



**СООБЩЕСТВО**  
ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАТОРОВ

# Чем мы можем быть вам полезны?

Пара слов о Сообществе и наших  
услугах 😊



*ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА*

# Содержание

## О Сообществе внутренних коммуникаторов

- О компании..... 2
- Проекты и рекомендатели..... 5

## Наши продукты и услуги

- Консультации в области управления внутренними коммуникациями..... 7
- Индивидуальный коучинг руководителей..... 8
- Аудит корпоративной культуры Компании..... 9
- Исследования лояльности и вовлеченности персонала..... 11
- Комплексный аудит системы внутренних коммуникаций . 12
- Аудит корпоративного портала ..... 15
- Аудит корпоративного издания ..... 16
- Система адаптации новых сотрудников ..... 17
- Корпоративный кодекс: разработка и внедрение ..... 18
- Создание системы обратной связи сотрудников и руководства компании ..... 19
- Обучение и повышение квалификации ..... 20
- Стратегическая сессия по разработке программы ВК ..... 22
- Разработка и сопровождение корпоративной социальной сети ..... 23



## **История создания Сообщества внутренних коммуникаторов.**

Некоммерческое партнерство для содействия развитию внутрикорпоративных коммуникаций (НП СРВК) было образовано весной 2010 года, и зарегистрировано Министерством Юстиции России под номером ОГРН № 1107799010802 от 22 марта 2010 г.

14.10.2010 г. было зарегистрировано ИП Несмеева Анна Федоровна, Свидетельство о гос. регистрации серия 77 № 013861447 выдано 14.10.2010 Межрайонной ИФНС №46.

Однако этим, важным для нас событиям, предшествовало более 3х лет подготовительной работы. Впервые, о создании профессионального Сообщества мы задумались в 2005 году, во время оживленной дискуссии возникшей на форуме Intranet Russia.

В этом же году на площадке блог-сервиса LiveJournal было организовано тематическое комьюнити «Внутренние коммуникации», а спустя год, в 2006 появился и одноименный сайт. За эти годы, наш интернет-ресурс собрал самую представительную в Рунете библиотеку профессиональных материалов по теме внутренних коммуникаций и корпоративной культуры.

Сегодня наше Сообщество успешно работает на реальных и виртуальных площадках, организуя тематические встречи и дискуссии экспертов, мастер-классы и семинары, оказывая услуги в области консультирования и обучения (Школа внутреннего коммуникатора). Услуги Сообщества (под брендом Агентство Inside PR) представлены на сайте «О коммуникациях изнутри» [www.insidepr.ru](http://www.insidepr.ru).

**Подробнее о нашей работе и наших проектах, вы можете прочесть на сайте «Внутренние коммуникации» <http://www.inside-pr.ru>, на сайте «Школа внутреннего коммуникатора» <http://school-communication.ru>, в блоге Сообщества <http://inside-pr.livejournal.com>, на страницах в социальных сетях Facebook <http://www.facebook.com/Clubvk> и В Контакте <http://vkontakte.ru/vcclub>.**



## Наши цели:

1. Обмен опытом между специалистами в сфере внутрикорпоративных коммуникаций (ВК) и корпоративной культуры (КК), а так же профессиональными объединениями и ассоциациями, работающими в этой области.
2. Разработка профессиональных стандартов работы специалистов по внутренним коммуникациям и корпоративной культуре.
3. Повышение профессионального уровня и организация обучения специалистов по внутренним коммуникациям и корпоративной культуре.
4. Создание специализированных информационных ресурсов для специалистов по внутренним коммуникациям и корпоративной культуре.
5. Популяризация профессии и разъяснение роли специалистов по внутренним коммуникациям и корпоративной культуре, как на уровне широкой аудитории, так и на уровне организаций, профессиональных объединений и учебных заведений.

## Наши проекты:

- «Клуб внутренних коммуникаторов»: ежемесячные встречи и обсуждение актуальных проектов из области внутренних коммуникаций и корпоративной культуры. <http://www.inside-pr.ru>
- «Школа внутренних коммуникаторов»: первый специализированный публичный учебный центр, предназначенный для специалистов в области ВК и КК. Включает в себя очные и дистанционные программы <http://school-communication.ru/>
- «Агентство Inside PR»: оказание профессиональных услуг в области внутренних коммуникаций и корпоративной культуры [www.insidepr.ru](http://www.insidepr.ru)
- Премия «InterComm: Лучший проект года в области внутренних коммуникаций» - первая профессиональная премия за достижения в сфере внутрикорпоративных коммуникаций и корпоративной культуры. <http://www.internal-communicator.ru>



Мы рады представить вам некоторые из реализованных нами проектов. Данные проекты, представлены в портфолио компании, с согласия наших клиентов и заказчиков.

