

## خدمات مؤثر

این فصل جهت ارائه ی خدمات مؤثر در روابط عمومی روش هایی را مطرح می کند که شامل ابزارهای متنوع برنامه ریزی ، ایده هایی برای چگونگی سازماندهی هرچه مؤثرتر خدمات و خط مشی های ارتباطی است. هدف از طرح این روش ها آن است که یک ناحیه بتواند به نیازهای خود جهت ایجاد خدمات مؤثر روابط عمومی پی ببرد. این به نظر نواحی بستگی دارد که آنچه برای خدمات محلی کاربرد دارد را مورد استفاده قرار داده و باقی را کنار بگذارد. از آنجا که اعضای کمیته ناحیه کسانی هستند که به احتمال زیاد خدمات محلی را ارائه می دهند ، تمرکز این فصل بر روی

کمیته خدماتی ناحیه می باشد. فرآیندهای برنامه ریزی که در این فصل توضیح داده شده است برای استفاده مناطق ، فرا مناطق و هر بدنه ی خدماتی به سادگی می تواند تطبیق داده شود. اعضا تشویق می شوند تا این گام ها را در جهت تناسب با بدنه ی خدماتی خودشان منطبق و تعدیل نمایند.

این اطلاعات به نواحی کمک می کند ، خدماتی را ارائه دهند که کمتر بر اساس واکنش بوده و بیشتر مبتکرانه باشد. برنامه ریزی به نواحی کمک می کند تا این تفکر که فقط یک راه " درست " برای ارائه ی خدمات در انجمن معتادان گمنام وجود دارد را تغییر دهند. همگی ما در مورد هدف خدمت در NA هم عقیده هستیم : کمک به معتادانی که هنوز در عذابند. با چنین انگیزه ای ما سعی می کنیم

جهت دستیابی به این هدف ، بهترین روش را برای بدنه ی خدماتی تعیین کنیم .

جهت مؤثر واقع شدن خدمات خود لازم است فعالیت ها و اهداف ما به روشنی تعریف شده و متمرکز باشند. خدمات مؤثر به این معناست که اعضا ، نقش و مسئولیت خود را در رسیدن به اهداف خدماتی درک کنند. به این معنا که ابتدا نواحی اهداف خدماتی را با در نظر گرفتن نیازهای اجتماع خود ، اولویت های کنونی ناحیه و منابع موجود تعیین می کنند. خدمات مؤثر به چگونگی سازماندهی و برنامه ریزی خدمات توسط کمیته ی ناحیه و کمیته های فرعی آن بستگی دارد.

## برنامه ریزی روابط عمومی

برنامه ریزی به معنای تعیین اهداف و مشخص کردن نقش اعضا در رسیدن به این اهداف است. اگر تمامی افراد دست اندرکار وظایف و مسئولیت های خود و نتیجه ی نهایی مطلوب را بشناسند ، ارائه ی خدمات مؤثر به مراتب

### عنوان های کلیدی

برنامه ریزی PR

ساختار خدماتی و

خدمات مؤثر

ارتباطات و

خدمات مؤثر

منابع

### (اهدای نمادها)

تورپه کاربردی



رئوس آموزش و آماده سازی

آسان تر خواهد بود. امکان دارد یک ناحیه به تمامی شیوه های برنامه ریزی نام برده شده در زیر نیاز داشته یا نداشته باشد. این شیوه ها به گونه ای ارائه شده اند که نواحی بتوانند در مورد فرآیندهایی که برای آنها کار می کند به بهترین وجه تصمیم بگیرند.

## ترازنامه ی خدمات محلی

### ترازنامه ی خدمات در مال اجرا

یک ترازنامه می تواند به ناحیه کمک کند تا نقاط قوت و ضعف خود را مشاهده نماید و مشخص کند که چه چیزی به خوبی در حال انجام بوده و چه چیزی نیاز به بهبود دارد. ناحیه می تواند برای بررسی واقع بینانه تر خدماتی که در حال حاضر ارائه می شوند از فرآیند تهیه ی ترازنامه استفاده کند. یک ناحیه ممکن است به وسیله ی ترازنامه ی خود متوجه شود که قابلیت آشناسازی و آموزش قوی برای داوطلبان خطوط تلفنی را دارد. ممکن است اعضا متوجه شوند که کمیته ی خطوط تلفنی در حال استفاده از اعضای باتجربه بوده و به منظور آموزش اعضای جدید ، مکالمات تلفنی تمرینی برای آنان برگزار می کند. ناحیه می تواند در مورد بعضی از شیوه های آموزشی کمیته ی خطوط تلفنی گفتگو کرده و تصمیم بگیرد که آنها را در اختیار سایر کمیته های فرعی و پروژه ها قرار دهد.

بررسی آنچه نیاز به بهبود دارد نیز به همان اندازه مهم است. مسلماً برخی نواحی وجود دارند که توانایی بدنه ی خدماتی آنان در ارائه ی خدمات روابط عمومی از دیگران ضعیف تر است. تلاش برای تقویت آن نواحی ضعیف تر ، بخش مهمی از ارائه ی خدمات مؤثر است. ایده آل ما برای فعالیت های خدماتی PR ، دستیابی به نتایجی است که در جامعه ی محلی مان هدف اصلی ما را برآورده می سازد.

