

# שיטות ואסטרטגיות חדשות בניהול יחסי ציבור ודוברות

בשיתוף חברת יאיר כחל - מיצוב תקשורת בע"מ

## אודות הקורס

שימוש נכון באמצעי המדיה השונים, מאפשרים לארגון להגיע להכרה ציבורית רחבה יותר ולקדם את עצמו. אין ספק כי על הארגון לשווק את עצמו, את מטרותיו ואת מוצריו, תוך שימוש נכון בכלי המדיה השונים העומדים לרשותו. יחסי הציבור נחוצים לפעילותו השגרתית של ארגון, המבקש להכנס לתודעת הציבור. בעיתות משבר, בהם נדרש הארגון למזער את הנזקים, חשיבות יחסי הציבור אף גוברת.

הקורס מעניק כלים מעשיים להבנת צרכי העיתונאים בישראל, כמו גם שיטות עבודה יצירתיות ביחסי ציבור ודוברות. משתתפי הקורס ילמדו מנסיון המומחים הגדולים, המנהלים את ענף יחסי הציבור בישראל. הקורס יקנה הבנה של אמצעי המדיה העומדים לרשות הארגון ואת אופן השימוש היעיל באמצעים אלה. בנוסף, יוצגו לראשונה אסטרטגיות וטקטיקות בתחום יחסי הציבור, יינתנו כלים מעשיים ושיטות עבודה.

## ניהול אקדמי

**מר יאיר כחל**, יועץ בכיר לאסטרטגיה ומיצוב תקשורת

## מרצים

**יאיר כחל, גיל שנקר** - יועץ תקשורת פנים וניהול שינויים, **אמיר זמורה** - זיקית תקשורת שיווקית, **דפנה כהן** - מנכ"ל חב' כהן רימון כהן, **השל רייחלביץ** - מנכ"ל חברת Heartsell מומחה בפוליטיקה ארגונית, **עידו הדרי** - דובר מכבי שירותי בריאות, **איתן פיקסמן** - דובר דן.

## מטרות הקורס

- הבנת מפת התקשורת.
- שימוש בתקשורת לקידום מטרות.

## קהל היעד

עוסקים ביח"צ ודוברות, אנשי מרקום, מנהלים וסמנכ"לים בתחום השיווק, מנכ"לים, בעלי חברה, יועצי תקשורת ודוברות.

## משך הקורס

54 שעות אקדמאיות (9 מפגשי יום - בין השעות 14:00-8:45).

## מתודולוגיה

הקורס מורכב מהרצאות ומשולבים בו ניתוחי מקרה.

## מפגש

## נושא

מפגש 1

## מיתוג ובידול

מה זה מותג, עוצמת המותג, יתרונות וחסרונות מיתוג, יתרונות וחסרונות בידול  
אסטרטגיות מיתוג ובידול

## קשרי ממשל ולובינג

מה זה יח"צ, מה ניתן להשיג בעזרת יח"צ, כלים ביח"צ  
לובינג פוליטי  
קשרי קהילה / אינטרנט/ עיתונות  
אירועים וכנסים  
טקטיקות של קשרי עיתונות

## המנכ"ל שמכר את היחצ"ן

היחצ"ן ותפקידו  
מפת האינטרסים של היחצ"ן

מפגש 2-3

## עיתונות

יח"צ מול העיתונות  
עבודה מול מוספים  
טיפול תקשורתי במותגים  
אסטרטגיה תקשורתית  
הכנסת אייטמים לתוכניות טלוויזיה

## שיווק באינטרנט וקידום אתרים

מנועי חיפוש, הגדרת מסע פרסום, Google Adwords, קידום אתרים אורגני, שגיאות נפוצות

מפגש 4

## טלוויזיה

מיתוג ובידול  
תוכניות תעודה  
היחצ"ן מול כתב הטלוויזיה

מפגש 5

## אינטרנט

כוחו של האינטרנט ועבודה נכונה איתו  
תוכן באינטרנט  
קשרי אינטרנט

מפגש	נושא
מפגש 6	<b>דוברות</b> התנהלות הדובר בחיי היומיום דוברות - כלי להשגת יעדים עסקיים ניהול משברים בענף המזון
מפגש 7	<b>הסיפור העיתונאי</b> כיצד בונים סיפור עיתונאי מצוין? סודו של התחקיר אסטרטגיה תקשורתית אופן החשיבה של עורך מהדורת חדשות בטלוויזיה מה העיתונאים אוהבים?
מפגש 8	<b>מדידה</b> כלים למדידת יח"צ מדוע יחסי ציבור הם בעלי החזר ההשקעה הגבוה מכל אמצעי השיווק - מחקרים חדשים בנושא <b>נקודת המבט של עורך מגזין / ירחון - מבט מהשטח</b> <b>תקשורת פנים ארגונית הנעת תהליכים</b>
מפגש 9	<b>יח"צ מנקודת המנהל</b> תוכן שיווקי שיווק במדיה ובניו-מדיה כללי כתיבת תוכן שיווקי 12 המילים החזקות בשוק 6 טיפים להעברת מסר שיווקי

\* יתכנו שינויים קלים בתוכנית.