



پروژه دانشگاه نیرو

دستور العمل

حضور در کنفرانس و نمایندگان

کد سند:

شماره بازنگری:



اداره روابط عمومی

حضور در کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها

تاریخ:

شماره بازنگری	تاریخ بازنگری	توضیحات



## فصل اول: کلیات و تعاریف

### ماده ۱: هدف

هدف از تهیه این دستورالعمل، ارتقای سطح حضور در نمایشگاه ها، کنفرانس ها/ همایش ها، پیگیری و اجرای فعالیت بازاریابی در خلال برگزاری نمایشگاه ها و ارتباط نزدیک با سایر شرکت کنندگان و بالابردن سطح کیفیت معرفی خدمات سازمان در زمان حضور در نمایشگاه ها و نیز بهره برداری موثر از کنفرانس ها/ همایش ها و ارائه مقالات علمی با سطح کیفیت مطلوب در زمان حضور در کنفرانس ها و همایش های سازمانی می باشد.

### ماده ۲: دامنه کاربرد

فرایند حضور در کنفرانس ها/ همایش ها و نیز نمایشگاه ها در پژوهشگاه نیرو براساس این دستورالعمل و حسب مورد به صورت متمرکز توسط روابط عمومی و با همکاری نمایندگان هر بخش انجام می گردد.

### ماده ۳: تعاریف

اصطلاحات مندرج در این دستورالعمل در معانی مشروح زیر به کار می روند:

**تقویم سالانه کنفرانس ها و نمایشگاه ها:** تقویمی که به صورت سالیانه و یک ماه قبل از سال جدید و توسط کمیته کنفرانس ها و نمایشگاه ها تهیه گردیده و شامل اطلاعاتی در خصوص زمان و نحوه شرکت پژوهشگاه نیرو در هر یک از کنفرانس ها/ همایش ها و نمایشگاه ها می باشد. می توان ادعان داشت که این کمیته ارزیابی میزان اثربخشی حضور پژوهشگاه نیرو در کنفرانس ها و نمایشگاه ها را براساس اهداف تعریف شده بازاریابی، فروش و برندسازی را برعهده دارد.

**کمیته کنفرانس ها و نمایشگاه ها:** کمیته ای که جهت اجرای فرآیند حضور در کنفرانس ها و نمایشگاه های پژوهشگاه نیرو تشکیل گردیده و وظیفه سیاست گذاری و تعیین روش اجرایی حضور در هر یک از کنفرانس ها و نمایشگاه ها را بر عهده دارد.

## فصل دوم: روش کار و مسئولیت ها

ماده ۱: شرایط برگزاری و اجرای کنفرانس ها، همایش ها و نمایشگاه ها

کلیه فعالیتهای مربوط به همایش ها/ کنفرانس ها و نمایشگاه های قابل برگزاری در پژوهشگاه نیرو که مطابق تقویم ارائه شده توسط واحد روابط عمومی قابل شناسایی می باشد، به صورت مشترک و توسط مدیریت روابط عمومی و نیز با همکاری واحدهای مرتبط سازمانی انجام می گیرد.



جزئیات فرایندی و نیز مسئولیت های تخصیص داده شده به هر فعالیت در هر یک از مراحل پیش از برگزاری، حین برگزاری و پس از برگزاری مطابق چک لیست پیوست قابل شناسایی است.

سرفصل فعالیت های قابل انجام در هر فرآیند حضور در همایش ها/ کنفرانس ها/ نمایشگاه ها براساس شیوه های گوناگون ممکن برای حضور سازمان در این رویدادها در پیوست اول این دستورالعمل آمده است.

## ماده ۲: مقررات اجرای حضور در کنفرانس ها، همایش ها و نمایشگاه ها

۱-۲- واحد روابط عمومی موظف است به محض تکمیل و تصویب اطلاعات مربوط به تقویم سالانه کنفرانس ها و نمایشگاه ها، مستند مربوطه را در اختیار کلیه واحدها قرار دهد.

۲-۲- کلیه متقاضیان حضور در کنفرانس ها، همایش ها و نمایشگاه ها موظفند حداکثر ظرف مدت یک هفته نسبت به ارائه گزارش و نیز لیست اطلاعات مشتریان و سایر فرم های تدوین شده در این حوزه به دبیر کمیته کنفرانس ها و نمایشگاه ها طبق فرمت زیر (مطابق فرم پیوست) اقدام نمایند.

