9 عناصر أساسية لتحقق التفاعل

تحقيق التوافق بين التواصل والأولويات:
ينبغي على نقطة الانطلاق أن تكون من أولويات استراتيجية التواصل للمديرين الماليين، فإذا انطلقت هذه الاستراتيجية على أساس متين، يكون من السهل وضع استراتيجيات خاصة بالأولويات المختلفة، لتصبح من بعدها جزءاً من برنامج الاتصالات بشكل عام.

1

توفيق الأهداف مع الجمهور لكل أولوية:
تختلف أهداف ونيات المدير المالي باختلاف الجمهور الذي يتوجه إليه.

2

تحديد الجمهور الأساسي:
إنّ الخطوة الأولى في إنشاء استراتيجية اتصالات لأولوية معينة هي تحديد الجمهور الذي يريد المدير المالي أن يتواصل معه ويؤثر فيه.

3

تحديد الرسائل الأساسية:
إنّ وضع محتوى مناسب للجماهير المختلفة المستهدفة على أساس جدول زمني محدد يساعد على بناء وتوزيع محتوى الرسائل والتقارير بحسب الحاجة.

4

وضع أطر مناسبة لمحتوى الاتصال:
بعد تحديد المحتوى المختلف لكل جمهور، فإن الخطوة التالية هي تأطيره بالشكل الأفضل.

5

تحديد قنوات التواصل:
تختلف قنوات التواصل المستعملة باختلاف طبيعة المحتوى، وأهمية وعدد الجهات المستهدفة، والانتشار الجغرافي.

6

اختيار المرسل:
في بعض الأحيان، يكون من الأكثر فاعلية أن يقوم آخرون كالمدير التنفيذي بمهمة الإرسال نيابةً عن المدير المالي.

7

تحديد زمن ووتيرة برنامج التواصل:
يجب على المدير المالي تحديد وتيرة التواصل بشكل خاص بكل جمهور ورسالة وقناة.

8

قياس مدى فاعلية برنامج التواصل:
على المدير المالي أن يسعى لاستكشاف ردود الفعل على استراتيجية التواصل بهدف تقييم فاعليتها.

9

المصدر: ديلويت

غرافيك: حسام الحوراني البيان