مفهوم یازدهم گریه در مورد مدیریت مالی کاربرد دارد ، اما اشاراتی بهت مدیریت همه منابع خدماتی ما نیز دارد. همه پروژه ها همان قدر که به پول نیاز دارند ، به ایده ، اطلاعات ، وهدان ، وقت و تمایل اعضا نیز بستگی دارد. اگر ما سرمایه مورد نیاز بهت شروع پروژه ای را داریم ، اما وقت و ایده مناسب را کم داریم ، بهتر است صبر کنیم تا تمام منابع خدماتی را در اختیار داشته باشیم. اگر صبر نکنیم ، سرمایه خدماتی NA را به هدر می دهیم. هنگام اولویت بندی و طرح نقشه در مسائل خدماتی باید تصویر کاملی از فود منابع تحت اختیار داشته باشیم و فقط به منابع مالی بسنده نکنیم.

دوازده مفهوم خدماتی NA

### ترازنامه هنگامی که اجتماع بزرگتر به NA نیاز داشته باشد

ناحیه در مورد نیازهای اجتماع محلی می تواند اطلاعاتی جمع آوری نماید تا خدماتی به منظور برآورده ساختن آن نیاز ها به گونه ای بهتر ایجاد کند. این بدان معناست که پس از ارزیابی تماس های خطوط کمک رسانی دریابیم از سوی دانشکده های اجتماع محلی درخواست هایی جهت دریافت اطلاعات در مورد NA وجود دارد. در این صورت ممکن است کمیته ی ناحیه تشخیص دهد اولویت در ایجاد روابط با مسئولین دانشکده می باشد. سپس ناحیه می تواند جهت ارائه ی اطلاعات در مورد NA به دانشکده های محلی که به دنبال کمک به دانشجویان هستند ، اقدام کند. این جنبه از ترازنامه به ناحیه اجازه می دهد تا مشخص کند ، آیا هنوز جمعیت خاصی وجود دارد که نیاز است به آنها

دسترسی پیدا کنیم؟ اگر فعالیت های در حال اجرا قادر نباشند نیازهای اجتماع بزرگتر را برآورده سازند ، در آن صورت ممکن است بدنه ی خدماتی تصمیم بگیرد جهت دسترسی به جمعیت خاصی از اعضای احتمالی آتی اقدام کند.

## الویت ها

الویت بندی شامل این است که ارزیابی کنیم کدامیک از طرح های خدماتی برای پیشبرد هدف اصلی NA در یک ناحیه محلی بیشتر مورد نیاز می باشد. ممکن است الویت بندی مستلزم این باشد که اعضا در راستای مصلحت بیشتر NA طرح های خدماتی را که به طور شخصی نسبت به انجام آنها تمایل دارند ، رها کنند. دعوت از تمامی خدمتگزاران مورد اعتماد علاقمند به شرکت در الویت بندی طرح های یک ناحیه کمک می کند به جای خواسته های تک تک کمیته های فرعی بر خدماتی که بیشتر مورد نیاز است ، تمرکز شود. همچنین استفاده از خدمتگزاران مورد اعتماد ناحیه باعث القای حس مسئولیت پذیری به آنها برای طرح های آتی می شود.

روش های گوناگونی برای الویت بندی وجود دارد. گام های زیر نمونه ای از چگونگی الویت بندی طرح های خدماتی با استفاده از سیستم رده بندی می باشد :

📖 فهرستی از کلیه طرح های مطلوب تهیه کنید. این فهرست را بر روی دیوار ، تابلوی اعلانات و یا در مکانی که در معرض دید همه ی شرکت کنندگان باشد ، نصب کنید.

📖 سپس خدمتگزاران مورد اعتماد سه طرح برتر مورد نظر خود را با علامت گذاری رده بندی کنند.

📖 هنگامی که اعضا طرح های ناحیه را رده بندی کردند ، همه ی شرکت کنندگان فهرست را بررسی نمایند.

📖 بعد از اینکه اعضا فرصت کافی برای تأمل بر الویت های ناحیه را یافتند ، نگاهی دقیق به منابع مالی و انسانی

ضروری می باشد.

## منابع

وقتی که طرح های خدمات روابط عمومی مشخص گردید ، لازم است ناحیه برای به اجرا درآوردن طرح های الویت بندی شده ، وجود منابع محلی کافی را بررسی کند. منابع مالی و انسانی مورد نیاز هر طرح به بدنه ی خدماتی کمک می کند تا بودجه ، جدول زمانی و دوره ی آموزشی را بر اساس منابع موجود فراهم نماید.

📖 **منابع انسانی :** تصویری واقع بینانه از منابع انسانی یک ناحیه به موفقیت بیشتر طرح های خدماتی کمک

می کند. به منظور ارزیابی واقع بینانه ی منابع انسانی لازم است ناحیه نگاهی به تجارب فعلی اعضای دست اندرکار کرده و نمودار یادگیری خدمتگزاران مورد اعتمادی که به تازگی انتخاب شده اند را نیز در نظر بگیرد. نمودار یادگیری به معنای آن است که اگرچه خدمتگزاران مورد اعتماد برای طرح و یا پست خدماتی آموزش دیده اند اما ممکن است برای سازگار شدن با مسئولیت های جدید خود هنوز نیاز به حمایت و زمان داشته باشند.

