



گزارش حوزه روابط عمومی و ارتباطات

تسهیلگر پروژه و نویسنده گزارش:

فائزه مهدوی



مقدمه:

بنیاد توسعه فرهنگی و توانمندسازی سپهر به عنوان یک سازمان مردم نهاد و طبق ارزش های سازمانی خود وظیفه نشر و شفاف سازی اطلاعات سازمان را دارد. واحد ارتباطات بنیاد سپهر مسئولیت انتشار و اطلاع رسانی اخبار بنیاد و اطلاعات مرتبط با سازمان را دارد.

در سال جاری سعی کردیم محتوا را بیشتر به صورت روایت منتشر کنیم و فقط محتوایی که جنبه اطلاع رسانی دارند به صورت خبر هایی کوتاه منتشر شده اند. هدف ما از تغییر این مسیر، جذاب تر شدن محتوا و تاثیرگذاری بیشتر بر مخاطب بود تا بتوانند با علاقه اخبار را مطالعه و در جریان پروژه های بنیاد قرار بگیرند. همچنین برای دسترسی راحت تر به اطلاعات و داده های مرتبط با حوزه ارتباطات، آن را در بستر اکسل ثبت می کنیم تا در نهایت بتوانیم خروجی راحت تری به دست آوریم.

ردیف	تاریخ	نوع محتوا	موضوع محتوا	نوع تولید	نام پروژه
1		* پوستر	* مجامعت ها	* تولیدی	* ارتباطات ایرانید محتوا و مدیریت شبکه های اجتماعی
2		* عکس	* اطلاع رسانی	* تولیدی	* پروژه عکس
3		* ویدئو بلند	* اخبار پروژه	* تولیدی	* کتابخانه عمومی و مرکز توانمند سازی سوار آفر
4		* عکس	* پروژه	* تولیدی	* جذب و مدیریت داوطلبان
5		* عکس	* پروژه	* تولیدی	* ارتباطات ایرانید محتوا و مدیریت شبکه های اجتماعی
6		* ویدئو بلند	* اخبار پروژه	* تولیدی	* مسابقه آبی گرانی
7		* ویدئو کوتاه	* اخبار پروژه	* تولیدی	* توسعه بوم آبی و محیطی و روستایی
8		* عکس	* اطلاع رسانی	* تولیدی	* پروژه عکس
9		* عکس	* اطلاع رسانی	* تولیدی	* پروژه عکس
10		* ویدئو بلند	* اخبار پروژه	* تولیدی	* مسابقه عکس گرانی
11		* ویدئو بلند	* اخبار پروژه	* تولیدی	* مکتب توسعه فردی دانشجویان
12		* پوستر	* اخبار پروژه	* تولیدی	* پروژه عکس
13		* عکس	* اطلاع رسانی	* تولیدی	* پروژه عکس
14		* عکس	* معرفی پروژه	* تولیدی	* کتابخانه عمومی و مرکز توانمند سازی سوار آفر
15		* ویدئو بلند	* اخبار پروژه	* تولیدی	* مکتب توسعه فردی دانش آموزی
16		* ویدئو کوتاه	* پروژه	* تولیدی	* ارتباطات ایرانید محتوا و مدیریت شبکه های اجتماعی
17		* ویدئو کوتاه	* پروژه	* تولیدی	* ارتباطات ایرانید محتوا و مدیریت شبکه های اجتماعی
18		* عکس	* اخبار پروژه	* تولیدی	* توسعه بازار روستایی رول
19		* عکس	* اخبار پروژه	* تولیدی	* مرکز تولیدی سپهر
20		* عکس	* پروژه	* تولیدی	* کتابخانه عمومی و مرکز توانمند سازی سوار آفر
21		* عکس	* اخبار پروژه	* تولیدی	* ارتباطات ایرانید محتوا و مدیریت شبکه های اجتماعی
22		* عکس	* پروژه	* تولیدی	* توسعه بازار روستایی رول
23		* عکس	* اخبار پروژه	* تولیدی	* توسعه بازار روستایی رول
24		* پوستر	* اطلاع رسانی	* تولیدی	* ارتباطات ایرانید محتوا و مدیریت شبکه های اجتماعی

