راهنمای شرکت‌کنندگان

نشان عالی روابط‌عمومی پایدار و مسئولیت اجتماعی

برگزارکننده:

موسسه کارگزار روابط‌عمومی

مقدمه

مسئولیت اجتماعی در دهه جدید به یکی از بنیادی‌ترین شاخص‌های اعتبار سازمان‌ها تبدیل شده است؛ شاخصی که نه‌تنها بر شهرت و اعتماد عمومی اثر می‌گذارد، بلکه آینده حکمرانی، سرمایه‌گذاری و تعاملات سازمانی را شکل می‌دهد. روابط‌عمومی، به‌عنوان حلقه ارتباطی سازمان با جامعه و ذی‌نفعان، نقشی محوری در هدایت، تبیین و ترویج مسئولیت‌پذیری سازمانی دارد.

این جشنواره با هدف ایجاد یک نظام یکپارچه، علمی، شفاف و منصفانه برای ارزیابی آثار ارائه شده تدوین شده است. ساختار داوری این جشنواره بر پایه استانداردهای ای‌اس‌جی (ESG = محیط‌زیست، اجتماع و حکمرانی)، اصول روابط‌عمومی مدرن و تجربه‌های موفق ملی و بین‌المللی طراحی شده است.

در این راهنما، هر بخش به‌صورت مستقل تعریف شده و معیارهای ارزیابی آن به روشنی مشخص گردیده است. شرکت‌کنندگان می‌توانند با مطالعه دقیق این بخش‌ها، حوزه مناسب آثار خود را انتخاب و مستندات لازم را ارائه کنند. داوران نیز بر اساس همین معیارهای استاندارد، آثار را بررسی و امتیازدهی خواهند کرد.

به‌منظور تقدیر از تجربه‌های ارزشمند و پروژه‌های تحول‌ساز، آثار برتر هر محور، «نشان عالی همان بخش» را دریافت خواهند کرد.

این نشان، بالاترین سطح قدردانی جشنواره بوده و به پروژه‌هایی اعطا می‌شود که به‌طور مشخص در آن بخش، نوآوری، اثرگذاری، شفافیت و انطباق کامل با اصول مسئولیت اجتماعی و ESG را نشان داده باشند.

شایان ذکر است که برای نخستین‌بار، «**راهنمای کاربردی روابط‌عمومی در مسئولیت اجتماعی شرکتی**» توسط دبیرخانه کنفرانس بین‌المللی روابط‌عمومی ایران منتشر می‌شود و به‌عنوان یکی از منابع اصلی جشنواره در اختیار شرکت‌کنندگان قرار می‌گیرد.

نشان‌های عالی

۱. نشان عالی روابط‌عمومی پایدار

ویژه آثاری که توانسته‌اند رویکرد روابط‌عمومی پایدار را در عمل پیاده‌سازی کرده و ارتباطات شفاف، مسئولانه، داده‌محور و اعتمادساز ایجاد کنند.

۲. نشان عالی راهبرد مسئولیت اجتماعی

ویژه پروژه‌ها و برنامه‌هایی که طراحی، اجرا و سنجش استراتژیک مسئولیت اجتماعی را با اثرگذاری واقعی و مستند ارائه کرده‌اند.

۳. نشان عالی گزارش پایداری

اعطا می‌شود به گزارش‌هایی که جامع، شفاف، مستند و منطبق با استانداردهای بین‌المللی و گزارش‌دهی یکپارچه باشند.

۴. نشان عالی ارتباطات بحران

به آثاری تعلق می‌گیرد که در بحران‌های مرتبط با ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی عملکردی حرفه‌ای، شفاف، دقیق و اخلاقی داشته و توانسته‌اند اعتماد ذی‌نفعان را حفظ کنند.

۵. نشان عالی بومی‌سازی مسئولیت اجتماعی

ویژه پروژه‌هایی که مدل‌های جهانی مسئولیت اجتماعی را با شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایران تطبیق داده و الگوی موفق و قابل‌تکرار ارائه کرده‌اند.