به علاوه یک ناحیه باید در نظر بگیرد اغلب یک کاهش طبیعی در تعداد خدمتگزاران مورد اعتماد در طی زمان به وجود می آید. این اتفاق اغلب در نتیجه ی چرخشی بودن خدمت و یا واقعیتی است که گاهی اعضا به دلیل پیش

آمدهای شخصی ناچار به ترک تعهدات خود می شوند. در نظر گرفتن واقع بینانه ی منابع انسانی می تواند در هنگام برنامه ریزی طرح های خدماتی کمک کند.

امکان دارد ناحیه متوجه شود برای طرح های خدماتی نیاز به استفاده از اعضای جدید دارد. به کارگیری اعضای جدید در خدمات ، بخش مهمی در به وجود آوردن منابع انسانی است. موارد زیر روش های مختلفی برای ایجاد منابع انسانی است :

۱. بکوشید تا خدمات را جذاب کنید ؛ نمونه ی خوبی باشید.

۲. اعضای را شناسایی کنید که ممکن است با وجود داشتن برخی مهارت ها تجربه ی چندانی نداشته باشند ؛ از شرکت آنها در خدمات حمایت کنید.

۳. رهجوهای خود را به خدمت کردن تشویق کنید.

۴. از اعضای که قبلاً خدمت کرده اند ، دعوت کنید تا به فعالیت های جاری محلی بپیوندند.

۵. مجموعه ای از خدمتگزاران مورد اعتماد سابق را تشکیل دهید.

▣ **منابع مالی :** همچنین یک ناحیه می تواند منابع مالی موجود محلی را برای طرح های خدماتی الویت بندی شده بررسی کند. در آغاز دوره ی برنامه ریزی نگاهی به بودجه ی ناحیه می تواند به خدمتگزاران مورد اعتماد کمک کند تا تصویر مالی بزرگتری برای محاسبه در نظر داشته باشند. بدنه ی خدماتی لازم است منابع مالی موجود برای طرح های خدماتی الویت بندی شده را تعیین نماید. یک سؤال مطرح شده در این جا این است که آیا هیچ یک از این طرح ها نیاز به بودجه ای فراتر از بودجه ی معمول کمیته ها دارد؟ ( مانند بودجه برای خطوط تلفن ). به علاوه لازم است ناحیه مبلغ بودجه ی مورد نیاز برای مدت زمان انجام طرح های الویت بندی شده را پیش بینی کند. می توان با تهیه ی جدول زمانی برای طرح ها اطمینان یافت که در طول اجرای یک طرح و در شرایط حیاتی منابع مالی لازم وجود دارد. داشتن درک وسیع تری از منابع و نیازهای مالی ناحیه می تواند به خدمتگزاران مورد اعتماد کمک کند تا برنامه ریزی بهتری برای

طرح های خدماتی داشته باشند.

بسیاری از نواحی جهت طرح های خدماتی ، اقدام به جمع آوری پول می کنند. دریافت کمک هایی که از خدمات ما حمایت کند برای ما یک ایده آل است اما بسیاری از نواحی جهت ممکن ساختن طرح های خدماتی خود به جمع آوری اعانه می پردازند. هر ناحیه باید تصمیم بگیرد که اعانه جمع آوری کند یا خیر. ناحیه با صرف وقت می تواند در این مورد که جمع آوری اعانه عملی ضروری و مناسب است ، گفتگو کند. چنانچه یک ناحیه تصمیم به جمع آوری اعانه گرفت ، کمیته خدمات ناحیه مسئول سازماندهی این گونه فعالیت ها می باشد. هنگامی که کمیته ها فعالیت های جمع آوری اعانه را به ناحیه می سپارند ، احتمال تمرکز بیشتری بر روی ارائه ی خدمات دارند.

” در آغاز دوره ی برنامه ریزی نگاهی به بودجه ی ناحیه می تواند به خدمتگزاران مورد اعتماد کمک کند تا تصویر مالی بزرگتری را برای محاسبه در نظر داشته باشند “

زمانی که ناحیه الویت های خود را تعیین و منابع خود را ارزیابی نمود ، وقت آن است که اهداف طرح را مشخص نماید. این اهداف پیامد نهایی طرح ها می باشند. اینها خدماتی هستند که ناحیه خواهان ارائه ی آن به معتادان در جستجوی NA می باشد.

## برنامه ریزی روابط عمومی

### با یک هدف شروع کنید

هنگامی که یک ناحیه اهداف PR محلی را مشخص نمود ، لازم است اقدامات ضروری برای دستیابی به آن اهداف را برنامه ریزی کند. یک روش برای آنکه بفهمیم گام های مورد نیاز کدامند این است که ایده آل و نتیجه ی هدف را در نظر گرفته و سپس اقدام به طی مسیر از نقطه ی پایان به شروع نماییم. بدون داشتن یک ایده ی قوی در مورد چگونه به نظر رسیدن هدف نهایی ، تعیین اقدامات ضروری برای دستیابی به یک هدف مشکل می باشد. به خاطر داشته باشید مهم است اهداف دست یافتنی بوده و به گونه ای واقع گرایانه قابل اجرا باشند. فرآیند زیر می تواند به یک ناحیه کمک کند تا گام های لازم جهت دستیابی به اهداف خدماتی خود را تعیین کند:

۱. هدف طرح را بر اساس نیازهای الویت بندی شده و منابع موجود ناحیه تعیین کنید.
۲. اقدامات یا روش های دستیابی به هدف تعیین شده را گام به گام برنامه ریزی کنید.
۳. برای سنجش پیشرفت طرح از هدف استفاده کنید.