- ООО «СИБУР». Проведение семинара и деловой игры по использованию корпоративных социальных сетей.
- «МЕТИНВЕСТ-Холдинг» (Украина). Проведение обучения специалистов по внутренним коммуникациям. Проведение консультаций по формированию стратегии внутренних коммуникаций.
- ТЕКТА-групп. Разработка и проектирование интранет портала
- ГК «Лайф» / Пробизнесбанк. Проведение аудита корпоративного портала. Проведение фасилитационных сессий с менеджментом по выбору направлений развития ВК
- Компания Rockwool. Проведение исследования внутренних коммуникаций и корпоративной культуры
- ОАО «Сбербанк». Проведение исследования внутренних коммуникаций и корпоративной культуры в Блоке Финансы 2013,2014; обучение специалистов по внутренним коммуникациям различных блоков, тренинг коммуникативной грамотности для менеджмента компании
- ГК РУСАГРО. Проведение исследования внутренних коммуникаций и корпоративной культуры. Реализация проекта по трансляции и внедрению корпоративных ценностей
- ЗАО «Фирма АйТи». Проведение бизнес сессии для менеджмента в рамках разработки стратегии корпоративной социальной сети
- ОАО «Промсвязьбанк». Проведение исследования внутренних коммуникаций с точки зрения управленческой эффективности
- Компания PERI. Проведение стратегической сессии и серии деловых игр по реновации корпоративной культуры и корпоративных ценностей
- Компания JTI. Проведение стратегической сессии для актива сотрудников в рамках разработки стратегии развития корпоративной социальной сети. Проведение обучающих семинаров
- ООО «Леруа Мерлен Восток». Проведение исследования внутренних коммуникаций и корпоративной культуры, обучение специалистов по внутренним коммуникациям, разработка стратегии внутренних коммуникаций



Мы рады представить вам некоторые из реализованных нами проектов. Данные проекты, представлены в портфолио компании, с согласия наших клиентов и заказчиков.

- ЗАО «Мегафон». Проведение тренинга-семинара по digital-коммуникациям
- КУ «Росатом». Проведение обучения специалистов по внутренним коммуникациям
- ЗАО «РАМЭК-ВС». Проведение исследования внутренних коммуникаций и корпоративной культуры, тренинг коммуникативной грамотности для менеджмента
- ЦНИИ ЭИСУ. Проведение исследования внутренних коммуникаций и корпоративной культуры
- ОАО «АИЖК». Проведение исследования корпоративной культуры
- ГК «БАЗЭЛ». Проведение обучения специалистов по внутренним коммуникациям
- ЗАО «Энвижн Груп» (Nvision Group). Консультирование по развитию системы внутренних коммуникаций, внедрение корпоративной социальной сети
- ЗАО «Абсолютбанк». Проведение тренингов коммуникативной грамотности для менеджмента компании
- НПК «Горные машины» (Украина). Разработка политики развития внутренних коммуникаций и корпоративной культуры
- ОК «РУСАЛ». Проведение коммуникационного аудита. Проведение тренинга-семинара по работе с корпоративными социальными сетями
- ОАО «Кольская горно-металлургическая компания». Проведение тренинга коммуникативной грамотности для менеджмента компании
- ОАО «Северсталь-метиз». Обучение специалистов по внутренним коммуникациям
- ОАО «Юнимилк». Проведение исследования внутренних коммуникаций и корпоративной культуры
- Компания «Автомир». Проведение фасилитационных сессий с менеджментом по выбору направлений развития Интранет- систем



