



برنامه های پیش بینی شده سازمان حج و زیارت
استان تهران
در حوزه اطلاع رسانی و تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردها به منظور
اقناع افکار عمومی

آذرماه 1402





بنده معتقد به خبررسانی و اطلاع رسانی هستیم. باید افکار عمومی را مطلع کرد و اطلاع رسانی صحیح و درست انجام داد، لیکن اطلاع رسانی به هنگام، به جا و به شکل متین و صحیح

(5 تیر 1381)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سازمان حج و زیارت به عنوان یک سازمان مهم خدماتی در حوزه امور زیارتی ، همواره سعی در برپایی خدمات بهتر و کارآمدتر برای زائران داشته است. در این راستا، برنامه‌های پیش‌بینی شده در حوزه اطلاع رسانی و تبیین مسائل، برای اقناع افکار عمومی و بهبود ارتباط با جامعه بسیار مهم می‌باشد. این برنامه‌ها شامل " تبیین مسائل ، اقدامات و دستاوردها ، روشنگری نسبت به شایعات ، شبهات و ابهامات ، تعاملات تبیینی مسئولین و اقشار مختلف جامعه از عموم گرفته تا افراد خاص و نخبگان ، دانشجویان ، خبرنگاران ، تولید و انتشار انواع محتوای رسانه‌ای و بهره‌مندی از روابط عمومی الکترونیک برای بیان گسترده و انتشار دستاوردها و خدمات سازمان در زمینه‌های مختلف به زائران می‌باشد " که طی برنامه‌های پیش‌بینی شده پی‌آمد تحت عنوان " 6 شاخص اصلی ، 19 زیرشاخص و 174 برنامه " تنظیم و تدوین شده است . این برنامه‌ها برای نخستین بار در سازمان حج و زیارت تهیه و به منظور اقدام و عملیاتی شدن ارائه می‌گردد لذا خالی از اشکال نخواهد بود ، مزید امتنان است موارد اشکالی یا تکمیلی جهت بهبود برنامه‌ها منعکس گردد. شایان ذکر است که برای اجرایی شدن ۱۷۴ برنامه پیشنهادی لازم است مدیریت‌های محترم استان‌ها متناسباً نسبت به تهیه مجموعه فعالیت‌ها برای هر برنامه اهتمام نمایند .

آذرماه 1402

برنامه های پیش بینی شده سازمان حج و زیارت

در حوزه اطلاع رسانی و تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردها به منظور اقناع افکار عمومی

شاخص های اصلی	زیر شاخص ها	برنامه های پیش بینی شده
1- اطلاع رسانی و تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردها در رسانه ها	1- میزان حضور و تبیین برنامه ها و دستاوردها در برنامه های خبری صدا و سیما	1. مذاکره و مکاتبه با صدا و سیما (رسانه های سراسری و محلی) برای هماهنگی حضور مسئولان 2. برقراری ارتباط مستقیم با بخش خبری صدا و سیما به منظور تبیین برنامه ها و دستاوردهای سازمان حج و زیارت همچنین همکاری در تهیه گزارش ها و خبرهای مرتبط با فعالیت های سازمان. 3. برگزاری نشست ها و کنفرانس های خبری برای اطلاع رسانی به رسانه ها و جامعه در مورد برنامه ها و دستاوردهای سازمان، و انتشار از طریق صدا و سیما. 4. تهیه و ارائه خبرنامه های مرتبط با برنامه ها و دستاوردهای سازمان به صدا و سیما، به عنوان یک منبع اطلاعات و اخبار قابل اعتماد. 5. همکاری با خبرنگاران صدا و سیما با ایجاد رابطه ای مستقیم با خبرنگاران برای تبیین برنامه ها و دستاوردها در برنامه های خبری صدا و سیما. 6. برنامه ریزی و هماهنگی مستمر با بخش خبری صدا و سیما، به منظور ارائه مستمر برنامه ها و دستاوردهای سازمان در برنامه های خبری.
	2- میزان حضور و تبیین برنامه ها و دستاوردها در برنامه های غیر خبری صدا و سیما	1. برگزاری برنامه های تلویزیونی و رادیویی غیر خبری: تنظیم برنامه های تلویزیونی و رادیویی به منظور تبیین فعالیت ها و دستاوردهای سازمان حج در زمینه های مختلف عملیاتی. 2. اختصاص حامی مالی (اسپانسر) و تبلیغات: همکاری با برنامه های غیر خبری صدا و سیما برای اختصاص حامی مالی (اسپانسر) و تبلیغات در برنامه های مختلف به منظور تبلیغ فعالیت ها و دستاوردهای سازمان. 3. ایجاد برنامه های ویژه: تهیه و تولید برنامه های ویژه برای مناسبت ها و رویدادهای هم راستا با ماموریت های سازمان به منظور نمایش دستاوردها و فعالیت ها.

