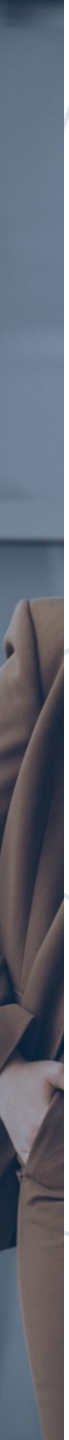
ЭКСПСИ
КОНСАЛТИНГ

КОРОЛЬ ГОВОРИТ …

Почему важна коммуникация от первого лица



Вебинар 11 февраля 2025

СПИКЕР

kabakova@ecopsy.ru

Виктория **КАБАКОВА**

ДИРЕКТОР ПО КОНСАЛТИНГУ В ПРАКТИКЕ HR-МАРКЕТИНГ

АВТОР КУРСА ПО ВНУТРЕННИМ КОММУНИКАЦИЯМ

ЧЛЕН ЖЮРИ ПРЕМИИ INTERCOMM

ПРАВИЛА ВЕБИНАРА

Время

С 11:00 до 12:30
(по московскому времени)

Вопросы

Вопросы ведущему можно задавать в «общем чате» в течение всего вебинара

Технические вопросы

- Обновите страницу, нажав F5
- Зайдите с браузера Google Chrome
- Перейдите с мобильного соединения на Wi-Fi
- Перезапустите приложение Webinar на телефоне

Будет ли доступна запись вебинара?

Да, запись и презентацию мы вышлем на почту

ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ

- Напишите, пожалуйста, из какого вы города, какую компанию представляете?

Москва,Экопси

- Вы работаете в функции /подразделении внутренних / корпоративных коммуникаций?

+/-

НАЧНЕМ С ВОПРОСОВ ☺

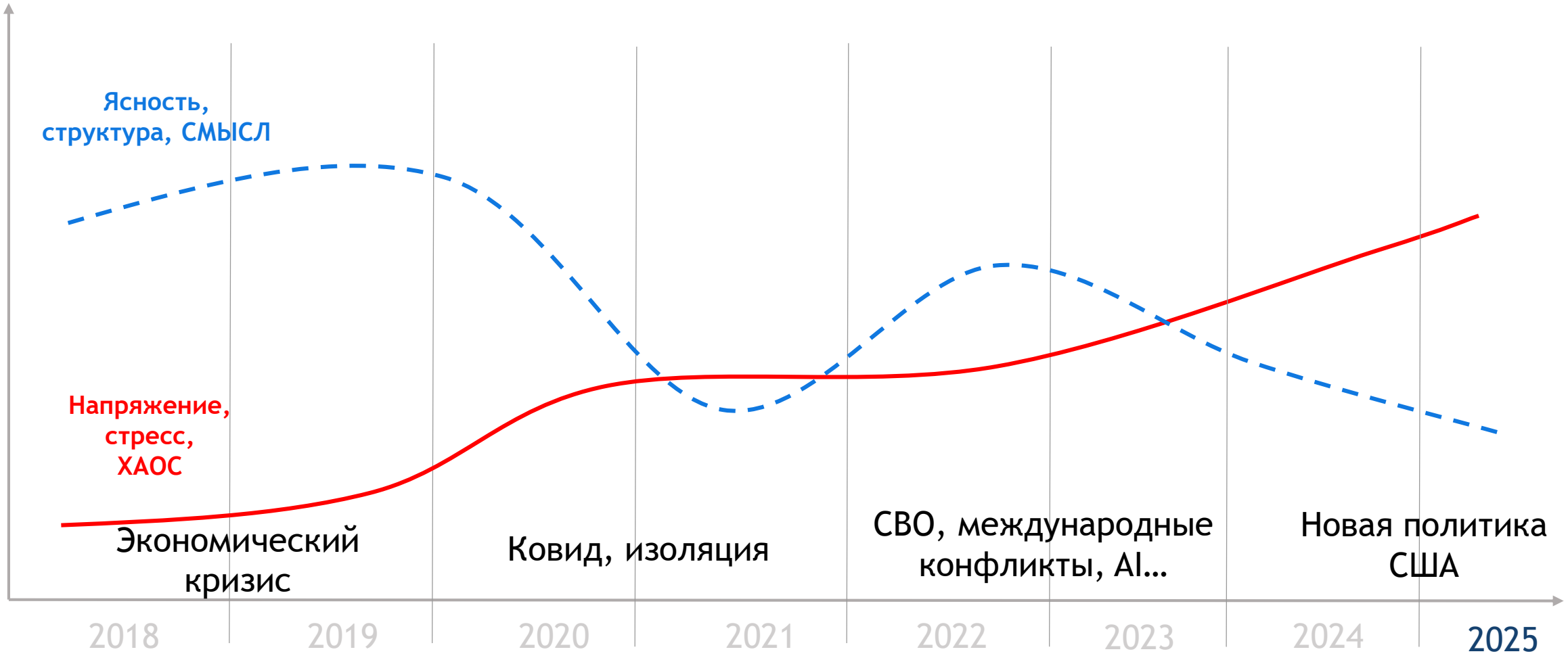
1. Насколько топ-менеджер вашей компании вовлечен во внутрикорпоративные коммуникации, **считает их важными?**