### Оценить качество выполненной работы и рекомендовать услуги Сообщества могут представители наших клиентов:

- Наталья Антоненко, Руководитель направления внутренние коммуникации ООО «СИБУР», тел. +7 (495) 777-55-00 (доб. 31-49)
- Юлия Баранова, Руководитель функции обеспечения персоналом, Дирекция по персоналу и организационному развитию ГК РУСАГРО. тел. +7 495 363 1661 доб.1726
- Елена Серова, HR manager, ROCKWOOL RUS Group, + 7 495 777 79 79, ext. 1216
- Ида Есипёнок , директор по персоналу, ЗАО «Фирма Айти», +7 903 616 20 84
- Мария Мироничева, Руководитель отдела Отдел стратегического маркетинга и внутренних коммуникаций ООО ПЕРИ (PERI), +7 495.642-8113 доб. 116
- Марина Кадыкова Главный специалист по внутренним коммуникациям Группа внутренних коммуникаций и развития корпоративной культуры Департамент управления персоналом. ОАО «Промсвязьбанк». + 7(495) 777-10-20, доб. (70) 65-48
- Анатолий Верещагин, Head of Corporate Affairs and Communications, JTI Marketing and Sales. +7 (495) 221 37 00 (ext. 7891344)
- Осипова Карина, Руководитель отдела внутренних коммуникаций ООО «Леруа Мерлен Восток» , +7 (495) 961 01 60, доб.: 00301
- Осьминина Александра, Заместитель Генерального директора по персоналу ЗАО «РАМЭК-ВС», +7 812 740-38-38 (доб. 5211)
- Екушова Марина, Начальник отдела подбора и развития персонала, Управление по работе с персоналом ОАО "АИЖК«, т. 775 47 40 (доб.1399)
- Лавринович Оксана, менеджер по персоналу ООО "Компания «Базовый Элемент» Тел. +7 (495) 729-53-61 (доб. 13 10),
- Закиев Рустам, Руководитель департамента внутренних коммуникаций, ОК «РУСАЛ», +7 (495) 7205170 (доб. 5139)
- Поддубная Анна, заместитель руководителя группы корпоративной культуры ОАО «Сбербанк», Тел. +7 (495) 957-58-54 (доб. 14-983)
- Адом Анна, Директор по коммуникациям, НПК Горные машины, Тел. +38 050 4741582; +38 067 6244855
- Шмотина Ольга, Руководитель НОУ УЦ "Кольский центр развития персонала« (КГМК) , Тел. +7 (81536) 6-60-05
- Новикова Наталья, Старший менеджер по коммуникациям ОАО «Северсталь-метиз», Тел.: +7 (8202) 53-86-67
- Лавренова Татьяна, PR-директор, ГК Автомир. Тел. +7 (903) 001-47-74
- Королева Лия, Руководитель направления внутренних коммуникаций, NVision Group. Тел. +7(495) 641-1210, 641-1212 (доб. 3837)
- Гольтяева Юлия, Project manager HR department, МЕТРО Cash&Carry ООО, Тел. +7 (495) 502-11-60



Наша компания специализируется на проведении проектов в области внутренних коммуникаций и корпоративной культуры.

**Каждый заказчик и каждый проект – уникальны.**

Однако, вы, вероятно захотите познакомиться с самими популярными услугами, которые мы оказываем.

## Внутренние исследования

- Аудит системы внутренних коммуникаций
- Аудит корпоративной культуры
- Аудит корпоративного издания
- Аудит корпоративного портала

## Развитие системы внутренних коммуникаций

- Разработка и внедрение системы управления внутренними коммуникациями (включая обучение персонала и создание регламентирующих документов)
- Разработка и внедрение системы каскадирования информации (включая обучение персонала и создание регламентирующих документов)
- Разработка и внедрение системы обратной связи Руководитель / Сотрудник (включая обучение персонала и создание регламентирующих документов)

## Управление лояльностью и вовлеченностью сотрудников

- Программы формирования лояльности сотрудников
- Программы признания
- Корпоративные конкурсы и системы наград
- Формирование и внедрение системы нематериальной мотивации

## Адаптация новых сотрудников

- Формирование и внедрение комплексной системы адаптации (включая обучение персонала и создание регламентирующих документов)
- Создание «Справочника нового сотрудника»

## Обучение и консультирование

- Индивидуальный коучинг руководителей
- Стратегическая сессия менеджмента
- Тренинг для специалистов по коммуникациям «Эффективные внутренние коммуникации»
- Тренинг «Коммуникативная грамотность» для среднего и линейного менеджмента





# Консультации в области управления ВК



СООБЩЕСТВО  
ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАТОРОВ

Внутренние коммуникации – это весь комплекс каналов и инструментов коммуникаций, позволяющий обмениваться информацией внутри организации. Услуга помогает компании создать эффективную систему каскадирования информации и решений среди управляющей команды и сотрудников, получения обратной связи. Наладить полное и своевременное информирование сотрудников, обеспечить высокий индекс доверия к получаемой информации. Обеспечить вовлечение сотрудников в процесс принятия и обсуждения решений и повысить их уровень проактивности.

