

GLOBAL PR SUMMIT

ISTANBUL 5

استانبول - هتل اینترکانٹینالنال

INTERCONTINENTAL HOTEL
ISTANBUL

23-24
FEB
2018



۴ - ۵
اسفند
۱۳۹۶

برگزار کننده

P WORLD

حمایت شده توسط

DANAC
METACOMPLEX

مزایای حضور

1

به درک عمیق تری از تغییرات
فعلی روابط عمومی و روند
ارتباطات دست یابید

2

در معرض روش های
جدید برای ارتقای نام تجاری
خود قرار گیرید

3

اعتبار خود را در
مواقع بحرانی حفظ کنید

4

بعد از بحران ارزش و اعتبار
نام تجاری خود را
بازسازی کنید

5

از تحقیقات در ارتباطات
برای حرکت به سمت
نتایج اقتصادی استفاده کنید

6

شروع به استفاده از
اندازه گیری در
سازمان خود کنید

7

اهداف قابل اندازه گیری
ایجاد و آنها را
پیاده سازی کنید

8

محتوایی را ارائه دهید
که استفاده از آن ساده باشد

9

ارزش اطلاعات
در ارتباطات گروهی را
درک کنید

10

از فرصت شبکه سازی
و همکاری با نمایندگان بیش
از ۱۵ کشور مختلف
بهره مند شوید

سخنرانان



FERGUS CAMPBELL
رئیس روابط عمومی
GUMTREE



FILIPPO VIZZOTTO
مدیر بخش ایتالیا
SHAZAM



JO BURFORD
مدیر ارتباطات
TWITTER



JON MEAKIN
مدیر کل خدمات استراتژیک
GRAYLING



SAADA HAMMAD
مدیر منطقه ای خاورمیانه و شمال افریقا
MEMAC OGLIVY PUBLIC
RELATIONS



ABRAHAM ABBI ASEFAW
موسس و مدیر عامل
THE POP UP AGENCY



GARY HERNANDEZ
رئیس ارتباطات و منابع انسانی
SAUDI ARAMCO



TIM MCLOUGHLIN
رئیس بخش رسانه های اجتماعی
HOTELS.COM



MAKSIMILIAN KALLHED
موسس و مدیر عامل
THE POP UP AGENCY



JUDITH MAGYAR
مدیر ارتباطات استراتژیک
SAP



ALEX MALOUF
مدیر ارتباطات
P&G

۴ اسفند روز اول

ثبت نام و پذیرایی صبحانه

۸:۰۰

افتتاحیه اصلی: رزرو شده توسط اسپانسر پلاتینیوم

۹:۰۰

اخبار جعلی: یک واقعیت برای روابط عمومی

Jon Meakin, Global Head of Strategic Services, Grayling

۹:۳۰

درس های شهرت از وب سایت طبقه بندی شده Classified 1# UK's

Fergus Campbell, Head of PR, Gumtree.com

۱۰:۰۰

بحث و گفتگوی تعاملی حاضرین و سخنرانان

۱۰:۳۰

فرصت های هم کاری تجاری، شبکه سازی و پذیرایی

۱۰:۴۵

ارتباطات یکپارچه: فراتر از روابط عمومی و مجموعه بازاریابی

Saada Hammad, Regional Director, Middle East and North Africa, Memac Ogilvy PR

۱۱:۱۵

مشکلات رایج در ارتباطات داخلی و نحوه اجتناب از آن ها

Gary Hernandez, Head, HR Communications, Saudi Aramco

۱۱:۴۵

بحث و گفتگوی تعاملی حاضرین و سخنرانان

۱۲:۱۵

پذیرایی ناهار

۱۲:۳۰

کمپین های خصوصی در رسانه های اجتماعی: چگونه برندها (نام های تجاری) از مجموعه ای از اطلاعات صحیح و به روز استفاده می کنند تا به صورت خلاصه عموم مردم را جذب کنند

