

روایت‌سازی و تولید

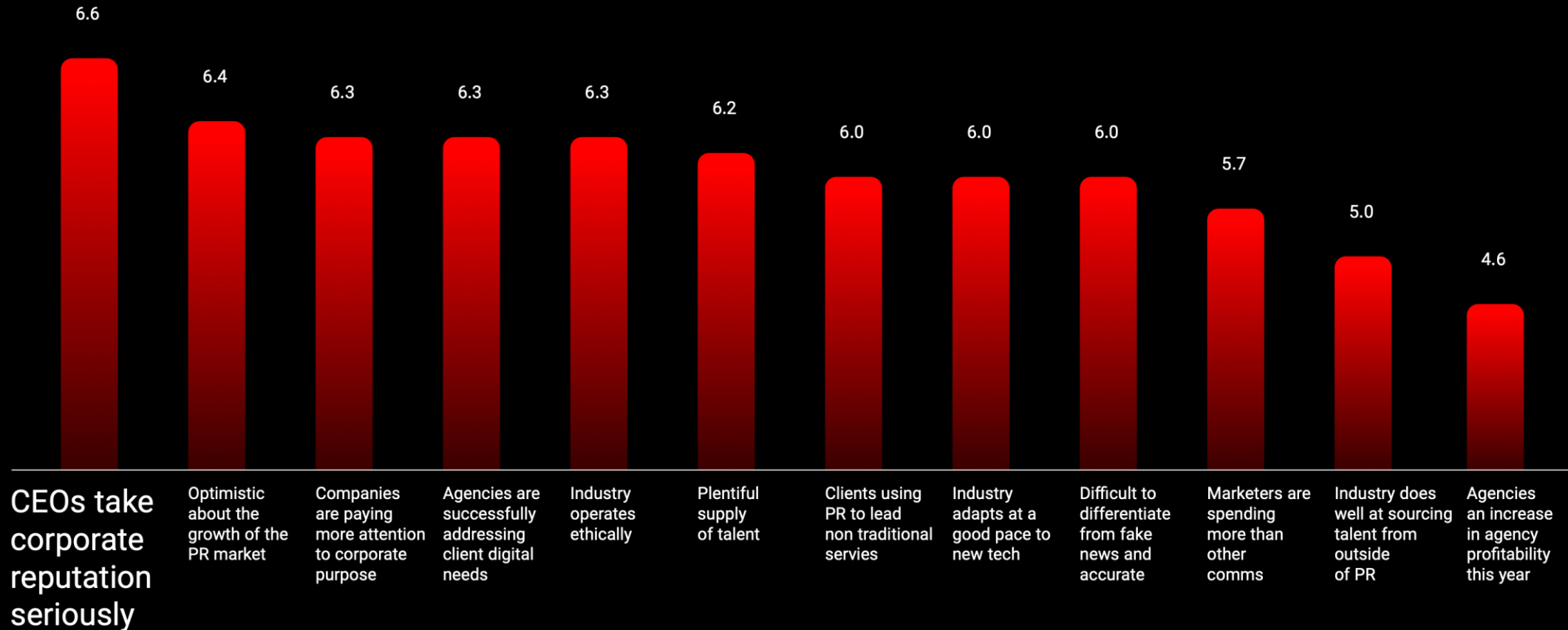
محتوای استراتژیک

در روابط عمومی پیش‌بین

گزارش سالانه ICCO - 2024



Perceived growth and opportunity



Most important objectives for clients

68%

Improve corporate
reputation (proactive)