## Какие задачи бизнеса решает?

- Повышение уровня удовлетворенности персонала
- Повышение уровня информированности персонала
- Повышение уровня лояльности и вовлеченности персонала
- Формирование позитивного HR бренда

## В каких случаях применимо?

- Коллектив компании свыше 100 человек.
- Компания заканчивает фазу реструктуризации.
- В компании существует долгосрочная бизнес-стратегия, но эффективность ее реализации не устраивает руководство.
- Внутрикорпоративные конфликты.
- В компании персонал является одним из основных драйверов развития/получения прибыли
- Компания выходит на рынки заимствования капитала.
- M&A.

## Этапы проекта

- Аудит системы корпоративных коммуникаций (базы регламентирующих документов, каналов коммуникаций и их эффективности).
- Разработка рекомендаций и внедрение изменений.
- Обучение персонала.
- Контроль внедрения изменений.
- Вторичный аудит (не раньше чем через год).

## Результаты (примеры)

- Повышение эффективности каналов коммуникации.
- Создание и внедрение новых форм коммуникации и получения обратной связи с сотрудниками.
- Индивидуальные форматы корпоративных информационных мероприятий в соответствии со стратегическими и операционными задачами бизнеса.
- Обученную команду, способную реализовать требуемые инициативы.

## Продолжительность

- Исследовательская часть – 4 мес.
- Обучение – 2 нед.
- Контроль внедрения – 2 мес.



[WWW.INSIDEPR.RU](http://WWW.INSIDEPR.RU)

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Услуга, целью которой является помощь руководителю повысить свою результативность как внешнего и внутреннего спикера через развитие навыков эффективных коммуникаций и коррекции психо-эмоциональных характеристик .

## Какие задачи бизнеса решает Коучинг?

- Коучинг позволяет найти «дисбаланс» в коммуникации руководителя, выявить и развить необходимый потенциал, направить его на решение конкретных задач .
- Примеры задач: Развить функцию Корпоративной культуры Компании , сформировать ко-брендинг личного бренда и компании, стать эмиссаром/моделью эффективного корпоративного поведения

## В каких случаях применим Коучинг?

Коучинг применим когда существует:

- Потребность в индивидуальном развитии руководителя
- Необходимость решить сложные задачи
- Желание руководителя развить/повысить личную эффективность и результативность руководителя как внешнего и внутреннего спикера
- Потребность в освоении конкретных навыков эффективной коммуникации

## Основные принципы работы:

- Партнерство/ Доверие
- Безопасность/ Конфиденциальность
- Результативность

## Этапы

- Установление отношений, диагностика, определение области для работы, постановка целей/ принятие ответственности, мониторинг изменений

## Результаты

- Разработана и принята программа внутреннего и внешнего позиционирования топ-менеджера
- Разрешен конфликт между «позиционированием компании» и «брендом руководителя»
- Улучшен эмоциональный фон в коллективе...

## Продолжительность

- 7-10 сессий в течение 3-6 месяцев, 1 раз в 1 – 2 недели по 2-4 часа



## В каких случаях применима программа

- Результаты Компании не соответствуют запланированным
- Компания пережила значительные изменения (M&A, реорганизация, внедрение систем качества и тп.)
- Большая оборачиваемость персонала

## Участники процесса (вовлеченные группы)

- Топ-менеджеры компании
- Руководители подразделений в группе до 15 человек
- Ключевые сотрудники компании в группе до 15 человек
- Представители HR-подразделения компании
- Рядовые сотрудники компании

## Используемые технологии и приемы

- Проведение глубинных интервью с руководителями компании
- Проведение фронтального опроса рядовых сотрудников компании
- Проведение фокус-группы с ключевыми сотрудниками компании
- Анализ существующих документов, регламентирующих корпоративную культуру
- Анализ сложившейся практики внутренних коммуникаций в компании
- Анализ сложившихся традиций, мероприятий, артефактов корпоративной культуры
- Подготовка аналитического отчета и рекомендаций по трансформации корпоративной культуры

## Продолжительность

- Продолжительность проекта составляет (в зависимости от территориальной расположенности компании) от 4х до 8 недель



