

پیش‌بینی به مثابه مهارت ارتباطی؛
رویکردی داده‌محور در مدیریت بحران

حدیث خسروی؛ مدیر ارتباطات نوبیتکس (دومین پلتفرم تبادل رمزارز در خاورمیانه و منطقه منا)

داده محوری در ارتباطات برند به چه معناست؟

داده‌ها باید منجر به اطلاعات شوند؛

شاخص‌های پیشنهادی برای اندازه‌گیری

1. احساسات کاربران (Sentiment Analysis)

2. وضعیت و نیازهای فوری آنان

3. سوگیری افکار عمومی

داده‌محوری صرفاً جمع‌آوری اطلاعات نیست، بلکه توانایی تفسیر داده‌ها در بافت فرهنگی و تاریخی است. داده‌ها بدون درک روایت کلان جامعه، منجر به تصمیم‌های جزیره‌ای و کوتاه‌مدت می‌شوند؛ در حالی‌که هدف روابط عمومی بحران، تشخیص تغییرات زیرپوستی در ذهن و زبان افکار عمومی است؛ پیش از آنکه به موجی از بحران تبدیل شوند.

درک داده‌ها در بستر کلان کسب‌وکار و جامعه

مستندسازی؛ حافظه‌ی داده و پیش‌نیاز پیش‌بینی

1. شناسایی متغیرهای حساس کسب‌وکار (مانند اعتماد، امنیت، شفافیت، مسئولیت‌پذیری) و تعریف شاخص‌های قابل اندازه‌گیری برای هرکدام
2. پایش و ثبت مستمر داده‌ها در سطوح مختلف (رسانه‌ای، کاربری، سازمانی)
3. تحلیل و طبقه‌بندی بحران‌ها و مسائل بر اساس داده‌های انباشته‌شده، برای تشخیص الگوهای تکرارشونده و نقاط پیش‌هشدار.

برنامه‌ریزی بلندمدت ناکارآمد است؛ پروتکل به کمک شما می‌آید