49%

Increased sales

43%

Building brand purpose

چرا مدیریت حسن شهرت کسب و کار، دغدغه مدیران است؟

افزایش رقابت در بازارها و نیاز
به حفظ اعتماد کاربران

افزایش آگاهی و انتظارات
کاربران از کسب و کارها

نشر سریع و گسترده اطلاعات در
فضای وب و شبکه‌های اجتماعی

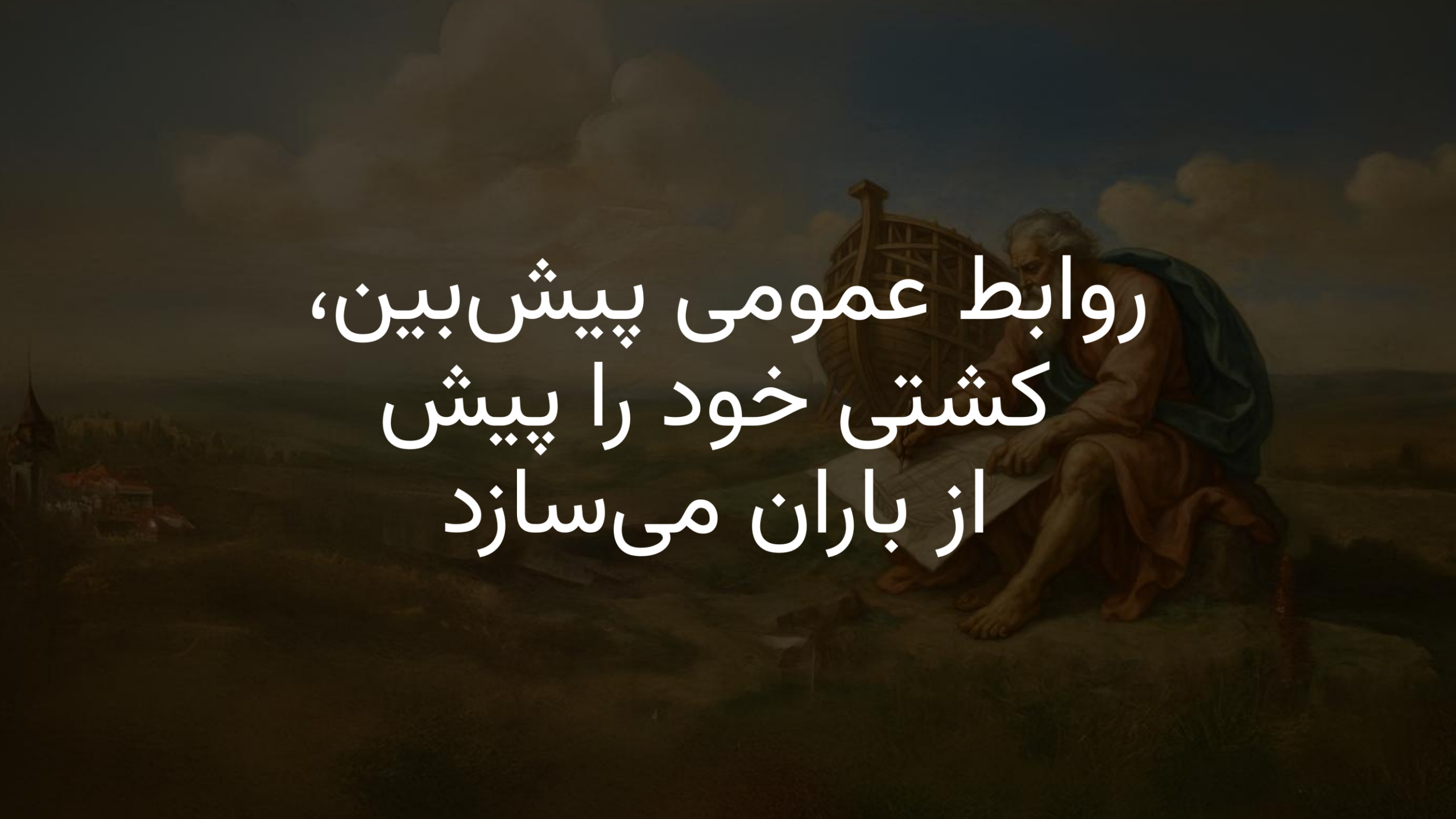
“

Plan ahead
It wasn't raining
when Noah built the arc.

”