### نمونه ای از اهداف روابط عمومی

در زیر نمونه هایی از انواع اهداف PR که ناحیه می تواند به سمت آنها حرکت کند را ملاحظه می کنید. این یک فهرست جامع نیست. این نمونه ها تنها ایده آل هایی در جهت چگونگی ارائه ی مؤثرتر خدمات روابط عمومی هستند.

📌 **هدف:** مطلع کردن کارکنان مراکز بهداشت و درمان در مورد NA به عنوان یک منبع معتبر برای بیماران شان.

📌 **گام های لازم جهت دستیابی به هدف:** خدمتگزاران مورد اعتماد از طریق ارسال یک نامه ی مقدماتی به

همراه یک بسته ی اطلاع رسانی NA با کارکنان مرکز بهداشت و درمان محلی ارتباط برقرار می کنند. آن دسته از

اعضای NA که در زمینه ی مرکز بهداشت و درمان اطلاعاتی دارند اقدام به معرفی NA در مناسبت های این

مرکز می نمایند. ارتباط ایجاد شده توسط مکاتبات ، ایمیل و یا مکالمات تلفنی تداوم می یابد. اعضای NA به

طور مرتب آدرس جلسات ، نشریات NA و اطلاعات معتبر جهت تماس را در اختیار کارکنان مرکز بهداشت و

درمان قرار می دهند. از طریق گفتگوی مستمر یا فرم نظرسنجی درباره ی اینکه آیا NA منبع قابل دسترسی می

باشد یا خیر می توان انعکاس این اقدام را جمع آوری نمود. **پیشرفت طرح را بسنجید:** نظرات کارکنان

مرکز بهداشت و درمان را بررسی کرده و در مورد آنها گفتگو کنید. ارزیابی کنید که آیا کارکنان این مرکز از NA

به عنوان یک انتخاب مورد اعتماد و در دسترس برای معتادان آگاه هستند یا خیر .

📌 **هدف:** NA را به عنوان یک منبع مورد اعتماد برای دبیرستان های محلی قرار دهید. **گام های لازم جهت**

**دستیابی به هدف:** اعضای NA چندین جلسه ی معرفی را در مدارس مختلف در حوزه ی محلی برنامه ریزی

کرده و پیش از جلسات معرفی، دیدار با مسئولین و معلمان مدارس را در الویت قرار دهند. خدمتگزاران مورد اعتمادی که در سنین جوانی پاک شده اند، آموزش می بینند تا در جلسات معرفی اطلاعاتی درباره ی NA ارائه دهند. تماس مستمر از طریق ارسال نامه ی تشکر و پر کردن فرم نظر سنجی در مورد مؤثر بودن جلسه معرفی حفظ می گردد. اعضای NA به طور مرتب راهنمای جلسات، نشریات NA و اطلاعات معتبر جهت تماس را در اختیار مدارس قرار می دهند. **پیشرفت طرح را بسنجید:** ارزیابی های تکمیل شده را مورد بحث و بررسی قرار دهید. راه های توسعه ی ارتباطات و جلسات معرفی در سطح مدارس را برنامه ریزی کنید.

📌 **هدف:** اطلاعات به روز شده و معتبر جهت تماس با معتمدان گمنام را به طور مرتب در اختیار عموم قرار دهید. **گام های لازم جهت دست یابی به هدف:** به خدمتگزاران مورد اعتماد آموزش داده می شود تا اطلاعات تماس به روز شده ی خود را به وب سایت های محلی ارسال کنند. هماهنگ کننده وب سایت مسئول به روز نگه داشتن بدنه ی خدماتی با اطلاعات تماس اعضای جدید می باشد. همچنین مسئول هماهنگی وظیفه دارد هر سه ماه یک بار فعالانه با اعضا تماس گرفته تا مطمئن شود که این اطلاعات کماکان صحیح است. **پیشرفت طرح را بسنجید:** هر سه ماه یک بار اطلاعات تماس را ارزیابی کرده تا مطمئن شوید که آنها معتبر و به روز شده هستند.

📌 **هدف:** تهیه ی برنامه ی کارآموزی و آموزشی خدمات روابط عمومی برای اعضای محلی NA. **گام های لازم جهت دستیابی به هدف:** بدنه ی خدماتی ناحیه مطالبی را به صورت مکتوب جهت برنامه ی آموزشی تهیه می کند. اعضای باتجربه خدمتگزاران مورد اعتماد را آموزش می دهند. جلسات کوتاه آموزشی قبل از جلسات کمیته ی خدماتی تشکیل می گردد. **پیشرفت طرح را بسنجید:** هر سه ماه یک بار حضور اعضا در جلسات آموزشی و همچنین برنامه ی آموزشی را بررسی کرده تا مطمئن شوید که نیازهای ناحیه برطرف شده است. مقصود از اهداف بالا روشن نمودن مراحل تعیین هدف ها و ایجاد روش های لازم برای دستیابی به آنها است. لازم است یک ناحیه به هنگام کاربرد عملی اهداف خدماتی PR محلی دستورالعمل های جزئی تر و دقیق تری را به روش های موجود بیافزاید. معمولاً این جزئیات شامل زمان بندی، جدول بررسی پیشرفت کار و فرصت لازم برای اقدامات اصلاحی است. اقدامات اصلاحی خود گامی است که کمک می کند تا هدف طرح را مجدداً به نقطه ی تمرکز بیاوریم. تنظیم جدول زمانی، بررسی برنامه طرح و بحث و گفتگو راجع به چالش های غیر منتظره ی ناحیه همگی به عنوان اقدامات اصلاحی در نظر گرفته می شوند.

