



آرزو ضیایی :

مسئول روابط عمومی



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

سوابق کاری:

- مدیر داخلی ماهنامه اندیشه پویا به مدت شش ماه (۱۳۹۳)
- گزارشگر حوزه اجتماعی و مترجم روزنامه آفتاب یزد به مدت ۲ سال (۱۳۹۳-۱۳۹۵)
- خبرنگار حوزه اجتماعی خبرگزاری ایلنا به مدت شش ماه (۱۳۹۵-۱۳۹۶)
- گزارشگر حوزه اجتماعی روزنامه آرمان ملی به مدت ۲ سال (۱۳۹۵-۱۳۹۷)
- کارشناس روابط عمومی در کانون مشاوران به مدت ۴ سال (۱۳۹۷-۱۴۰۱)

- مسئول روابط عمومی در کانون مشاوران به مدت ۴ سال (۱۴۰۱-۱۴۰۵)

وی معتقد است 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 سرمایه‌گذاری و تسهیلات بانکی است.

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

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

- بنده به عنوان کارشناس روابط عمومی 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 مورد نیاز، جمع‌آوری رزومه گروه‌های آموزشی به منظور ارائه این اطلاعات در کارگروه آموزش، هماهنگ‌کننده جلسات آموزشی، مسئول تبلیغات دوره‌های 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، هماهنگ‌کننده 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 آیت‌های 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 روابط عمومی و دبیرکل به کارشناس روابط عمومی محول می‌شوند.

۲- مهم‌ترین 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 می‌دانم. 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 می‌دانم 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 بخش‌هاست 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 بخش‌های 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 می‌گیرد.

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 قابل توجهی در محیط کار افزایش داده و همچنین سبب افزایش میزان دقت، تخصص و کیفیت عملکردم در بخش روابط عمومی 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 می‌افتد که خوشبختانه روحیه جمعی حاکم بر کانون همین مسائل را نیز رفع و حل می‌کند.

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 روابط عمومی 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 روابط عمومی 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 سرمایه‌گذاری و تسهیلات بانکی است.

بنابراین به هر میزان که بانک ها توجه و ارزشگذاری بیشتری به فرآیند تخصص گرایی و تجارب حرفه ای کانون مشاوران در انتخاب مشاوران با صلاحیت عضو کانون خود برای پروژه های سرمایه گذاری داشته باشند به همان میزان عملکرد بانک در این زمینه می تواند موفقیت آمیز و معتبرتر باشد.

۷- مراجعان معمولاً چه درخواست هایی دارند؟

- طیف مراجعان به بخش روابط عمومی بسیار گسترده است و از افراد متقاضی سرمایه گذاری آغاز شده و به بانک ها، موسسات آموزشی، شرکت های عضو، نهادهای تصمیم گیر دولتی و خصوصی و... ختم می شود. بنابراین درخواست های مراجعان نیز گستردگی زیادی داشته و نمی توان درخواستی را به عنوان یک قالب مشخص عنوان کرد.

۸- پیش نیازی برای مراجعه به بخش روابط عمومی نیاز است؟

- از آنجاکه یکی از مهم ترین وظایف در بخش روابط عمومی رسیدگی به درخواست ها، پاسخگویی به سوالات و نیازمندی های افرادی است که به این بخش مراجعه حضوری، تلفنی یا مکاتبه ای دارند بنابراین حتی در صورتی که فرد مراجعه کننده کوچکترین اطلاعی از نحوه فعالیت کانون مشاوران و بخش های مختلف این نهاد نداشته باشد بخش روابط عمومی خود را ملزم به اطلاعات دهی کامل، شفاف و اثربخش به فرد و سازمان می داند و در این زمینه از هیچ تلاشی فروگذار نمی کند.

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

- واقعیت آن است که نمی توان برآیندی کلی، دقیق و قابل اتکا از میزان رضایت افراد در مواجهه با بخش روابط عمومی بدست آورد، زیرا ماهیت فعالیت بخش روابط عمومی کاملاً کیفی و خارج از آمار و اعداد است اما به نظر می رسد در هنگام برخورد با مراجعه کنندگان و همچنین میزان آگاهی شرکت های عضو از مهمترین تا جزئی ترین اقدامات حال و چشم انداز فعالیت های آتی کانون، تحوه و کیفیت اطلاع رسانی به داخل و بیرون این نهاد توسط بخش روابط عمومی رضایت بخش 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 می کنند، 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 روابط عمومی در تحقق اهداف اصلی و چهارگانه کانون مشاوران تاثیرگذار است و در این زمینه می تواند با راهکارهای خلاقانه و مفید اثربخش باشد، شرط افزایش این اثربخشی افزایش تعامل، همکاری و همفکری مجموعه دبیرخانه، شورای عالی با بخش روابط عمومی و مهمتر از همه جلب مشارکت فکری و عملی اعضای کانون است که در سراسر کشور به این حرفه شریف و حساس اشتغال دارند.