شاخص های اصلی	زیر شاخص ها	برنامه های پیش بینی شده
		4. همکاری با صدا و سیما در تولید برنامه های مستند از خدمات رسانی و دستاوردهای سازمان در حوزه های حج ، عمره ، اعتاب مقدسه. 5. ارائه مصاحبه ها و برنامه های تبلیغاتی: همکاری با شبکه های صدا و سیما برای ارائه مصاحبه ها و برنامه های تبلیغاتی به منظور تبیین برنامه ها و دستاوردهای سازمان.
	3- ارتباط و گفت و گو و تبیین دستاوردها در سایر رسانه ها	1- ایجاد یک گروه قوی همکار روابط عمومی که بتواند با رسانه های مختلف ارتباط برقرار کرده و دستاوردها و برنامه های سازمان را به صورت مؤثر منتشر کند. 2- شناسایی و انتخاب رسانه ها: شناسایی و انتخاب رسانه ها "خبرگزاری، روزنامه، نشریه، سایت خبری و ... " پرمخاطب برای ارتباط و گفتگو و تبیین دستاوردها ، انجام مذاکره و مکاتبات لازم. 3- ارائه مصاحبه ها و مشارکت در برنامه های رسانه ای با فراهم کردن فرصت های مصاحبه و مشارکت در برنامه های رسانه ای مختلف برای تبیین دستاوردها و اهداف سازمان. 4- تولید محتوای متنوع شامل مقالات، ویدیوها، پادکست ها و مطالب تصویری برای منتشر کردن در رسانه های مختلف به منظور جذب توجه و تبیین دستاوردها. 5- برگزاری همایش ها و کنفرانس ها با حضور رسانه ها به منظور معرفی دستاوردها و برنامه های سازمان و ارتباط مستقیم با آن ها. 6- استفاده از واسطه ها و افراد تأثیر گذار در رسانه ها برای انتقال پیام ها و دستاوردهای سازمان.
2- حضور، اطلاع رسانی و تبیین دستاوردها در رسانه های نوین ارتباطی و شبکه های اجتماعی	4- حضور حقیقی مدیران دستگاه بر بستر رسانه های اجتماعی و میزان فعالیت در حوزه ی مرتبط با دستگاه	1- تدوین برنامه سالانه و زمان بندی شده مطابق با رویدادهای حج و زیارت برای حضور و فعالیت در بستر رسانه های اجتماعی 2- انتخاب بستر رسانه ای پرمخاطب و فراگیر برای ارتباط با مخاطبان 3- بررسی افکار عمومی جامعه و نیازهای اطلاعاتی جامعه مخاطب جهت ارائه به مدیران 4- انتشار محتوا در قالب یادداشت، اینفوگرافیک، عکس، عکس نوشته، کلیپ و... توسط یا تحت نظارت مستقیم مدیران سازمان

برنامه های پیش‌بینی شده	زیر شاخص‌ها	شاخص های اصلی
5- برقراری ارتباط مستقیم با عموم مردم و شنیدن نظرات، انتقادات و پیشنهادهای آن‌ها توأم با پاسخگویی به نظرات، سوالات و انتقادات آن‌ها. 6- به‌روزرسانی عمومی درباره فعالیت‌ها، برنامه‌ها و تصمیمات اتخاذ شده توسط مدیران سازمان. 7- پاسخ به سوالات و ابهامات مرتبط با حج و زیارت توسط عموم مردم و ارائه توضیحات و روشنگری‌های لازم، در برنامه زنده (live) با شبکه های اجتماعی، گفتگو و پاسخ به پرسش های مخاطبان 8- ارائه اطلاعات شفاف و قابل اعتماد درباره مدیریت و خدمات رسانی سازمان و فعالیت‌های آن. 9- ایجاد ارتباط با مخاطبان در قالب های صمیمی و غیر رسمی و ارائه خدمات و پاسخگویی به نیازهای آن‌ها. 10- ارتباطات عمومی فعال با ایجاد یک برنامه مستمر ارتباطات عمومی و اطلاع‌رسانی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، وبسایت و رسانه‌های محلی به منظور اطلاع‌رسانی در مورد دستاوردها و فعالیت‌های سازمان حج و زیارت.		
1- ایجاد حساب کاربری برای مدیران و معرفی آن به مخاطبان از طریق رسانه های سازمان از جمله پورتال و شبکه اجتماعی 2- انتخاب بستر رسانه ای پرمخاطب و فراگیر برای ارتباط با مخاطبان در قالب های رسمی و اداری. 3- بررسی افکار عمومی جامعه و نیازهای اطلاعاتی جامعه مخاطب 4- دریافت محتوا (برنامه ها و دستاوردها) از واحد مربوطه و جمع بندی آنها جهت انتشار در بسترهای اجتماعی. 5- انتشار محتوا در قالب یادداشت، اینفوگرافیک، عکس، عکس نوشته، کلیپ و... 6- ایجاد حساب‌های رسمی سازمان در شبکه‌های اجتماعی معتبر مانند توئیتر، فیسبوک، اینستاگرام ... به منظور اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط با جامعه.	5- حضور حقوقی دستگاه بر بستر رسانه های اجتماعی و میزان فعالیت و اطلاع رسانی برای تبیین دستاوردها در این شبکه های اجتماعی	