Оцените по шкале от 1 до 10, где 1 – минимальное участие и незаинтересованность, и 10 – максимальная включенность

2. Насколько топ-менеджер вашей компании **умеет коммуницировать?**

Оцените по шкале от 1 до 10, где 1 – минимальные навыки (плохо общается, не умеет выразить свою мысль), и 10 – максимально развитые навыки (отличный спикер, коммуникатор)

СТЕПЕНЬ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТИ МИРА ТОЛЬКО ВОЗРАСТАЕТ



ПРЕОДОЛЕНИЕ СМЫСЛОВОГО РАЗРЫВА: ЛЮДИ ИЩУТ СМЫСЛЫ В ОТНОШЕНИЯХ И В РАБОТЕ

ПОЧЕМУ СМЫСЛЫ ОТ КОМПАНИИ ВАЖНЫ СЕЙЧАС?

ВСЕГДА ОБОСТРЕННЫЙ ЗАПРОС НА СМЫСЛЫ – ИМЕННО В ПЕРИОДЫ КРИЗИСОВ И ТУРБУЛЕНТНОСТИ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС, КОВИД, СВО, AI, НОВЫЙ ВИТОК ПОЛИТИКИ США – ПОТРЕБНОСТЬ ЛЮДЕЙ В СМЫСЛАХ ТОЛЬКО РАСТЕТ

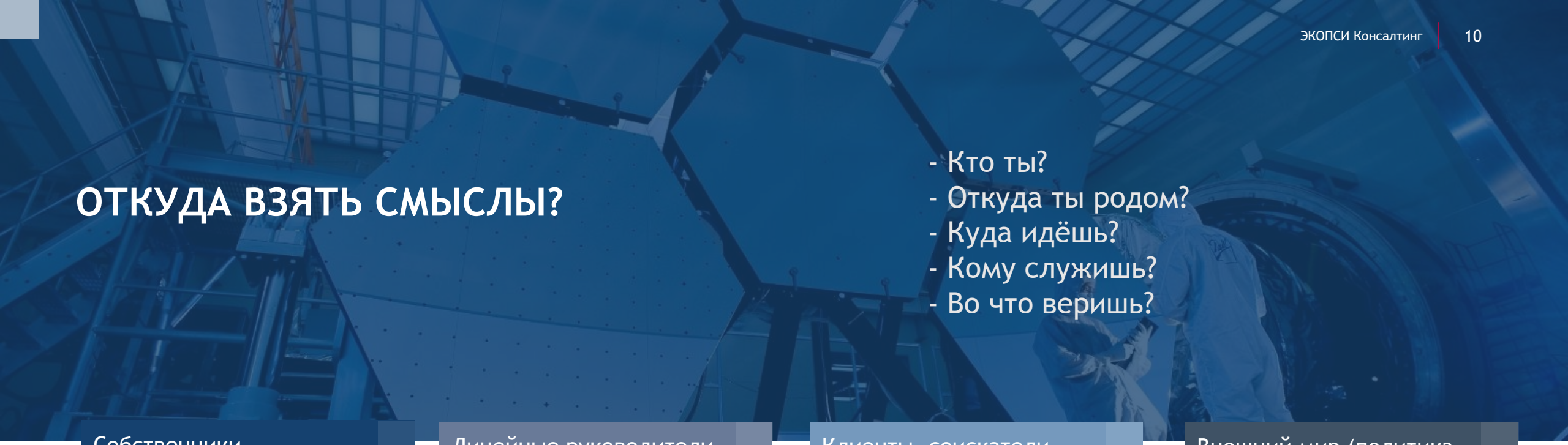
ОБЩИЙ ЗАПРОС НА ИДЕОЛОГИЮ ОТ КОМПАНИЙ

ПОЧЕМУ СМЫСЛЫ ОТ КОМПАНИИ ВАЖНЫ СЕЙЧАС?