روابط عمومی پیش‌بین،
کشتی خود را پیش
از باران می‌سازد



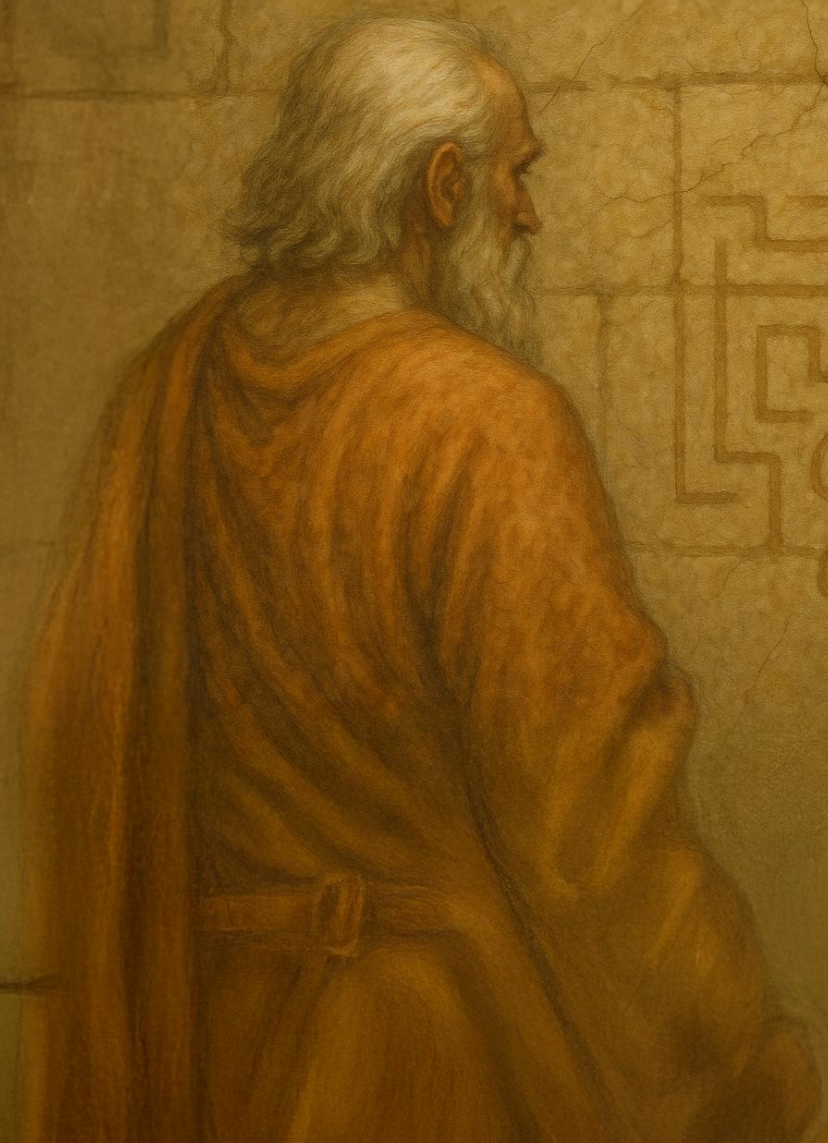


روابط عمومی پیش‌بین
چیست؟

«روابط عمومی پیش‌بین» رویکردی آینده‌نگر است که به جای واکنش به اتفاقات و بحران‌ها، با پیش‌بینی روندها و شکل‌دهی روایت‌ها، افکار عمومی را در مسیر مطلوب هدایت می‌کند.

«روابط عمومی پیش‌بین» تماماً در مورد پیش‌بینی ادراک عمومی از یک موضوع و تأثیرگذاری بر آن قبل از بروز مساله است.

چطور روندها
و آینده را پیش‌بینی کنیم؟



تحلیل روایت

مردم چطور درباره موضوعات
حرف می‌زنند؟ (کلمات،
استعاره‌ها، احساسات)

کدام روایت‌ها در حال رشد
و کدام در حال افول است؟

چه داستانی ممکن است از
برند، دولت یا سازمان در
ذهن مردم شکل بگیرد؟

تحلیل روندهای اجتماعی

تغییر در ارزش‌ها
وحساسیت‌های فرهنگی

تغییر در روندهای فناوری و
ارتباطی

تغییر در روندهای سیاسی

رصد محیط و تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌های شبکه‌های
اجتماعی

تحلیل جستجوهای کاربران
و روندهای گوگل

گزارش‌های خبری و جهت
گیری‌های رسانه‌ای

تحلیل کسب و کار

شناخت محصول و خدمات
شناخت مخاطب

شناخت رقبا

تماس‌ها و شکایات و
نارضایتی‌های مشتریان

چگونه با نگاه به آینده، محتوای استراتژیک تولید کنیم؟

۱

چه ریسکی را برای
آینده پیش بینی می کنیم؟

تحلیل و ارزیابی موقعیت
فعلی کسب و کار

۲

چه ذهنی را باید در
مخاطبم شکل بدهم؟

بررسی اهداف کسب و کار
و نتایج مورد انتظار

۳

از چه راه و مسیری؟

تحلیل مخاطب
و پیام و رسانه



و کمپین زیبایی واقعی

نمونه واقعی

روندهای اجتماعی:

- در سطح جهانی، مردم شروع به مخالفت با تک بعدی بودن زیبایی کردند و خواهان نمایش تنوع در سن، اندازه بدن، رنگ پوست و شکل صورت بودند.
- جنبش‌های آنلاین و مطبوعاتی شروع به به چالش کشیدن مدل‌های تبلیغاتی و استانداردهای غیرواقعی کردند.
- تحقیقات نشان می‌داد که تنها ۴٪ از زنان خود را زیبا می‌دانستند.
- صنعت زیبایی به دلیل ترویج استانداردهای غیرواقعی و غیرقابل دسترس شدیداً مورد انتقاد بود.