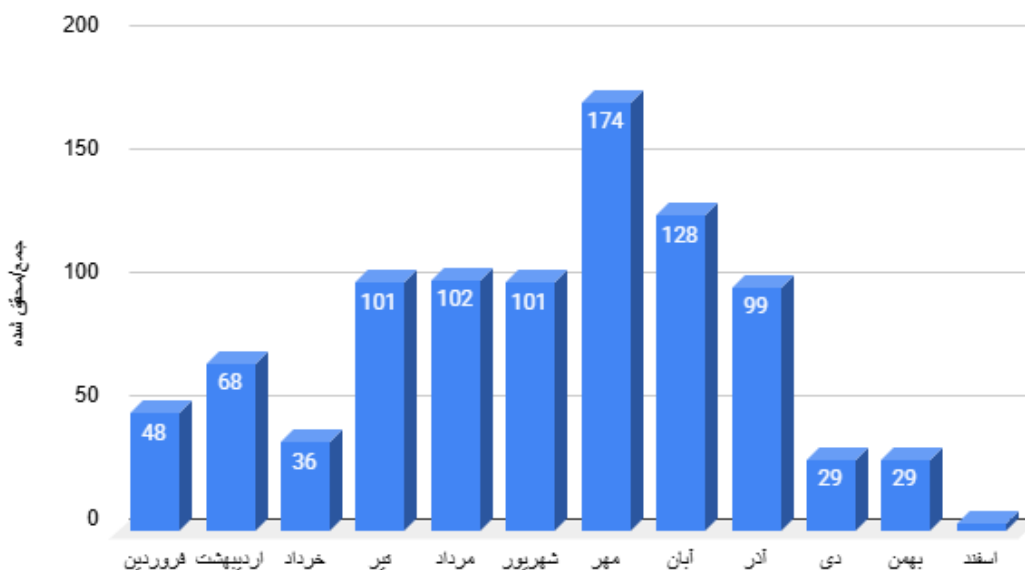
تصویر شماره ۱: اکسل ثبت اطلاعات مربوط به واحد ارتباطات

محتوای منتشر شده در شبکه های اجتماعی:

واحد ارتباطات در مجموع تعداد ۹۱۸ محتوا برای انتشار در شبکه های اجتماعی تولید کرده است که نسبت به سال گذشته رشد ۶۰ درصد داشته است. در ماه های مختلف میزان انتشار محتوا به دلیل تراکم کار فرق داشته است. به عنوان مثال در نیمه دوم سال در فصل پاییز به دلیل برگزاری جشنواره های مختلف در چندین روستا، بیشترین محتوای تولید شده را به خود اختصاص داده است. در ماه های خرداد، دی، بهمن و اسفند به دلیل شروع جنگ و قطع بودن اینترنت کمترین محتوای منتشر شده را داشتیم.



