

WOLFHEAD
A G E N C Y



الصورة الذهنية مو إعلان جذاب

كيف تصنع المؤسسات صورتها الذهنية؟

تحس إنك تحب البراند؟

حتى وأنت ما جربتته؟ هذا تأثير الصورة الذهنية

قد حسيت إنك تثق في شركة معينة بدون سبب واضح؟ تحبها، وتحترمها، ويمكن حتى تدافع عنها وكأنها «قضيتك»! هذا لأن عندهم “صورة ذهنية” قوية، مغروسة في بالك بدون ما تحس.

الصورة الذهنية ما تنخلق من إعلان جذاب وناجح أو تغريدة مميزة... هي نتيجة تراكم مواقف، قرارات، وقيم حقيقية انعكست عليك كجمهور. وفي زمن تتحكم فيه السوشل ميديا بانطباعات الناس، صارت المؤسسات تحتاج تبني درع ذهني يحمي سمعتها ويعزز مكانتها — خصوصًا وقت الأزمات! وهنا يدخل دور العلاقات العامة... ليس كقسم ثانوي، بل كأداة استراتيجية تصيغ الانطباع، تبني الثقة، وتنقل هوية المؤسسة للعالم بشكل واضح ومؤثر. في هذا الملف، بنغوص في الأدوار الحقيقية للعلاقات العامة وكيف تصنع الانطباع الذهني للجمهور، داخليًا وخارجيًا.



وش نقصد بالصورة الذهنية؟

الصورة الذهنية (Organizational Image) هي الانطباعات والتصورات التي يحتفظ فيها الجمهور عن المؤسسة. تشمل عناصر مثل:
موقعها - طريقة إدارتها - تعامل الموظفين - جودة المنتجات - مستوى الشفافية - مدى المسؤولية المجتمعية

هي باختصار: كل ما يخطر في بالك إذا سمعت بأسم المؤسسة!

كيف تختلف الصورة الذهنية عن مفاهيم أخرى؟

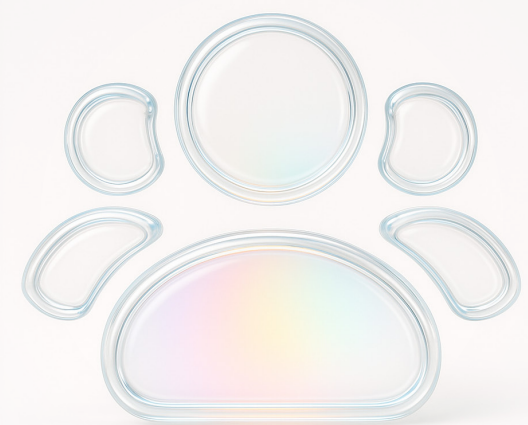
المفهوم	المعنى	المصدر
الهوية المؤسسية Identity	من نحن؟ ما قيمنا؟	نابع من داخل المنظمة
الصورة الذهنية Image	كيف يرانا الآخرون؟	تأتي من نظرة الجمهور
السمعة Reputation	ماذا يُقال عنا؟	تنتج عن تفاعل وتجارب الناس
الثقافة المؤسسية Culture	كيف نتصرف داخليًا؟	ناتجة من الممارسات اليومية داخل المؤسسة

العلاقات العامة تبني الصورة الذهنية على مستويات



التواصل مع مؤسسات أخرى

- بناء علاقات ودية
- تبادل رسائل الدعم والتهنئة
- تحسين سمعة المنظمة من خلال صورتها في أعين الشركاء



التواصل مع الإدارة العليا

- تحفيزهم على اتخاذ قرارات تدعم الصورة الذهنية
- جعل العلاقات العامة حاضرة في صناعة القرار
- تحسين الخدمات
- تقليل الشكاوى



التواصل مع وسائل الإعلام

ينقسم لثلاث مسارات:

- News Media أخبار وتقارير، متحدث رسمي، احترافية في الطرح
- Social Media محتوى تفاعلي، تعاون مع مؤثرين، استخدام Co-branding
- Web Media الموقع الرسمي، الهوية الرقمية، صناعة محتوى متكامل



التواصل مع الموظفين

الموظف هو بس أداة... هو ناقل حي للصورة الذهنية!