برنامه های پیش‌بینی شده	زیر شاخص‌ها	شاخص های اصلی
7- منتشر کردن محتواهای متنوع مانند عکس‌ها، ویدیوها، نقل قول‌ها و اخبار مرتبط با فعالیت‌های سازمان، دستاوردها و خدمات ارائه شده. 8- مصور سازی اطلاعات با استفاده از موشن گرافی، ویدیوهای زنده، کلیپ ... برای ارائه گزارش‌ها، معرفی فعالیت‌ها و پاسخ به سوالات در زمان واقعی. 9- معرفی مدیران و کارکنان سازمان به منظور افزایش شفافیت و اعتماد عمومی. 10- استفاده از هشتگ‌های مرتبط با فعالیت‌ها و دستاوردها برای افزایش دسترسی به محتواها. 11- ارائه داده‌ها، آمار و ارقام مرتبط با عملکرد سازمان به منظور افزایش شفافیت و اعتماد عمومی. 12- برقراری ارتباط با رسانه‌های مختلف و انتشار اخبار و اطلاعیه‌های مرتبط. 13- انتشار اخبار و گزارش‌ها در رسانه‌های عمومی مانند رادیو، تلویزیون، وبسایت سازمان و رسانه‌های اجتماعی.		
1- تشکیل یک تیم مدیریت رسانه‌های اجتماعی مجرب که مسئولیت پاسخگویی به نظرات و سوالات مطرح شده در رسانه‌های اجتماعی را بر عهده داشته باشد. این تیم باید قادر باشد به صورت مداوم رسانه‌های اجتماعی را مانیتور کند و به سرعت به نظرات و سوالات رسیدگی نماید. 2- زمانبندی منظم و تعیین زمان‌های خاص در طول روز برای بررسی و پاسخ به نظرات و سوالات در رسانه‌های اجتماعی. این کار می‌تواند اعتماد شهروندان را به پاسخگویی سازمان افزایش دهد. 3- استفاده از قالب‌های پاسخ استاندارد: تهیه قالب‌های پاسخ استاندارد برای سوالات متداول و نظرات رایج. این کار می‌تواند زمان پاسخگویی را کاهش داده و به شهروندان اطمینان بدهد که سازمان حج و زیارت به درستی به نظرات آن‌ها رسیدگی می‌کند. 4- به‌روزرسانی مداوم و ارائه اطلاعات جامع در رابطه با فعالیت‌ها، خدمات و مراکز حج و زیارت. این کار می‌تواند به شهروندان	6- میزان پاسخگویی دستگاه‌های اجرایی به شهروندان بر بستر رسانه‌های اجتماعی	

شاخص های اصلی	زیر شاخص ها	برنامه های پیش بینی شده
		کمک کند تا سوالاتشان را قبل از طرح کردن در رسانه های اجتماعی پاسخ بگیرند. 5- استفاده از ابزارهای مدیریت رسانه های اجتماعی برای مانیتورینگ، بررسی و پاسخگویی به نظرات و سوالات شهروندان. این ابزارها می توانند فرآیند پاسخگویی را سریع تر و کارآمدتر کنند. 6- ارائه پاسخ های دقیق، مفید و سازنده تا شهروندان احساس کنند نظرات آنها مورد توجه است و سازمان حج و زیارت به خوبی به آنها پاسخ می دهد. 7- تشویق شهروندان به ارسال نظرات، پیشنهادات و بازخوردهای خود در رسانه های اجتماعی و اعلام آنها در صفحات رسمی سازمان. این کار می تواند به ارتقای فرآیند پاسخگویی و بهبود کیفیت خدمات کمک کند. 8- اتخاذ تصمیم و تعیین موضع در خصوص اطلاع رسانی در آن موضوع خاص بر اساس سیاست های سازمان 9- تدوین برنامه سالانه و زمان بندی شده مطابق با رویدادهای حج و زیارت برای حضور و فعالیت در بستر رسانه های اجتماعی 10- انتخاب بستر رسانه ای پرمخاطب و فراگیر برای ارتباط با مخاطبان 11- بررسی افکار عمومی جامعه و نیازهای اطلاعاتی جامعه مخاطب 12- برنامه ریزی برای پاسخگویی به مخاطبان در بستر رسانه های اجتماعی بر اساس میزان نیاز جامعه مخاطبان 13- دریافت محتوا از واحد مربوطه و جمع بندی آنها 14- دریافت برنامه ها و دستاوردها از واحدهای مختلف و جمع بندی آنها
3- میزان روشنگری نسبت به انتقادات، شایعات و شبهات و ابهامات توسط دستگاه های اعلام	7- انتقادات، شایعات، شبهات و ابهامات مطرح شده در حوزه عمومی نسبت به دستگاه	1- جمع آوری و دسته بندی انتقادات، شایعات، شبهات و ابهامات مطرح شده در حوزه مختلف ماموریت های سازمانی با تعیین میزان فراوانی نسبت به نوع رسانه، استان و سایر جزئیات کمک کننده به روشنگری و افزایش سطح آگاهی مردم نسبت به موضوعات جهت اعتبار بخشی به سازمان.

برنامه های پیش‌بینی شده	زیر شاخص‌ها	شاخص‌های اصلی
2- بررسی افکار عمومی نسبت به موضوعات انتقادی ، شایعه ، شبهات و ابهامات بر پایه بررسی رسانه های جمعی ، فضای مجازی و شبکه های اجتماعی 3- بررسی آمار انتقادات، شایعات، شبهات و ابهامات مطرح شده بصورت دوره ای و فصلی ، ماهیت ، محتوا و ... جهت تبیین ، تحلیل و تولید محتوای آگاهی رسانی. 4- بررسی و تعیین حساسیت موضوع یا موضوعات مطرح شده (انتقادات، شایعات و شبهات و ابهامات) و میزان تاثیر آن بر جامعه هدف از یکسو و اعتبار سازمان از سوی دیگر.		
1- اتخاذ تصمیم و اقدام به پاسخ گویی ، تکذیب ، تبیین و ... در آن موضوع خاص بر اساس سیاست‌های سازمان 2- جمع آوری، دسته بندی و ارسال انتقادات به مبادی ذیربط سازمانی جهت جهت بررسی و تهیه پاسخ لازم 3- انتخاب رسانه مورد نظر جهت انتشار محتوا 5- برقراری ارتباط مداوم با جامعه و شفافیت در اطلاع‌رسانی ، این می‌تواند به مدیریت انتقادات کمک کند. فراهم کردن مکانیزم‌هایی برای پذیرش انتقادات و پیشنهادات از سوی جامعه و ارائه پاسخ‌های منطقی و زمان‌بندی شده هم می‌تواند اعتماد عمومی را تقویت کند. 6- برگزاری جلسات عمومی و دعوت افراد نماینده جامعه به منظور بحث و گفتگو در مورد ابهامات و انتقادات مطرح شده می‌تواند به فهم عمیق‌تری از مسائل و رفع ابهامات کمک کند. 7- استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای پاسخگویی به انتقادات و ابهامات مطرح شده و ارائه اطلاعات به روز که می‌تواند ارتباط بین سازمان و جامعه را تقویت کند. 8- ایجاد فرصت‌های مشارکت عمومی در تصمیم‌سازی‌ها و فرآیندهای سازمان می‌تواند از اعتماد عمومی و حمایت اجتماعی برخوردار شود.	8- پاسخگویی به انتقادات، شایعات و شبهات و ابهامات مطرح شده توسط دستگاه	

