

چالش ورودی بوت کمپ

روابط عمومی

PUBLIC RELATIONS (PR) BOOTCAMP



چالش ورودی بوت کمپ روابط عمومی

از اینکه علاقه مند به شرکت در بوت کمپ روابط عمومی رهنما کالج هستید، خوشحالیم. در فرآیند ثبت نام علاوه بر سوالاتی که در مورد رزومه و انگیزه شما پرسیده شده، لازم است به سوالات زیر پاسخ دهید و جوابتان را در فرم ثبت نام برای ما بارگذاری کنید.

لطفا در نظر داشته باشید که پاسخ به دو سوال اجباری است و در صورت پاسخ به سوالات دیگر، امتیاز بیشتری برای ورود به جلسه مصاحبه کسب خواهید کرد.

برای ما مهم است بدانیم چطور فکر می کنید، چطور مسئله را تحلیل می کنید، چگونه اولویت بندی می کنید و چطور می توانید یک تصمیم ارتباطی را توضیح دهید.

برای پاسخ دادن می توانید تحقیق کنید و از منابع مختلف استفاده کنید. با این حال، پاسخ هایی برای ما ارزشمندتر هستند که بتوانید در جلسه مصاحبه درباره منطق و تصمیم های خود از آن ها دفاع کنید.

سوال اول:

فرض کنید عضو تیم روابط عمومی یک سوپرمارکت آنلاین هستید که کاربران می توانند کالاهای روزمره مانند مواد غذایی، محصولات بهداشتی و کالاهای مصرفی را به صورت آنلاین سفارش دهند و در بازه زمانی مشخصی درب منزل تحویل بگیرند. در یک روز کاری، به دلیل بروز مشکلی در بخشی از فرآیند سفارش، تعدادی از کاربران با مشکلات مختلفی مواجه شده اند:

- برخی سفارش ها با تاخیر قابل توجه به دست مشتریان رسیده اند.
- برخی کاربران می گویند مبلغ سفارش از حسابشان کسر شده، اما سفارش در سیستم ثبت نشده است.
- برخی دیگر گزارش داده اند که بخشی از کالاهای سفارش داده شده در زمان تحویل موجود نبوده و جایگزین یا حذف شده اند.

هنوز مشخص نیست منشأ اصلی مشکل کجاست و تیم های فنی و عملیات در حال بررسی موضوع هستند. در همین زمان، تعدادی از کاربران تجربه خود را در شبکه های اجتماعی منتشر کرده اند و یکی از این پست ها در چند ساعت گذشته به سرعت دیده و باز نشر شده است. در این پست، کاربر علاوه بر انتقاد از تاخیر سفارش، نوشته است:

«چطور می شود برای خرید مایحتاج روزانه پول را از حساب مشتری کم کنید، اما نه سفارش را تحویل دهید و نه پاسخ درستی بدهید؟»

هنوز ابعاد دقیق مسئله مشخص نیست و مشخص نیست مشکل تا چه زمانی ادامه خواهد داشت.

● اولین اقدام شما چیست؟

در لحظات ابتدایی، چه چیزی را در اولویت قرار می دهید و چرا؟

● آیا در همان ساعات ابتدایی واکنش عمومی نشان می دهید؟

اگر بله، توضیح دهید:

- چه زمانی واکنش نشان می دهید؟

- پیام اصلی شما چیست؟

- از چه کانالی استفاده می کنید؟

اگر نه، توضیح دهید چرا و تا چه زمانی صبر می کنید.

یک پیام کوتاه اولیه برای انتشار در شبکه اجتماعی شرکت بنویسید.

در نظر داشته باشید که هنوز علت دقیق مشکل مشخص نیست و تیم های داخلی در حال بررسی آن هستند.

سوال دوم:

فرض کنید یک پلتفرم کاریابی و استخدام، قابلیت محصولی جدیدی مبتنی بر هوش مصنوعی راه‌اندازی کرده است. این قابلیت با تحلیل سابقه کاری، مهارت‌ها، علایق و نیازهای شغلی کاربران، موقعیت‌های شغلی مناسب‌تری را به آن‌ها پیشنهاد می‌دهد.

مدیر محصول به تیم روابط عمومی می‌گوید: «یک خبر برای رسانه‌ها بفرستیم و محصول جدیدمان را معرفی کنیم.»