- تفعيل الموظفين في الفعاليات
- الاستماع لملاحظاتهم
- بناء ثقافة الانتماء والتحفيز



التواصل مع الجمهور

- اللقاءات، المقابلات، الاستبيانات
- تحليل آراء الناس وتعديلات فورية على الخدمات
- إشراك الجمهور في تطوير المؤسسة

كيف تبني الصورة الذهنية؟



الفعاليات

معارض، ندوات، حملات إعلامية



رأي الآخرين

سواء عبر محادثات أو منصات أو تقييمات



تجربة العميل

الخدمة، المنتج، ما بعد البيع



الأداء المالي والخدمي

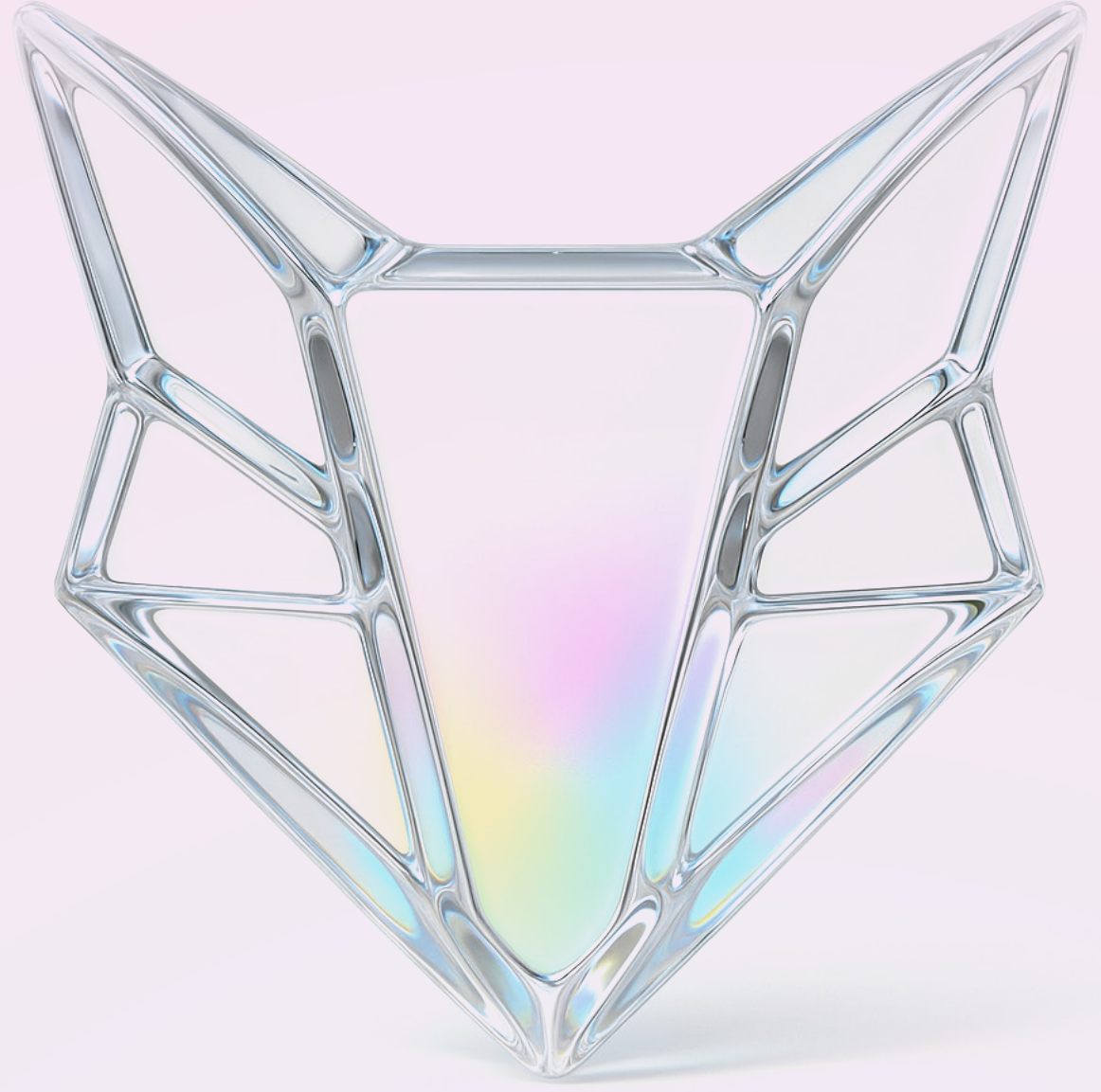
مستوى الاستقرار والابتكار



التواصل الأخلاقي

المسؤولية المجتمعية والشفافية

الصورة الذهنية هي خط دفاعك الأول
ومنها تبدأ كل القصة



تقاريرنا تحكي الكثير من القصص والإنجازات
أرقام ومعلومات نسعى لطرحها بصورة فريدة

تابعونا للمزيد