۶. نشان عالی تعامل پایدار با ذی‌نفعان

برای برنامه‌ها و پروژه‌هایی که تعاملات شفاف، منسجم، مستمر و مبتنی بر داده با ذی‌نفعان (سرمایه‌گذاران، کارکنان، جامعه محلی، نهادهای حاکمیتی و رسانه‌ها) ایجاد کرده‌اند.

روابط‌عمومی پایدار

«نشان عالی روابط‌عمومی پایدار»

توضیح نشان:

این نشان به آثاری اعطا می‌شود که توانسته باشند مفهوم روابط‌عمومی پایدار را در عمل پیاده‌سازی کنند؛ یعنی ارتباطاتی شفاف، مسئولانه، داده‌محور و مبتنی بر اصول ESG ایجاد کنند و به شکل نظام‌مند شهرت، اعتماد و مسئولیت‌پذیری سازمان را تقویت نمایند.

آثار این بخش باید نشان دهند که روابط‌عمومی توانسته است:

- ✓ اعتماد میان سازمان و ذی‌نفعان را ایجاد و حفظ کند،
- ✓ روایت‌های شفاف و واقعی از عملکرد ارائه دهد،
- ✓ رفتار مسئولانه سازمان را تقویت کند،
- ✓ و از طریق ارتباطات پایدار، ارزش بلندمدت برای سازمان و جامعه بسازد.

آثار قابل ارسال:

- برنامه‌ها و کمپین‌های ارتباطی مبتنی بر اصول پایداری
- ابتکارات روابط‌عمومی برای تقویت اعتماد و شهرت پایدار
- پروژه‌های مسئولانه در حوزه محیط‌زیست، اجتماع و حکمرانی (ESG)
- گزارش‌ها یا اقدامات ارتباطی که رفتار مسئولانه سازمان را تبیین کرده‌اند
- سازوکارهای ارتباطی برای پیشگیری و مدیریت بحران‌های ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی
- برنامه‌های داده‌محور برای پایش، اندازه‌گیری و بهبود ارتباطات پایدار

توضیح محور:

- روابط‌عمومی پایدار، یک رویکرد استراتژیک است که فراتر از اطلاع‌رسانی عمل می‌کند.
- این بخش به آثاری اختصاص دارد که نشان دهند روابط‌عمومی چگونه توانسته است:
  - مسئولیت‌پذیری را در سازمان نهادینه کند،
  - ارتباطات را بر پایه شفافیت، اخلاق و پاسخگویی هدایت کند،
  - اعتماد و شهرت پایدار ایجاد کند،
  - و با اتکا بر داده و گزارش‌دهی، اثر اقدامات را قابل‌سنجش سازد.

روابط‌عمومی پایدار زمانی ارزشمند است که مسؤلانه، شفاف، مبتنی بر داده و اثرگذار باشد و بتواند ارتباط سازمان با ذی‌نفعان را به یک رابطه بلندمدت، اخلاقی و اعتمادساز تبدیل کند.

فرم ارزیابی بخش نشان عالی روابط‌عمومی پایدار
(مبتنی بر ای‌اس‌جی)

۱. اطلاعات عمومی

عنوان اثر:

نام سازمان/ روابط‌عمومی:

نام صاحب اثر / تهیه‌کننده:

حوزه شرکت‌کننده:

تاریخ دریافت اثر:

نام داور:

۲. نظام امتیازدهی

امتیاز هر معیار: ۱ تا ۵ (۱ = بسیار ضعیف، ۵ = عالی)

۳. بخش اول: انطباق ارتباطات با استانداردهای ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی

معیار	شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
بُعد محیط‌زیست	شفافیت زیست‌محیطی، اطلاع‌رسانی صحیح، مدیریت بحران‌های محیط‌زیستی، گزارش‌دهی داده‌محور		
بُعد اجتماع	اعتمادسازی، مشارکت جوامع محلی، پاسخگویی، اخلاق ارتباطی، عدالت ارتباطی		
بُعد حکمرانی	شفافیت، پاسخگویی، انسجام پیام، گزارش‌دهی رسمی، کنترل ریسک ارتباطی		

