

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 المواقع 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 الوظيفية : تشمل

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

الجماعات المعيارية : تشمل

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

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

جماعات العملاء والزبائن : تشمل

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

جماعات نشر المعرفة : تشمل

- بعض الاكاديميين.
- المهتمون بخدمات المؤسسة.
- المؤثرون على المواقع والصفحات ².

2-3 . انقاذ السمعة الالكترونية للمؤسسة :

في هذا الشأن طرح "أندري بيل" في كتابه " رصد إدارة السمعة عبر الانترنت " مجموعة من الافكار على شكل تساؤلات 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 تبدو ؟
- ما هي المعوقات 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 ؟ ³

² غراهام داوولينغ ، تكوين سمعة الشركة ، تعريب وليد شحادة ، مكتبة العبيكان ، الرياض ، 2003 ، ص67

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

