

دليل الإعلام الريادي

المحتويات

فوائد الإعلام الريادي

أهمية الإعلام الريادي

مقدمة

خطوات بناء تقرير
إعلامي ريادي

أفضل الممارسات
في الإعلام الريادي

تعتبر وسائل الإعلام مدخل لفهم السوق أو توجهاته، ويأتي الإعلام الريادي لتوفير الجسر بين الرياديين من المنشآت الصغيرة والناشئة من جهة والجمهور من جهة أخرى بطرق مبتكرة، لطرح قصصهم وتحدياتهم والدروس المستفادة لكي يستفيد كل من المهتمين في ريادة الأعمال لتفادي الأخطاء، والمشرعين لتسهيل الخدمات لهم.

مع كثرة قنوات الإعلام في الوقت الحالي وسرعة تداول المعلومات يلزم التميز في طرح وصياغة المادة الإعلامية لكي تحقق النتائج المرجوة. سيرشدك القسم الأول من الدليل إلى التعرف على الإعلام الريادي من فوائد وتحديات وأفضل الممارسات. وسيتكون القسم الثاني من الدليل إلى طرق وخطوات بناء تقرير إعلامي حول ريادة الأعمال والمشاريع الناشئة.

ما هو الإعلام الريادي؟

الإعلام الريادي يشير إلى نهج إعلامي مبتكر وديناميكي يهدف إلى تحقيق تأثير إيجابي وفعل في مجال ريادة الأعمال.

أهمية الإعلام الريادي

01 تمييز في السوق: يساعد الإعلام الريادي الجهات الإعلامية والمنشآت على التمييز في السوق من خلال تقديم محتوى فريد وجذاب.

02 جذب الجمهور: يجذب الإعلام الريادي اهتمام الجمهور بشكل أفضل ويبنى علاقات تفاعلية معهم.

03 تعزيز الشفافية: يساهم الإعلام في زيادة مستوى الشفافية والمصداقية في تقديم المعلومات.

04 تأثير اجتماعي: يمكن للإعلام الريادي أن يلعب دورًا هامًا في تشكيل الرأي العام وتوجيه النقاشات الاجتماعية.

05 تطوير العلاقات: يقدم الإعلام الريادي فرصًا لبناء علاقات مع الجمهور والمعنيين وتوسيع شبكة العلاقات.

زيادة التأثير: يمكن للإعلام الريادي زيادة تأثير الرسائل والقصص وجعلها أكثر تفاعلاً وانتشاراً.



تحقيق الأهداف: يمكن أن يساعد الإعلام الريادي في تحقيق الأهداف الإعلامية والتسويقية والاجتماعية.



بناء الثقة: يساعد الإعلام الريادي في بناء ثقة الجمهور والعملاء من خلال تقديم محتوى موثوق وجذاب.



التفاعل الإيجابي: يساعد الإعلام الريادي في جذب التفاعل الإيجابي من الجمهور وزيادة مشاركتهم.



أفضل الممارسات في الإعلام الريادي

- 01 الإبداع والتفرد: القيام بابتكار محتوى فريد ومبتكر يميزك عن الآخرين.
- 02 فهم الجمهور: فهم احتياجات واهتمامات الجمهور المستهدف وضع استراتيجيات تواصل مخصصة.
- 03 القصص المؤثرة: ابن قصصاً مؤثرة تلامس عواطف الجمهور وتثري تجربتهم.
- 04 تنوع الوسائل: استخدم مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام مثل النص، الصور، الفيديو، والصوت.
- 05 الشفافية والمصداقية: كن شفافاً وموثوقاً في تقديم المعلومات والبيانات.
- 06 تواصل اجتماعي فعال: استغل منصات وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية للتواصل مع الجمهور.
- 07 القياس والتحسين: قم بقياس أداء استراتيجياتك واستخدم البيانات لتحسينها باستمرار.
- 08 التعلم المستمر: تابع تطورات مجال الإعلام والتواصل وتعلم من أفضل الممارسات.

خطوات بناء تقرير إعلامي ريادي

بناء تقارير إعلامية للصحفيين حول ريادة الأعمال يتطلب تقديم المعلومات بشكل واضح وشيق لجذب انتباه القراء. إليك خطوات لبناء تقارير إعلامية ناجحة حول ريادة الأعمال:

1 تحديد القصة والهدف:

قبل البدء، قم بتحديد **القصة** التي ترغب في تغطيتها و**الهدف** الذي تريد تحقيقه من خلال التقرير. مثلاً، هل ترغب في تقديم قصة نجاح لمنشأة ناشئة معينة أو تحليل اتجاهات ريادة الأعمال في صناعة محددة؟

2 بحث مكثف:

قم بجمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالموضوع من **مصادر موثوقة**. ذلك يمكن أن يتضمن مقابلات مع رواد أعمال، استعراض الأبحاث السابقة، جمع الإحصائيات، ومراجعة الأخبار الحالية.