۴. بخش دوم: استراتژی روابط‌عمومی پایدار

معیار	شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
تأثیر پروژه بر شهرت و اعتبار پایدار	اتکای پروژه به داده، شفافیت، اثر بلندمدت بر ادراک عمومی		
حفظ و تقویت اعتماد ذی‌نفعان	مشارکت، پاسخگویی، ارتباطات دوطرفه، پیگیری مسائل ذی‌نفعان		
ارزیابی اثربخشی و سنجش نتایج	وجود شاخص‌ها، مدل سنجش، ارزیابی کمی و کیفی، گزارش مستند		

۵. بخش سوم: هوش مصنوعی در روابط‌عمومی پایدار

معیار	شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
تحلیل داده‌های ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی با هوش مصنوعی	پایش، تحلیل احساسات، شناسایی الگوها، دقت داده		
پیش‌بینی، ریسک و بحران	توانایی پیش‌بینی بحران ESG، هشداردهی زودهنگام		
مدیریت ارتباط با ذی‌نفعان با هوش مصنوعی	چت‌بات، پاسخگوهای هوشمند، شخصی‌سازی پیام		

۶. بخش چهارم: نوآوری، خلاقیت و کیفیت روایت اثر

معیار	شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
کیفیت روایت، مستندسازی و شواهد	انسجام، روایت‌سازی، استناد به داده‌های ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی		
سطح نوآوری و ارزش افزوده	ایده جدید، راهکار نو، اثرگذاری پایدار		

۷. امتیاز نهایی از ۵۵:

امتیاز کل داور:

۸. جمع‌بندی و نظر نهایی داور

۹. امضا و تایید داور:

راهبردهای مسئولیت اجتماعی و سرمایه‌گذاری پایدار

«نشان عالی راهبرد مسئولیت اجتماعی»

توضیح نشان:

به پروژه‌هایی اعطا می‌شود که نشان‌دهنده طراحی، اجرا و سنجش حرفه‌ای استراتژی مسئولیت اجتماعی باشند.

آثار قابل ارسال:

- راهبردها، اسناد و نقشه‌های راه مسئولیت اجتماعی
- پروژه‌های مؤثر و قابل سنجش
- اقدامات پایدار اقتصادی– اجتماعی
- برنامه‌های ارتباطی پشتیبان سرمایه‌گذاری پایدار

توضیح محور:

در این حوزه، اثر مهم‌تر از اقدام است؛ پروژه باید قابل‌سنجش، مستند و اثرگذار باشد.

فرم ارزیابی بخش راهبردهای مسئولیت اجتماعی و سرمایه‌گذاری پایدار

۱. اطلاعات عمومی

عنوان اثر:

نام سازمان/ روابط‌عمومی:

نام صاحب اثر / تهیه‌کننده:

حوزه شرکت‌کننده:

تاریخ دریافت اثر:

نام داور:

۲. نظام امتیازدهی

امتیازدهی هر معیار از ۱ تا ۵ (۱ = بسیار ضعیف، ۵ = عالی)

۳. طراحی استراتژی یا راهبرد مسئولیت اجتماعی

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
وجود نقشه راه روشن و مستند		
انطباق اهداف با مسائل واقعی و نیازهای ذی‌نفعان		
ارتباط منطقی میان مسئله، هدف، راهکار و خروجی		
استفاده از مدل‌های علمی یا استانداردهای معتبر مسئولیت اجتماعی		

۴. اجرای برنامه‌ها و اقدامات مسئولانه

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
کیفیت و اثربخشی اجرای پروژه		
میزان مشارکت ذی‌نفعان در اجرا		
انسجام اقدامات با راهبرد کلان		
رعایت اصول ESG در اجرا		

۵. سنجش اثر و نتایج قابل‌سنجش

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
وجود شاخص‌های کمی و کیفی مشخص		
ارائه داده‌های قابل‌اتکا، مستند و مقایسه‌پذیر		
سنجش اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی		
پایش منظم و گزارش‌دهی شفاف		

۶. ارتباطات پشتیبان سرمایه‌گذاری پایدار

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
کیفیت ارتباطات با سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان مالی		
گزارش‌های قابل‌اعتماد برای سرمایه‌گذاری پایدار		
نقش روابط‌عمومی در اعتمادسازی و شفافیت		
کارآمدی پیام‌ها و مستندات ارتباطی		

