

دور التكنولوجيات الحديثة في ممارسة العلاقات العامة

الأستاذة: لحاج أحمد كريمة

أستاذة العلاقات العامة – جامعة حيلالي اليابس – سيدي بلعباس

مفهوم العلاقات العامة :

لقد استخدم مصطلح العلاقات العامة في أواخر القرن 19 إلا أنه أصبح شائعا بمعناه الحديث في منتصف القرن 20 و ذلك من الناحيتين النظرية و التطبيقية و قد تمثل ذلك في العديد من الدراسات و المؤلفات العربية و الأجنبية، و في اتساع ممارسة هذا النشاط من قبل المؤسسات العامة و الخاصة في أنحاء العالم.

إن جوهر العلاقات العامة على التفاهم الإنساني و إقامة الصلات الحينة بين أطراف لها مصالح مشتركة ، بين أية مؤسسة سواء كانت تجارية ام صناعية ام خدمية ام اجتماعية او سياسية ، وبين جمهور تلك المؤسسة كعلاقة شركات الخطوط الجوية مع جمهور المسافرين على طائراتها ، و من ثم فإن الع.ع هي تلك الجوانب من سلوك المؤسسة التي يكون لها آثار اجتماعية⁽¹⁾ بهدف رعاية الروابط الإنسانية السليمة في المجتمع و كسب تأييد الجماهير و ضمان التفاهم التام بين المؤسسات على اختلاف أنشطتها و أنواعها كما يمكن القول ان نشاط العلاقات العامة يهتم بالكشف عن الأسس و المبادئ التي تساعد على إقامة الروابط الودية والسليمة بين فئات الجماهير من ناحية وتلك المؤسسات من ناحية أخرى⁽²⁾.

فالعلاقات العامة هي النشاط الذي يقوم على توطيد الثقة والتفاهم المتبادل بين طرفين الحاكم والمحكوم، القائد وشعبه، الحكومة و الجماهير، المؤسسة و جمهورها، بين أية مؤسسة باختلاف أنواعها، سواء كانت حكومية أم خاصة أم اجتماعية أم سياسية أم دينية أم رياضية من جهة وبين فئات الجماهير ذات العلاقة مع تلك المؤسسة سواء كانوا عاملين أو مستهلكين أو أفراد مجتمع المحيط بالمؤسسة بشكل عام من جهة أخرى⁽³⁾

وفي هذا الصدد يقول « دومينيك فولتون » : « كل واحد منا يحلم بأن يدير العملية الاتصالية من أجل تبادل المعلومات وكل واحد منا متأكد بأن الإنسان لا يمكنه العيش بدون معلومات ، رسائل وأيضاً بدون علاقات في معظم الأوقات الصعبة⁽⁴⁾ »

ولهذا تواجدت العلاقات داخل المجتمعات والعلاقات العامة في المؤسسات باعتبار أن المؤسسة وجماهيرها لا يمكنها أن تنمو وتتطور بدون تبادل معلومات وعلاقات.

1 ابراهيم امام ، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث ، دار المعرفة ، القاهرة ، 1975 ، ص 289

2 ابراهيم إمام ، العلاقات العامة والمجتمع ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، 1968 ، ص 07

3 ابراهيم إمام ، العلاقات العامة والمجتمع ، نفس المرجع ، ص 38

4 Dominique Wolton , Il faut sauver la communication , Paris , Ed : Flammarion , 2005, p 18

اكتشاف مفهوم العلاقات العامة:

عرفت العلاقات العامة نشأتها وبدايتها حوالي سنة 1850 بالولايات المتحدة الأمريكية ولقد ارتبط هذا الظهور بالتحويلات الكبرى التي مست الواجهة الصناعية تحديداً ، وبالتالي لم يصادف ميلاد العلاقات العامة باعتبارها مجرد موضة أو ترف وإنما كانت بمثابة حاجة ماسة تحمل إمكانات الإجابة عن أسئلة ملحة طرحت على المستوى السوسيولوجي والاقتصادي وعليه ارتبط ظهور العلاقات العامة بالإقتضاءات الملزمة للعالم الجديد الذي عرف ظهوره داخل حركة دائمة السرعة⁽¹⁾