Tim McLoughlin, Head Of Social Media, Hotels.com

۱۳:۱۵

ارائه محتوای پیوسته که استفاده از آن ساده است

Judith Magyar, Communications Director, SAP

۱۳:۴۵

۴ اسفند روز اول

چگونه محتوای مربوط به روابط عمومی برای موبایل ایجاد کنیم؟

Filippo Vizotto, Country Manager, Italy, Shazam

۱۴:۱۵

ایجاد گروه تولیدکنندگان محتوا برای مشتریان

Joanne Burford, EMEA Community Manager, Twitter

۱۴:۴۵

بحث و گفتگوی تعاملی حاضرین و سخنرانان

۱۵:۱۵

فرصت های هم کاری تجاری، شبکه سازی و پذیرایی

۱۵:۴۵

کارگاه آموزشی تعاملی | روابط عمومی و تفکر طراحی:

برای حل مشکل روابط عمومی خود فقط به ۴۸ ساعت زمان نیاز دارید.

آژانس Pop Up، یک آژانس مبتکر است که در زمینه سفر به دور دنیا و حل مشکلات ارتباطات و بازاریابی در عرض ۴۸ ساعت شناخته شده است. آن ها با شرکت های معروفی چون فیس بوک، کوکاکولا، KLM، آدیداس و T-Mobile کار کرده اند. آن ها طی یک فرایند خلاقانه، شما را قادر می سازند تا در عرض ۲ روز راه حلی برای مشکل خود بیابید. متخصصان آژانس Pop Up در این کارگاه الهام بخش مدیران روابط عمومی برای آشنا کردن آن ها با روش های جدید و متفاوت روابط عمومی خواهند بود و بذریک جنبش جدید در صنعت را خواهند کاشت.

Maksimilian and Abraham from the Pop Up Agency

۱۶:۰۰

پایان روز اول

۱۷:۳۰

۵ اسفند

روز دوم

کارگاه آموزشی تعاملی اعتبار مدیریت و ارتباطات زمان بحران

با **ALEX MALOUF**

مدیر ارتباطات P&G

راهنمای شما در این کارگاه آموزشی:

الکسی مالوف، روزنامه نگار سابق به عنوان یک صدای پر جنب و جوش در صحنه رسانه های رو به رشد خاورمیانه به طرز محسوسی شناخته شده است. او ترکیبی از توانمندی های تیزبینانه با درک کامل و قوی از قوایی است که مبنای تحول دیجیتال منطقه است. بیشتر از آن را، بدون شک، از روز کار Malouf در شرکت P&G جایی که او بزرگترین FMCG خاورمیانه را مدیریت می کند در می یابیم. تجربه Malouf و ریشه های آن در منطقه تنها مواردی نیست که او را متمایز می کند بلکه او هم چنین طرفدار بسیار قابل توجه برای روابط عمومی مدرن است که در سمت های ارشد در سازمان های مختلف صنعتی مشغول به کار است.

پذیرایی صبحانه

۰۹:۰۰

افتتاح جلسه: یک سناریوی بحران زندگی در واقعی

۱۰:۰۰

تجزیه و تحلیل اهمیت اعتبار و مدیریت اعتبار: اعتبار چیست؟

ایجاد اعتماد

مطالعات موردی از نمونه های خوب و بد مدیریت اعتبار

۱۱:۰۰

نوشتن طرح بحران: نقش مدیران اجرایی

مدیریت رسانه

این بخشی شامل نکات کلیدی در مدیریت رسانه ها، مصاحبه ها

و ضروریات سازماندهی یک کنفرانس مطبوعاتی خوب خواهد بود

۱۱:۳۰

پذیرایی ناهار

۱۲:۳۰

شبیه سازی تعاملی موقعیت بحرانی

شرکت کنندگان به چند گروه تقسیم خواهند شد و هر گروه یک سخنگو انتخاب خواهد کرد

که در مورد یک وضعیت بحرانی خاص با او مصاحبه خواهد شد.

همان طور که بحران توسعه می یابد بقیه سخنگوها نیز وارد عمل خواهند شد.

این شبیه سازی هم چنین شامل یک کنفرانس مطبوعاتی خواهد بود که سخنگوی هر گروه ملزم به

پاسخگویی سوالات به خبرنگاران هستند.

۱۳:۳۰

پایان کارگاه

۱۴:۰۰