## ساختار خدماتی و خدمات مؤثر

ساختار خدماتی ما در یک ناحیه با ناحیه ی دیگر متفاوت است. این تفاوت اغلب به این بستگی دارد که چه تعدادی از اعضای NA در خدمات شرکت می کنند، گروه ها از نظر جغرافیایی چقدر پراکنده یا نزدیک هستند و کمیته ی خدماتی امیدوار است به کدام اهداف دست یابد. در زیر مثال هایی آمده که نشان می دهد چطور ساختارهای خدماتی گوناگون می توانند در راستای ارائه ی خدمات مؤثر عمل کنند. این ها به سادگی فقط نمونه هایی می باشند

که امکان دارد ترکیبی از آنها برای استفاده مفید بوده و یا اصلاً مورد استفاده قرار نگیرد. نکته این است که بدنه های خدمات محلی باید به گونه ای خدمات را هماهنگ نمایند که به بهترین شکل ممکن برای آنها مؤثر واقع شود. هر جزء از سافت‌اف‌فرماتی ما ، نقشی را به عهده دارد. اگرچه همگی به عنوان یک تیم برای رسیدن به این هدف مشترک که ” هیچ معناری که فوآهان بهبودی است ، دیگر لازم نیست بدون داشتن فرصت ، پیدا کردن راه تازه ای برای زندگی بمیرد. “کوشش می کنند.

دوازده مفهوم فرماتی NA

## سافت‌اف‌فرماتی های فرعی

ساختار کمیته ها در NA عموماً مشترک است. در ساختار یک کمیته معمولاً کمیته ای متشکل از مسئولان اداری وجود دارد که به برگزاری جلسات اداری ناحیه ، امور مالی و سوابق ناحیه رسیدگی می کند. کمیته های فرعی مختلف خدمات ویژه ای را در اختیار ناحیه قرار می دهند. آنهایی که این نوع ساختار را مورد استفاده قرار می دهند ، باید از ارتباط و حمایت کمیته های فرعی با یکدیگر اطمینان پیدا کنند تا بتوانند به اهداف تعیین شده ی خدماتی دست یابند. برخی از نواحی دو کمیته ی فرعی را با هم ترکیب می کنند تا در این فعالیت ارتباطات را توسعه بخشیده و منابع را به حداکثر برسانند. مانند عملکرد خطوط تلفنی که بخشی از فعالیت های کمیته ی فرعی اطلاع رسانی محسوب می شود.

همچنین در ساختار یک کمیته ممکن است از یک کمیته ی موقت یا گروه اجرایی برای به انجام رساندن طرح های خدماتی معینی استفاده کرد. عملکرد کمیته ی موقت یا گروه اجرایی محدود به زمان مشخصی می شود ، کمیته بر روی یک هدف خاص تمرکز دارد و پاسخگوی ناحیه می باشد.

مسئولان هماهنگی در مورد خدمات جاری هر کمیته ی فرعی تبادل اطلاعات می کنند همچنین استفاده از مسئولان هماهنگی می تواند به کمیته های خدماتی کمک کرده تا مستقیماً با یکدیگر همکاری کنند... آنها لزوماً خدمات رایج را ارائه نمی دهند بلکه بیشتر به عنوان حلقه ی ارتباطی بین کمیته ها خدمت می کنند. همچنین مسئولان هماهنگی میتوانند به عنوان حلقه ی ارتباطی بین نواحی و مناطق عمل کنند.

## سافت‌اف‌فرماتی پوششی

در یک ساختار پوششی خدمات تحت یک چتر پوشش دهنده ارائه می شوند. این پوشش می تواند به معنای یکپارچگی کامل وظایف کلیه ی کمیته های ناحیه (بیمارستانها و زندانها ، اطلاع رسانی ، خطوط تلفنی ، فعالیت ها و کمک رسانی) باشد یا ممکن است به صورت ترکیبی از دو کمیته فرعی باشد که از منابع یک حوزه ی مشترک استفاده می کند. در صورتی که یک ناحیه از ساختار پوششی استفاده کند ، بدنه ی خدماتی پس از بحث و گفتگو تصمیم می گیرد که کدامیک از خدمات یکپارچه شود. یک ساختار پوششی می تواند از مسئولان هماهنگی برای کمک در ارائه ی خدمات مورد نظر استفاده کند(به طور مثال : مسئولان هماهنگی خدمات خطوط تلفنی) یا یک ناحیه ممکن است دریابد که کمیته موقت یا گروه اجرایی می تواند به تکمیل انجام طرح های خدماتی اولویت بندی شده کمک نماید.