نمودار شماره ۱: تعداد محتوای تولیدی به تفکیک ماه

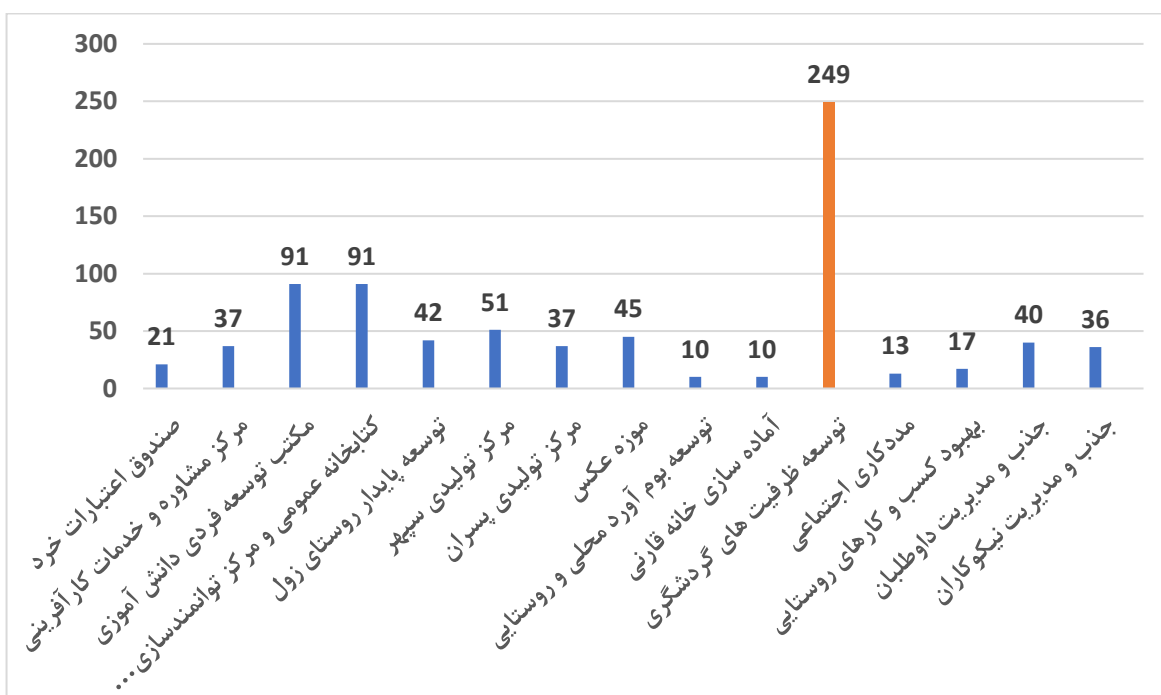


جدول شماره ۱: درصد رشد محتواهای منتشر شده

درصد رشد	۱۴۰۴	۱۴۰۳
	۶۰٪	۵۷۵

بیشترین محتوای تولید شده در ماه مهر و مرتبط با پروژه توسعه ظرفیت های گردشگری بوده است.

نمودار شماره ۲: تعداد محتوای تولید شده به تفکیک پروژه





محتوای قابل انتشار به اشکال مختلف مانند ویدئوهای کوتاه و بلند، محتوای متنی، پوستر، بروشور و عکس در بستر های مختلف تلگرام، اینستاگرام، بله، ایتا، لینکدین، سایت و آپارات در دسترس مخاطب قرار گرفته است. دلیل تنوع و گسترده بودن شبکه های اجتماعی بنیاد سپهر، تنوع در مخاطب های این سازمان است. حضور حامی ها در اینستاگرام و تلگرام، ذی نفعان در ایتا و بله موجب شد کانال ارتباطی در این شبکه ها ایجاد کنیم تا تمامی مخاطبین از اخبار بنیاد باخبر شوند.

در مجموع تعداد ۲۹۴ محتوای ویدیویی، ۳۸ محتوای متنی، ۵۰۲ عکس و ۸۴ پوستر و بروشور در شبکه های اجتماعی بنیاد سپهر تولید و منتشر شده است.

جدول شماره ۲: تعداد محتواهای منتشر شده به تفکیک نوع محتوا

ردیف	عنوان	تعداد محتوا
۱	ویدیوهای کوتاه	۱۲۲
۲	ویدیوهای بلند	۱۷۲
۳	محتوای متنی	۳۸
۴	عکس	۵۰۲
۵	پوستر	۷۶
۶	بروشور	۸
	جمع کل	۹۱۸

دوباره با مدرسه کیفی
فرصت دوباره برای شرکت در مدرسه کیفی به صورت آنلاین و گروهی

پنجشنبه ۱۴۰۴
شروع دوره از ۱۱ دی ماه ۱۴۰۴ ساعت ۱۰:۳۰
مکان: بنیاد توسعه فرهنگی و توانمندسازی سپهر

اگر موفق به شرکت در دوره حضوری مدرسه کیفی نشده‌اید، شما می‌توانید با حضور در جلسات گروهی مدرسه کیفی، به صورت آنلاین ویدیوهای مرتبط با این کارگاه را تماشا کنید و بنیاد توسعه فرهنگی و توانمندسازی سپهر برگزار می‌کند:

◆ دوباره با مدرسه کیفی
فرصتی دوباره برای شرکت در مدرسه کیفی به صورت آنلاین و گروهی

داستانی که خانم پارسایی از جلسه ی شاهیک برامون تعریف کرد قابل توجه و خوشحال کننده بود:

دیروز وقتی به جلسه‌ای با کسب‌وکارهای روستای شاهیک رفتم یکی از کسب‌وکارهای قدیمی مرکز مشاوره در جلسه حضور داشت. پس از پایان جلسه، از من خواست تا به کارگاهش بروم.