اگر مسئول روابط عمومی باشید:

- ابتدا مشخص کنید چه چیزی را باید بفهمید تا بتوانید درباره ارزش خبری این محصول تصمیم بگیرید.
 - چه نوع رسانه‌ها یا کانال‌هایی را انتخاب می‌کردید؟
 - فرض کنید یک خبرنگار به شما می‌گوید:
«این فقط یک قابلیت جدید محصول شماست. چرا باید برای مخاطبان من مهم باشد؟»
- پاسخ شما چیست و چگونه بریف رسانه‌ای خود را تنظیم می‌کنید؟**

سوال سوم:

فرض کنید شرکت «پول‌یار» یک پلتفرم فین‌تکی ایرانی است که به کاربران امکان می‌دهد:

- هزینه‌های روزمره خود را مدیریت کنند.
 - قبوض و پرداخت‌های خود را انجام دهند.
 - از اعتبار خرید استفاده کنند.
 - و از فروشگاه‌های طرف قرارداد به صورت اعتباری خرید کنند.
- پول‌یار در سه سال گذشته رشد زیادی داشته و اکنون ۳ میلیون کاربر ثبت‌نام‌شده دارد. این شرکت در حال آماده شدن برای ورود به مرحله جدیدی از رشد است و می‌خواهد در ۱۸ ماه آینده:
- تعداد کاربران فعال خود را افزایش دهد.
 - همکاری با بانک‌ها و کسب‌وکارهای بزرگ را توسعه دهد.
 - و در نهایت به یکی از برندهای شناخته‌شده حوزه خدمات مالی دیجیتال تبدیل شود.

اما یک مسئله وجود دارد. تحقیقات داخلی شرکت نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از مردم، اگرچه نام پول‌یار را شنیده‌اند، هنوز اعتماد کافی برای استفاده از خدمات مالی آن ندارند. بخشی از کاربران بالقوه نگران امنیت اطلاعات و پول خود هستند.

از طرف دیگر، تعدادی از کاربران فعلی نیز در شبکه‌های اجتماعی درباره موضوعاتی مانند پاسخ‌گویی پشتیبانی، محدودیت اعتبار و تجربه کاربری خود صحبت می‌کنند. مدیرعامل شرکت از تیم روابط عمومی می‌خواهد: «کاری کنیم مردم پول‌یار را بیشتر بشناسند و به آن اعتماد کنند.»

شما به عنوان متخصص روابط عمومی پول‌یار چه می‌کنید.

۱. مسئله ارتباطی را تعریف کنید.

به نظر شما مسئله اصلی پول‌یار «شناخته شدن» است یا «اعتماد» یا مسئله دیگری؟ توضیح دهید چرا.

۲. سه گروه ذینفع اصلی را انتخاب کنید.

از میان گروه‌هایی مانند:

کاربران فعلی
کاربران بالقوه
رسانه‌ها

بانک‌ها و شرکای تجاری
رگولاتورها

کارشناسان حوزه مالی و فناوری
کارکنان

اینفلوئنسرها و تولیدکنندگان محتوا

حداکثر سه گروه را انتخاب کنید.

برای هر کدام توضیح دهید:

– چرا اهمیت دارند؟

– اکنون چه نگرشی نسبت به پول‌یار دارند؟

– قرار است بعد از فعالیت‌های روابط عمومی چه تغییری در نگرش یا رفتار آن‌ها ایجاد شود؟

۳. یک ایده رسانه‌ای پیشنهاد دهید.

فرض کنید قرار است با یک رسانه معتبر حوزه کسب‌وکار و فناوری همکاری محتوایی داشته باشید. چه داستانی را پیشنهاد می‌دهید که درباره «پول‌یار» باشد، اما شکل یک تبلیغ مستقیم برای شرکت نداشته باشد؟

سوال چهارم:

تصور کنید مدیرعامل شرکتی که در آن کار می‌کنید، در جلسه‌ای از شما می‌پرسد:
«ما می‌توانیم با تبلیغات پول بدهیم و پیام خودمان را مستقیماً به مخاطب برسانیم. چرا باید برای روابط عمومی هزینه کنیم؟»
سعی کنید پاسخ شما طوری باشد که یک مدیرعامل غیر متخصص در روابط عمومی بتواند ارزش روابط عمومی را درک کند.

چند نکته قبل از ارسال پاسخ:

- لازم نیست پاسخ‌ها طولانی یا پیچیده باشند.
- از پاسخ‌های کلی و فهرست‌وار تا حد امکان فاصله بگیرید.
- اگر فرضی در نظر می‌گیرید، آن را شفاف بیان کنید.
- اگر بین چند راه حل مردد هستید، انتخاب خود را توضیح دهید.

آنچه برای ما مهم است:

ما در این چالش به دنبال فردی نیستیم که از قبل همه چیز را درباره روابط عمومی بداند.

برای ما مهم است ببینیم:

چطور مسئله را می‌بینید، چطور سؤال می‌پرسید، چطور اولویت‌بندی می‌کنید، چطور تصمیم می‌گیرید، چطور مخاطب را می‌شناسید و چطور می‌توانید از تصمیم خود دفاع کنید.

نحوه ارسال:

پاسخ خود را در قالب یک فایل PDF ارسال کنید.

لطفاً نام فایل را به صورت زیر انتخاب کنید:

Name.Lastname.pdf

برای مثال:

Ali.Akbari.pdf