**روابط عمومی پوشش:** تمرکز ساختار روابط عمومی پوششی در ارائه ی خدمات به افراد خارج از NA است. در این ساختار ، اعضای یک ناحیه برای ایجاد روابط با سازمان های جامعه در کنار یکدیگر فعالیت می کنند. به جای تقسیم شدن به کمیته های فرعی ، یک گروه از خدمتگزاران مورد اعتماد ، منابع ، درخواست های اعضا و نیازهای کلی جامعه NA را در نظر می گیرند. یک گرداننده یا مسئول هماهنگی می تواند پیشنهادات کمیته را برای بحث و بررسی و توافق به بدنه ی خدماتی بزرگتر ارائه دهد. خدمات توسط این ساختار می تواند با شیوه ای به مراتب یکپارچه تر و هماهنگ تر ارائه شود.

**توسعه ی پوششی انجمن:** این ساختار شبیه روابط عمومی پوششی است با این تفاوت که تمرکز آن بر حمایت از رشد سایر بدنه های خدماتی NA می باشد. در توسعه ی پوششی انجمن ، یک گروه از خدمتگزاران مورد اعتماد اطلاعات ، آموزش و پشتیبانی را در اختیار سایر نواحی NA می گذارند. این حمایت به هر بدنه ی خدماتی فرصت ارائه ی خدماتی را می دهد که نیازهای انجمن محلی خویش را به بهترین وجه برآورده سازد. این ساختار می تواند در مناطق جغرافیایی وسیع مورد استفاده قرار بگیرد ، جایی که هر ناحیه باید برای ارائه ی خدمات موثر به جامعه ی خویش اختیارات لازم را داشته باشد.

... یادآور می شویم که NA محلی شما می تواند فرمات رسانی خود را به هر شکل که صلاح می بیند تشکیل دهد. در بین نواحی خود ، فرمات مورد نیاز را بررسی کنید ، راه های مختلف را آزمایش و تجربه نمایید و تشفیص دهید که کدام برای تان بهتر است... به هر شکلی که تصمیم بگیرید که فرمات NA را هماهنگ کنید ، کاملاً برون اشکال است ، حتی اگر آن چه را که تصمیم گرفته اید در راهنمای فرمات NA ذکر نشده باشد . تا آنجا که به NA محلی شما واقعاً و به بهترین شکل ممکن فرمت کند و با سنت های دوازده گانه ما و مفاهیم فرماتی دوازده گانه NA در تضاد نباشد مشکلی وجود ندارد.

راهنمای فرمات محلی در NA

## ساختارهای خدماتی انعطاف پذیر

یک ساختار خدماتی انعطاف پذیر اغلب می تواند در ارائه ی خدمات موثرتر باشد. انعطاف پذیری به برآورده شدن نیازهای خدماتی محلی کمک می کند. ما جهت ارائه ی خدمات از طریق سنت ها و مفاهیم NA پیام و رویکرد مشترکی داریم. نحوه ی اجرای خدمات ممکن است براساس نیازها و توانایی های هر ناحیه متفاوت باشد. هر اجتماع NA توانایی به وجود آوردن یک ساختار خدماتی را دارد که بتواند به بهترین شکل ممکن آنها را در ایجاد روابط عمومی مؤثر ، کارآمد و قابل اعتماد یاری کند.

صرف نظر از اینکه خدمات دارای چه نوع ساختاری هستند ، آنچه اهمیت دارد این است که ساختار در دسترس همه ی اعضای باتجربه و بی تجربه قرار گیرد. خدمات در دسترس یعنی این که اعضای بی تجربه احساس تعلق کرده و آموزش و آشناسازی به سهولت و مداوم برای خدمتگزاران جدید فراهم باشد. همچنین به این معناست که ناحیه برای اعضای با تجربه روش هایی را بوجود آورده تا این تجربه ی خدمت را مشارکت کرده و در اختیار دیگری گذارند. چنانچه فرصت خدمتی وجود داشته باشد تا اعضا بتوانند حمایت خود را عرضه کنند ، به احتمال زیاد ناحیه منبعی قوی



از خدمتگزاران مورداعتماد را خواهد داشت. قابلیت انعطاف پذیری یک ناحیه می تواند برای اعضای بیشتری فرصت خدمت کردن را فراهم نماید.

## ارتباط و خدمات موثر

### روابط عمومی و گروه های NA

اهداف روابط عمومی یک ناحیه می تواند تأثیر بسزایی بر گروه ها داشته باشد. بطور کلی بحث و گفتگو راجع به طرح های روابط عمومی در طی جلسات خدماتی ناحیه به نماینده ی خدماتی گروه ها کمک می کند تا نقطه نظرات و اهداف ناحیه را به گروه های خود منتقل کنند. طرح های ناحیه ممکن است باعث افزایش شرکت اعضای جدیدتر در جلسات شود. گروه ها ممکن است نیاز داشته باشند تا با توسعه ی فرمت جلسات آماده پذیرش و خدمت بهتر به این خیل ورودی از اعضای جدید باشند. موفقیت طرح های PR بستگی به مشارکت هدفمند گروه ها دارد. اعضای گروه باید با صرف وقت گام به گام درباره ی فعالیت های PR ناحیه بحث و گفتگو کنند. نمایندگان خدماتی گروه ها GSR حلقه ی ارتباطی بین ناحیه و گروه ها می باشند و می توانند نقطه نظرات یا پرسش های اعضا را به جلسات ناحیه منتقل کنند. این ارتباط کمک می کند تا گروه ها مطلع مانده و احساس تعلق را حفظ کنند. این ارتباط همچنین گفتگویی متقابل بین ناحیه و گروه ها را فراهم می آورد. ارتباط به ناحیه کمک می کند تا در کنار یکدیگر هدف اصلی NA را پیش ببرند.