خانم سمیه ملایی دو سال پیش به بنیاد مراجعه کرده بود. آن زمان، او تنها در یکی از اتاق‌های خانه‌اش مشغول به خیاطی بود و آرزوی داشتن یک کارگاه خیاطی را در سر داشت. بنیاد در پروژه مرکز مشاوره، خدماتی از جمله آموزش، مشاوره و تسهیلات به او ارائه داد. این حمایت‌ها کمی به او کمک کرد تا به هدفش نزدیک‌تر شود.

(ادامه دارد...)

تصاویر شماره ۲: نمونه محتوای منتشر شده در کانال بله بنیاد سپهر



بنیاد سپهر و کانال های خبری:

در سال ۱۴۰۴ کانال های خبری شهرستان مانند اخبار قاینات، بازار قاینات و نگین قهستان برخی از اخبار مربوط به بنیاد سپهر را منتشر کرده اند. تعداد ۷۵ محتوا برای این کانال ها ارسال شده است که برخی داوطلبانه و برخی به صورت پرداخت هزینه منتشر شده است.

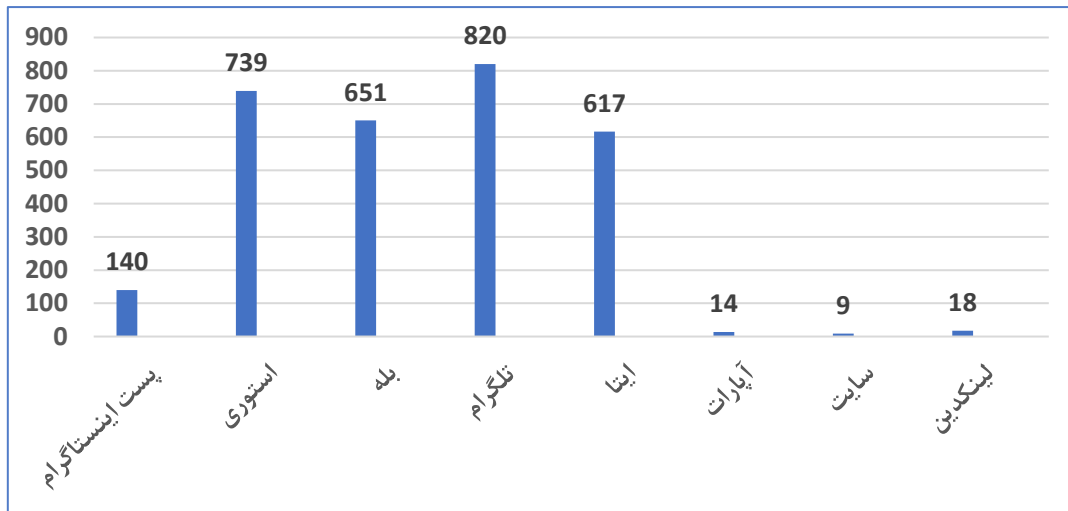
تاثیری که همکاری با این کانال ها داشت شناخت بیشتر افراد از فعالیت های بنیاد سپهر و مطلع شدن از برنامه های اجرایی در بنیاد بوده است.



تصاویر شماره ۳ : نمونه محتوای منتشر شده در کانال اخبار قاینات

شبکه های اجتماعی:

در سال های گذشته تمرکز بنیاد برای اطلاع رسانی بیشتر از طریق کانال های اصلی مانند تلگرام، اینستاگرام، بله و ایتا بوده است. اما از آنجایی که مخاطب های بنیاد متنوع هستند برای دسترسی بهتر به محتوای بنیاد، در سال جاری سایر کانال های بنیاد مانند آپارات، لینکدین و سایت نیز فعالیت داشته ایم و اخبار و فعالیت های مهم را به گوش مخاطب رسانده ایم.