۳-۲- مدیریت حوزه روابط عمومی موظف است کلیه فعالیت های اجرایی همایش ها و کنفرانس ها (پیش، حین برگزاری و پس از برگزاری) از قبیل اجاره سالن، هماهنگی، تدارکات و نظایر آن را ساماندهی و اجرا نماید. بدیهی است پیگیری محتوای همایش ها، سمینارها و نمایشگاه ها می بایست توسط واحدهای مرتبط سازمانی انجام پذیرد.

۴-۲- کلیه واحدهای پژوهشگاه نیرو موظفند سفارشات طراحی بروشورها و اقلام تبلیغاتی خود را حداقل سه هفته پیش از برگزاری همایش ها، کنفرانس ها و سمینارها در اختیار واحد روابط عمومی قرار دهد.

۵-۲- کمیته برگزاری همایش ها و نمایشگاه ها موظف است یک هفته پیش از برگزاری کنفرانس و یا همایش جلسه هماهنگی با حضور متقاضیان کلیه واحدهای سازمانی متقاضی و واحدهای پشتیبان ترتیب دهد. بدیهی است کلیه افراد دعوت شده ملزم به حضور در جلسه هماهنگی ترتیب داده شده می باشند. این جلسه صرف آموزش استانداردهای حضور سازمان به متقاضیان حضور در کنفرانس ها و یا نمایشگاه ها و ایجاد هماهنگی و انسجام میان ایشان خواهد بود.

۶-۲- واحد بازاریابی و ارتباط با مشتریان موظف است:

- در صورتی که همایش / کنفرانس و یا نمایشگاه برگزار شده متولی خاصی داشته باشد؟: ارتباط متولی مربوطه را جهت انجام فعالیت های آتی با واحد روابط عمومی برقرار نماید.



- در صورتی که همایش / کنفرانس و یا نمایشگاه مربوطه چندین متولی سازمانی داشته باشد: سیاست های اجرایی هر متولی از قبیل اطلاعاتی در خصوص نحوه تخصیص فضا (درصد فضای مورد نیاز برای متولی) و اطلاعاتی از این دست را دریافت نموده و جهت انجام و پیگیری های آتی در اختیار حوزه روابط عمومی قرار دهد.

۲-۷- مدیریت بازاریابی و ارتباط با مشتریان موظف است با همکاری مدیریت حوزه روابط عمومی، فعالیت های مربوط به برنامه ریزی و طراحی حضور در همایش / کنفرانس و یا نمایشگاه ها را پیگیری و اقدام نماید.

۲-۸- کلیه افراد سازمانی تعیین شده موظف به حضور در همایش / کنفرانس و یا نمایشگاه ها مطابق برنامه از پیش تعیین شده می باشند.

۲-۹- کلیه اقدامات و هماهنگی های مورد نیاز جهت تهیه فضا، اطلاع رسانی و نیز فعالیت های اجرایی لازم جهت برگزاری همایش / کنفرانس و یا نمایشگاه ها بر عهده حوزه روابط عمومی سازمان بوده و متعاقب آن جلسات هماهنگی برگزاری همایش / کنفرانس و یا نمایشگاه ها با واحدهای سازمانی مربوطه توسط واحد مدیریت بازاریابی و ارتباط با مشتریان برگزار خواهد شد.

### تبصره: ۱- در خصوص حضور در کنفرانس ها و همایش ها

الف) کلیه معاونت ها در سازمان موظفند مطابق تقویم سالانه کنفرانس ها و نمایشگاه ها و با در نظر داشتن زمان مناسب؛ نحوه حضور خود در آن کنفرانس / همایش (اعم از شرکت در ارائه مقاله و یا سخنرانی) را به صورت کتبی و از طریق اتوماسیون اداری به اطلاع مدیریت بازاریابی و ارتباط با مشتریان سازمان برسانند.

ب) مدیریت بازاریابی و ارتباط با مشتریان موظف است ضمن هماهنگی با معاونت منابع انسانی و مدیریت حوزه روابط عمومی، اقدامات لازم را جهت حضور کارشناسان و مدیران واحدها در کنفرانس / همایش و یا نمایشگاه مربوطه صورت داده و برنامه زمان بندی تدوین شده ای را جهت حضور در اختیار افراد فوق الذکر قرار دهد.