### مخاطبی که می فوایم به او دسترسی پیدا کنیم کیست ؟

تشخیص اینکه عموم مخاطبان ما چه کسانی هستند ، می تواند به برقراری ارتباطات مؤثرتر کمک کند. احتمالاً برقراری ارتباط بخشی ضروری در یک ناحیه جهت رسیدن به اهداف خدماتی الویت بندی شده ی خود می باشد. مخاطبان ما می توانند به سه گروه گسترده تقسیم شوند : اعضای جامعه ی NA ، اعضای احتمالی آتی NA و جامعه ی خارج از NA . ما با روش های متفاوت با هر یک از مخاطبان ارتباط برقرار می کنیم.

**جامعه ی NA :** ارتباطات داخلی ما در جامعه ی NA می تواند اعضا را جهت آگاهی از سنت ها و مفاهیم NA

تشویق نماید. یک روش برای رسیدن به این منظور برگزاری روزهای آموزش می باشد. روزهای آموزش و جلسات خدماتی می تواند به روش های زیر عمل کند:

۱- ارائه ی آموزش درباره ی مسئولیت های هر سمت خدماتی

۲- تشویق و حمایت خدمتگزاران مورد اعتماد

۳- بیان چگونگی رهبری و آموزش

۴- برپایی کارگاه های سنت ها و مفاهیم

ارتباط همچنین شامل انتقال تجارب خدماتی ما با یکدیگر است. یکی از راه های انتقال تجارب خدماتی ، به کارگیری اعضا در پست های خدماتی همزمان است . در این همزمانی خدمتگزار مورداعتمادی که در پایان دوره ی خدمت خود به سر می برد فرصت کافی دارد تا به خدمتگزار مورد اعتمادی که تازه انتخاب شده

آموزش داده و او را با خدمت آشنا سازد. همچنین ما می توانیم با خدمتگزاران مورد اعتماد قبلی تماس گرفته تا از تجارب خدماتی آنها استفاده کنیم. با تهیه ی یک فهرست تماس می توانیم آنها را به خدمات وصل نماییم. تجربه ی خدمتگزاران مورد اعتماد قبلی یک منبع ارزشمند می باشد. آنها می توانند فرصتی دیگر برای تعلیم و آموزش خدمتگزاران مورد اعتماد و منتخب جدید فراهم نمایند.

**اعضای احتمالی آتی: اعضای NA** یکی از مهمترین عوامل مؤثر در جذب اعضای جدید می باشند. این کار را هم با ارائه ی اطلاعات در مورد برنامه ی NA و هم با ایجاد فرصت برای اعضای احتمالی آتی جهت احساس نزدیکی شدنشان به ما انجام می دهیم. اگر در جلسه ی H&I شرکت می کنیم به اعضای احتمالی می گوییم که آنها نیز در صورت تمایل به قطع مصرف مواد مخدر می توانند در NA بهبود پیدا کنند. اگر در یک دبیرستان محلی اطلاعاتی را ارائه می دهیم، دانش آموزان را در مورد NA و نحوه ی عملکرد NA مطلع می سازیم. (در فصل چهارم مبحث عمیق تری در مورد جلسات معرفی و ایجاد روابط عمومی مطرح شده است).

**جامعه ی خارج از NA:** ارتباطات ما با جامعه ی خارج از NA می تواند نشان دهنده ی این باشد که NA یک برنامه ی بهبودی مؤثر، معتبر و پاسخگو می باشد (به طور مثال برآورد عضویت NA نشان می دهد که NA در

فرهنگ ها، کشورها و زبان های گوناگون مؤثر است). ارتباطات ما باید حاوی اطلاعات مفید باشد و به طور مستقیم به رفع هرگونه سوءتفاهم جامعه در مورد برنامه ی ما پردازد. ارتباط صریح و صادقانه با جامعه ی خارج از NA به حفظ اعتبار NA کمک کرده و از توانایی ما در ارائه ی خدمات مؤثر حمایت می کند. بحث کاملی راجع به برقراری روابط و معارفه برای جامعه ی خارج از NA را در فصل چهارم ببینید.