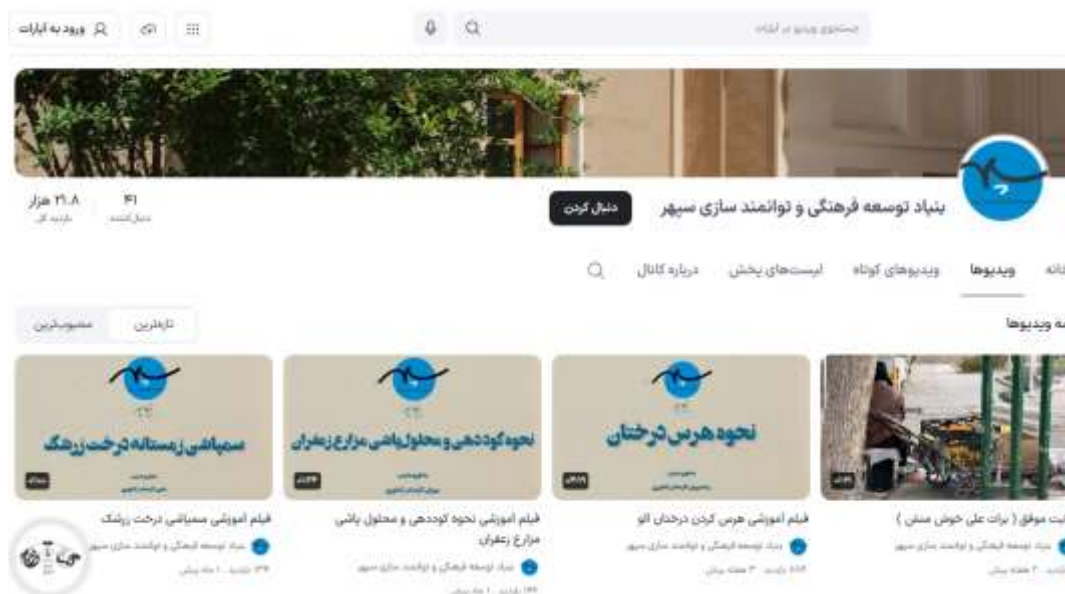
نمودار شماره ۳: تعداد محتواهای منتشر شده به تفکیک شبکه های اجتماعی

- لینکدین

یکی از استراتژی ها منابع انسانی بنیاد سپهر ارتباط با افراد در بستر حرفه ای لینکدین است. بنیاد سپهر با این باور که در این شبکه می تواند به بهترین شکل فعالیت بنیاد را ارائه دهد محتواهای مرتبط را در کانال لینکدین خود منتشر می کند.

- آپارات

آپارات بهترین بستر برای انتشار ویدیو های طولانی برای دسترسی تمامی افراد و ذینفعان به آن است. محتواهای منتشر شده در آپارات به راحتی قابل دسترس عموم هستند مانند آموزش های کاربردی و مختلف، ویدیوهایی مرتبط با معرفی پروژه ها. تعداد ۱۴ ویدیو در سال ۱۴۰۴ در کانال آپارات بنیاد سپهر منتشر شده است که بیشترین بازدید مربوط به «فیلم آموزشی هرس کردن درختان آلو» با ۸۸۴ بازدید است.



تصویر شماره ۴: صفحه ی بنیاد سپهر در آپارات

**چرا خیلی جاها هستیم؟**

شبکه های اجتماعی ابزاری است تعاملی برای نزدیک شدن، گفتگو کردن و رابطه بهتر بین سازمان و ذی نفعانش و باید شرایطی فراهم کرد تا همه ذی نفعان بتوانند صدای سازمان را بشنوند و ماهم صدای آنها را بشنویم. بنیاد سپهر محتواهای ارتباطی اش را در کانال های مختلف ارتباطی منتشر می کند چون ذی نفعانش گروه های مختلف با علائق مختلف هستند.

ذی نفعان ما گروه های زیر هستند:

- داوطلبان
- بهره مندان از خدمات
- حامیان مالی حقیقی
- حامیان مالی حقوقی
- کارکنان
- اعضای هیات مدیره و امنا
- نهادهای همکار

مساله این است که هر کدام از این ذی نفعان رسانه یا رسانه های خاص خود را دارند. داوطلبان و کارکنان ما بیشتر در تلگرام و اینستاگرام سیر می کنند، حامیان مالی حقوقی در لینکدین، حامیان مالی حقیقی در واتساپ و تلگرام، بهره مندان از خدمات و برخی نهادهای دولتی در ایتا و بله حضور دارند و شرایط اینگونه پیچیده می شود و باید رسانه هر کدام را به کار برد تا رابطه شکل گیرد و رابطه خیلی مهم است و کیفیت رابطه هم مهم تر! و برای این خیلی جاها هستیم!

فعال ترین شبکه های اجتماعی:

دو شبکه اجتماعی فعال بنیاد سپهر که بیشترین محتوای منتشر شده را در سال ۱۴۰۴ به خود اختصاص داده اند، اینستاگرام و تلگرام بوده است. اینستاگرام با ۸۷۹ محتوا از جمله پست و استوری و تلگرام با ۸۲۰ محتوا جزو فعال ترین شبکه ها قرار گرفته اند.