۷. نوآوری و ارزش افزوده پروژه

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
ایده‌های نو و رویکردهای خلاقانه		
ارزش افزوده برای سازمان، جامعه یا محیط‌زیست		
قابلیت توسعه یا الگوبرداری		
هم‌ترازی با استانداردهای پیشرفته مسئولیت اجتماعی وESG		

۸. جمع امتیازات

امتیاز نهایی از ۱۰۰:

۹. نظر نهایی داور

۱۰. امضا وتایید نهایی

گزارش پایداری

«نشان عالی گزارش پایداری»

توضیح نشان:

این نشان به آثاری اعطا می‌شود که گزارش‌هایی جامع، شفاف، مستند و هم‌تراز با استانداردهای بین‌المللی ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی ارائه کرده باشند و توانسته باشند تصویر واقعی عملکرد سازمان را در حوزه محیط‌زیست، اجتماع و حکمرانی با دقت و صداقت گزارش دهند.

آثار قابل ارسال:

- گزارش‌های پایداری سالانه مبتنی بر ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی
- گزارش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی
- گزارش‌های یکپارچه
- گزارش‌های تحلیل‌محور شامل داده، شاخص، نمودار و سنجش اثر
- گزارش‌های تخصصی پس از بحران با تمرکز بر شفافیت و پاسخگویی
- گزارش‌هایی که از استانداردهای معتبر (GRI, SASB, TCFD, IR) پیروی می‌کنند.

توضیح محور:

گزارش پایداری یکی از معتبرترین ابزارهای اعتمادسازی و حاکمیت شرکتی است.

این بخش برای آثاری است که توانسته‌اند:

- عملکرد واقعی سازمان را در سه بعد ESG شفاف‌سازی کنند،
- داده‌ها و شاخص‌ها را به شکل قابل‌اتکا ارائه دهند،
- نقاط قوت، چالش‌ها و مسیر بهبود را به‌طور صادقانه نشان دهند.

گزارش پایداری زمانی ارزشمند است که شفاف، مستند، قابل‌سنجش و مبتنی بر داده واقعی باشد و بتواند به گفت‌وگوی سازنده میان سازمان و ذی‌نفعان کمک کند.

فرم ارزیابی بخش گزارش پایداری

۱. اطلاعات عمومی

عنوان اثر:

نام سازمان/ روابط‌عمومی:

نام صاحب اثر / تهیه‌کننده:

حوزه شرکت‌کننده:

تاریخ دریافت اثر:

نام داور:

۲. نظام امتیازدهی

امتیازدهی هر معیار از ۱ تا ۵ (۱ = بسیار ضعیف، ۵ = عالی)

۳. کیفیت محتوای گزارش

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
پوشش کامل ابعاد ای‌اس‌جی یا مسئولیت اجتماعی		
انسجام منطقی روایت گزارش		
وضوح ساختار و چیدمان اطلاعات		
شفافیت در بیان موضوعات حساس		

۴. کیفیت داده‌ها و شواهد

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
دقیق بودن داده‌ها و منابع		
استفاده از شاخص‌ها، نمودارها و سنجش اثر		
اتکاپذیری و مستند بودن اطلاعات		
قابلیت مقایسه‌پذیری داده‌ها		
استفاده از چارچوب گزارشگری یکپارچه		
رعایت اصول شفافیت و پاسخگویی		

۵. شفافیت، صداقت و گزارشگری بحران

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
بیان صادقانه نقاط قوت و ضعف		
ارائه اطلاعات پیش، حین و پس از بحران		
پاسخگویی درباره چالش‌ها		
اجتناب از اغراق یا سبزشویی		

۶. اثرگذاری و ارزش افزوده گزارش

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
اثر گزارش بر تصمیم‌سازی سازمان		
ایجاد اعتماد برای ذینفعان		
قابلیت الگوبرداری		
تأثیر بر بهبود عملکرد پایدار		

۷. جمع امتیازات

امتیاز نهایی از ۹۰ :

۸. نظر نهایی داور

۹. امضا و تأیید نهایی

ارتباطات بحران، سبزشویی و شفافیت در عصر ای‌اس‌جی

«نشان عالی ارتباطات بحران»

توضیح نشان:

برای آثاری که در بحران‌های واقعی عملکردی شفاف، مسئولانه و مبتنی بر حقیقت داشته‌اند.