برنامه های پیش‌بینی شده	زیر شاخص‌ها	شاخص های اصلی
4- صدور اطلاعیه، جوابیه یا مصاحبه مدیران و مسئولین سازمانی متناسب با موضوعات مطرح شده 5- مکاتبه با رسانه مورد نظر برای پاسخ به انتقادات، شایعات، شبهات و ابهامات مطرح شده 6- در صورت لزوم تنظیم دادخواست علیه فرد یا گروه یا رسانه‌ی مورد نظر در خصوص شایعه‌پراکنی 7- برقراری ارتباط مستقیم با افراد یا گروه‌هایی که انتقادات و ابهامات را مطرح کرده‌اند، می‌تواند به مدیریت این موضوعات کمک کند. شنیدن نظرات آنها و ارائه توضیحات دقیق می‌تواند به حل ابهامات کمک نماید. 8- اطمینان از دقت و صحت اطلاعات منتشر شده توسط سازمان حج و زیارت امری بسیار حیاتی است، ارائه اطلاعات دقیق و به روز می‌تواند از گسترش شایعات و ابهامات جلوگیری کند. 9- ارائه اطلاعات بیشتر و شفافیت در تصمیم‌گیری‌ها و عملکرد سازمان می‌تواند اعتماد عمومی را تقویت کند. 10- ارائه اطلاعات به زبان ساده و قابل فهم برای عموم مردم که بهترین روش برای اطلاع‌رسانی و تبیین مسائل می‌باشد.		
1- زمانبندی و تعیین سرعت پاسخگویی (عادی، فوری، خیلی فوری و آنی) 2- تشکیل یک تیم پاسخگویی سریع و کارآمد که بتواند به سرعت به انتقادات و ابهامات پاسخ دهد، امری بسیار مهم است. این تیم می‌تواند از اعضای متخصص، مدیران و نمایندگان سازمان تشکیل شود. 3- تدوین یک سری پاسخ‌های پیش فرض و جامع برای شایعات و ابهامات متداول می‌تواند سرعت پاسخگویی را افزایش دهد. این پیش فرض‌ها باید دقیق و کامل باشند و از منابع معتبر و قابل اثبات استفاده کنند. 4- آموزش پرسنل سازمان در مورد نحوه پاسخگویی به انتقادات و ابهامات این می‌تواند به سرعت پاسخگویی به آنها کمک کند.	9- سرعت پاسخگویی به انتقادات، شایعات و شبهات و ابهامات	

شاخص های اصلی	زیر شاخص ها	برنامه های پیش بینی شده
4- میزان تعاملات و ارتباطات تبیینی مسئولین و حضور در بین اقشار مختلف جامعه به منظور اطلاع رسانی و اقیاع افکار عمومی و تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردهای دستگاه	10- اطلاع رسانی و تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردهای دستگاه در دیدار با افراد خاص و تاثیر گذار در حوزه فعالیت دستگاه	این آموزش ها باید شامل اطلاعات دقیق و کامل در مورد سازمان ، خدمات و فعالیت های آن باشد. 5- پیگیری مداوم از انتقادات و شبهات مطرح شده و سریعترین پاسخ به آنها، می تواند به نشان دادن تعهد سازمان در حل ابهامات و رفع نگرانی های جامعه کمک کند.
		1- شناسایی گروه های مرجع و تاثیر گذار (مسئولین کشور در سطح ملی و استانی، نخبگان، افراد مشهور مرتبط با حوزه های کاری، کارگزاران) 2- اتخاذ تصمیم و تعیین موضع در خصوص اطلاع رسانی در آن موضوع خاص بر اساس سیاست های سازمان 3- تنظیم برنامه سالانه برای دیدار با افراد و گروه های خاص 4- تعیین محورها و اهداف دیدار و گفتگو از جمله هم اندیشی، مشارکت، حمایت و ... به عنوان مثال بیان اقدامات و دستاوردهای سازمان از طرف آن گروه یا فرد 5- تنظیم و تبیین گزارش های ویژه در دیدارها و ملاقات ها خاص مطابق با ماموریت های سازمانی از جمله عملیات حج، عمره، عتبات عالیات در چارچوب گزارش های مستند به آمار، تحلیل های مربوطه و بیان چالش ها و فرصت ها 6- تهیه یک پرونده اطلاعاتی کامل و جامع درباره سازمان و فعالیت های آن قبل از دیدار با هر فرد خاص، این پرونده می تواند شامل دستاوردها، آمار و ارقام مهم، پروژه ها و برنامه های آینده سازمان باشد. 7- تهیه و تدوین یک پرزنتیشن جامع، جذاب و موثر قبل از دیدارها از اقدامات و دستاوردهای سازمان. در این پرزنتیشن، از آمار، نمودارها، تصاویر و فیلم های آموزشی استفاده شود تا مخاطبان بهتر بتوانند مفاهیم را درک کنند. 8- ارائه مطالب به زبان ساده و قابل فهم برای تبیین مسائل و دستاوردها در حین دیدارها و اجتناب استفاده از اصطلاحات فنی و متخصصانه، به مخاطبان کمک می کند تا بهتر متوجه بشوند.