إن ظهور العلاقات العامة كان مرتبطاً بظهور التحويلات التي طرأت على المؤسسات الأمريكية في تلك الفترة أين كانت تملك معظم المؤسسات سمعة سيئة ، وعليه يعتبر رجال الصحافة هم أول من قام باستخدام مفهوم العلاقات العامة في المؤسسة ، وكان من أبرز هؤلاء الصحفيين « إيفيلي » ، أما الأسباب التي أدت إلى اكتشاف مفهوم العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية هو الانتشار الواسع للصحافة وتطور الصناعة بوتيرة سريعة جداً بالإضافة إلى العادات السياسية المتميزة⁽²⁾

وعليه فإن العلاقات العامة هي الوصل بين المؤسسة والجمهور، فالمؤسسات اليوم تبذل كل جهدها لتكون سمعتها جيدة أمام جمهورها من أجل كسب رضاه وتعاونه معها وبالتالي⁽³⁾ لن تعرف المؤسسة بقاءها وتطورها إلا بفضل جمهورها⁽⁴⁾.

تعريف العلاقات العامة:

يمكننا تصور مفهوم العلاقات العامة من واقع التعريفات الكثيرة التي ذكرها الباحثون المتخصصون في مجال العلاقات العامة وكذلك الجهات والمنظمات المعنية بذلك، بحيث جاء في تعريف معهد العلاقات العامة البريطاني بأن العلاقات العامة هي الجهود الإدارية المخططة والمستمرة التي تهدف إلى تعزيز التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها

أما جمعية العلاقات العامة الأمريكية فقد عرفت العلاقات العامة بأنها نشاط أي صناعة أو هيئة أو حكومة في إنشاء وتعزيز علاقات جيدة بينها وبين جمهورها كالعلماء والموظفين والمساهمين والجمهور العام فإن العلاقات العامة كعلم سلوكي واجتماعي تطبيقي ، تتضمن الوظائف Edwards Robinson وفي رأي التالية:01

01- قياس وتقييم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها علاقة بالمنظمة.

02- مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف المتعلقة بزيادة تفهم الجماهير للمنظمة وتقبلها لمنتجاتها وخططها وسياساتها

1 Philippe A.boiry ,des « public relations » aux Relations Publiques ,la doctrine européenne de Lucien Matrat ,L'harmattan, Paris,2003,P22

2 Constantin Logovoy et Denis Wisman ,traité des relations publiques ,Paris ,PUF ,1981, P08

3 سمير حسن العلاقات العامة ، مجلة عالم الصناعة،العدد 11 ، 1973 ، ص 78

4 Stéphane Billiet, les Relations publiques, Refonder la confiance entre l'entreprise ,les marques et leur public ,Dunod Paris,2009,P10

03- تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وبين مصالح وحاجات وأهداف الجماهير المختلفة⁽¹⁾ تصميم وتنفيذ وتقييم البرامج بهدف اكتساب تفهم الجماهير وقبولها

أهمية العلاقات العامة وأسباب الاهتمام بها:

إن نمو المجتمع الإنساني جاوز كل توقع ، فهو لا يزال يتقدم في النمو والانتساع على درجات تتفاوت من مكان إلى مكان ، وكان من نتيجة ذلك النمو أن تشابكت مصالح الناس وتعددت صلاتهم واختلفت ميولهم وتنوعت اهتماماتهم حتى أصبح كل راغب في التأثير في الناس سواء لغرض تجاري أو لجانب ثقافي أو لواجب إنساني أو لغير ذلك أن يتوصل إلى مقصده بخطة محكمة مدروسة من شأنها أن تبلغه الرسالة المرجوة وتؤتيه الثمرة المنشودة⁽²⁾

وتبرز أهمية العلاقات العامة في كونها تشمل جميع مسؤوليات المؤسسة ، وهي بالإضافة إلى ذلك وظيفة تنظيم تستطيع الإدارة بواسطتها أن تحدد المسؤولية لأوجه النشاط وتحافظ على التعاون بين الجمهور الذي له علاقة مباشرة مع المؤسسة⁽³⁾

