وما يفعلونه. ويحلل المشاركون بيانات الارتباط، ويطبقون نماذج تخطيط الحملات وتغيير السلوك، ويبنون خطط القنوات والمحتوى، ويقيسون النتائج بأطر تقييم معتمدة، ويخرجون بخطة حملة تواصل داخلي لأولوية قائمة في مؤسساتهم.

أهداف الدورة

- تدقيق قنوات التواصل الداخلي وفئات الجمهور ونتائج استبيانات الارتباط لتحديد خط الأساس
- تخطيط الحملات الداخلية بنموذج OASIS وتحديد أهداف مرتبطة بنتائج الأعمال
- تشخيص العوائق السلوكية وراء ضعف الارتباط وصياغة رسائل تعالجها
- بناء مصفوفة القنوات وتقويم المحتوى وحزمة التعميم عبر المديرين لقوى عاملة موزعة على مواقع متعددة
- قياس مخرجات الحملة وأثرها المعرفي ونتائجها ورفع التقارير إلى القيادة بلغة الأعمال
- إعداد خطة حملة تواصل داخلي جاهزة لاعتماد الراعي

الفئة المستهدفة

- مديرو التواصل الداخلي وشركاء الأعمال المسؤولون عن تخطيط حملات الموظفين
- مديرو الموارد البشرية وتجربة الموظف المسؤولون عن استبيانات الارتباط وخطط العمل
- مديرو التواصل المؤسسي المسؤولون أيضا عن البوابة الداخلية والبريد وتطبيق الموظفين
- مديرو التغيير والتحول الذين يحتاجون إلى تبني الموظفين لأساليب عمل جديدة
- قادة برامج الثقافة والقيم والرفاه الوظيفي على مستوى المؤسسة

محاور الدورة

اليوم الأول: بيئة التواصل الداخلي وارتباط الموظفين

- إطار IoIC Profession Map لمهنة التواصل الداخلي: الغاية ومجالات المعرفة الأساسية
- الممكنات الأربعة في إطار Engage for Success: السردية الاستراتيجية والمديرون المحفزون وصوت الموظف والنزاهة
- تحليل نتائج استبيانات الارتباط باستخدام بنود Gallup Q12 ومؤشر eNPS
- تدقيق التواصل الداخلي: حصر القنوات ومدى الوصول وخط الأساس للثقة
- تقسيم جمهور الموظفين حسب الدور والموقع ونمط المناوبة وإمكانية الوصول الرقمي

اليوم الثاني: نماذج تخطيط الحملات وتغيير السلوك

- نموذج OASIS لتخطيط الحملات: الأهداف وفهم الجمهور والاستراتيجية والتنفيذ والتقييم
- أهداف تواصل مرتبطة بنتائج الأعمال بصيغة SMART
- نموذج COM-B لتشخيص عوائق القدرة والفرصة والدافع
- إطار EAST لرسائل تغيير السلوك: السهولة والجاذبية والبعد الاجتماعي والتوقيت
- بيت الرسائل وبنية السردية الاستراتيجية

اليوم الثالث: بناء الحملة وتنفيذها

- مصفوفة القنوات: البوابة الداخلية والبريد وتطبيق الموظفين واللقاءات العامة والشاشات الرقمية وإيجازات الخطوط الأمامية
- تقويم المحتوى وسير عمل الاعتماد التحريري
- الصياغة باللغة الواضحة وفق مبادئ المواصفة ISO 24495-1
- حزمة التعميم عبر المديرين المباشرين: مذكرات الإيجاز ونقاط الحديث وسجل الأسئلة
- آليات صوت الموظف: الاستبيانات النبضية وجلسات الاستماع وشبكات السفراء

اليوم الرابع: القياس والمخاطر والحملات الصعبة

- إطار AMEC للتقييم المتكامل ومبادئ برشلونة Barcelona Principles 4.0
- تفسير تحليلات القنوات: معدل الفتح ونسبة النقر ومدة القراءة
- مؤشرات القيادة والثقافة والارتباط في المواصفة ISO 30414 لرفع التقارير إلى القيادة
- تشخيص تشبع الرسائل باستخدام تقويم عبء التواصل
- بروتوكولات الإعلانات الحساسة لإعادة الهيكلة وتغيير السياسات والحوادث

اليوم الخامس: دراسات الحالة وخطة حملة التواصل الداخلي

- دراسة حالة القوى العاملة الميدانية: الوصول إلى الموظفين غير المكتبيين في الخدمات اللوجستية والرعاية الصحية
- دراسة حالة ما بعد الاندماج: استعادة الثقة بعد تراجع نتائج الارتباط
- إعداد مسودة خطة حملة التواصل الداخلي: الأهداف والفئات ومصفوفة القنوات والتقويم
- بناء لوحة معلومات لقياس الحملة بخطوط أساس ومستهدفات
- لجنة مراجعة بين الزملاء والدفاع عن خطة الحملة

المهارات المكتسبة

- تدقيق التواصل الداخلي
- تقسيم الجمهور الداخلي
- تصميم الرسائل السلوكية
- تخطيط القنوات
- تصميم التعميم عبر المديرين
- الاستماع إلى الموظفين
- قياس التواصل وتقييمه
- تفسير بيانات الارتباط

لماذا تحضر هذه الدورة

- تعود إلى عملك بخطة حملة تواصل داخلي لأولوية فعلية، وقد اختبرت أمام مراجعة الزملاء
- تصل إلى الموظفين الذين نادرا ما يطالعون البوابة الداخلية أو البريد، ومنهم موظفو المناوبات والميدان
- تبين للقيادة ما غيرته الحملة بمقاييس النتائج لا بعدد الرسائل المرسلة
- تقارن أساليبك بمديري تواصل وموارد بشرية من قطاعات ودول مختلفة

الخاتمة

يرتبط الموظفون بأولويات مؤسستهم حين يفهمونها ويرون مديريهم يدعمونها ويكون لهم صوت في طريقة تنفيذها. تنتقل هذه الدورة من تدقيق القنوات وبيانات الارتباط، مرورا بنماذج تخطيط الحملات وتغيير السلوك، وصولا إلى بناء الحملات وتنفيذها وقياسها والتعامل مع الإعلانات الحساسة. ويجمع اليوم الأخير هذا العمل في خطة حملة تواصل داخلي يعود بها المشارك إلى الراعي، فيمتلك منهجية منظمة وقابلة للقياس لكل حملة لاحقة.