چه ریسکی متوجه Dove بود؟

- زنان و جامعه به شدت نسبت به استانداردهای غیرواقعی زیبایی حساس شده بودند و ممکن بود نسبت به شرکت‌هایی که محصولات زیبایی می‌فروختند حس منفی پیدا کنند

166



Let's break the rules
of beauty.

Welcome to
Esteem

At Dove, we believe no y
from reaching their fu
confidence and anxieties o
being their best selves, aff
even perf

For more than 10 year
mentors, teachers and

94500000

The Dove Self-Esteem Project has reached over





Department
for Environment
Food & Rural Affairs

وزارت محیط زیست انگلستان و پیش‌گیری از سیلاب‌ها

نمونه واقعی

ریسک‌های شناسایی شده

- افزایش وقوع سیلاب‌ها به دلیل تغییرات اقلیمی
- پیش‌بینی خسارات مالی، جانی و روانی برای افراد

اهداف طراحی کمپین

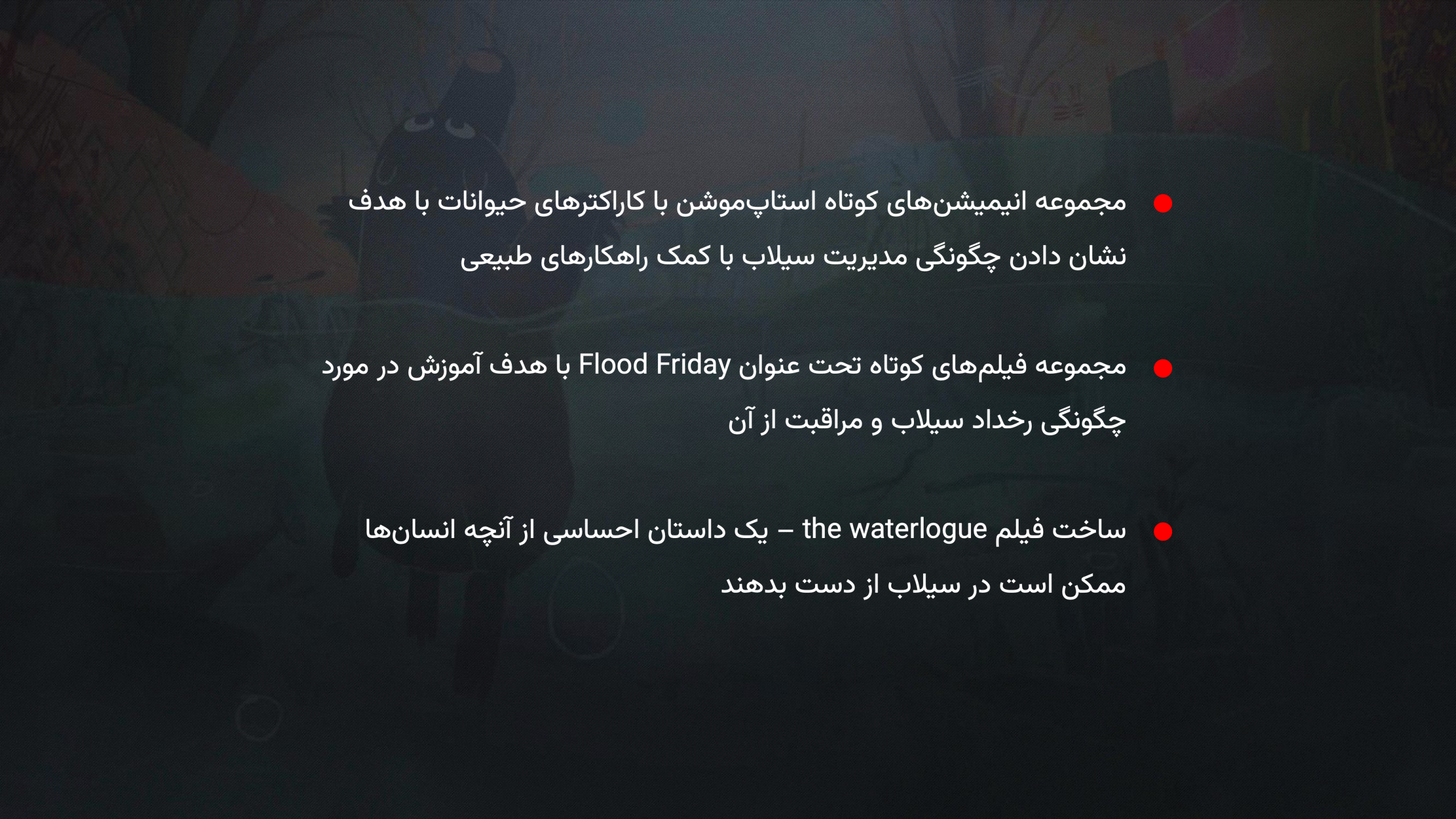
- آگاه سازی عمومی برای آمادگی پیش از بحران
- کاهش خسارات مالی و روانی
- افزایش توجه گروه‌های کم اهمیت‌دهنده به ریسک
- نمایش اقدامات دولت و جلب اعتماد عمومی