برنامه های پیش‌بینی شده	زیر شاخص‌ها	شاخص های اصلی
9- پاسخگویی به سوالات و ابهامات در جریان دیدارها با دقت و صبر به مخاطبان. اگر نتوان در جریان دیدار به تمامی سوالات پاسخ داد، می‌توان تعهد نمود که در زمان مناسب پاسخ کاملی ارائه می‌گردد. 10- ارائه شاخص‌ها و نتایج قابل اندازه‌گیری برای ارزیابی دستاوردها و عملکرد سازمان، این اطلاعات به آنها کمک می‌کند تا بهترین تصمیم‌گیری‌ها را برای همکاری با سازمان داشته باشند. 11- ایجاد فضای گفتگو: سعی شود در جریان دیدار، فضایی برای گفتگو و تبادل نظر فراهم آید. شنیدن نظرات و پیشنهادات مخاطبان می‌تواند به سازمان کمک نماید تا در بهبود فعالیت‌ها و رفع نیازهای آنها پیشرفت کند.		
1- تعیین زمان و مکان مناسب و تاثیرگذار برای ملاقات و گفتگوی عمومی با عموم مردم توسط رئیس سازمان و مسئولان ستادی و استانی. 2- ملاقات با جامعه هدف در مراسم های مختلف برای متقاضیان و زائرین حج، عمره و اربعین و ... 3- حضور در مکان ها و موقعیت هایی که به مخاطبان خدمات رسانی می شود از جمله دفاتر زیارتی 4- تنظیم فرم مربوط به دیدارها و ملاقات ها به منظور جمع بندی مطالب و موضوعات مطرح شده 5- جمع بندی موضوعات مطروحه در گفتگوهای عمومی برای انعکاس به حوزه های مرتبط و توجه به آنها در تصمیم گیری های سازمان 6- برگزاری نشست ها و کنفرانس های عمومی برای تبیین اقدامات و دستاوردها. 7- برگزاری نمایشگاه ها و رویدادهایی که مردم به صورت مستقیم با نمایندگان سازمان حج و زیارت در ارتباط می باشند 8- استفاده از وسایل چندرسانه‌ای برای تبیین دستاوردها و اقدامات سازمان حج و زیارت.	11- گفت و گوی عمومی با عموم مردم به منظور تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردهای دستگاه	

برنامه های پیش‌بینی شده	زیر شاخص‌ها	شاخص های اصلی
9- ایجاد فضایی برای مشارکت عمومی و دریافت بازخورد از سوی مردم.		
1- شناسایی ظرفیت های موجود در نخبگان، پژوهشگران، کارگزاران حج و زیارت، سمن ها، تشکل های مردمی مرتبط با مسائل و موضوعات مرتبط با سازمان 2- برقراری ارتباط مستقیم با نخبگان و پژوهشگران از طریق جلسات، دیدارها و مشاوره های تخصصی می تواند به شناخت بهتر مسائل و نیازهای آنها کمک کند. 3- تشکیل گروه های کاری مشترک با حضور نخبگان، پژوهشگران و تشکل های مردمی برای بحث و بررسی مسائل و ارائه پیشنهادات و راهکارهای عملی می تواند مؤثر باشد. 4- دسته بندی مسائل و موضوعات مرتبط با سازمان و بررسی اینکه هر موضوع با کدام یک از گروه ها قابل بحث و چاره اندیشی می باشد. 5- برگزاری همایش ها و نشست های تخصصی با حضور نخبگان، پژوهشگران، کارگزاران و تشکل های مردمی می تواند فرصتی مناسب برای تبادل نظر، ارائه مقالات و اطلاعات جدید و بحث در مورد مسائل و دستاوردهای سازمان حج و زیارت فراهم کند. 6- تشویق نخبگان و دانشگاهیان و ... برای تدوین مقاله، پایان نامه و ارائه نظرات و پیشنهادات علمی در موضوعات مرتبط با مأموریت های سازمان 7- تدوین یک سند استراتژیک، برگرفته از نشستهای نخبگانی که شامل اهداف، اقدامات و دستاوردهای سازمان حج و زیارت باشد. در این سند باید به طور دقیق اقدامات انجام شده، نتایج حاصل شده و طرح ها و برنامه های آینده شرح داده شود. 8- استفاده از رسانه های دیجیتال مانند وبسایت ها، رسانه های اجتماعی و پلتفرم های آنلاین برای به اشتراک گذاری اطلاعات، دستاوردها و اقدامات سازمان حج و زیارت با نخبگان و پژوهشگران می تواند مفید باشد.	12- میزان دیدار و نشست با نخبگان، پژوهشگران، سمن ها، تشکل های مردمی به منظور تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردهای دستگاه	



