

سياسة التواصل المؤسسي

1. المقدمة

تؤمن جمعية سفراء الكتاب بأن التواصل المؤسسي الفعال هو حجر الزاوية في بناء علاقات قوية ومستدامة مع جميع أصحاب المصلحة، وتعزيز سمعتها، وتحقيق أهدافها الاستراتيجية في نشر الثقافة والمعرفة. تهدف هذه السياسة إلى وضع إطار عمل شامل ومنظم لجميع أنشطة التواصل الصادرة والواردة من وإلى الجمعية، بما يضمن الاتساق، الشفافية، المصداقية، والفعالية في جميع الرسائل والمنصات.

تؤكد هذه السياسة على أهمية التواصل الاستراتيجي الذي يعكس قيم الجمعية ورسالتها، ويساهم في بناء الثقة، وتعزيز الوعي بأنشطتها، ودعم جهودها في خدمة المجتمع. كما تهدف إلى تحديد المسؤوليات والأدوار، وتوحيد الإجراءات، وقياس أثر جهود التواصل لضمان تحقيق أقصى فائدة.

تعريف إجرائي: يقصد بالتواصل المؤسسي في هذه السياسة جميع الأنشطة والعمليات التي تقوم بها جمعية سفراء الكتاب لتبادل المعلومات، الأفكار، والرسائل مع جمهورها الداخلي والخارجي، بهدف بناء العلاقات، تعزيز السمعة، تحقيق الأهداف، ودعم رسالة الجمعية.

2. نطاق التطبيق

تسري هذه السياسة على جميع أنشطة التواصل المؤسسي لجمعية سفراء الكتاب، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر:

التواصل الداخلي: بين الإدارات، الموظفين، المتطوعين، وأعضاء مجلس الإدارة.

التواصل الخارجي: مع وسائل الإعلام، الشركاء، المانحين، المستفيدين، الجهات الحكومية، الجمهور العام، وأي طرف خارجي آخر.

قنوات التواصل: تشمل البيانات الصحفية، وسائل التواصل الاجتماعي، الموقع الإلكتروني، النشرات الإخبارية، التقارير السنوية، الفعاليات، والمراسلات الرسمية.

تطبق هذه السياسة على جميع الأفراد الذين يمثلون الجمعية أو يتحدثون باسمها، بما في ذلك مجلس الإدارة، الإدارة التنفيذية، الموظفون، والمتطوعون.

3. أهداف السياسة

تهدف هذه السياسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

الهدف	المقصود به عملياً
تعزيز سمعة الجمعية	بناء صورة إيجابية وموثوقة للجمعية لدى جميع أصحاب المصلحة.
دعم رسالة الجمعية	نشر الوعي بأهداف الجمعية وأنشطتها في نشر الثقافة والمعرفة.
بناء علاقات قوية	إقامة وتطوير علاقات إيجابية مع وسائل الإعلام، الشركاء، والجمهور.
ضمان الاتساق والشفافية	توحيد الرسائل والمعلومات الصادرة عن الجمعية وضمان وضوحها ومصداقيتها.
إدارة الأزمات	وضع خطة استباقية للتعامل مع الأزمات الإعلامية والتواصلية بفعالية.
تعزيز التواصل الداخلي	ضمان تدفق المعلومات بفعالية بين جميع أفراد الجمعية.

4. المبادئ الحاكمة

تلتزم الجمعية في ممارساتها للتواصل المؤسسي بالمبادئ التالية:

المبدأ	التفسير العملي
الشفافية والمصادقية	تقديم معلومات دقيقة وصادقة وواضحة لجميع أصحاب المصلحة.
الاتساق	ضمان توحيد الرسائل والصور الذهنية للجمعية عبر جميع قنوات التواصل.
الاستجابة	التعامل الفعال والسريع مع الاستفسارات، الشكاوى، والتعليقات الواردة.
الاحترام	التعامل باحترام ومهنية مع جميع أصحاب المصلحة، مع مراعاة التنوع الثقافي.
السرية	حماية المعلومات السرية والحساسية للجمعية وأصحاب المصلحة.
المسؤولية	تحمل المسؤولية عن جميع الرسائل الصادرة عن الجمعية وأثرها.
الابتكار	استخدام أحدث التقنيات والأدوات في التواصل لزيادة الفعالية والوصول.

5. مجالات التواصل المؤسسي

تغطي هذه السياسة المجالات الرئيسية التالية للتواصل المؤسسي:

المجال	أمثلة على الأنشطة
العلاقات الإعلامية	البيانات الصحفية، المؤتمرات الصحفية، المقابلات الإعلامية، بناء علاقات مع الصحفيين.
التواصل الرقمي	إدارة الموقع الإلكتروني، حسابات وسائل التواصل الاجتماعي، النشرات البريدية، المدونات.
التواصل الداخلي	الاجتماعات الدورية، النشرات الداخلية، البريد الإلكتروني الداخلي، لوحات الإعلانات.
العلاقات العامة والفعاليات	تنظيم الفعاليات، المشاركة في المعارض، رعاية المبادرات، بناء علاقات مع المجتمع.
إدارة السمعة والأزمات	رصد الرأي العام، تحليل التغطية الإعلامية، وضع خطط للتعامل مع الأزمات الإعلامية.
التواصل مع الشركاء والمانحين	إعداد التقارير الدورية، عروض الشراكة، الاجتماعات، رسائل الشكر.