### تبصره ۲- در خصوص حضور در نمایشگاه ها

الف) مدیریت بازاریابی و ارتباط با مشتریان موظف است متناسب با اهداف بازاریابی، فروش و برندینگ سازمان برای هر نمایشگاه اقدام به تهیه برنامه ای کلی از حضور در نمایشگاه را ارائه نماید. این برنامه می بایست مطابق استاندارد تدوین شده و شامل اطلاعات کلی زیر باشد:

- ۱) مقدمه معرفی نمایشگاه
- ۲) تقسیم بندی مشتریان
- ۳) نیازسنجی مشتریان
- ۴) تطابق نیازهای سنجیده با توانایی های سازمان



اداره روابط عمومی

حضور در کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها

تاریخ:

(۵) تحلیل فرصت‌ها

(۶) اهداف کلان حضور در این نمایشگاه

(۷) برنامه رسانه‌ای و تبلیغاتی حضور در نمایشگاه‌ها

(۸) حضور واحدهای سازمان در نمایشگاه

(۹) حضور همکاران از واحدهای سازمان در نمایشگاه

(۱۰) نقشه جانمایی و غرفه بندی نمایشگاه

(۱۱) ارزیابی کیفیت حضور و مشارکت واحدهای سازمانی در نمایشگاه

ب) کلیه فعالیت‌های سیاست‌گذاری و اجرایی در خصوص تخصیص فضای نمایشگاه‌ها منوط به سیاست‌های سازمان در زمان برگزاری آن نمایشگاه و نیز امکانات قابل تخصیص توسط مکان برگزاری نمایشگاه می‌باشد. لذا واحد بازاریابی و ارتباط با مشتریان و مدیریت حوزه روابط عمومی موظفند به صورت تعاملی و مشترک در خصوص سیاست‌های اجرایی در این زمینه تصمیم‌گیری نمایند.

ج) جهت مدیریت مناسب کلیه غرفه‌های نمایشگاهی، کمیته کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها فردی را به عنوان مدیر غرفه تعیین می‌نماید. این فرد می‌بایست دارای حداقل ۳ سال سابقه همکاری در سازمان بوده، قدرت مدیریت غرفه را داشته، از قدرت ارتباطی و فن بیان بالایی برخوردار بوده و نیز قدرت انجام درست و به موقع شرح وظایف محوله خود را داشته باشد.

شرح وظایف این فرد عبارتند از:

- مدیریت حضور نمایندگان حاضر در غرفه‌های نمایشگاهی
- بررسی و پایش عملکرد نمایندگان حاضر در غرفه‌های نمایشگاهی
- ارزیابی عملکرد و تکمیل فرم‌های ارزیابی مربوطه در پایان نمایشگاه برگزار شده

د) کلیه واحدهای سازمانی شرکت کننده در نمایشگاه‌ها موظفند نمایندگانی را جهت حضور در غرفه نمایشگاهی به واحد مدیریت بازاریابی و ارتباط با مشتریان معرفی نمایند. نمایندگان فوق می‌بایست آشنایی کامل با کلیه خدمات قابل ارائه در واحد مربوطه را دارا بوده و مورد تایید مدیریت بازاریابی و ارتباط با مشتریان واقع شود. همچنین کلیه نمایندگان منتخب می‌بایست سابقه کاری حداقل ۱ سال را در سازمان داشته باشند و از روابط عمومی، فن بیان، قدرت مذاکره و جذب مشتری بالایی برخوردار باشند.

### فصل سوم: سازماندهی

ماده ۳- کمیته کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها به شرح زیر سازماندهی می‌شوند:

الف) مدیر بازاریابی و ارتباط با مشتریان (دبیر کمیته)



اداره روابط عمومی

حضور در کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها

تاریخ:

ب) نماینده مدیریت بازاریابی و ارتباط با مشتریان

ج) نماینده مدیریت حوزه دفتر مدیرعامل و روابط عمومی

د) نمایندگان معاونت مشاوره

ه) نماینده آموزش

و) نماینده امور نمایندگی


۳-۱- جلسات کمیته حداقل با حضور ۲ نفر از اعضا رسمیت پیدا می‌کند.

۳-۲- دعوت از اعضا و ایجاد هماهنگی برای تشکیل جلسات و تهیه صورتجلسات و تصمیمات کمیته بر عهده دبیر کمیته می‌باشد.

۳-۳- تصمیم‌گیری در خصوص شیوه حضور و ارائه خدمات سازمان براساس صلاحدید کمیته و با لحاظ نمودن برند سازمانی و حفظ و ارتقای آن می‌باشد.

**تبصره ۳-** کمیته کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها اقدام به تهیه تقویم سالیانه یک ماه قبل از سال جدید می‌نماید. همچنین در خصوص کنفرانس‌ها، همایش‌ها و نمایشگاه‌های موردی مراتب در زمان مناسب از طریق واحد بازاریابی و ارتباط با مشتریان اعلام می‌گردد.