آثار قابل ارسال:

- مدیریت بحران‌های محیط‌زیستی یا اجتماعی
- برنامه‌های مقابله با سبزشویی
- بیانیه‌ها و اطلاعیه‌های شفاف
- گزارش‌دهی پس از بحران

توضیح محور:

اثرگذاری واقعی تنها در شرایط بحران دیده می‌شود؛ این آثار باید صداقت، شفافیت و مسئولیت‌پذیری را ثابت کنند.

فرم ارزیابی بخش ارتباطات بحران، سبزشویی و شفافیت در عصر ای‌اس‌جی

۱. اطلاعات عمومی

عنوان اثر:

نام سازمان/ روابط‌عمومی:

نام صاحب اثر / تهیه‌کننده:

حوزه شرکت‌کننده:

تاریخ دریافت اثر:

نام داور:

۲. نظام امتیازدهی

امتیازدهی هر معیار از ۱ تا ۵ (۱ = بسیار ضعیف، ۵ = عالی)

۳. مدیریت ارتباطات بحران

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
قدرت تصمیم‌گیری و سرعت عمل در بحران		
کیفیت اطلاع‌رسانی شفاف و دقیق		
هماهنگی با ذینفعان کلیدی		
مستندسازی اقدامات و روند مدیریت بحران		

۴. مقابله با سبزشویی و شفافیت

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
ارائه اطلاعات واقعی بدون اغراق		
مستند بودن ادعاهای محیط‌زیستی/ اجتماعی		
شفافیت در مواجهه با ادعاهای نادرست		
تصحیح یا تکمیل اطلاعات اشتباه		

۵ .گزارش‌دهی و پاسخگویی پس از بحران

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
گزارش‌دهی شفاف پس از بحران		
تحلیل علل و درس‌آموخته‌ها		
ارائه راهکار برای پیشگیری آینده		
چگونگی تعامل با رسانه‌ها و افکار عمومی		

۶. اثرگذاری و مسئولیت‌پذیری

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
اثر اقدامات بر اعتماد عمومی		
توان بازسازی تصویر سازمان		
پاسخگویی مسئولانه		
قابلیت الگوبرداری		

۷. جمع امتیازات

امتیاز نهایی از ۸۰ :

۸. نظر نهایی داور

۹. امضا و تأیید نهایی

بومی‌سازی و الگوبرداری در مسئولیت اجتماعی

«نشان عالی بومی‌سازی مسئولیت اجتماعی»

توضیح نشان:

برای آثاری که مدل‌های جهانی را با شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایران سازگار کرده‌اند.

آثار قابل ارسال:

- بومی‌سازی مدل‌های جهانی مسئولیت اجتماعی
- پروژه‌های محلی بر اساس نیازهای استان‌ها
- الگوهای توسعه‌یافته در جوامع محلی
- مقایسه‌های تطبیقی جهانی– ایرانی

توضیح محور:

استانداردهای جهانی تنها زمانی موفق‌اند که برای بستر ایران تطبیق یابند.

فرم ارزیابی بخش بومی‌سازی و الگوبرداری در مسئولیت اجتماعی

۱. اطلاعات عمومی

عنوان اثر:

نام سازمان/ روابط‌عمومی:

نام صاحب اثر / تهیه‌کننده:

حوزه شرکت‌کننده:

تاریخ دریافت اثر:

نام داور:

۲. نظام امتیازدهی

امتیازدهی هر معیار از ۱ تا ۵ (۱ = بسیار ضعیف، ۵ = عالی)

۳. طراحی و تطبیق الگوهای مسئولیت اجتماعی

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
کیفیت تطبیق مدل‌های جهانی با شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی ایران		
انطباق الگو با نیازهای واقعی جامعه و ذی‌نفعان محلی		
شفافیت در فرآیند بومی‌سازی و تحلیل تفاوت‌های محلی– جهانی		
استفاده از استانداردهای معتبر مسئولیت اجتماعی و تطبیق آنها با شرایط ایران		