КОММУНИКАЦИЯ ОТ КОМПАНИИ – ПРО ТО, ЧТО КАСАЕТСЯ НЕПОСРЕДСТВЕННО ТЕБЯ, ТВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ТВОЕЙ СЕМЬИ, ТВОЕГО БУДУЩЕГО

КОММУНИКАЦИЯ ОТ КОМПАНИИ – БОЛЬШЕ ДОВЕРИЯ (МОЖНО ПРОВЕРИТЬ ФАКТЫ)

КОММУНИКАЦИЯ ОТ КОМПАНИИ – ЕСТЬ ШАНС ПОМЕНЯТЬ ЧТО-ТО (ВОЗМОЖНОСТЬ ДИАЛОГА)



ОТКУДА ВЗЯТЬ СМЫСЛЫ?

- Кто ты?
- Откуда ты родом?
- Куда идёшь?
- Кому служишь?
- Во что веришь?

Собственники, топ-менеджмент

Для чего мы работаем?

Какими принципами руководствуемся?

Куда и как идем?

Что сегодня и завтра на повестке?

Линейные руководители, сотрудники

Разделяем ли мы цели и ценности компании?

Хотим ли мы оставаться здесь?

Готовы ли мы прикладывать дополнительные усилия?

Чего нам не хватает?

Что мы хотим изменить в компании?

Клиенты, соискатели, партнеры, общество, власти

В чем наша миссия для мира?

Чем мы полезны?

Что отличает нас от других компаний?

Что делает компанию уникальной и привлекательной на рынке?

Почему мы?

Внешний мир (политика, финансы, культура....)

Что меняется во внешнем мире?

Как это отразится на нашей деятельности, бизнесе?

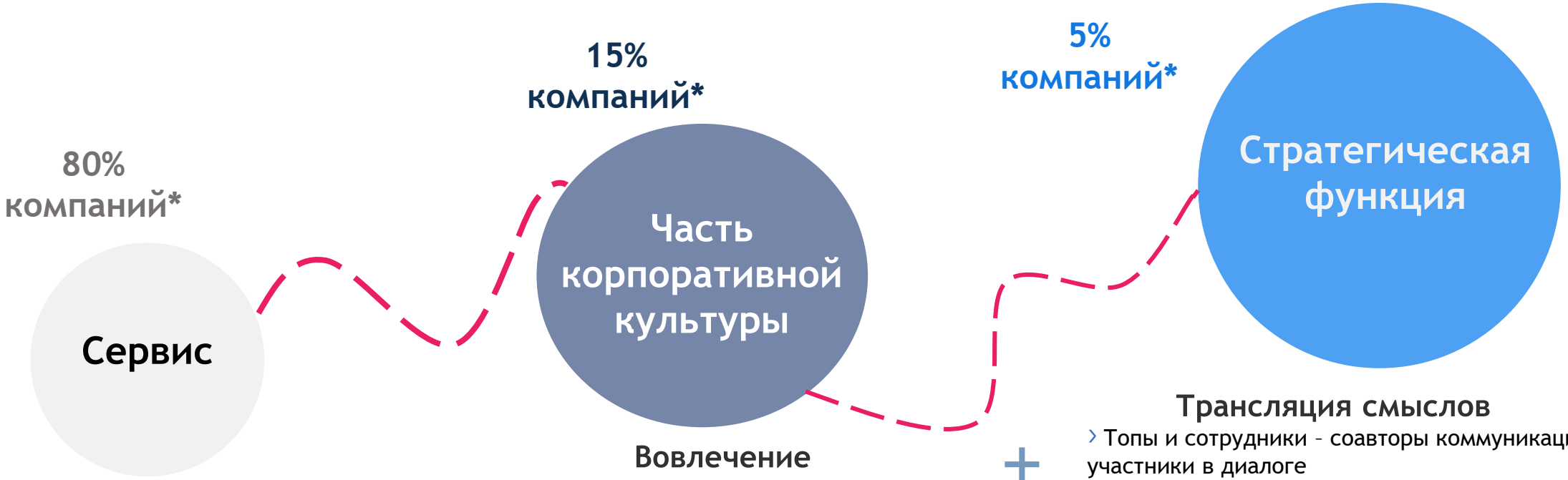
Как это отразится на каждом из нас?

Что делать, каково должно быть наше поведение в этих условиях?