**تبصره ۴-** دبیر کمیته کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها دو هفته پس از حضور در کنفرانس‌ها و همایش‌ها با توجه به بازخورد دریافتی از واحدهای سازمانی شرکت‌کننده در آن کنفرانس / همایش موظف به ارائه گزارش مبسوط به مدیریت سازمان می‌باشد.

اداره روابط عمومی		
تاریخ:	پیوست ۱: سرفصل‌های فعالیت‌های قابل انجام در فرایند حضور در همایش‌ها / کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها	

سرفصل‌های فعالیت‌های قابل انجام در فرآیند حضور در همایش‌ها/ کنفرانس‌ها / نمایشگاه‌ها براساس شیوه‌های گوناگون ممکن برای حضور سازمان در این رویدادها، عبارت است از:

- ۱) تهیه و ارسال مقالات
- ۲) حمایت مالی سازمان از همایش / نمایشگاه
- ۳) حمایت مالی سازمان از همایش / نمایشگاه
- ۴) سخنرانی مدیران سازمان در همایش
- ۵) حضور مدیران در پنل پرسش و پاسخ همایش
- ۶) شرکت در کنفرانس مطبوعاتی همایش / نمایشگاه
- ۷) راه‌اندازی غرفه نمایشگاهی
- ۸) ارائه مطلب توسط اساتید، مشاوران و کارشناسان در غرفه (ارائه تخصصی)
- ۹) برگزاری کارگاه آموزشی مرتبط با خدمات سازمان
- ۱۰) برپایی کانتر و استند معرفی حضوری خدمات سازمان
- ۱۱) ارائه بروشورهای معرفی سازمان و خدمات در کنار پکیج همایش / نمایشگاه
- ۱۲) ثبت نام و حضور کارشناسان سازمان در همایش / نمایشگاه
- ۱۳) تبلیغات در کتاب همایش / نمایشگاه
- ۱۴) ارائه محتوای مطبوعاتی در ویژه نامه‌های مطبوعاتی مربوط به همایش / نمایشگاه
- ۱۵) ارائه پکیج معرفی سازمان به سایر غرفه‌های نمایشگاهی
- ۱۶) مصاحبه مطبوعاتی اهالی رسانه به مدیران سازمان
- ۱۷) پخش کلیپ / تیزر سازمان در همایش
- ۱۸) پخش کلیپ / تیزر سازمان توسط LCD در غرفه
- ۱۹) ثبت نام الکترونیکی خدمات سازمان (دوره‌های آموزشی و نظایر آن)
- ۲۰) فروش محصولات سازمان (کتاب، نشریات و امثالهم)
- ۲۱) ثبت اطلاعات مراجعین غرفه در سیستم CRM و ارسال پیام و خبرنامه سازمان پس از همایش / رویداد
- ۲۲) انجام مذاکرات برنامه‌ریزی شده توسط مدیران سازمان با مشتریان بالقوه
- ۲۳) ارزیابی حضور سازمان در همایش / نمایشگاه و ارائه گزارش حضور





ردیف	فعالیت‌ها - پیش از برگزاری	بازاریابی	حوزه ریاست و روابط عمومی
۱	رزرو سالن و بررسی امکانات در دسترس		
۲	طراحی نقشه اولیه غرفه سازمان براساس برنامه حضور		
۳	پرداخت هزینه‌های حضور در کنفرانس / نمایشگاه		
۴	مذاکرات اولیه با مسئولین کنفرانس/ نمایشگاه در خصوص شیوه‌های تبلیغاتی ممکن برای سازمان و تصمیم‌گیری نهایی در خصوص سطح ونحوه حضور و تعیین وزن خدمات و واحدهای سازمان برای معرفی و حضور		
۵	تهیه اقلام مورد نیاز غرفه		
۶	تدوین و ارسال برنامه کنفرانس / نمایشگاه به کلیه مدیران و واحدها		
۷	اعلام عمومی برنامه کنفرانس/ نمایشگاه در پورتال سازمان		
۸	تهیه برنامه حضور مدیران در زمان برگزاری کنفرانس / نمایشگاه		
۹	برنامه‌ریزی و تعامل با واحدها جهت تهیه مقاله تخصصی و ارسال برای کنفرانس / نمایشگاه		
۱۰	همکاری با واحدهای سازمانی، مدیران و اساتید جهت تهیه محتوای سخنرانی، کارگاه آموزشی و نظایر آن		
۱۱	مذاکره و هماهنگی جهت درج تبلیغات، محتوای مطبوعاتی در کتاب همایش/ ویژه‌نامه		
۱۲	دریافت عکس پرسنلی از کلیه متقاضیان مراکز و واحدهای سازمانی جهت تهیه کارت ورودی		
۱۳	تهیه کارت ورودی جهت حضور در کنفرانس / نمایشگاه		
۱۴	تهیه کارت ویزیت برای مدیران سازمانی شرکت کننده		
۱۵	ارایه بچ سینه نشان سازمانی به کلیه متقاضیان حاضر در غرفه		
۱۶	برگزاری جلسه هماهنگی و توجیه همکاران سازمانی متقاضی در خصوص مقررات و نحوه حضور در کنفرانس/ نمایشگاه		
۱۷	هماهنگی جهت حضور همکاران و نیروهای خدماتی متقاضی در کنفرانس / نمایشگاه		
۱۸	دریافت تنخواه مورد نیاز برای هزینه‌های جاری در زمان برگزاری کنفرانس / نمایشگاه		
۱۹	تهیه استند و بروشورهای عمومی معرفی سازمان و سایر اقلام بصری مورد نیاز		
۲۰	دریافت سفارشات طراحی استند و بروشورهای واحدهای سازمانی		
۲۱	دریافت اقلام تبلیغاتی (استند، بروشور و نظایر آن) واحدهای سازمانی جهت انتقال به مکان کنفرانس / نمایشگاه		