۴. اجرای پروژه‌های بومی و محلی

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
اثربخشی اجرای پروژه در سطح محلی و منطقه‌ای		
میزان مشارکت واقعی جامعه محلی و ذی‌نفعان		
انسجام اقدامات با نیازهای استان یا جامعه هدف		
رعایت اصول مسئولیت اجتماعی در اجرا (اجتماعی، محیط‌زیستی، اقتصادی)		

۵. سنجش اثر و نتایج بومی‌شده

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
وجود شاخص‌های مشخص برای سنجش اثرات محلی		
ارائه داده‌های واقعی، مستند و قابل‌مقایسه در سطح ملی– محلی		
سنجش اثرات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی در جامعه هدف		
پایش مستمر و گزارش‌دهی شفاف در سطح محلی		

۶. مقایسه تطبیقی و الگوبرداری

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
کیفیت مقایسه تطبیقی میان مدل جهانی و نسخه بومی‌شده		
نوآوری در الگوبرداری و توسعه الگو برای جوامع محلی		
ارائه مستندات معتبر برای مقایسه جهانی– ایرانی		
قابلیت تعمیم مدل بومی به سایر استان‌ها یا نهادها		

۷. نوآوری و ارزش افزوده بومی‌سازی

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
ارائه ایده‌های نو در بومی‌سازی مدل‌های جهانی		
ایجاد ارزش افزوده برای جامعه محلی، سازمان یا محیط‌زیست		
قابلیت الگوبرداری ملی از تجربه ارائه‌شده		
همترازی الگو با استانداردهای پیشرفته مسئولیت اجتماعی و ای‌اس‌جی		

۸. جمع امتیازات

امتیاز نهایی :

۹. نظر نهایی داور

۱۰. امضا و تأیید نهایی

مطالعات موردی و تجارب موفق

«نشان عالی تجربه موفق ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی»

توضیح نشان:

به پروژه‌هایی اعطا می‌شود که تجربه‌ای واقعی، مستند، اثرگذار و قابل‌تکثیر ارائه کرده باشند.

آثار قابل ارسال:

- مطالعات موردی واقعی
- پروژه‌های موفق ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی
- تجارب قابل‌تکثیر روابط‌عمومی
- تحلیل درس‌آموخته‌ها

توضیح محور:

کمپین واقعی ← تجربه واقعی ← اثر واقعی

این اصل معیار اصلی داوری در این بخش و سایر بخش‌هاست.

فرم ارزیابی بخش مطالعات موردی و تجارب موفق

۱. اطلاعات عمومی

عنوان اثر:

نام سازمان/ روابط‌عمومی:

نام صاحب اثر / تهیه‌کننده:

حوزه شرکت‌کننده:

تاریخ دریافت اثر:

نام داور:

۲. نظام امتیازدهی

امتیازدهی هر معیار از ۱ تا ۵ (۱ = بسیار ضعیف، ۵ = عالی)

۳. طراحی، مستندسازی و منطق تجربه موفق

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
وجود روایت روشن، منسجم و دقیق از تجربه واقعی		
مستند بودن داده‌ها، مدارک، شواهد و روند اجرای تجربه		
وضوح ارتباط میان مسئله، اقدام، خروجی و نتایج		
تطبیق تجربه با اصول ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی و استانداردهای حرفه‌ای		

۴. اجرای تجربه موفق و اثربخشی واقعی

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
کیفیت اجرای پروژه و مدیریت فرآیندها		
میزان اثرگذاری واقعی و قابل‌مشاهده در جامعه هدف		
سطح همکاری و مشارکت ذی‌نفعان در اجرای تجربه		

انسجام اقدامات با راهبرد کلان ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی		

۵. سنجش نتایج و اثرات قابل‌سنجش

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
وجود شاخص‌های کمی و کیفی برای سنجش موفقیت		
ارائه داده‌های واقعی، مستند، قابل‌اتکا و قابل‌مقایسه		
سنجش اثرات اجتماعی، اقتصادی و محیط‌زیستی ناشی از تجربه		
پایش منظم و گزارش‌دهی شفاف درباره نتایج		