ЭКОПСИ КОНСАЛТИНГ

Роль руководителя в коммуникации

ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПОКА МАЛО РАБОТАЮТ ИМЕННО СО СМЫСЛАМИ И СТРАТЕГИЕЙ, ОСТАВАЯСЬ НА СЕРВИСНОМ УРОВНЕ



Информирование

› Новостная лента
› Фокус - организация мероприятий и поддержка других бизнес-функций
› Топы вовлечены как «свадебные генералы»

Информирование по факту, мало проактивности, мало системности

+

Вовлечение

› Есть диалог /ОС внутри компании
› Топы – активные субъекты коммуникации
› Фокус – на вовлечение сотрудников

Проактивность в коммуникации, сопровождение процессов, коммуникация – как отдельная задача, понимание важности диалога

+

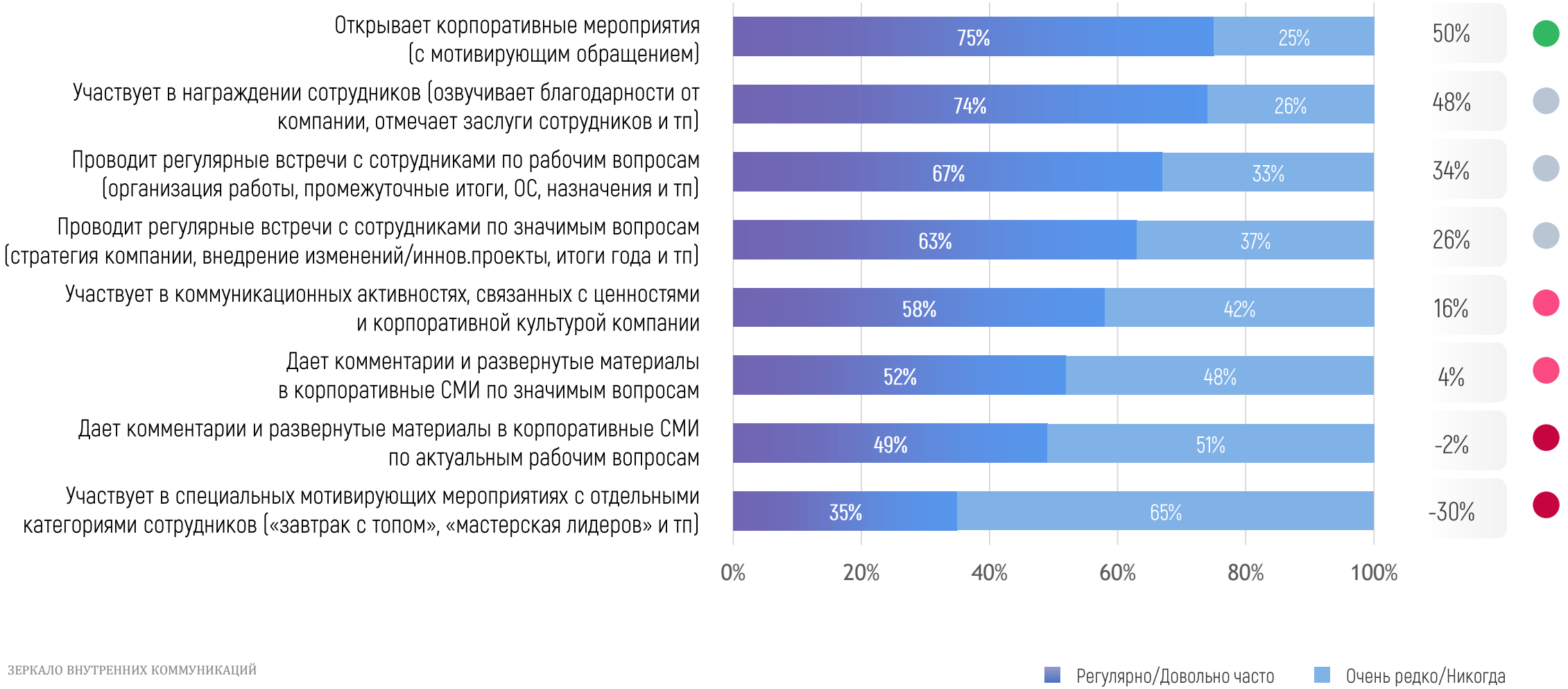
Трансляция смыслов

› Топы и сотрудники – соавторы коммуникации, участники в диалоге
› Главное – не просто рассказать о событии/мероприятии и вовлечь в него, а пояснить, почему оно необходимо, и что требуется от человека

Осмысленное изменение поведения людей и целенаправленное внедрение изменений, коммуникационная поддержка трансформации

КАКОВА РОЛЬ РУКОВОДСТВА ВО ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЯХ?