شاخص های اصلی	زیر شاخص‌ها	برنامه های پیش‌بینی شده
		9- ارائه پروژه‌های تحقیقاتی در حوزه حج و زیارت به نخبگان و پژوهشگران می‌تواند آنها را به همکاری بیشتر و تبادل دانش و اطلاعات ترغیب کند.
		10- استفاده از سیستم‌های نظرسنجی و جمع‌آوری بازخورد از نخبگان و پژوهشگران می‌تواند به ارزیابی و بهبود مستمر کمک نماید.
	13- همکاری با برگزاری اردوها یا بازدیدهای راهیان پیشرفت برای اқشار اثرگذار مانند خبرنگاران، دانشجویان، پژوهشگران، دانش‌آموزان و ...	1- شناسایی و دسته‌بندی موضوعات و مسائل سازمان برای برگزاری اردوها یا بازدیدهای راهیان پیشرفت برای اқشار اثرگذار مانند خبرنگاران، دانشجویان، پژوهشگران، دانش‌آموزان و ...
		2- برنامه ریزی و زمان بندی برای برگزاری اردوها یا بازدیدهای راهیان پیشرفت
		3- برگزاری نشست‌ها و کارگاه‌ها: برگزاری نشست‌ها و کارگاه‌ها با حضور افراد مختلف از جامعه هدف
		4- برگزاری اردوها یا بازدیدهای راهیان پیشرفت با دانشجویان و پژوهشگران برای معرفی دستاوردها و پیشرفت‌های سازمان حج و زیارت.
		5- برگزاری تورهای و بازدیدهای مجازی مرتبط با فعالیت‌های سازمان حج و زیارت با هدف آشنایی افراد با فعالیت‌ها و معرفی دستاوردها و پیشرفت‌های اخیر.
		6- ارتقاء همکاری با رسانه‌ها، برقراری ارتباط و همکاری فعال با رسانه‌ها و نهادهای رسانه‌ای دانشگاهی و نخبگانی به منظور انتشار مطالب مرتبط با فعالیت‌ها و دستاوردهای سازمان. و اخذ بازخوردهای مربوطه
	14- میزان اجرای نظرسنجی در موضوعات مختلف مرتبط با دستگاه و نحوه استفاده از نتایج این نظرسنجی ها به منظور تبیین دستاوردها و اقناع افکار عمومی	7- برگزاری برنامه‌های آموزشی برای دانشجویان، خبرنگاران، دانش‌آموزان و سایر افراد جامعه به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت‌ها و دستاوردهای سازمان حج و زیارت.
		1. تعیین موضوعات مهم، ابتدا باید موضوعات و مسائل مهم و مرتبط با فعالیت‌های سازمان حج و زیارت را شناسایی کرده و برای نظرسنجی انتخاب کنید. این موضوعات می‌تواند شامل ارزیابی خدمات حج و زیارت، نحوه مدیریت مراکز زیارتی، یا هر موضوع دیگری که مورد توجه عمومی قرار دارد، باشند.



برنامه های پیش‌بینی شده	زیر شاخص‌ها	شاخص های اصلی
2. طراحی پرسشنامه: برای انجام نظرسنجی لازم است پرسشنامه‌ای مناسب و جامع طراحی کرده و در آن به موضوعات اصلی و مرتبط با فعالیت‌های سازمان حج و زیارت پرداخته شود. 3. انتخاب نمونه‌های نماینده برای اطمینان از صحت و قابلیت اعتماد نتایج نظرسنجی، از جامعه مورد نظر . 4. اجرای نظرسنجی: پس از طراحی پرسش‌نامه و انتخاب نمونه، نظرسنجی را اجرا کرده و داده‌ها بایستی جمع‌آوری گردند. از جمله : - انجام نظرسنجی از همکاران، کارگزاران و سایر گروه های خدمات رسان و درگیر در سفرهای زیارتی - انجام نظرسنجی از متقاضیان در نوبت اعزام سفرهای زیارتی 5. تحلیل و ارائه نتایج پس از جمع‌آوری داده‌ها، وبه دست آمدن نتایج به صورت مناسب و قابل فهم به افراد و مسئولان مرتبط. 6. استفاده از نتایج : نتایج نظرسنجی به عنوان ابزاری برای تبیین دستاوردها و افکار عمومی در مورد فعالیت‌های سازمان حج و زیارت به کار گرفته می شود. این نتایج می‌توانند برای بهبود خدمات ، ارتقاء انگیزه‌ها و حفظ رضایت عمومی ، استفاده در در برنامه ریزی ها و نحوه خدمات رسانی به زائران در سفرهای حج ، عمره ، عتبات و اربعین در راستای افزایش رضایتمندی خدمات گیرندگان و طراحی بسته های سفرهای زیارتی مورد استفاده قرار گیرند.		
1- نیازسنجی اطلاعات برای اطلاع رسانی به جامعه هدف 2- جمع بندی موضوعات برای اطلاع رسانی 3- جمع بندی موضوعاتی که متناسب با ماموریت های سازمان در حوزه سفرهای حج، عمره و عتبات و اربعین، اطلاع رسانی آن در برنامه سازمان است. 4- شناسایی و انتخاب رسانه ای تاثیر گذاری و فراگیری مناسب را برای انتشار محتوا دارد.	15- تولید و انتشار محتوای متنی (شامل خبر، مصاحبه، گزارش و ...) به منظور تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردهای دستگاه	5- تولید و انتشار انواع محتواهای رسانه ای و تبلیغی از برنامه ها، فعالیت ها و دستاوردها

