



## تأکید رئیس اتاق ایران بر نقش روابط عمومی‌ها در انعکاس دستاوردها و تقویت امیدواری در جامعه

رئیس اتاق بازرگانی ایران در گردهمایی مدیران روابط عمومی اتاق‌های سراسر کشور، بر اهمیت و نقش روابط عمومی‌ها در بهبود ارتباطات اقتصادی و اجتماعی کشور و همچنین تقویت امیدواری در جامعه تأکید کرد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی تبریز، صمد حسن زاده، رئیس اتاق ایران، در جمع مدیران روابط عمومی اتاق‌های شهرستان‌ها، بر اهمیت روابط عمومی به عنوان یکی از بازوهای اصلی ارتباطات و تأثیرگذاری بر جامعه تأکید کرد و این نشست را فرصتی برای بهره‌گیری از تجربیات مدیران روابط عمومی و تقویت هم‌افزایی در جهت پیشبرد اهداف اتاق بازرگانی دانست.

حسن زاده با اشاره به اهمیت حضور افراد فرهیخته در جامعه، تأکید کرد: اگر افراد تأثیرگذار در حوزه‌های مختلف از جمله رسانه و روابط عمومی نباشند، مسیر توسعه و هدایت جامعه با چالش‌های جدی روبه‌رو خواهد شد. نقش روابط عمومی در انعکاس دستاوردها و تقویت امیدواری در جامعه به ویژه در شرایط سخت اقتصادی بسیار حیاتی است.

وی روابط عمومی را یکی از مهم‌ترین ابزارهای انتقال پیام اتاق بازرگانی به جامعه و فعالان اقتصادی دانست و افزود: برنامه‌هایی که در اتاق بازرگانی به عنوان مرکز اقتصادی کشور انجام می‌شود، باید از طریق روابط عمومی به بهترین نحو به جامعه منتقل شود. این ارتباطات می‌تواند نه تنها امید را در دل مردم زنده نگه دارد، بلکه بستری برای تشویق جوانان و نخبگان کشور فراهم آورد.

حسن زاده با اشاره به ظرفیت‌های انسانی و هوش بالای ایرانیان گفت: ملت ما با وجود تمام چالش‌ها و محدودیت‌ها، همواره در عرصه‌های علمی، اقتصادی و ورزشی در سطح بین‌المللی خوش‌درخشیده است. دانش‌آموزان ما در مناطق محروم، رتبه‌های برتر المپیادها را کسب می‌کنند و مدیران و متخصصان ایرانی در کشورهای دیگر جایگاه‌های برجسته‌ای را تصاحب کرده‌اند. این نشانه‌ای از شایستگی و لیاقت ایرانیان است.

وی با اشاره به شرایط سخت اقتصادی و تأثیر آن بر روحیه مردم، گفت: یکی از وظایف روابط عمومی‌ها، انتقال پیام امید و ایجاد انگیزه در جامعه است. باید نشان دهیم که ظرفیت‌های بی‌ظنیری در کشور وجود دارد و می‌توان با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح، این پتانسیل‌ها را به کار گرفت.

این جلسه با ارائه پیشنهادات از سوی مدیران روابط عمومی و بحث درباره چالش‌ها و راهکارهای پیش‌روی اتاق‌های بازرگانی به پایان رسید.

در ادامه مراسم گردهمایی مدیران روابط عمومی اتاق‌های سراسر کشور، پیل آسیب‌شناسی جریان ارتباطی اتاق‌های استانی، چالش‌ها و راهکارها برگزار شد.

در این پیل تخصصی ضرورت ارزیابی روابط عمومی‌ها برای درک جایگاه واقعی آنها، ایجاد بستری برای تعامل روابط عمومی‌ها با هیات رئیسه اتاق ایران، لزوم ایجاد یک کمیته تخصصی از روابط عمومی‌ها با هدف انسجام بخشی و هماهنگ‌سازی، حفظ ثبات در مدیریت روابط عمومی‌ها در اتاق‌ها و تشکل‌ها، ایجاد صدای واحد در قالب تشریح و بیان دیدگاه‌های اعضای اتاق‌ها و حمایت از روابط عمومی‌ها از سوی مدیران روابط عمومی اتاق‌های استانی مورد توجه قرار گرفت.

در ادامه، کارگاه تحول دیجیتال در ارتباطات و مدیریت اعضا؛ راهکارهای کارآمد برای انجمن‌ها و اتاق‌های استانی، برنامه بعدی روز اول این گردهمایی بود. در این کارگاه آموزشی علیرضا مقاری، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان ترنج دیتا، مستقر در پارک فناوری پردیس، درباره طراحی و بهینه‌سازی ارتباطات دیجیتال و بازاریابی و شبکه‌های اجتماعی برای انجمن‌ها و اتاق‌ها، صحبت کرد.

حمید حاتم طهرانی، مدرس کارگاه آموزشی دیگری بود که با محوریت تولید محتوای اتوماتیک تمام شبکه‌های اجتماعی و وبسایت به صورت 360 درجه و آشنایی با ابزار کاربردی هوش مصنوعی در تولید محتوا، برگزار شد.

معرفی ابزارها در روابط عمومی دیجیتال نیز توسط امیرعلی صدردادرس، مدیر فناوری اطلاعات و ارتباطات اتاق ایران انجام شد. او در این بخش به معرفی ابزارها برای رصد و پایش، سئو، گزارش‌گیری از سایت و شبکه‌های اجتماعی، پرداخت.

نشست با هادی اسکندری، مدیرعامل و محسن فرجادی، معاون استان‌های هلدینگ برسا (آخرین خبر) نیز بخش دیگری از این گردهمایی بود.

همچنین مدیران روابط عمومی اتاق‌های استانی از تحریریه روزنامه دنیای اقتصاد بازدید کردند.