آرزو ضیایی :

کارشناس روابط عمومی

دارای کارشناسی مترجمی خبر انگلیسی، کارشناسی ارشد علوم ارتباطات‌اجتماعی دانشکده سبز آمل و عضو انجمن روزنامه نگاران استان تهران

سوابق کاری:

- مدیرداخلی ماهنامه اندیشه پویا به مدت شش ماه (۱۳۹۳)
- گزارشگر حوزه اجتماعی و مترجم روزنامه آفتاب‌یزد به مدت ۲ سال (۱۳۹۵-۱۳۹۳)
- خبرنگار حوزه اجتماعی خبرگزاری ایلنا به مدت شش ماه (۱۳۹۶-۱۳۹۵)
- گزارشگر حوزه اجتماعی روزنامه آرمان‌ملی به مدت ۲ سال (۱۳۹۷-۱۳۹۵)
- کارشناس روابط‌عمومی در کانون مشاوران به مدت ۳ سال (۱۴۰۰-۱۳۹۷)

وی معتقداست که کانون یکی از مهم‌ترین راه‌های باقی‌مانده برای بانک‌ها برای افزایش میزان شفافیت، دقت، اعتبار و صداقت در تخصیص اعتبار و تسهیلات به افراد متقاضی سرمایه گذاری و تسهیلات بانکی است.

بهبود ارتباط آنلاین و برگزاری رویدادهای مهم در این بستر دیجیتال نیز از موارد مهمی است که روابط‌عمومی در برنامه کاری خود به ویژه در دوران کرونا مدنظر قرار داده است و گواه آن برگزاری چندین دوره آموزشی موفق و کارگاههای آموزشی پرتعداد در دوران شیوع بیماری کروناست.

۱-نقش خود را به عنوان کارشناس روابط‌عمومی به طور خلاصه برای مخاطبان توضیح دهید.

- بنده به عنوان کارشناس روابط‌عمومی مسئول به روزرسانی سایت کانون در دو بخش فارسی و انگلیسی، تهیه و تنظیم مطالبی مانند گزارشها و مقالات مربوط به خبرنامه و سایت کانون مشاوران و مسئول گردآوری مطالب مربوط به گزارش عملکرد سالانه کانون، همکاری در زمینه آموزش به عنوان مسئول نظرسنجی از شرکت‌های عضو به منظور انتخاب دوره‌های آموزشی موردنیاز، جمع‌آوری رزومه گروه‌های آموزشی به منظور ارائه این اطلاعات در کارگروه آموزش، هماهنگ‌کننده جلسات آموزشی، مسئول تبلیغات دوره های آموزشی و ارسال اطلاعیه‌ها و ملزومات آموزشی به شرکت‌های عضو، ناظر کیفی دوره‌های آموزشی، تهیه گزارش‌های آموزشی دوره‌های آموزشی، همکاری و هماهنگی در برگزاری امور مربوط به مجامع سالانه، نشست‌های هم‌اندیشی و تهیه خبر و گزارش از این رویدادها، هماهنگ کننده و مدیریت فنی تمام جلسات آنلاین و برخی از جلسات حضوری در بخش آموزش و

رسانه و همچنین هماهنگ‌کننده و مدیریت‌کننده تمام work shop های آنلاین و حضوری کانون مشاوران.

ارسال خبرنامه، اطلاعیه‌ها و آیتم های متعدد خبری ضروری به اعضای کانون (از طریق ایمیل، فکس، پیامک و درج در سایت کانون) ، پیگیری و ثبت‌نام نمایشگاه‌ها، همایش‌ها، مناسبات تبلیغاتی و کاری کانون و حضور مستمر در محل در مدت زمان برگزاری این رویدادها، بررسی و شناسایی سازمان‌ها و نهادها و رسانه‌هایی که می‌توانند در تقویت جایگاه قانونی کانون موثر و مفید واقع شوند و هماهنگ‌کننده به منظور ارتباط با آنها. علاوه بر این بنده مسئولیت انجام تمام وظایفی را دارم که از سوی مدیربخش روابط‌عمومی و دبیرکل به کارشناس روابط عمومی محول می‌شوند.