3 تنظيم المعلومات:

قم بتنظيم المعلومات بطريقة منطقية تتيح للقراء فهم **القصة بسهولة**. استخدم هيكل تنظيمي يشمل مقدمة، نص رئيسي، وختام.

4 كتابة التقرير:

ابدأ بكتابة مقدمة تشد انتباه القراء وتعرض **القصة بشكل مختصر**. ثم قم بتقديم المعلومات والبيانات بشكل مفصل في النص الرئيسي. اجعل اللغة واضحة وبسيطة لفهم القراء العامين.

5 اقتباسات ومقابلات:

استخدم اقتباسات من رواد الأعمال وخبراء في مجال ريادة الأعمال لإضافة تواصل إنساني ومصداقية للتقرير. يمكن أيضاً إضافة مقتطفات من مقابلات إذا كان ذلك مناسباً.

6 صور ورسوم بيانية:

إذا كانت هناك صور أو رسوم بيانية تعزز فهم القراء للموضوع، قم بتضمينها في التقرير.

خطوات بناء تقرير إعلامي

7

تحرير ومراجعة:

قم بتحرير ومراجعة التقرير للتأكد من عدم وجود أخطاء لغوية أو معلومات غير دقيقة.

8

عنوان معبّر:

اختر عنوانًا معبّرًا وجذابًا للتقرير يلخص مضمونه بشكل موجز ويشد انتباه القراء.

9

نشر التقرير:

بعد الانتهاء من كتابة وتحرير التقرير، قم بنشره على الوسائل المناسبة. ذلك يمكن أن يشمل الصحف الورقية والمواقع الإلكترونية ومنصات وسائل التواصل الاجتماعي.

10

متابعة التفاعل:

تتبع التفاعل مع التقرير عبر التعليقات والمشاركات على منصات التواصل الاجتماعي وردود القراء. قد تحصل على أفكار إضافية أو استفسارات تحتاج إلى الرد عليها.

11

قياس الأثر:

بعد نشر التقرير، قيّم الأثر والتأثير الذي تركه على الجمهور. هل تم تحقيق الهدف المنشود؟ هل تم مشاركة التقرير بشكل واسع؟

12

تعلم وتطوير:

استفد من التجربة لتطوير تقاريرك المستقبلية. انظر إلى ما عمل وما لم يُعمل وكيف يمكنك تحسين جودة تقاريرك.

تقارير ريادة الأعمال يمكن أن تساهم بشكل كبير في نقل الأخبار والأفكار حول المنشآت الناشئة والابتكار، لذا يجب عليك الاهتمام بتقديم محتوى ذو جودة وتشويق للقراء.



وصف خدمة الأدلة والأدوات المساعدة

خدمة إلكترونية تهدف لدعم رواد الأعمال وملاك المنشآت الصغيرة والمتوسطة والمهتمين في مجال الأعمال عن طريق إثرائهم بالمعرفة اللازمة من خلال توفير أدلة إلكترونية وكتيبات ونماذج تحتوي على أفضل الممارسات والمعلومات القابلة للتطبيق والتي تساعد على تطوير الأعمال واستدامتها.

أهداف الخدمة

- توفير أدوات تخطيط الأعمال عن طريق وثائق استرشادية تساعد على ترتيب وتبويب المعلومات مثل دراسة الجدوى وخطة العمل.
- توفير مصادر تساعد على رفع جاهزية المنشآت لدراسة الأسواق والقطاعات والتعريف بفرص النمو.
- إتاحة المعلومات والارشادات الموجهة لمجتمع الأعمال التي تقدمها منشآت والجهات الأخرى الحكومية والخاصة.

أبرز ما تقدم الخدمة:

الأدلة والكتيبات

هي محتويات مكتوبة بلغة سهلة وتشمل انفوجرافيك ورسومات توضيحية تهدف إلى التعريف بوظائف الأعمال أو أفضل الممارسات.

النماذج والأدوات

وثائق استرشادية تساعد على ترتيب وتبويب المعلومات وتحتوي على خانات وارشادات لتعبئتها واستخدامها.

الروابط

روابط للجهات الحكومية والخاصة التي تحتوي معلومات وارشادات وخدمات تفيد رواد الأعمال وملاك المنشآت الصغيرة والمتوسطة.

منشآت
monsha'at
الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة
Small & Medium Enterprises General Authority