”ارتباط صریح و صادقانه  
با جامعه ی خارج از NA  
به حفظ اعتبار NA کمک کرده  
و از توانایی ما در ارائه خدمات  
مؤثر حمایت می کند“

### چگونه ارتباط برقرار می کنیم؟

چگونگی برقراری ارتباط عامل دیگری در دستیابی به اهداف خدماتی ناحیه ی ما می باشد. برای هر مخاطب مشخص می توانیم نحوه ی ارتباط خود را برنامه ریزی کرده و هدفمند سازیم. معمولاً ما با چهار گروه مختلف زیر ارتباط برقرار می کنیم:

- ۱- با یکدیگر در جلسات و کمیته های خدماتی مان.
- ۲- با حرفه ای ها و کل جامعه هنگامی که درباره ی برنامه ی معتادان گمنام به آنها آگاهی می دهیم.
- ۳- با حرفه ای ها و جامعه وقتی از خدمات آنها استفاده می کنیم - اعلامیه های خدمات عمومی، مکان جلسات، ایستگاه های اتوبوس - برای دسترسی به اعضای احتمالی آتی.
- ۴- به صورت مستقیم با معتادانی که هنوز در عذابند.

البته ما همیشه با اعمال شخصی خود در حال انتقال پیامی در مورد NA می باشیم. مهم نیست که با چه کسی در حال ارتباط هستیم ، در هنگامی که ارتباطات خود را هدفمند و برنامه ریزی شده می سازیم احتمال بیشتری دارد که رابطه ای منسجم و معتبر ایجاد نماییم.

ممکن است یک ناحیه در طی مراحل برنامه ریزی تصمیم بگیرد که آنچه از همه مهم تر است ، تقویت فعالیت های ارتباطی می باشد در زیر اجزای احتمالی یک برنامه ی ارتباطی آمده است. روش های ارتباطی که در ادامه ی مطلب می آید می تواند به صورت یک فهرست ساده ی یک صفحه ای مورد استفاده قرار گرفته که در آن نیازهای ارتباطی ناحیه عنوان گردد.

**برنامه ی کار :** یک برنامه ی کار در ارتباطات به خدمتگزاران مورد اعتماد کمک می کند تا بر روی هدف و شیوه ی هرگونه ارتباط با جامعه متمرکز باقی بمانند.

✍ امیدوارید با این ارتباط چه کاری را به انجام برسانید ؟

✍ مخاطب مورد نظر شما چه کسی است ؟

✍ چرا کمیته می خواهد با این مخاطب ارتباط برقرار کند ؟

✍ چه موقع ناحیه در نظر دارد این ارتباط برقرار شود ؟

برنامه ی کار می تواند به ناحیه در پیش بینی مناسب ترین زمان جهت برقراری ارتباط با جامعه کمک کند. برای مثال ارسال مجموعه ای از اطلاعات NA برای مشاوران درمانی تازه آموزش دیده قبل از مستقر شدن در سمت جدیدشان ممکن است زمان مناسبی برای ایجاد این ارتباط نباشد. همچنین برنامه ی کار در ارتباطات می تواند به ناحیه کمک کند تا هدف هر یک از ارتباطات خود را شفاف سازد.

**خط مشی های هماهنگی :** خط مشی های هماهنگی به ما کمک می کند تا برای رویکردی یکپارچه جهت ارائه ی خدمات درون جامعه ی خدماتی کار کنیم.

هماهنگی باعث می شود که اعضای NA مطلع باقی بمانند. همچنین با خط مشی های هماهنگی از

شرکت گروه ها در فعالیت های ارتباطی اطمینان حاصل می کنیم. ممکن است

کمیته تصمیم بگیرد تا یک نامه ی اطلاع رسانی به درمانگاه محلی بفرستد.

خدمتگزاران مورد اعتماد به منظور برنامه ریزی این مکاتبه می توانند در نظر

بگیرند که آیا در این رویداد از منابع انسانی مناسب برای برگزاری جلسه ی

معرفی برخوردارند یا خیر. داشتن آمادگی و منابع انسانی لازم برخی از منافع خط مشی های یک ارتباط هماهنگ شده می باشند.

” خدمات مؤثر PR

به توانایی ما در همکاری

با یکدیگر بستگی دارد “

**پیگیری ارتباطات :** از طریق پیگیری می توان مطمئن شد که ناحیه ارتباط مستمر خود را با جامعه حفظ می کند.

یک فهرست پیگیری می تواند به ناحیه در تعیین یک خدمتگزار مورد اعتماد کمک کند تا مسئول حفظ

ارتباط مداوم با جامعه باشد. به علاوه این فهرست می تواند سابقه ای برای خدمتگزاران مورد اعتماد آتی بوده

تا بدانند ناحیه چند وقت یکبار با فرد بخصوص و یا سازمان عمومی در تماس بوده است.

خدمات مؤثر روابط عمومی به توانایی ما در همکاری با یکدیگر بستگی دارد. ما تنها زمانی قادر به انجام

این کار می باشیم که برای گفتگو و گوش دادن به یکدیگر وقت صرف کنیم. ما می توانیم نسبت به ایده های

جدید روشن بین بوده و اعضای باتجربه را تشویق کرده تا دانش خود را در مورد چگونگی ارائه ی خدمات مؤثر به مشارکت بگذارند. ما می توانیم تلاش کنیم تا به بهترین وجه از روش های ساختاری خدمات خود و نیز روش های پیشبرد فعالیت های خدماتی مان استفاده کنیم. مادامی که خدمات محلی ما دارای زیربنای محکم باشد طرح های خود را به اجرا در می آوریم.

## منابع

ابزار برنامه ریزی ناحیه

ابزار تراز ناحیه

فرم نامه

بررسی ارزیابی