۲-مهم ترین وظیفه بخش خود را چه می‌دانید؟

- مهمترین وظیفه خود را تلاش برای ارتقای جایگاه قانونی کانون از طریق انعکاس اخبار مربوط در زمینه نحوه کار، رویکرد و اهداف اصلی کانون مشاوران می دانم. علاوه بر این به عنوان کارشناس روابط عمومی برقراری ارتباط مؤثر با سازمان‌ها و نهادهای خارج از کانون و همراهی و همدلی با شرکت‌های عضو کانون را از مهمترین وظایف خود می دانم چرا که این امر از اهمیت بسزایی در افزایش کیفیت کار بخش روابط عمومی برخوردار است.

۳-مهم‌ترین بخش‌هایی که با آنها همکاری دارید، کدام بخش هاست و این همکاری به چه شکل است؟

- با توجه به آنکه بخش روابط عمومی مسئولیت بازنمایی تمام فعالیت‌ها و بازتاب‌دهنده پیشرفت‌ها، موفقیت‌ها و رویکرد کلی و جزئی کانون مشاوران در اکثر بخش‌ها را بر عهده دارد بنابراین بخش روابط عمومی با تمام بخش‌های کانون ارتباطی مستمر و پویا دارد. در ارتباط با بخش های عضویت و رتبه‌بندی اطلاعات کلی تعداد شرکت‌های تازه عضو شده، تعداد پرونده‌های ارزیابی و رتبه‌بندی شده را هر ماه دریافت و به عنوان خبر برای نشریه و پایگاه خبری کانون تنظیم و منتشر می‌کند، در ارتباط با بخش مالی به ویژه در زمان برگزاری دوره‌های آموزشی ارتباط تنگاتنگی با آن وجود دارد. در ارتباط با بخش‌های دیگر نیز ارتباطات به صورت موردی صورت می گیرد.

۴- مهم‌ترین مزایا و معایب کاری خود را برشمارید.

- مهمترین مزایای کار خود را فعالیت در رشته تحصیلی خود می‌دانم،زیرا این واقعیت ناخودآگاه میزان تمایل، اشتیاق،پویایی، خلاقیت مرا به طرز قابل‌توجهی در محیط کار افزایش داده و همچنین سبب افزایش میزان دقت، تخصص و کیفیت عملکردم در بخش روابط‌عمومی شده است و سبب شده که همواره روابط عمومی در صدد پیدا کردن راهی برای رفع برخی از مشکلات پیش آمده باشد. از معایب کاری نیز می‌توان به ارجاع اموری خارج از شرح وظایفم اشاره کرد که به رغم چارت مصوب – که البته به نگاه به جلو تهیه شده – به دلیل کمبود نیروی انسانی اتفاق می افتد که خوشبختانه روحیه جمعی حاکم بر کانون همین مسائل را نیز رفع و حل می کند..

۵- راهی برای بهبود عملکرد در بخش خود شناسایی کرده‌اید؟

- همواره در تلاش بوده‌ام که رویکرد کاری خود را به سوی شفافیت، دقت و سرعت بیشتر پیش برم و در این مورد از هیچ تلاشی فروگذار نکرده‌ام، یکی از راه‌های اصلی برای ارتباطات اعضا،سازمان‌ها و نهادها با کانون مشاوران تعامل با بخش روابط‌عمومی است و در این راه‌ها همواره در تلاش بودیم تا شبکه‌های اجتماعی کانون مشاوران را به ویژه همزمان با رویدادهایی مانند مجمع سالانه، نمایشگاه‌ها، همایش‌ها و ... پویا نگه داریم و بستری مناسب برای تبادل اطلاعات و اندیشه میان شورای عالی با شرکت‌های عضو باشیم. بهبود ارتباط آنلاین و برگزاری رویدادهای مهم در این بستر دیجیتال نیز از موارد مهمی است که روابط‌عمومی در برنامه کاری خود به ویژه در دوران کرونا مدنظر قرار داده است و گواه آن برگزاری چندین دوره آموزشی موفق و workshop های پرتعداد در دوران شیوع بیماری کروناست.

