

## 2 السمعة الالكترونية (الرقمية) :

### **1-2 . تعريف السمعة الالكترونية (للمنظمة) :**

السمعة الالكترونية او الرقمية هي الصورة التي يقدمها  **أصحاب المصلحة** للمؤسسة وفقا لما يتم عرضه من معلومات وآراء وأحكام في الواقع والمحتويات المتاحة على شبكة الانترنت

1

### **2-2 . أصحاب المصلحة المرتبطون بالسمعة الالكترونية للمؤسسة :**

أصحاب المصلحة هم مجموع الافراد والكيانات التي لديها حاجات وارتباطات بالمؤسسة، حسب نوعية المصلحة ودرجة التأثير ومنهم :

**الجماعات الوظائفية :** تشمل

- الحكومة .
- الوكالات ذات المصلحة .
- الهيئات والجمعيات .
- أصحاب الاسهم.
- مجلس الادارة.

**الجماعات المعيارية :** تشمل

- الموظفون.
- النقابات.
- الموردون والموزعون.
- مقدمو الخدمات.

<sup>1</sup> نهى السيد احمد ناصر ، توظيف ممارسي العلاقات العامة لتطبيقات الاعلام الجديد في ادارة السمعة الالكترونية ، مجلة البحث الاعلامية ، جامعة الازهر، مصر ، ج 2 / ع 65 ، ابريل 2023 ، ص 700

## جماعات العملاء والمزبائن : تشمل

- الصحفيون.
- افراد المجتمع.
- اصحاب المصالح الخاصة.

## جماعات نشر المعرفة : تشمل

- بعض الاكاديميين.
- المهتمون بخدمات المؤسسة.
- المؤثرون على الواقع والصفحات.<sup>2</sup>

## 3-2 . انقاذ السمعة الالكترونية للمؤسسة :

في هذا الشأن طرح "أندري بيل" في كتابة "رصد إدارة السمعة عبر الانترنت" مجموعة من الافكار على شكل تساولات يجب الاجابة عليها بكل موضوعية لانقاذ السمعة الالكترونية ، نستطيع اسقاطها على ادارة السمعة الالكترونية للمؤسسات ومنها :

- ماهي المخاطر التي تهدد المؤسسة ؟
- ماهو موقع المؤسسة بين المؤسسات وكيف تبدوا ؟
- ما هي المعيقات والسلبيات داخل وخارج المؤسسة ؟
- ماهي عيوب منتجات المؤسسة ؟
- ما هي الخدمات التي تحتاج الى التحسين والتطوير ؟
- من هم أعضاء فريق العمل الذين يجب عليهم مغادرة المؤسسة ؟
- ما مقدار قوة العلاقة بين العاملين داخل المؤسسة ؟
- ما مقدار ولاء العمال للمؤسسة ؟ <sup>3</sup>

<sup>2</sup> غراهام داولينغ ، تكوين سمعة الشركة ، تعریب ولید شحادة ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، 2003 ، ص 67

<sup>3</sup> علي فرجاني ، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال ، دار امجد للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، 2018 ، ص 178

