



التواصل الداخلي وتخطيط حملات ارتباط الموظفين

02 - 06 Nov 2026

لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن



التواصل الداخلي وتخطيط حملات ارتباط الموظفين

المرجع: 1111_5488 التاريخ: 02 - 06 Nov 2026 الموقع: لندن - فندق أربع نجوم في وسط لندن الرسوم: SAR 23000

العوق التقني: مهارس - أسلوب التطبيق: دراسة حالة

مقدمة

كثيرا ما تصل الاستراتيجيات وتغييرات السياسات وأولويات الثقافة المؤسسية إلى الموظفين في صورة رسائل بريد متفرقة ولقاءات عامة عابرة، فيبقى الوعي محدودا ويغيب موظفو الخطوط النمامية ولا تتحسن نتائج استبيانات الارتباط. تكون هذه الدورة من كور كونسبت مديري التواصل والموارد البشرية من تخطيط حملات داخلية تغير ما يعرفه الموظفون وما يشعرون به وما يفعلونه. ويحلل المشاركون بيانات الارتباط، ويطبقون نهج تخطيط الحملات وتغيير السلوك، ويبنون خطط القنوات والمحتوى، ويقيسون النتائج بأطر تقييم معتمدة، ويخرجون بخطة حملة تواصل داخلي لأولوية قائمة في مؤسساتهم.

أهداف الدورة

- تحقيق قنوات التواصل الداخلي وفئات الجمهور ونتائج استبيانات الارتباط لتحديد خط الأساس
- تخطيط الحملات الداخلية بنموذج OASIS وتحديد أهداف مرتبطة بنتائج الأعمال
- تشخيص العوائق السلوكية وراء ضعف الارتباط وصياغة رسائل تعالجها
- بناء مصفوفة القنوات وتقويم المحتوى وحزمة التعهيم عبر المديرين لقوى عاملة موزعة على مواقع متعددة
- قياس مخرجات الحملة وأثرها المعرفي ونتائجها ورفع التقارير إلى القيادة بلغة الأعمال
- إعداد خطة حملة تواصل داخلي جاهزة للاعتماد الراعي

الفئة المستهدفة

- مديرو التواصل الداخلي وشركاء الأعمال المسؤولون عن تخطيط حملات الموظفين
- مديرو الموارد البشرية وتجربة الموظف المسؤولون عن استبيانات الارتباط وخطط العمل
- مديرو التواصل المؤسسي المسؤولون أيضا عن البوابة الداخلية والبريد وتطبيق الموظفين
- مديرو التغيير والتحول الذين يحتاجون إلى تبني الموظفين لسلوكيات عمل جديدة
- قادة برامج الثقافة والقيم والرفاه الوظيفي على مستوى المؤسسة

محاور الدورة

اليوم الأول: بيئة التواصل الداخلي وارتباط الموظفين

- إطار Map Profession IoIC لهنة التواصل الداخلي: الغاية ومجالات المعرفة الأساسية
- المكونات الأربعة في إطار Success for Engage: السردية الاستراتيجية والمديرون المحفزون وصوت الموظف والنزاهة
- تحليل نتائج استبيانات الارتباط باستخدام بنود Q12 Gallup ومؤشر eNPS
- تحقيق التواصل الداخلي: حصر القنوات وهدى الوصول وخط الأساس للثقافة
- تقسيم جمهور الموظفين حسب الدور والموقع ونمط المناوبة وإمكانية الوصول الرقمي

اليوم الثاني: نهاذج تخطيط الحملات وتغيير السلوك

- نهاذج OASIS لتخطيط الحملات: النهاذف وفهم الجمهور والاستراتيجية والتتفيذ والتقييم
- أهاذف تواصل مرتبطة بنتائج النعمال بصيغة SMART
- نهاذج B-COM لتشخيص عواقب القدرة والفرصة والدافع
- إطار EAST لرسائل تغيير السلوك: السهولة والجاذبية والبعد الاجتماعي والتوقيت
- بيت الرسائل وبنية السردية الاستراتيجية

اليوم الثالث: بناء الحملة وتنفذها

- مصفوفة القنوات: البوابة الداخلية والبريد وتطبيق الموظفين واللقاءات العامة والشاشات الرقمية وإجازات الخطوط النمامية
- تقويم المحتوى وسير عمل الاعتماد التحريبي
- الصياغة باللغة الواضحة وفق مبادئ المواصفة ISO 24495-1
- حزمة التعمير عبر المديريين المباشرين: مذكرات الإيجاز ونقاط الحديث وسجل النسلنة
- آليات صوت الموظف: الاستبيانات النبضية وجلسات الاستماع وشبكات السفراء

اليوم الرابع: القياس والمخاطر والحملات الصعبة

- إطار AMEC للتقييم المتكامل ومبادئ برشلونة 4.0 Principles Barcelona
- تفسير تحليلات القنوات: معدل الفتح ونسبة النقر ومدة القراءة
- مؤشرات القيادة والثقافة والارتباط في المواصفة ISO 30414 لرفع التقارير إلى القيادة
- تشخيص تشيع الرسائل باستخدام تقويم عبء التواصل
- بروتوكولات الإعلانات الحساسة لإعادة الهيكلة وتغيير السياسات والحوادث

اليوم الخامس: دراسات الحالة وخطة حملة التواصل الداخلي

- دراسة حالة القوى العاملة الميدانية: الوصول إلى الموظفين غير المكتبيين في الخدمات اللوجستية والرعاية الصحية
- دراسة حالة ما بعد الاندماج: استعادة الثقة بعد تراجع نتائج الارتباط
- إعداد مسودة خطة حملة التواصل الداخلي: الأهداف والفئات ومصفوفة القنوات والتقويم
- بناء لوحة معلومات لقياس الحملة بخطوط أساس ومستهدفات
- لجنة مراجعة بين الزملاء والدفاع عن خطة الحملة

المهارات المكتسبة

- تحقيق التواصل الداخلي
- تقسيم الجمهور الداخلي
- تصميم الرسائل السلوكية
- تخطيط القنوات
- تصميم التعمير عبر المديريين
- الاستماع إلى الموظفين
- قياس التواصل وتقييمه
- تفسير بيانات الارتباط

لهذا تحضر هذه الدورة

- تعود إلى عملك بخطة حملة تواصل داخلي لأولوية فعلية، وقد اختبرت أهام مراجعة الزملاء
- تصل إلى الموظفين الذين نادرا ما يطالعون البوابة الداخلية أو البريد، ومنهم موظفو المناوبات والمهيدان
- تبين للقيادة ما غيرته الحملة بهقاييس النتائج لا بعدد الرسائل المرسلّة
- تقارن أساليبك بهديري تواصل وموارد بشرية من قطاعات ودول مختلفة

الخاتمة

يرتبط الموظفون بأولويات مؤسستهم حين يفهمونها ويرون مديريهم يدعمونها ويكون لهم صوت في طريقة تنفيذها. تنتقل هذه الدورة من تحقيق القنوات وبيانات الارتباط، مروراً بنهاج تخطيط الحملات وتغيير السلوك، وصولاً إلى بناء الحملات وتنفيذها وقياسها والتعامل مع الإعلانات الحساسة. ويجمع اليوم النخبر هذا العمل في خطة حملة تواصل داخلي يعود بها المشاركون إلى الراعي، فيمتلك منهجية منظمة وقابلة للقياس لكل حملة لاحقة.