**أهمية الإستراتيجية الاتصالية في المؤسسة**

* بناء جسر من الثقة بين جمهورها الداخلي والخارجي
* تحقيق الأهداف المرجوة وكذا إعطاء توجيهات واضحة للمستقبل.
* المساهمة في حسن اختيار الأوقات المناسبة وكذا الأساليب الأكثر فعالية في التنفيذ
* تمكن للمؤسسة من السير نحو ضمان الاقتراب من تحقيق الأهداف
* مساعدة متخذي القرار تحقيق الاتصال والتنسيق وإحداث تفاعل مع كافة فعاليات المنظمة
* تساعد المؤسسة في رسم خطة توقعات للمشاكل، كما تساعد في رسم الخطط الهجومية والدفاعية والوقائية لمواجهة المنافسين
* تحديد المعيار الذي يمكن استخدامه في عملية اتخاذ القرار الصائب
* الاقتصاد في استخدام الموارد وفقا لما تم تسطيره في الخطة ووفقا لما يتماشى والأهداف.

**مبادئ الاستراتيجية الاتصالية:**

* **مبدأ الوجود:** يجب أن تكون الإستراتيجية الاتصالية موجودة في الواقع ومحددة بشكل رسمي، فالكثير من المؤسسات ليس لها - إستراتيجية اتصالية وتكتفي بعمليات غير منتظمة.
* **مبدأ الاستمرارية:** من بين أهم الخاصيات الأساسية للإستراتيجية الاتصالية أن تكون مستمرة على المدى الطويل لكي تبين كفاءتها وفعاليتها
* **مبدأ التميز**: من الأدوار الأساسية للإستراتيجية الاتصالية هي إعطاء المنتج أو الخدمة تميز ايجابي غير موجود في العروض الأخرى، أين تقاس نوعية الاتصال بدرجة التميز التي يخلفها المنتج او الخدمة.
* **مبدأ الوضوح**: يجب أن تكون الإستراتيجية الاتصالية واضحة وبسيطة وسهلة الفهم لدى الجمهور المستهدف فأي إستراتيجية تعتمد على أسس ومبادئ عمل غير مفهومة ومعقدة سيكون الانعكاس سلبيا.
* **مبدأ الواقعية**: يجب أن تتطابق الإستراتيجية الاتصالية مع خصائص المنتج أو الخدمة لتلقى قبولا لدى الجمهور كما يجب أن تكون من الواقع ومنطقية.
* **مبدأ المرونة**: يجب أن تكون الإستراتيجية الاتصالية مرنة حسب مختلف الأشكال والأنماط والوسائل الاتصالية حسب نوع الخدمات والمنتجات.
* **مبدأ التناسق**: لابد أن تتناسق الإستراتيجية الاتصالية ومجموع القرارات التي تتخذها المؤسسة.
* **مبدأ القبول الداخلي**: يجب ان تكون المضامين الاتصالية مفهومة وواضحة لدى الجمهور الداخلي والخارجي،فلا يجب التركيز على الجمهور الخارجي فقط باعتباره المستقبل للرسالة.