۶. قابلیت تکثیر، تعمیم و الگوبرداری

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
قابلیت استفاده مجدد از تجربه در سازمان‌های دیگر		
امکان تکثیرو تعمیم در صنایع، استان‌ها یا پروژه‌های مشابه		
کیفیت انتقال درس‌آموخته‌ها و مدل‌سازی تجربه		
ارائه الگوی توسعه‌پذیر و قابل‌پیاده‌سازی در سطح ملی		

۷. نوآوری و ارزش افزوده تجربه موفق

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
ایده‌های نوآورانه در روند اجرا و مستندسازی		
ارزش افزوده برای سازمان، جامعه یا محیط‌زیست		
خلاقیت در طراحی راه‌حل‌ها و رویکردهای ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی		
همترازی با استانداردهای پیشرفته مسئولیت اجتماعی و ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی		

۸. جمع امتیازات

امتیاز نهایی از ۱۰۰:

۹. نظر نهایی داور

۱۰. امضا و تأیید نهایی

ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی در تعامل با ذی‌نفعان

«نشان عالی تعامل پایدار با ذی‌نفعان»

توضیح نشان:

ویژه آثاری که تعاملات شفاف، دوطرفه و داده‌محور با ذی‌نفعان را اثبات کنند.

آثار قابل ارسال:

- گزارش‌های ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی
- گفت‌وگو با ذی‌نفعان
- مدیریت انتظارات اجتماعی
- ارتباطات پایدار با سرمایه‌گذاران

توضیح محور:

روابط‌عمومی در عصر ESG نقش اصلی در مدیریت انتظارات و شکل‌دهی روابط پایدار میان سازمان و ذی‌نفعان دارد.

فرم ارزیابی بخش ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی در تعامل با ذی‌نفعان

۱. اطلاعات عمومی

عنوان اثر:

نام سازمان/ روابط‌عمومی:

نام صاحب اثر / تهیه‌کننده:

حوزه شرکت‌کننده:

تاریخ دریافت اثر:

نام داور:

۲. نظام امتیازدهی

امتیازدهی هر معیار از ۱ تا ۵ (۱ = بسیار ضعیف، ۵ = عالی)

۳. طراحی تعاملات و چارچوب ارتباط با ذی‌نفعان

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
وجود چارچوب روشن و مستند برای تعامل با ذی‌نفعان		
انطباق اهداف تعامل با نیازهای واقعی و اولویت‌های ذی‌نفعان		
استفاده از داده‌ها و تحلیل برای طراحی تعاملات		
هم‌راستایی تعاملات با استانداردهای ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی		

۴. اجرای تعاملات شفاف و دوطرفه

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
کیفیت اجرایی تعامل با ذی‌نفعان		
شفافیت در ارائه اطلاعات و پاسخ‌گویی		
میزان مشارکت واقعی ذی‌نفعان در فرآیند تصمیم‌گیری		

انسجام اقدامات با راهبرد کلان سازمان و ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی		

۵. سنجش اثر تعاملات و نتایج قابل‌سنجش

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
وجود شاخص‌های کمی و کیفی برای سنجش کیفیت تعامل		
ارائه داده‌های واقعی، مستند و قابل‌اتکا درباره نتایج		
سنجش اثرات تعامل بر اعتماد، اعتبار و رفتار ذی‌نفعان		
پایش منظم و گزارش‌دهی شفاف		

۶. مدیریت انتظارات و ارتباطات پایدار

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
توانایی در مدیریت انتظارات اجتماعی و سازمانی		
کیفیت گزارش‌های ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی و مستندسازی تعاملات		
کارآمدی ارتباطات با سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان مالی		
نقش روابط‌عمومی در ایجاد ارتباطات پایدار		

۷. نوآوری و ارزش افزوده در تعامل با ذی‌نفعان

شاخص‌های ارزیابی	امتیاز	توضیحات داور
ارائه ایده‌های نو در طراحی تعاملات		
ارزش افزوده برای ذی‌نفعان و سازمان		
قابلیت الگوبرداری تعاملات در سایر سازمان‌ها		
هم‌ترازی با استانداردهای پیشرفته ای‌اس‌جی و مسئولیت اجتماعی		

۸. جمع امتیازات

امتیاز نهایی از ۱۰۰:

۹. نظر نهایی داور

۱۰. امضا و تأیید نهایی