



an e egis company

بروجاكس للتدريب والتطوير
Projacs Training and Development

Reputation Management إدارة السمعة

24 – 28 July 2022

Al Khobar / KSA



ProjacsAcademy.com



Introduction

Reputation management is the practice of influencing stakeholder perceptions and public conversations about an organization and its brands. It includes monitoring perceptions and conversations, responding to reputation threats and proactively seizing opportunities to boost reputation.

In this course, we delve into the most important factors that make up reputation management. You will learn how best to prepare for any crises and how to deal with them when they do inevitably arise, as well as covering famous case studies of poorly handled reputation management.

Objectives

By the end of this training seminar, you will be able to:

- Understand the drivers of reputation and how to manage them
- Discover how transparency builds trust and reputation for an organisation.
- Get the right attention for your brand.
- Create risk and issues management plans for stakeholders.
- Develop effective communication campaigns
- Explore the range of activities that comprise corporate communications

Who Should Attend?

- Reputation Management Managers
- Corporate Communications Practitioners / Managers
- Public Relations Officers / Managers
- Public Affairs Practitioners
- Marketing Officers / Managers
- Anyone planning a career in PR

Course Outline

Day One

Reputation and its Drivers

- What is reputation and how can it be assessed
- What are the drivers of reputation?
- A reputation audit – how to conduct it?
- Sources of data on reputation
- Developing your research skills
- Use of online tools to assess reputation

Day TWO

Reputation and Culture

- How company culture impacts reputation?
- Brand and brand values
- Do you deliver on your brand personality and promise?
- Aligning your comms, marketing, sales and customer service
- Communicating across cultures
- Ensuring support from the top tier

DAY 3

Reputation and the Media

- Mapping your regular stakeholders and their media preferences
- Analyzing your reputation in key media
- Running media campaigns
- Planning and managing press briefings
- Analyzing your coverage in directories
- Campaign risk planning

DAY 4

Online Reputation

- Why the internet has been the game changer?
- The importance of Search Engine Optimization
- Social media and reputation
- Assessing your online reputation
- The risks of social media

DAY 5

Building Trust

- ESG – Environment, Social and Governance
- Your CSR profile
- Transparency and ethics
- Surveying stakeholders
- The role of influencers

Training Method

- Pre-assessment
- Live group instruction
- Use of real-world examples, case studies and exercises
- Interactive participation and discussion
- Power point presentation, LCD and flip chart
- Group activities and tests
- Each participant receives a binder containing a copy of the presentation
- slides and handouts
- Post-assessment

Program Support

This program is supported by interactive discussions, role-play, case studies and highlight the techniques available to the participants.

Schedule

The course agenda will be as follows:

- | | |
|---------------------|------------------|
| • Technical Session | 08.30-10.00 am |
| • Coffee Break | 10.00-10.15 am |
| • Technical Session | 10.15-12.15 noon |
| • Coffee Break | 12.15-12.45 pm |
| • Technical Session | 12.45-02.30 pm |
| • Course Ends | 02.30 pm |

Course Fees*

- **2,565 USD**

**VAT is Excluded If Applicable*

مقدمة

إدارة السمعة هي ممارسة التأثير على تصورات أصحاب المصلحة والمحادثات العامة حول المنظمة وعلاماتها التجارية. ويشمل مراقبة التصورات والمحادثات ، والاستجابة لتهديدات السمعة واغتنام الفرص بشكل استباقي لتعزيز السمعة. في هذه الدورة ، نتعمق في أهم العوامل التي تشكل إدارة السمعة. سوف تتعلم أفضل السبل للاستعداد لأيّة أزمات وكيفية التعامل معها عندما تنشأ حتمًا ، بالإضافة إلى تغطية دراسات الحالة الشهيرة لإدارة السمعة التي يتم التعامل معها بشكل سيئ.

الاهداف

- بنهاية هذه الدورة التدريبية سيكون المتدرب قادراً على:**
- فهم محركات السمعة وكيفية إدارتها
 - اكتشاف كيف تبني الشفافية الثقة والسمعة للمؤسسة.
 - احصل على الاهتمام المناسب لعلامتك التجارية.
 - إنشاء خطط إدارة المخاطر والقضايا لأصحاب المصلحة.
 - تطوير حملات اتصال فعالة
 - اكتشاف مجموعة الأنشطة التي تشمل اتصالات الشركة

الحضور

- مدراء إدارة السمعة
- ممارسو / مدراء اتصالات الشركة
- مسؤولو / مدراء العلاقات العامة
- الممارسون في الشؤون العامة
- مسؤولو التسويق / المديرين
- أي شخص يخطط لمهنة في العلاقات العامة وإدارة السمعة.

المحاور العلمية

اليوم الأول: السمعة ومحركاتها

- ما هي السمعة وكيف يمكن تقييمها.
- ما هي دوافع السمعة؟
- تدقيق السمعة - كيف يتم إجراؤه؟
- مصادر البيانات عن السمعة.
- تطوير مهاراتك البحثية.
- استخدام أدوات الإنترنت لتقييم السمعة.

اليوم الثاني: السمعة والثقافة

- كيف تؤثر ثقافة الشركة على السمعة؟
- قيم العلامة والعلامة التجارية.
- هل تفي بشخصية علامتك التجارية ووعودك؟
- التوفيق بين الاتصالات والتسويق والمبيعات وخدمة العملاء.
- التواصل عبر الثقافات.
- ضمان الدعم من الطبقة العليا.

اليوم الثالث: السمعة ووسائل الإعلام

- تحديد أصحاب المصلحة المنتظمين وتفضيلاتهم الإعلامية.
- تحليل سمعتك في وسائل الإعلام الرئيسية.
- إدارة الحملات الإعلامية.
- تخطيط وإدارة الإجازات الصحفية.
- تحليل التغطية الخاصة بك في الدلائل.
- تخطيط مخاطر الحملة.

اليوم الرابع: السمعة عبر الإنترنت

- لماذا غير الإنترنت قواعد اللعبة؟
- أهمية محرك البحث الأمثل.
- وسائل الإعلام الاجتماعية والسمعة.
- تقييم سمعتك على الإنترنت.
- مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي.

اليوم الخامس: بناء الثقة

- ESG - البيئة والاجتماعية والحوكمة.
- ملف تعريف CSR الخاص بك.
- الشفافية والأخلاق.
- مسح أصحاب المصلحة.
- دور المؤثرين.