جدول شماره ۳: درصد رشد محتواهای اینستاگرام در سال ۱۴۰۴ و ۱۴۰۳

درصد رشد	۱۴۰۴	۱۴۰۳
۳۱٪	۸۷۹	۶۷۲

جدول شماره ۴: درصد رشد محتواهای تلگرام در سال ۱۴۰۴ و ۱۴۰۳

درصد رشد	۱۴۰۴	۱۴۰۳
۱۰۰٪	۸۲۰	۴۰۶



جذب مخاطب:

در جدول شماره ۵ درصد رشد جذب دنبال کننده در هر شبکه ی اجتماعی در مقایسه با سال گذشته ذکر شده است. ایتا و آپارات بیشترین جذب مخاطب را در سال ۱۴۰۴ به خود اختصاص داده اند.

جدول شماره ۵: مقایسه درصد رشد جذب دنبال کننده در سال های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴

عنوان	۱۴۰۳	۱۴۰۴	درصد
اینستاگرام	۳۴۶۷	۴۵۳۹	۳۱٪
تلگرام	۴۷۴	۵۷۰	۲۰٪
بله	۱۱۳۰	۱۰۹۸	-۲٪
ایتا	۲۹۴	۴۰۶	۳۸٪
لینکدین	۹۲۶	۱۰۳۰	۱۱٪
آپارات	۲۰	۴۱	٪۱۰۰

ارزیابی شبکه های اجتماعی بنیاد توسط داوطلبان^۱:

در این بخش، دیدگاهها و ارزیابی داوطلبان نسبت به عملکرد شبکه های اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است. هدف از این ارزیابی شناسایی میزان رضایت و اثربخشی ارتباط با داوطلبان بوده است. داده های گردآوری شده از طریق پرسشنامه و نتایج در قالب جدول و نمودار ارائه می گردد تا تصویری روشن از نقاط قوت و زمینه های قابل بهبود مشخص شود.

۱- اخبار بنیاد را در چه کانال هایی می بینید و دنبال می کنید؟

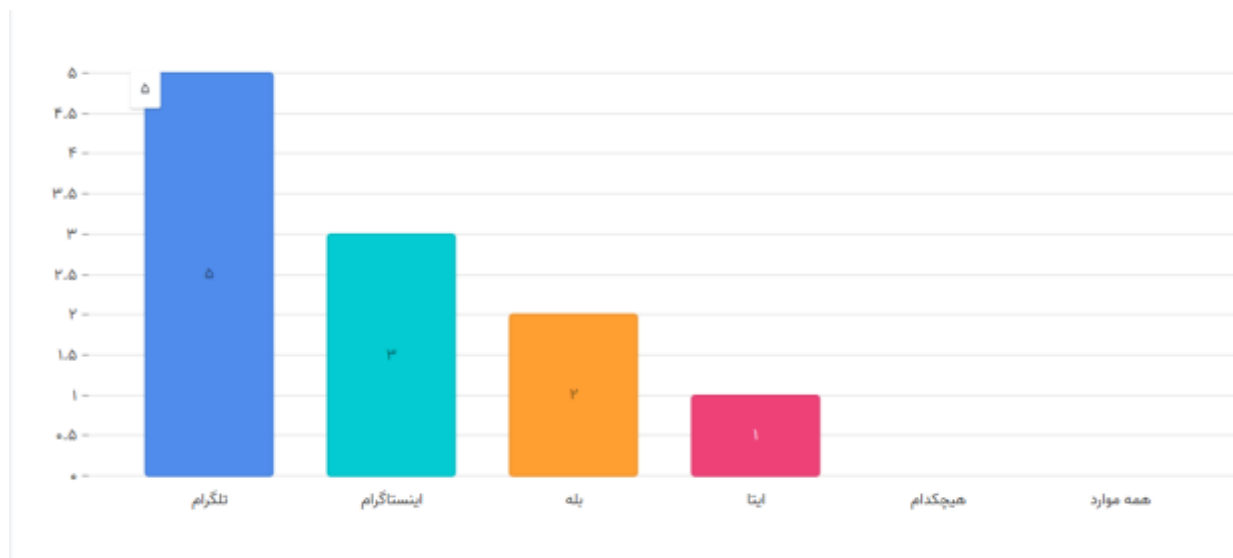
جدول شماره ۶: درصد فراوانی کانال هایی دنبال شده توسط داوطلبان