В КАКИХ ВИДАХ КОММУНИКАЦИИ С СОТРУДНИКАМИ И КАК ЧАСТО ПРИНИМАЕТ УЧАСТИЕ ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ?

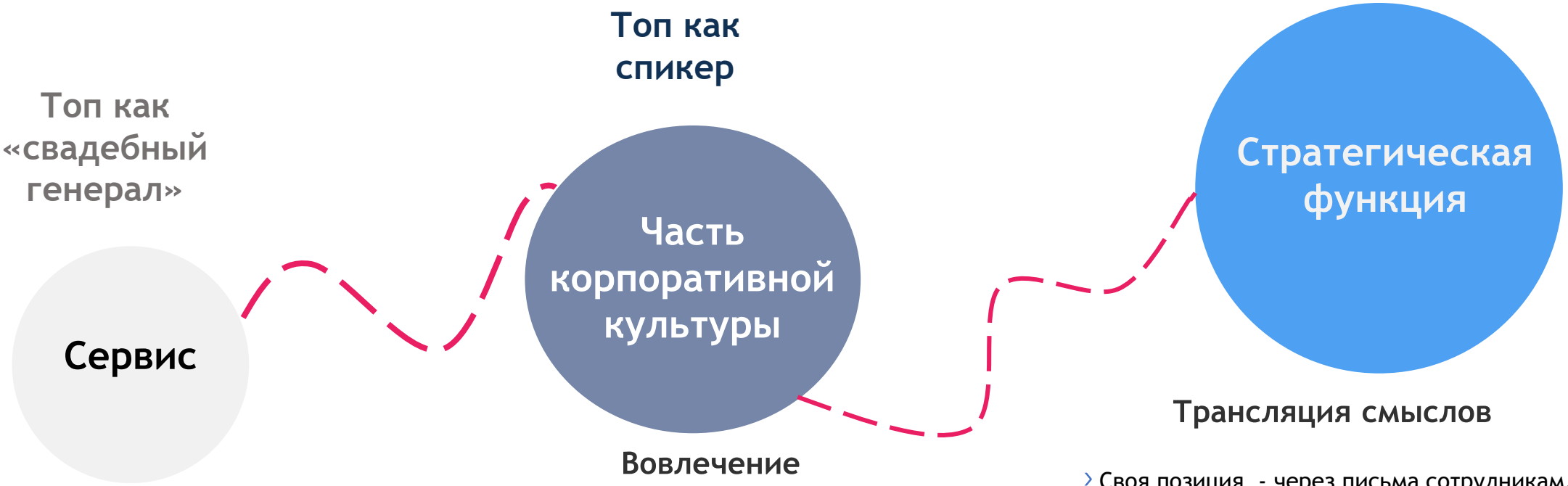


МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РОЛЕЙ (ЭКОПСИ, П.С.БЕЗРУЧКО)

	Операционная деятельность	Изменения	Люди
	RUN	**CHANGE**	**PEOPLE**
ПЕРВОЕ ЛИЦО	Корпоративный стратег		Политик
	Инвестор		
РУКОВОДИТЕЛЬ ВЫСШЕГО ЗВЕНА	Функциональный стратег		Представитель во внешнем мире
	Куратор процессов	Спонсор изменений*	Внутренний коммуникатор*
РУКОВОДИТЕЛЬ СРЕДНЕГО ЗВЕНА	Выстраиватель процессов	Лидер изменений	Главный по талантам*
РУКОВОДИТЕЛЬ НАЧАЛЬНОГО ЗВЕНА	Организатор работы	Проводник изменений	Лидер команды
ИСПОЛНИТЕЛЬ-ЭКСПЕРТ	Исполнитель	Инноватор	Член команды*
			Сервис

*Сквозные управленческие роли, распространяющиеся и на более высокие уровни управления

РОЛЬ ТОП-РУКОВОДИТЕЛЯ



› Статьи от топов в новостях
› Интервью, краткие комментарии
› Присутствие в президиуме
› Участие в отдельных мероприятиях
› Есть помощники, озвучивающие позицию топ-руководителя

› Интерактивные Дни информирования (не просто доклад, но и обсуждение)
› Личное участие в мероприятиях
› Контроль за ОС (заинтересованность в итогах опросов, интерактивные форматы/прямые линии, активность во взаимодействии)
› Свою позицию озвучивает самостоятельно

› Своя позиция - через письма сотрудникам, собрания, блог, конференции…
› Важность обсуждения с сотрудниками (разнообразные форматы встреч и собраний)
› Ставит цели коммуникации, как отдельной стратфункции

КАК РАБОТАТЬ С ТОП-РУКОВОДИТЕЛЕМ?