اداره روابط عمومی

پیوست ۲: چک لیست حضور در همایش‌ها/ کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها

تاریخ:

ردیف	فعالیت‌ها - پیش از برگزاری	بازاریابی	حوزه ریاست و روابط عمومی
۲۲	تهیه پکیج‌های تبلیغاتی سازمان با استفاده از فولدر سازمان		
۲۳	دریافت و توزیع کارت پارکینگ		
۲۴	سفارش تهیه و دریافت تعداد هدایای تبلیغاتی مورد نیاز از انبار سازمان		
۲۵	هماهنگی اینترنت سالن برای ثبت نام اینترنتی		
۲۶	هماهنگی جهت انتقال و آفیش اقامت تبلیغاتی و نمایشگاهی سازمان به محل کنفرانس / نمایشگاه و اخذ برگه خروج		
۲۷	غرفه چینی		
۲۸	هماهنگی جهت استقرار صندوق انتقادات و پیشنهادات		
۲۹	هماهنگی جهت نصب تابلو جهت معرفی هر بخش از غرفه سازمانی		
۳۰	ارسال پیامک به اطلاعات CRM سازمان و درج اطلاعیه حضور سازمان در سایت جهت اطلاع محل غرفه سازمان در کنفرانس / نمایشگاه		



اداره روابط عمومی

پیوست ۲: چک لیست حضور در همایش‌ها/ کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها

تاریخ:

ردیف	فعالیت‌ها - حین برگزاری	بازاریابی	حوزه ریاست و روابط عمومی
۱	هماهنگی برنامه ناهار پرسنل حاضر در غرفه		
۲	هماهنگی جهت آماده سازی و پذیرایی پرسنل حاضر در غرفه		
۳	کنترل و مدیریت حضور همکاران و نیروهای خدماتی		
۴	نظارت بر ثبت اطلاعات مراجعین غرفه در فرمهای مخصوص و یا سیستم CRM سازمان		
۵	کنترل و ارزیابی کم و کیف پاکیزگی غرفه‌ها		
۶	هماهنگی جهت سرویس ایاب و ذهاب کلیه پرسنل متقاضی به کنفرانس/ نمایشگاه		
۷	بررسی و کنترل خالی نبودن استندها از بروشورها		
۸	تهیه عکس و فیلم		
۹	کنترل و مدیریت نحوه پذیرایی - ناهار		
۱۰	هماهنگی پخش آنونس معرفی غرفه سازمان در سالن نمایشگاه		
۱۱	هماهنگی و پیگیری جهت حضور مدیران سازمان در غرفه جهت انجام مذاکرات		
۱۲	جمع کردن غرفه و انتقال اقلام تبلیغاتی و بصری به سازمان		



اداره روابط عمومی

حضور در کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها

تاریخ:

ردیف	فعالیت‌ها - پس از برگزاری	بازاریابی	حوزه ریاست و روابط عمومی
۱	ارزیابی کلیه واحدهای سازمانی شرکت کننده		
۲			
۳			
۴			
۵			
۶			
۷			
۸			
۹			
۱۰			
۱۱			
۱۲			