وهكذا فإن الاتجاه السائد حالياً يرى بأن العلاقات العامة لها دور مهم وفعال في الإدارة لا يمكن إغفاله وإهماله أو اعتباره نشاطاً ثانوياً لها، بل تبرز أهمية العلاقات العامة في المؤسسة بشكل عام من خلال مراجعة القرارات العامة للمؤسسة في مختلف النواحي الإدارية والتسويقية والتأكد من سلامتها من حيث أثرها على العاملين وجمهور المؤسسة والرأي العام بشكل عام ، وواجبها في لفت نظر الإدارة العليا إلى السياسات والإجراءات التي لا تتفق مع مصلحة المؤسسة ، إضافة إلى ذلك تتجلى أهمية العلاقات العامة في كونها تقوم بتقديم النصائح للمؤسسة فيما يخص علاقتها بالصحافة والإعلان عن السلع والخدمات الجديدة، وخلق جو ودي يسهل على إدارة المؤسسة وأقسامها من أداء واجباتها بشكل أفضل ، ومساعدة الإدارة العليا في تقديم تقارير مستمرة عن المتغيرات التي تحدث في اتجاهات الجماهير، بالإضافة إلى ذلك تبرز أهمية العلاقات العامة في أنها تقوم بتخفيض معاناة الجماهير في بعض المؤسسات من خلال تقليل حدة السلبات والأمراض الإدارية من جهة ، وتحسين صلة الجمهور بالمؤسسة وتدعيم ثقته بها من جهة أخرى ، فهي تمثل ضمير المؤسسة وحلقة الوصل الآمنة بين المؤسسة وجمهورها⁽⁴⁾.

وعليه فإن العلاقات العامة تساهم مساهمة فعالة في مد الجسور لإقامة أقوى العلاقات بين المؤسسة وجمهورها والمساهمة الجادة في رسم الصورة اللائقة عن نشاطات وسياسات هذه المؤسسة أمام الجمهور، كما تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة كعضو فعال فيه⁽⁵⁾

1 محفوظ أحمد جودة ، العلاقات العامة (مفاهيم وممارسات) ، دار زهران للنشر والتوزيع ، ط 04 ، عمان ، الأردن ، 2009 ، ص 19
2 عبد الناصر أحمد جرادات ، لبنان هاتف الشامي ، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، دار اليازوري ، عمان ، 2009 ، ص 46
3 محمود محمد الجوهري ، دليل العلاقات العامة للمؤسسات والشركات ، الدار القومية للطباعة والنشر ، 1964 ، ص 7
4 عبد الناصر أحمد جرادات ، لبنان هاتف الشامي ، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق ، مرجع سابق ، ص 47 ، 49
5 عبد الناصر أحمد جرادات ، المرجع نفسه ، ص 49

استخدام العلاقات العامة للتكنولوجيات الحديثة في المؤسسة :

في ظل ثورة المعلومات أصبحت الإلكترونيات تلعب الدور المركز الذي كان يلعبه الفحم قديما عند بدء الثورة الصناعية ثم جاءت الثورة التكنولوجية الرقمية لتشكّل أساس التكنولوجيا الحديثة للقرن 21 ما جعل البعض يلقب هذا العصر بالعصر الرقمي⁽¹⁾ خاصة ما يشهده من قفزات كبيرة في ميدان الاتصالات الحديثة ، مما ترك أثرا فعالا وواضحا على كل النشاطات الإدارية ومنها العلاقات العامة .

لقد ساعد هذا التقدم التكنولوجي الهائل في اختصار الوقت بين أي نقطتين على سطح الأرض نتيجة استخدام شبكة الاتصال الإلكترونية التي تعتبر من أهم منتجات تطور تكنولوجيا المعلومات في هذا العصر والذي تطورت فيه تكنولوجيا المعلومات بشكل سريع جدا ، ليس في مجال الكمبيوتر فقط ، وإنما في مجال الاتصالات على وجه العموم حيث أتاح هذا التطور إمكانية التقاء تكنولوجيا مختلفة فيما يعرف بانصهار أو اندماج أكثر من تكنولوجيا معا ، ليكون منتجا جديدا يحمل صفات كل تكنولوجيا على حدا ، إلا أنه يكون متفردا تماما في صفاته وقدراته التكنولوجية ، وبالتالي أصبحت تكنولوجيا المعلومات ذات تأثير متزايد على مختلف جوانب الحياة اليومية للأفراد والمؤسسات والحكومات ، فقد تأثرت وسائل الاتصال ومصادر الحصول على المعلومات وحركة البيع والشراء ووسائل التسلية وطريقة إنجاز العمل ، وظهور ما يعرف بالحكومة الإلكترونية ، والأهم من ذلك تأثر طريقة الاتصال التي تعد جوهر نشاط العلاقات العامة ، بحيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات بمختلف منتجاتها⁽²⁾ 4.