گزینه	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی در بین پاسخ دهندگان	درصد فراوانی در کل انتخاب ها
تلگرام	۵	۸۳.۳٪	۴۵.۴٪
اینستاگرام	۳	۵۰٪	۲۷.۲٪
بله	۲	۳۳.۳٪	۱۸.۱٪
ایتا	۱	۱۶.۶٪	۹٪
هیچکدام	۰	۰٪	۰٪
همه موارد	۰	۰٪	۰٪
کل انتخاب ها	۱۱	۱۸۳.۳٪	
کل پاسخ دهندگان	۶	۱۰۰٪	

^۱ این ارزیابی در روزهای آخر سال ۱۴۰۳ انجام شد که هم اینترنت شرایط متعادلی نداشت و هم مردم حوصله همراهی نداشتند و کلا ۶ نفر به سوالات ما پاسخ دادند که قطعه از جهت فراوانی قابل اتکا نیست با این وجود چون نظرشان برایمان ارزشمند است نتایج را می آوریم.



نمودار شماره ۴: ارزیابی تعداد کانال های دنبال شده توسط داوطلبان

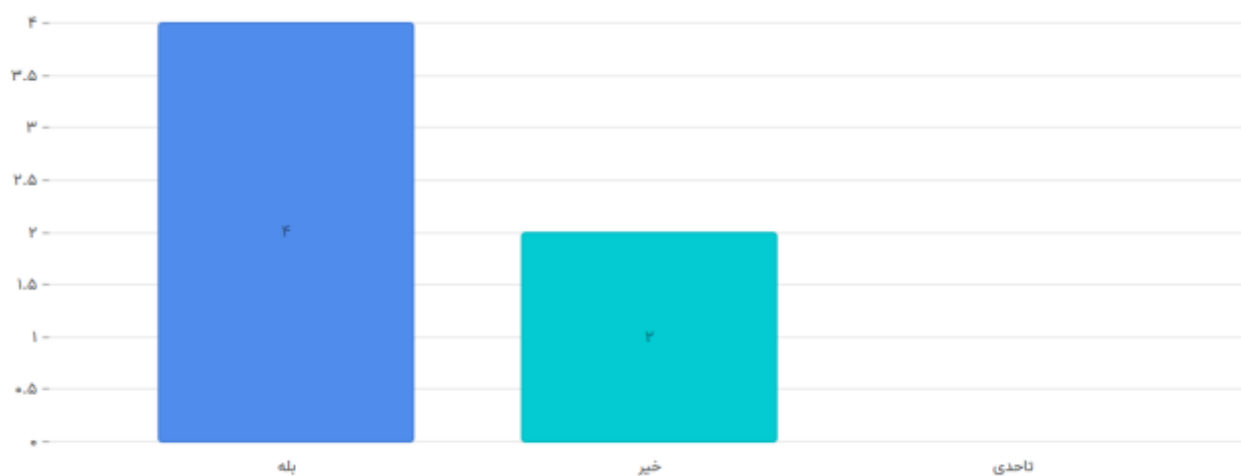


۲- آیا گزارش دهی بنیاد در شبکه های اجتماعی نقشی در ترغیب شما به کار داوطلبانه داشته است؟