An illustration of a flooded village. In the foreground, a person wearing a black raincoat and hood stands in the water, looking towards the viewer. The background shows houses partially submerged in floodwater, with laundry hanging on a line in the distance. The scene is set during sunset or sunrise, with a warm orange glow on the horizon. The text 'Flood Action' is written in white, and 'کمپین' (Campaign) is written in Persian script in white. Below it, 'در انگلستان' (in England) is written in Persian script in white. At the bottom, 'نمونه واقعی' (Real example) is written in Persian script in red.

Flood Action کمپین

در انگلستان

نمونه واقعی



● مجموعه انیمیشن‌های کوتاه استاپ‌موشن با کاراکترهای حیوانات با هدف نشان دادن چگونگی مدیریت سیلاب با کمک راهکارهای طبیعی

● مجموعه فیلم‌های کوتاه تحت عنوان Flood Friday با هدف آموزش در مورد چگونگی رخداد سیلاب و مراقبت از آن

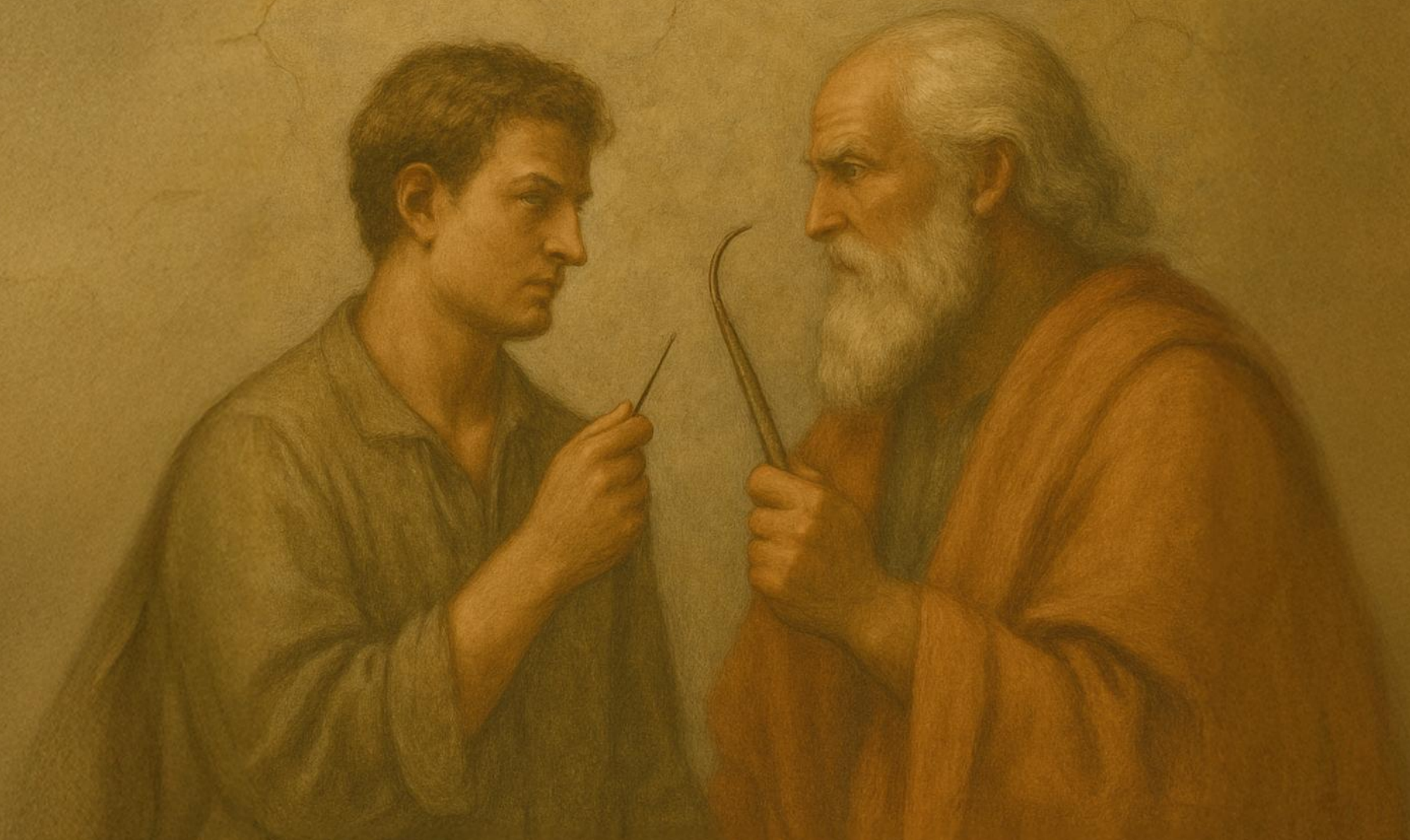
● ساخت فیلم the waterlogue – یک داستان احساسی از آنچه انسان‌ها ممکن است در سیلاب از دست بدهند