- Цифры, факты - про пользу
- Бенчмарки
- Подключение к реально важным коммуникациям и подкрепляющая ОС

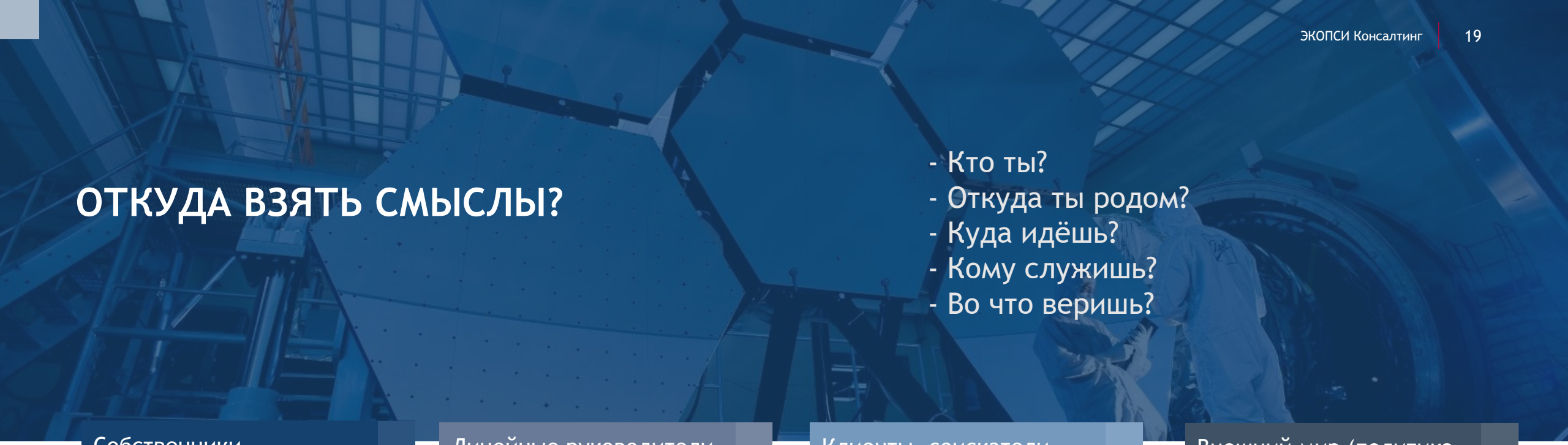
- Всячески поддерживать и задействовать
- Регулярно согласовывать стратегию и видение по корп.коммуникациям
- Использовать пример топ-руководителя для вовлечения менеджмента

- Цифры, факты - про риски
- Бенчмарки
- Показывать потери в роли
- Подключение к реально важным коммуникациям и подкрепляющая ОС

- Обустраивать участие в коммуникации
  - Помогать в формулировке смыслов и видения
  - Помогать в развитии навыков спикера (тренинги, коуч, …)
- Показывать важность участия, давать ОС

ИНСТРУМЕНТЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ КОМПАНИИ В РАБОТУ ВНУТРЕННЕЙ КОММУНИКАЦИИ

- Финтех – лидер по вовлечению руководителей во внутренние коммуникации
  - В финтехе чаще применяются разнообразные практики вовлечения руководителей в коммуникацию
  - Самый часто используемый инструмент – «снимают» с руководителей потребности в плане коммуникации и учат ОС
- Чем больше компания – тем больше разнообразие инструментов вовлечения топ-руководителей во внутренние коммуникации



ОТКУДА ВЗЯТЬ СМЫСЛЫ?

- Кто ты?
- Откуда ты родом?
- Куда идёшь?
- Кому служишь?
- Во что веришь?

Собственники, топ-менеджмент

Для чего мы работаем?

Какими принципами руководствуемся?

Куда и как идем?

Что сегодня и завтра на повестке?

Линейные руководители, сотрудники

Разделяем ли мы цели и ценности компании?

Хотим ли мы оставаться здесь?

Готовы ли мы прикладывать дополнительные усилия?

Чего нам не хватает?

Что мы хотим изменить в компании?

Клиенты, соискатели, партнеры, общество, власти

В чем наша миссия для мира?

Чем мы полезны?

Что отличает нас от других компаний?

Что делает компанию уникальной и привлекательной на рынке?

Почему мы?