جدول شماره ۷: درصد فراوانی تاثیر محتوا بر ترغیب داوطلبان به کار داوطلبانه

گزینه	فراوانی پاسخ	درصد فراوانی
بله	۴	۶۶.۶%
خیر	۲	۳۳.۳%
تا حدی	۰	۰%
جمع	۶	۱۰۰%

نمودار شماره ۵: ارزیابی تاثیر محتوا بر ترغیب داوطلبان به کار داوطلبانه



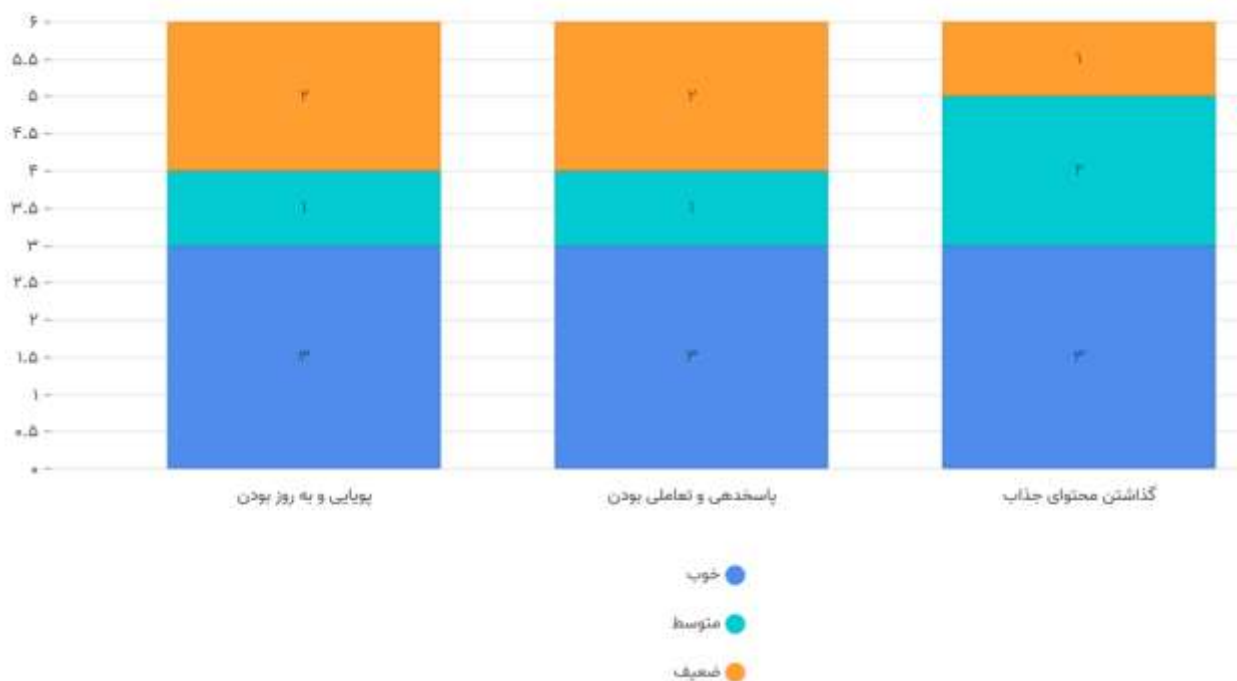


۳- به طور کلی شبکه های اجتماعی بنیاد را از جهت شاخص های زیر چگونه ارزیابی می کنید؟

جدول شماره ۸: ارزیابی شاخص های شبکه های اجتماعی

ردیف / ستون	خوب	متوسط	ضعیف	جمع
پویایی و به روز بودن	۳	۱	۲	۶
پاسخدهی و تعاملی بودن	۳	۱	۲	۶
گذاشتن محتوای جذاب	۳	۲	۱	۶

نمودار شماره ۸: ارزیابی شاخص های شبکه های اجتماعی





«خلاقیت خوبه ولی وقت تغییره!»

شیمای وزوایی

اگر بخواهم بنیاد سپهر را در سال ۱۴۰۴ ارزیابی کنم به طور کلی از جهت شفافیت و اطلاع رسانی مثل همیشه خوب عمل کرده است. به عنوان مثال اطلاع رسانی پروژه هارا به خوبی انجام داده اید اما لحظه هایی مثل جشن ها و تولد هارا به عنوان لحظه های به یاد ماندنی کمتر کار کرده اید. بیشتر اخبار بنیاد را از لینکدین، اینستاگرام و تلگرام دنبال می کنم اما می دانم در کانال های دیگر هم فعالیت دارید که به نظرم این نقطه قوت شما است که همه ذی نفعان خود را در نظر گرفته اید. به نظر من بنیاد سپهر همیشه به اصولی که داشته پایبند بوده و بر اساس شفافیت گزارش های خود را منتشر کرده است.

این خلاقیت در انتشار محتوا خوب است اما اکنون وقت تغییر است. حس و حالی که از متن ها و روایت هایی که در کپشن نوشته می شود برایم جذاب است. اینکه هم مخاطب محلی در نظر گرفته شود و هم مخاطب عمومی از اهمیت بالایی برخوردار است. پیشنهاد من این است که در قدم اول از لحاظ بصری تغییراتی در شکل ارائه محتواهای خود ایجاد کنید تا محتوا از حالت روتین خارج شود.