6. آليات التنفيذ

تعتمد الجمعية على الآليات التالية لتنفيذ سياسة التواصل المؤسسي:

- خطة التواصل السنوية: خطة تواصل سنوية مفصلة تتضمن الأهداف، الجماهير المستهدفة، الرسائل الرئيسية، القنوات، والميزانية.
- فريق الاتصال المؤسسي: تحديد فريق متخصص أو مسؤول عن تنفيذ أنشطة التواصل، وتزويده بالصلاحيات والموارد اللازمة.
- المتحدث الرسمي: تعيين متحدث رسمي واحد أو أكثر للجمعية لضمان اتساق الرسائل ومصادقيتها.
- إرشادات المحتوى: وضع إرشادات واضحة للمحتوى البصري واللفظي لضمان عكس هوية الجمعية وقيمتها.
- التدريب: تدريب الموظفين والمتطوعين على أفضل ممارسات التواصل، خاصة عند التعامل مع الجمهور أو وسائل الإعلام.
- أدوات الرصد والتحليل: استخدام أدوات لرصد التغطية الإعلامية، وتحليل أداء وسائل التواصل الاجتماعي، وقياس الرأي العام.

7. الحوكمة والمسؤوليات

تعد إدارة التواصل المؤسسي مسؤولية مشتركة، وتتوزع المسؤوليات على النحو التالي:

المسؤوليات الرئيسية	الجهة
اعتماد سياسة التواصل المؤسسي، الإشراف الاستراتيجي على الرسائل الرئيسية، وضمان توافقها مع رؤية الجمعية.	مجلس الإدارة
قيادة جهود التواصل، تخصيص الموارد، وتوفير الدعم اللازم لفريق الاتصال المؤسسي.	المدير التنفيذي
تطوير وتنفيذ خطط التواصل، إدارة العلاقات الإعلامية، الإشراف على المحتوى الرقمي، ورصد السمعة.	إدارة الاتصال المؤسسي
دعم جهود التواصل، توفير المعلومات اللازمة لإدارة الاتصال المؤسسي، وضمان تطبيق السياسة داخل إداراتهم.	مدراء الإدارات
الالتزام بالسياسة، فهم الرسائل الرئيسية للجمعية، والتعاون في جهود التواصل.	جميع الموظفين والمتطوعين

8. قياس الأثر والإبلاغ

تلتزم الجمعية بقياس أثر جهود التواصل المؤسسي والإبلاغ عنها بشفافية. يشمل ذلك:

- مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs): تحديد مؤشرات لقياس فعالية التواصل، مثل:
- مدى الوصول والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي.
- عدد مرات الظهور الإعلامي ونوعية التغطية.
- نتائج استبيانات رضا أصحاب المصلحة عن التواصل.
- زيادة الوعي برسالة الجمعية وأنشطتها.

التقارير الدورية: إعداد تقارير منتظمة عن أداء التواصل، التحديات، والإنجازات، ورفعها إلى مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية.

الدروس المستفادة: توثيق الدروس المستفادة من حملات التواصل لتحسين الممارسات المستقبلية.

9. المراجعة والتحديث

تراجع هذه السياسة مرة واحدة على الأقل سنوياً، أو عند حدوث تغيير جوهري في الأنظمة أو اللوائح أو أفضل الممارسات في التواصل المؤسسي. وتتم المراجعة بقيادة إدارة الاتصال المؤسسي وبمشاركة الإدارات ذات الصلة، ثم ترفع التوصيات إلى مجلس الإدارة للاعتماد.

10. أحكام ختامية

تعد هذه السياسة إطاراً عاماً حاكماً، وتكمل السياسات والإجراءات المعتمدة لدى الجمعية ولا تلغيها. وفي حال وجود تعارض بين هذه السياسة وأي نظام أو لائحة أو قرار صادر من جهة مختصة، يقدم النظام أو القرار الرسمي، وتحديث السياسة بما يضمن الاتساق والامتثال.

يبدأ العمل بهذه السياسة من تاريخ اعتمادها، وتلتزم جميع الإدارات المعنية بتطبيقها ورفع ما يلزم من تقارير ومؤشرات لضمان تحقيق أهدافها.

الحمد لله والصلاة والسلام على رسول الله، وبعد:

فقد اطلع مجلس إدارة جمعية سفراء الكتاب بمكة المكرمة في اجتماعه رقم (3) المنعقد بتاريخ 1445/10/20هـ، الموافق 2024/04/29م، على سياسة إدارة المعرفة.

وبعد المداولة، قرر المجلس اعتماد السياسة والعمل بموجبها، ونشرها على الموقع الإلكتروني للجمعية.

التوقيع	المنصب	الاسم
	رئيس مجلس الإدارة	خالد بن حاسن السالمي
	نائب رئيس مجلس الإدارة	محمد بن عوض القرشي
	عضو مجلس الإدارة	حسن بن محمد فلاته
	المشرف المالي	حسان بن حامد الفتفي
	عضو مجلس إدارة	محمد بن مبروك البركاني