شاخص های اصلی	زیر شاخص‌ها	برنامه های پیش‌بینی شده
		5- تولید محتوای متنی بر اساس برنامه زمان بندی شده برای هر یک از سفرهای زیارتی 6- تدوین برنامه زمان بندی برای تولید محتوا متناسب با سفرهای زیارتی و برنامه های پذیرش زائران 7- تولید محتوای خبری مرتبط با اقدامات و دستاوردهای سازمان حج و زیارت، مثلاً مصاحبه‌ها با مقامات سازمان، گزارش‌های عملکرد و اخبار مرتبط. 8- منتشر کردن گزارش‌های مربوط به فعالیت‌ها و دستاوردهای سازمان، به همراه آمار و ارقام مرتبط، به منظور نشان دادن موفقیت‌ها و تأثیرگذاری سازمان. 9- معرفی و تبیین کیفیت خدمات ارائه شده توسط سازمان حج و زیارت، مثلاً ارائه توصیفی از برنامه‌ها، خدمات مربوط به حج و زیارت، تسهیلات ارائه شده و نحوه مراقبت از زائران. 10- منتشر کردن مصاحبه‌ها و گزارش‌های مرتبط با تجربیات زائران در حج و زیارت، به همراه نحوه رفع مشکلات و بهبود عملکرد براساس بازخوردهای زائران. 11- تبیین و توضیح فرآیندها و الگوهای ارائه خدمات حج و زیارت، مثلاً روند ثبت نام، تخصیص اسکان، تغذیه و تدارکات و نحوه پاسخگویی به سوالات و مشکلات زائران. 12- منتشر کردن نظرات شاهدان عینی از سختی‌ها، دشواری‌ها و کیفیت فرآیندهای خدمات رسانی به زائران و بهره‌مندی از تأثیرات مثبت و تجربه‌های خوب، به همراه عکس‌ها و ویدیوها. 13- استفاده از نقل قول‌ها و پیام‌های مقامات درباره خدمات رسانی به زائران در برنامه‌ها، اقدامات و دستاوردهای عملیاتی و منتشر کردن آن‌ها در محتواهای متنوع. 14- نشر مطالب آموزشی و ارائه مطالب آموزشی مرتبط با حج و زیارت، مثلاً راهنمایی‌ها و توصیه‌ها برای زائران، نکات ایمنی و بهداشتی، راهنمایی‌های مربوط به رعایت مسائل امنیتی و

برنامه های پیش‌بینی شده	زیر شاخص‌ها	شاخص های اصلی
1- نیازسنجی اطلاعات برای اطلاع رسانی به جامعه هدف بصورت بیان تصویری 2- جمع بندی موضوعات متناسب با مأموریت های سازمان در حوزه سفرهای حج ، عمره ، عتبات و اربعین با مصور سازی اطلاعات. 3- شناسایی و انتخاب رسانه های با تاثیرگذاری و فراگیری مناسب برای انتشار محتوا تصویری. 4- شناسایی و قالب محتوای مصور برای تاثیرگذاری بیشتر محتوا در جامعه مخاطب 5- تدوین برنامه زمان بندی برای تولید محتوای تصویری متناسب با سفرهای زیارتی و برنامه های پذیرش زائران 6- برنامه ریزی برای تولید محتوا تصویری در قالب های مختلف توسط نیروهای سازمانی و بیرونی 7- طراحی اطلاعاتی: طراحی نمودارها، نمودارهای شکل، تصاویر رنگارنگ و شرح های کوتاه برای تبیین اقدامات و دستاوردها به طور واضح و جذاب. 8- استفاده از هشتک های مرتبط با اقدامات و دستاوردهای سازمان حج و زیارت در عکس ها به منظور افزایش دسترس پذیری و تفاعل کاربران در شبکه های اجتماعی. 9- استفاده از نقل قول های مشهور از مقامات سازمان حج و زیارت در عکس ها، به همراه تصاویر تکمیلی مربوطه، برای تبیین اهداف و ارزش های سازمان. 10- استفاده از عکس های مرتبط با فعالیت ها و دستاوردهای سازمان حج و زیارت، مثلاً تصاویر مراسم حج و زائران در مکان های مقدس. 11- نشان دادن تحولات و بهبودهای ارزشمند با استفاده از تصاویر قبل و بعد اقدامات سازمان، مثلاً تصاویر قبل و بعد از بهبود تسهیلات حج و زیارت. 12- انتشار عکس ها و تصاویر مرتبط با نمایشگاه ها ، رویدادها ، سمینارها و کنفرانس های مرتبط با حج و زیارت.	16- تولید و انتشار گسترده انواع محتوای عکسی، گرافیکی تبلیغی به منظور تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردهای دستگاه	



شاخص های اصلی	زیر شاخص ها	برنامه های پیش بینی شده
		13- طراحی بنرهای تبلیغاتی شامل عکس ها، شعارها و اطلاعات کلیدی مرتبط با اقدامات و دستاوردهای سازمان. 14- استفاده از تصاویر هنری و نقاشی های مرتبط با حج و زیارت برای تبیین ارزش ها و اهداف سازمان.
	17- تولید و انتشار گسترده ی محتوای صوتی و تصویری (شامل تیزر، فیلم کوتاه، انیمیشن، موشن گرافیک و ...) به منظور تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردهای دستگاه	1- نیازسنجی اطلاعات برای اطلاع رسانی به جامعه هدف 2- جمع بندی موضوعات برای اطلاع رسانی 3- جمع بندی موضوعاتی که متناسب با ماموریت های سازمان در حوزه سفرهای حج، عمره و عتبات و اربعین، اطلاع رسانی آن در برنامه سازمان است. 4- شناسایی و انتخاب رسانه ای تاثیر گذاری و فراگیری مناسب را برای انتشار محتوا دارد. 5- شناسایی و قالب محتوا برای تاثیر گذاری بیشتر محتوا در جامعه مخاطب 6- تدوین برنامه زمان بندی برای تولید محتوا متناسب با سفرهای زیارتی و برنامه های پذیرش زائران 7- برنامه ریزی برای تولید محتوا در قالب های مختلف توسط نیروهای سازمانی و بیرونی 8- تولید تیزرهای فیلمی کوتاه و جذاب با استفاده از صحنه های برجسته از مراسم ها و فعالیت های حج و زیارت، همراه با صداگذاری حرفه ای و موسیقی مناسب برای جلب توجه و ایجاد ارتباط عاطفی با مخاطبان. 9- تولید فیلم های کوتاه مستندی که به طور جامع اقدامات و دستاوردهای سازمان حج و زیارت را نشان دهد؛ این فیلم ها می توانند مستندها، مصاحبه ها و تصاویر ویدئویی از فعالیت ها باشند. 10- تولید انیمیشن ها و موشن گرافی جذاب و آموزنده که به زیبایی و جذابیت وضعیت ها و اقدامات و دستاوردهای سازمان حج و زیارت را نشان دهد.