۶- مهمترین مزیت عملکردی کانون را چه می‌دانید؟

- معتقدم کانون یکی از مهم‌ترین راه‌های باقی‌مانده برای بانک‌ها برای افزایش میزان شفافیت، دقت، اعتبار و صداقت در تخصیص اعتبار و تسهیلات به افراد متقاضی سرمایه گذاری و تسهیلات بانکی است. بنابراین به هر میزان که بانک ها توجه و ارزشگذاری بیشتری به فرآیند تخصص‌گرایی و تجارب حرفه ای کانون مشاوران در انتخاب مشاوران با صلاحیت عضو کانون خود برای پروژه‌های سرمایه‌گذاری داشته باشند به همان میزان عملکرد بانک در این زمینه می‌تواند موفقیت‌آمیز و معتبرتر باشد.

۷- مراجعان معمولا چه درخواست‌هایی دارند؟

- طیف مراجعان به بخش روابط عمومی بسیار گسترده است و از افراد متقاضی سرمایه‌گذاری آغاز شده و به بانک‌ها، موسسات آموزشی، شرکت‌های عضو، نهادهای تصمیم‌گیر دولتی و خصوصی و... ختم می‌شود. بنابراین درخواست‌های مراجعان نیز گستردگی زیادی داشته و نمی‌توان درخواستی را به عنوان یک قالب مشخص عنوان کرد.

۸- پیش‌نیازی برای مراجعه به بخش روابط‌عمومی نیاز است؟

- از آنجاکه یکی از مهم‌ترین وظایف در بخش روابط‌عمومی رسیدگی به درخواست‌ها، پاسخگویی به سوالات و نیازمندی‌های افرادی است که به این بخش مراجعه حضوری، تلفنی یا مکاتبه‌ای دارند بنابراین حتی در صورتی که فرد مراجعه‌کننده کوچکترین اطلاعی از نحوه فعالیت کانون مشاوران و بخش‌های مختلف این نهاد نداشته باشد بخش روابط عمومی خود را ملزم به اطلاعات دهی کامل، شفاف و اثربخش به فرد و سازمان می‌داند و در این زمینه از هیچ تلاشی فروگذار نمی‌کند.

۹- بطور میانگین مراجعان چند درصد پاسخ مساعد دریافت می‌کنند تا بلافاصله قادر به آماده سازی بیشتر خود باشند؟

- واقعیت آن است که نمی‌توان برآیندی کلی، دقیق و قابل اتکا از میزان رضایت افراد در مواجهه با بخش روابط عمومی بدست آورد، زیرا ماهیت فعالیت بخش روابط‌عمومی کاملا کیفی و خارج از آمار و اعداد است اما به نظر می‌رسد در هنگام برخورد با مراجعه‌کنندگان و همچنین میزان آگاهی شرکت‌های عضو از مهمترین تا جزئی ترین اقداماتِ حال و چشم‌انداز فعالیت‌های آتی کانون ، تحوه و کیفیت اطلاع‌رسانی به داخل و بیرون این نهاد توسط بخش روابط عمومی رضایت‌بخش و اثرگذار بوده است.

۱۰- افزایش میزان آگاهی مراجعان تا چه میزان اثرگذار است؟

- این موضوع برای بخش روابط عمومی شرط لازم است، اما کافی نیست، زیرا بخش روابط عمومی خود ضامن و ایجادکننده آگاهی در میان افراد حقیقی و حقوقی است که به آن مراجعه می‌کنند، بنابراین اینکه توقع داشته باشیم افراد پیش از ورود به بخش روابط عمومی خود پاسخ سوالات خود را بدانند

امری محال و نشدنی است. در هر صورت اینکه مراجعین از شرح وظایف کاری بخش روابط عمومی آگاه باشند ناخودآگاه در کیفیت خدمات رسانی به آنها تاثیرگذار خواهد بود.

۱۱- نقش بخش شما در تحقق اهداف کلی کانون مشاوران چیست؟

معتقدم روابط‌عمومی در تحقق اهداف اصلی و چهارگانه کانون مشاوران تاثیرگذار است و در این زمینه می‌تواند با راهکارهای خلاقانه و مفید اثربخش باشد، شرط افزایش این اثربخشی افزایش تعامل، همکاری و همفکری مجموعه دبیرخانه، شورای عالی با بخش روابط‌عمومی و مهمتر از همه جلب مشارکت فکری و عملی اعضای کانون است که در سراسر کشور به این حرفه شریف و حساس اشتغال دارند.