وفي هذا الشأن يجب الإشارة إلى أن الإنترنت هي وسيلة إعلامية تمكن من الحصول على المعطيات بطريقة سهلة وذلك من خلال المواقع نفسها حيث يستطيع كل موقع معرفة عدد الزوار عليه ، كما توجد حاليا في الأسواق المعلوماتية برمجيات تطبيقية تسهل كثيرا عملية التحليل الكمي ، والتزود بهذه البرمجيات يسمح لمعظم المواقع من

تقديم أرقام جادة عن الزوارين عليها لكل المؤسسات المهتمة بالإعلان لخدماتها ومنتجاتها على هذه المواقع⁽³⁾ .

وعليه فإن الانترنت على عكس الوسائل الإعلامية التقليدية الأخرى على أساس أنها تتميز بالآنية والتفاعلية ، وهذا ما أدى بإقبال المعلنين والمؤسسات عليها بهدف الاستفادة من خاصية التفاعلية⁽⁴⁾ .

وعليه أحدثت الأنترنت داخل الفضاء الاتصالي وخاصة داخل فضاء العلاقات العامة الكثير من التغيرات ، خاصة فيما يتعلق بممارسة نشاط القائم بالعلاقات العامة وطريقة تواصله مع الجماهير الخارجية للمؤسسة ، حتى ما أدى بالكثير من المؤسسات الكبرى اليوم بأن تتسابق ليكون حضورها فاعلا على الشبكة ، وذلك من خلال استراتيجيات تهدف إلى كسب فئات جديدة من المتعاملين مع المؤسسة على صفحاتها ومواقع في شبكة الانترنت وبالتالي تسهيل عملية المشاركة وإبداء الآراء وتثمينها

1 فؤاد أحمد الساري ، وسائل الاعلام النشأة والتطور، دار أسامة، الأردن ، ط 1 ، 2011 ، ص 372

2 فؤاد أحمد الساري ، المرجع نفسه ، ص 373

3 الصادق رايح ، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة ، دار الكتاب الجامعي ، ط الأولى ، العين ، الإمارات العربية المتحدة ، 2004 ، ص 98

4 الصادق رايح ، المرجع نفسه ، ص 99

لدى المساهمين والمتعاملين والمشاركين لهذه المؤسسات أو ما يطلق عليهم تسمية العناصر الفاعلة وعليه لقد أظهرت هذه المؤسسات طاقة إبداعية وقدرة هائلة على التكيف واكتشفت رؤى وآليات عمل جديدة سيكون لها وقعها العميق على الفضاء الاتصالي عموماً ،

وعليه أصبح من الضروري التأكيد على الأهمية التي صارت تلعبها التكنولوجيات الحديثة داخل العلاقات العامة ، إذ صارت هذه الأخيرة تتبنى وبصورة جيدة الرهانات الحالية للاتصال ، بحيث أصبحت الإنترنت يومياً تضمن انطلاقات الاتصال القائمة على التفاعلية والتبادلية ، لأنه من غايات العلاقات العامة سعيه إلى ترسيخ وتثبيت في الآجال القادمة حواراً صريحاً وبناءاً للمؤسسة والعناصر الفاعلة ، بحيث تستجيب على الخصوص للالتزمات التي يوجهها المجتمع إلى المؤسسة ، وحالياً تدخل كل من الوسائط الاجتماعية ومفردات العلاقات العامة كالرأي ، الثقة ، السمعة في انسجام وتناغم مع طموحات المجتمع المعاصر وذلك من خلال الاحترام ، الاستماع والمساهمة والتعاقد⁽¹⁾.