شاخص های اصلی	زیر شاخص ها	برنامه های پیش بینی شده
6- میزان استقرار روابط عمومی الکترونیک به منظور اطلاع رسانی و پاسخگویی مناسب تر و تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردهای دستگاه		11- تولید ویدئوهایی که تحولات و بهبودها در تسهیلات و خدمات حج و زیارت را نشان دهد؛ این ویدئوها می توانند شامل تصاویر مقایسه ای قبل و بعد باشند. 12- تولید ویدئوهایی که به طور آموزشی و توضیحی اقدامات و خدمات مختلف سازمان حج و زیارت را تبیین کند. 13- تولید ویدئوهایی که به معرفی مقامات و کارکنان مختلف سازمان حج و زیارت پردازد و ارتباطات مثبت با مخاطبان را تقویت کند. 14- انتشار ویدئوهایی که به نمایش پشت صحنه فعالیت ها و رویدادهای مختلف حج و زیارت پردازد و ارتباط نزدیک تر با مخاطبان را فراهم کند.
	18- پاسخگویی آنلاین در سامانه های رسمی دستگاه به منظور تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردها و پاسخگویی ابهامات	1- پاسخگویی آنلاین از طریق : پورتال سازمان ، میز خدمت الکترونیک سازمان ، سامانه رسیدگی به شکایات ، سامانه سامد ، اپ موبایلی زیارت. 2- یکی از بهترین راهها برای پاسخگویی آنلاین در سامانه های رسمی سازمان حج و زیارت به منظور تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردها، و پاسخگویی به ابهامات ، ایجاد یک سامانه یا پلتفرم آنلاین مناسب است. این پلتفرم باید امکان ارائه اطلاعات دقیق و روزآمد به مردم را فراهم کند و همچنین امکان ارتباط مستقیم با مقامات و مسئولان سازمان حج و زیارت را فراهم آورد. این امر می تواند از طریق چت های زنده ، فرم های تماس ، وبسایت یا اپلیکیشن های موبایل انجام شود. ایجاد یک سیستم پاسخگویی به روز و شفاف می تواند به افزایش اطمینان و رضایت عمومی کمک کند 3- برنامه ریزی جهت بهره مندی از تلفن گویا
	19-سوالات پرتکرار و پاسخ به آنها در سامانه ها و یا شبکه های اجتماعی مربوط به دستگاه به منظور تبیین مسائل، اقدامات و دستاوردها و پاسخگویی ابهامات	1- ایجاد یک بانک اطلاعاتی جامع، که حاوی پاسخ های متداول و دقیق به سوالات مرتبط با سازمان حج و زیارت باشد. این بانک اطلاعاتی باید در دسترس عموم قرار گیرد و به روز رسانی منظم داشته باشد.



برنامه های پیش‌بینی شده	زیر شاخص‌ها	شاخص های اصلی
2- ایجاد یک چت‌بات هوشمند که قادر به پاسخگویی به سوالات متداول و تبیین مسائل مرتبط با سازمان حج و زیارت باشد. این چت‌بات می‌تواند در سایت سازمان، شبکه‌های اجتماعی، یا اپلیکیشن‌های موبایل قرار گیرد. 3- استفاده از هشتک‌های مرتبط با سازمان حج و زیارت در شبکه‌های اجتماعی، که به کاربران اجازه می‌دهد سوالات خود را مطرح کنند و پاسخ‌های مربوطه را دریافت کنند. 4- برگزاری جلسات آنلاین با مقامات و مسئولان سازمان حج و زیارت به منظور پاسخگویی به سوالات و ابهامات جمعی و تبیین مسائل و دستاوردها. 5- اخذ ماهانه سوالات پر تکرار از طریق بسترهای مختلف از جمله پورتال سازمان، شبکه‌های اجتماعی و موضوعات مطرح شده در رسانه‌ها و همچنین مراجعات و تماس‌های مردمی با سازمان 6- دریافت پاسخ سوالات پر تکرار از واحدهای مربوطه 7- انتشار سوالات پر تکرار در پورتال سازمان و شبکه‌های اجتماعی سازمان 8- تهیه خبر و گزارش و محتوای مناسب در قالب‌های متنی، گرافیکی، اینفوگرافیک، موشن گرافیک، کلیپ، پادکست و ... در حوزه موضوعات مطرح شده 9- فعال نمودن بخش نظرات در اخبار پورتال، شبکه‌های اجتماعی و ...		
1- رصد مستمر رسانه‌ها 2- تولید خبرنامه	7- سایر اقدامات دستگاه در راستای اطلاع‌رسانی گسترده به منظور تبیین دستاوردها و اقناع افکار عمومی	