وزارت نیرو و روایت‌سازی در ارتباط با مصرف صحیح آب

نمونه‌ای‌هایی که می‌توانست واقعی باشد:

سازمان حفاظت از محیط زیست و
روایت‌سازی برای محافظت از محیط زیست

یه سوزن به خودت یه جوالدوز به دیگران



نمونه‌ای‌هایی که می‌توانست واقعی باشد: تپسی و شکل دادن ذهنیت جامعه درباره قیمت‌گذاری پویا

مسیر کوتاه و قیمت نجومی تاکسی‌های اینترنتی!



وجود تاکسی‌های اینترنتی از جمله سرویس‌های مطلوب برای جابه‌جایی متقاضیان در شهر محسوب می‌شوند اما آرایه این خدمات این روزها با چالش‌هایی از جمله افزایش قیمت و تعرفه کرایه‌ها و در نتیجه نارضایتی مسافران همراه شده است، مساله‌ای که با توجه به مشخص نبودن متولی دقیق این حوزه، انتظار می‌رود هرچه زودتر تعیین تکلیف شود.

به گزارش ایسنا، امروزه تکنولوژی و فناوری بر نحوه رفت و آمد شهروندان هم تأثیر گذاشته است چراکه با در دسترس بودن خدمات تاکسی اینترنتی، مردم می‌توانند در هر زمان و هر مکان تاکسی رزرو کنند و دیگر مجبور نیستند برای این کار ساعت‌ها در انتظار باشند. برای آشنایی بیشتر باید گفت اصطلاح «تاکسی اینترنتی» معمولاً به استفاده از فناوری آنلاین و اینترنت برای ارائه خدمات تاکسی یا حمل و نقل اشاره دارد.

پرداخت هزینه به روش‌های مختلف، دسترسی شبانه‌روزی به تاکسی اینترنتی، اطلاع از مدت زمان سفر، پشتیبانی و حفظ امنیت سفر و کارآفرینی برای رانندگان از جمله مزیت‌هایی است که تاکسی‌های اینترنتی در مقایسه با تاکسی‌های قدیمی برخوردارند.

مشرق گزارش می‌دهد:

سردرگمی مسافران و رانندگان تاکسی‌های اینترنتی در مواجهه با نرخ غیرمنطقی / شفافیت در تعیین نرخ‌گذاری یک مطالبه عمومی است



بحث تعیین نرخ کرایه تاکسی‌های اینترنتی از همان ابتدا محل چالش و دعوای نهادهای درگیر با موضوع بوده است.

سرویس اقتصاد مشرق - شورای شهر تهران دوباره بحث تصویب «افزایش نرخ کرایه تاکسی اینترنتی» زیر نظر شورا را به جریان انداخت. این بحث اگرچه هنوز به صورت رسمی اعلام شده است، اما در کمیسیون تخصصی تلاش‌ها برای تعیین تکلیف افزایش نرخ کرایه تاکسی‌ها

پیش بینی، پیش گیری است.