إن استخدام العلاقات العامة للتكنولوجيات الحديثة أحدث ثورة في عالم العلاقات العامة ، بحيث لا يقتصر تأثيرها على تغيير طرق التواصل الموجودة في هذا المجال فحسب بل ساعدت على تغيير ملامح هذه العلاقات وطورتها ، وتقدم شبكة الإنترنت باعتبارها التكنولوجيا الأكثر استخداماً من طرف العلاقات العامة حسب الباحثين فرصاً عديدة ومهمة للعلاقات العامة يمكن ذكر بعضها في مايلي :

- تعرف دوائر العلاقات العامة على اتجاهات الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة بطرق متعددة وفورية مثل خدمات البريد الإلكتروني أو المواقع الإلكترونية أو عبر مواقع الإعلام الجديد.

- المساهمة في تسويق المؤسسة وتعزيز سمعتها على المسويين المحلي والدولي خاصة في ظل تميز وسيلة الإنترنت بتخطيه للحواجز الجغرافية والثقافية حيث نجد أن المؤسسات تهتم بأن تنشر على الإنترنت بلغات متعددة.

- إذا كان من أهداف ووظائف العلاقات العامة العمل على مواجهة الأزمات قبل وقوعها فإن الإنترنت تساهم في تحقيق هذا الأمر عبر المتابعة المستمرة لتوجهات وردود الفعل المحيطة بالمؤسسة⁽²⁾

العلاقات مع جماهير المؤسسة :

العلاقات مع الجماهير الداخلية :

يضيف استخدام الإنترنت في مجال العلاقات العامة فوائد كثيرة للمنظمة وللعاملين فيها وكذلك للمالكين أو المساهمين ، فمن خلال استخدام الإنترنت فإن الاتصالات تصبح أكثر سهولة وأقل تكلفة... وتأخذ التعليمات والتنبيهات كلها مجراها بين موظفي المنظمة من خلال استخدام الإنترنت: بالإضافة إلى ذلك فإنه بالإمكان وضع معلومات معينة تفيد أو تزيد من درجة الوعي لدى العاملين مثل الضمان الاجتماعي للعاملين والنظام الداخلي للمنظمة ، وفي كثير من المنظمات يتم

1 Stephan Billiet, les relations publiques, op.cit , P01

12 تحسين منصور ، هيا تحسين منصور ، أثر تطبيقات تكنولوجيا الاتصال على وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي الأردني ،

دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية ، المجلد 41 ، ملحق 02 ، ص 16

- استخدام شبكات الإنترنت وذلك في المنظمات التي يكون لديها شبكة محلية أو داخلية للاتصال⁽¹⁾ .
- وحتى تكون الإنترنت كاملة ، فإنها تحتاج أن تخضع للقواعد الأساسية التالية :
- أن تكون آمنة بحيث يمكن للموظفين استخدامها باطمئنان .
 - أن تكون جديدة بالثقة بحيث لا يشعر الموظفون بأي تهديد من استخدامها .
 - أن تكون مناسبة بحيث تساعد في تعزيز العمل.
 - أن تكون خاصة وذلك حتى يمكن استخدامها للتفاعل الداخلي بين الأقسام.
 - أن تكون سريعة لتوفير الوقت والمساعدة في الوصول إلى المحتوى لزيادة الإنتاجية.
 - أن يتم تطويرها بانتظام بحيث تكون المعلومات المتوفرة هي أحدث المعلومات⁽²⁾ .

العلاقات مع الجماهير الخارجية :

بحيث تساهم تكنولوجيا المعلومات بشكل فعال في رفع مستوى أداء العاملين في وظيفة العلاقات العامة وتخفيض تكلفة الخدمات التي يقدمونها والاتصالات التي يتم إجراؤها مع العملاء (فبعد أن كانت بعض المؤسسات تقوم باستعراض منتجاتها بطريقة تقليدية وكلاسيكية عن طريق كتالوج المؤسسة الثقيل والذي يضم عشرات الآلاف من السلع التي تنتجها المؤسسة ويكلف مبالغ طائلة لإنتاجه وإخراجه ، أصبحت المؤسسات اليوم ومع تطور التكنولوجيا الحديثة تستخدم تقنيات حديثة في هذا المجال ، فاستغنت عن الكتالوج الضخم واستبدلته بـ