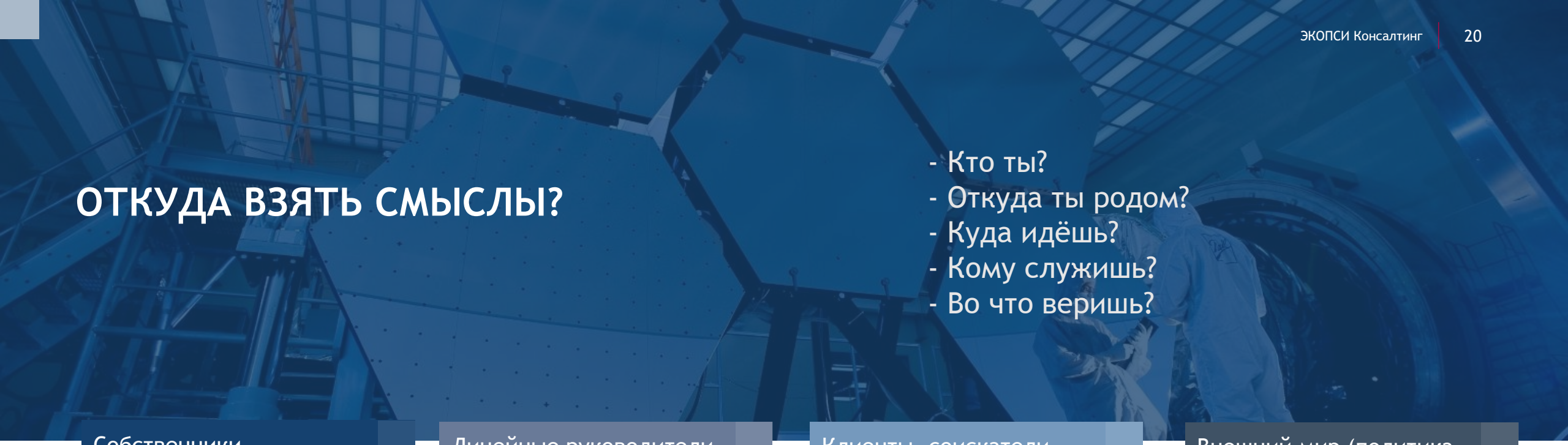
Внешний мир (политика, финансы, культура....)

Что меняется во внешнем мире?

Как это отразится на нашей деятельности, бизнесе?

Как это отразится на каждом из нас?

Что делать, каково должно быть наше поведение в этих условиях?



ОТКУДА ВЗЯТЬ СМЫСЛЫ?

- Кто ты?
- Откуда ты родом?
- Куда идёшь?
- Кому служишь?
- Во что веришь?

Собственники, топ-менеджмент

ГЛУБИННЫЕ ИНТЕРВЬЮ

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ СЕССИИ

РАЗБОРЫ И РЕВЬЮ ПО ИТОГАМ РЕАЛИЗАЦИИ КОМ.СТРАТЕГИИ

РАБОТА С ОС

БЕНЧИ И ПРИМЕРЫ

Линейные руководители, сотрудники

КАСКАДИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ И СМЫСЛОВ НА ВСЕХ СОТРУДНИКОВ

СБОР ОС

ИССЛЕДОВАНИЯ МНЕНИЙ (опросы, воркшопы, конференции,…)

СПЕЦ.ФОРМАТЫ (корпоративные мероприятия, клубы, сообщества …)

Клиенты, соискатели, партнеры, общество, власти

НА НИХ – ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КОМПАНИИ, СБОР ОС

ОТ НИХ – ИССЛЕДОВАНИЯ, СБОР МНЕНИЙ

Внешний мир (политика, финансы, культура....)

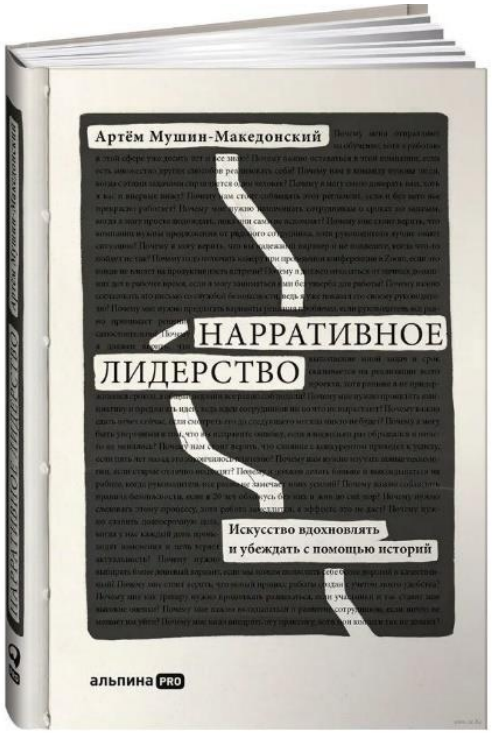
ИССЛЕДОВАНИЯ – поиск бенчмарок, лучших практик, примеров и тп.