صغير جدا ووزنه قليل وتكلفته محدودة...وفي نفس الوقت تسهل هذه التقنية الحديثة على CD-ROM العميل استعراض المنتجات وأسعارها وطرق توزيعها ، وتوفر عليه الوقت وعناء البحث). وبالتطور السريع في مجال الانترنت فإنه أصبح بإمكان العملاء الإطلاع على المعلومات التي تهمهم ببسر وبأقل تكلفة ، ففي السابق كان على هؤلاء العملاء إما الذهاب إلى مقر المنظمة المعنية أو الاتصال بهم من خلال الهاتف ، وبوجود الانترنت فإن العميل يستطيع زيارة موقع المنظمة والاطلاع على كم هائل من المعلومات ، وبإمكان العميل المشاركة في أي استبيان تقوم به المنظمة ، كما بإمكانه تسجيل أي شكاوى على المنظمة وإدارتها ووضع اقتراحاته من خلال الانترنت .

نظم معلومات العلاقات العامة :

يعرف نظام المعلومات الإدارية على أنه نظام رسمي يعتمد على جهاز الحاسوب الذي يقوم بدمج المعلومات وتجهيزها لأجل تزويد الإدارة بالمعلومات الضرورية لاتخاذ القرارات ، كما يعرف على أنه التكوين الهيكلي المتكامل والمتفاعل من الآلات والمعدات والبرامج والقوى العاملة والذي يكفل تحصيل ومعالجة البيانات لأجل توفير المعلومات الضرورية بالوقت المناسب والتكلفة والكمية المناسبين على البيئة الداخلية للمنظمة والبيئة الخارجية لها .

ويعتبر نظام معلومات العلاقات العامة أجد الأنظمة الوظيفية الفرعية داخل المنظمة ، حيث يهدف إلى تجميع البيانات ومعالجتها وتوفيرها لمديري وموظفي العلاقات العامة لأجل الاستفادة منها في

1 محفوظ احمد جودة ، العلاقات العامة (مفاهيم وممارسات) ، دار زهران للنشر والتوزيع ، ط 04 ، الأردن ، 2009 ، ص 449

2 ديفيد فيليبس ، العلاقات العامة عبر الأنترنت ، ت: تيب كوب لخدمات التعريب والترجمة ، دار الفاروق للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ص 92

تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة وظائف ونشاطات العلاقات العامة، كما أن نظام معلومات العلاقات العامة لا يعمل بشكل منعزل عن الأنظمة الفرعية الأخرى ، فهو يعتبر مكملًا لها ومتفاعلًا معها.

وعليه وكما يؤكد «دومينيك فولتون» عندما قال : لقد أصبح من الواضح اليوم صعوبة قيام المؤسسات والناس بفصل مفهوم العلاقة عن تكنولوجيا المعلومات ، وهي حقيقة أثبتتها واقع الحال وتؤكدها النظرة المستقبلية، ومفهوم تسويق العلاقات الذي يتضمن تحالفات وشبكات استراتيجية ، فقد ابتكرته المؤسسات في المقام الأول للتأكيد على أهمية بناء أفضل للعلاقة التفاعلية بينها وبين جمهورها المستهدف كمصدر من مصادر الميزة التنافسية ... والمؤسسة الحديثة اليوم أصبحت واعية تدريجيا أن المبدأ الأساسي لنجاحها هو مدى تحكمها في تكنولوجيا الاتصالات الحديثة ، بحيث أن الوسائل الاتصالية التقليدية التي تعتمد عليها هي وسائل وقتية لا تساعد على الاحتفاظ الدائم على العميل أو الزبون أو المساهم في ظل منافسة قوية

ان تأثيرات تقنيات المعلومات ساهمت وبشكل كبير في تسهيل العلاقات ما بين المؤسسات ومابين هذه المؤسسات والعملاء.وعليه وفي عصر القرن 21 ستكون تكنولوجيا المعلومات الاساس الذي تستند عليه العلاقة التكاملية وبالتالي سوف تكون هناك مجموعة من النتائج الإيجابية إذا ما طبقت المؤسسة هذا المفهوم الجديد والمتمثل في العلاقة ، وهذا من خلال :

- تبسيط العمليات وخفض التكاليف
- تحسين خدمة العملاء عن طريق اختزال الزمن المستغرق في تقديم