ОХОТА ЗА ТРЕНДАМИ

ОБЗОРЫ СМЕЖНЫХ РЫНКОВ/ОТРАСЛЕЙ

ЛИТЕРАТУРА

Глубинные интервью

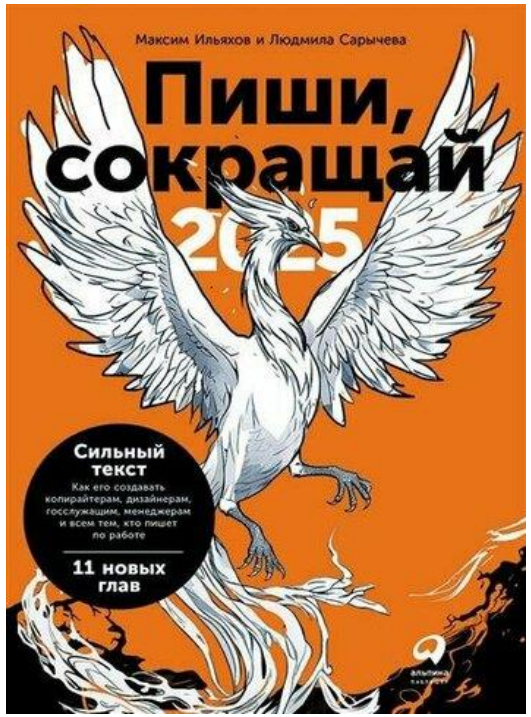


Стратегические сессии

ЛИТЕРАТУРА

Сообщества

Навыки коммуникации



ПРЕОДОЛЕНИЕ СМЫСЛОВОГО РАЗРЫВА: ЛЮДИ ИЩУТ СМЫСЛЫ В ОТНОШЕНИЯХ И В РАБОТЕ

ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ СО СТОРОНЫ ВНУТРИКОМА?

ЭКСПСИ
КОНСАЛТИНГ

Курс по внутрикорпоративным коммуникациям

ИНФОРМАЦИЯ О КУРСЕ

Внутренние коммуникации

Старт обучения: идёт набор в группу, стартуем 19 марта
Продолжительность курса: 6 недель + бонусный трек с внешним экспертом
Формат: онлайн в Zoom
Учебная нагрузка: 3 часа в неделю (с подготовкой д/з)
Время занятий: с 17:30 до 19:00 (19.30)

Качественный состав участников и нетворкинг

Живое общение с экспертом и коллегами. Прикладные и актуальные знания, ничего лишнего

Собственные исследования и разработки в области внутренних коммуникаций

Успешный опыт в реализации проектов в сфере внутренних коммуникаций

Внутренние коммуникации — обучающий курс от компании Экопси. (ecopsy.ru)

ИНФОРМАЦИЯ О КУРСЕ

Эффективная внутренняя коммуникация влияет на лояльность сотрудников, их целеустремленность и преданность организации, что напрямую сказывается на бизнес-результатах.

МОДУЛЬ 1
Определение внутренних коммуникаций как бизнес-функции

МОДУЛЬ 2
Роли во внутренних коммуникациях

МОДУЛЬ 3
Основные элементы внутренних коммуникаций

МОДУЛЬ 4
Коммуникационное сопровождение HR-процессов и проектов

МОДУЛЬ 5
Эффективность системы внутренних коммуникаций

МОДУЛЬ 6
Актуальные тренды в корпоративных коммуникациях

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КУРСА

01

Увидите всю цепочку внутренних коммуникаций — от смыслов и ценностей через стратегию в контент

02

Поймете, как измерить эффективность коммуникационного воздействия

03

Узнаете, как создавать полезные и яркие коммуникации для целевой аудитории

04

Узнаете, как подготовить и реализовать целостную стратегию корпоративных коммуникаций для решения задач бизнеса

05

Научитесь выстраивать взаимодействие с бизнесом (CEO/CEO-1), доносить свои идеи и получать одобрение на их реализацию

06

Освоите 6 главных инструментов внутренних коммуникаций