1. Восприятие характера происходящих изменений.
2. Характер настроений (обстановки) в компании и в ее подразделениях.
3. Отношения между подразделениями, между центральным офисом и филиалами.
4. Основные черты внутреннего образа компании в восприятии сотрудников
5. Образ компании как работодателя и тенденции его трансформации.
6. Измерить уровень лояльности и удовлетворенности сотрудников
7. Зоны риска в области потери ключевых кадров
8. Оценка образа первых лиц компании.
9. Ключевые ценности корпоративной культуры, как есть (общие, в разбивке по группам)
10. Ценности корпоративной культуры в желаемом формате (общие, в разбивке по группам). Измерить разницу между ними
11. Зоны внутреннего комфорта сотрудников и их совпадения с ценностями компании
12. Выявить зоны риска в области внутренних убеждений и ценностей, препятствующих эффективному развитию компании



## В каких случаях применима программа

- Компания пережила значительные изменения (M&A, реорганизация, внедрение систем качеств и тп.)
- Большая оборачиваемость персонала / высокая доля новых сотрудников
- Агрессивный рост / расширение зоны присутствия компании
- Функция внутренних коммуникаций не выполняет поставленных задач

## Участники процесса (вовлеченные группы)

- Руководители компании (заказчик функции)
- Представители HR- и PR подразделений компании
- Сотрудники ВК подразделения
- Ключевые сотрудники компании (проведение интервью)
- Рядовые сотрудники компании (проведение фокус-групп)

## Используемые технологии и приемы

- Проведение фронтального анкетирования сотрудников
- Проведение глубинных интервью с руководителями компании
- Проведение фокус-групп с ключевыми сотрудниками компании
- Анализ корпоративных СМИ (публикации, сообщения, свойства и особенности СМИ)
- Анализ существующих документов, регламентирующих корпоративную культуру
- Анализ сложившейся практики внутренних коммуникаций в компании
- Анализ сложившихся традиций, мероприятий, артефактов корпоративной культуры
- Подготовка аналитического отчета и рекомендаций по трансформации корпоративной культуры

## Стоимость работ

Аудит системы внутренних коммуникаций – от 250 000 рублей.

Данная цена включает изучение нормативной документации, проведение общего обследования, проведение анкетирования, проведение 6-х экспертных интервью, проведение 3-х фокус-групп, подготовка отчёта.

## Сроки

Сроки проведения работ от 4 до 7 недель.



1. **Информационный и содержательные блоки изданий /каналов коммуникаций**
  - Структура изданий/каналов коммуникации
  - Информационная насыщенность
  - Оперативность
  - Своевременность
  - Популярные форматы
  - Популярные темы
2. **Аудитория изданий (по каналам)**
3. **Ширина покрытия и глубина проникновения изданий**
4. **Визуальные решения**
  - Usability структуры и навигации (портал)
  - Дизайн макета издания (бумажные издания)
  - Инфографика издания
  - Иллюстрации и фотографии
  - Общий стиль издания
5. **Степень доверия сотрудников к полученной информации**
  - Степень доверия
  - Лучшие спикеры
  - Актуальные темы
6. **Обратная связь**
  - Эффективность СМИ как канала обратной связи
  - Удобство использования
  - Готовность сотрудников участвовать в работе над изданием



7. Информированность сотрудников
  - Доступность информации и её характер
  - Знакомство с ключевыми персонами / событиями
  - Знание стратегии компании
8. Взаимное влияние различных каналов коммуникаций в компании
9. Перспективное направление развития изданий
10. Социальная обстановка в компании и её отражение в изданиях / каналах коммуникаций
11. Восприятие характера происходящих изменений читателями / сотрудниками компании
12. Характер настроений (обстановки) в компании и в её подразделениях.
13. Отношения между подразделениями, между центральным офисом и филиалами.
14. Основные черты внутреннего имиджа компании в корп. СМИ



Современная компания, чьи офисы и производства разбросаны по десяткам городов и часовых поясов, просто не может обойтись в своей работе без эффективного Интранет – портала.

Вы вложили в создание и развитие портала не один месяц работы и немало средств, но ваши сотрудники неохотно пользуются Интранетом?

Меню запутано, нужные документы невозможно найти, а на внутреннем форуме по углам скопилась пыль?

В этой ситуации вам поможет Аудит Интранет – портала.

(частный случай коммуникационного аудита)

## Программа действий:

- оценка Usability портала
- анализ структуры контента
- анализ дизайна и графических решений
- анализ предложенных сервисов
- описание цепочек бизнес – процессов реализуемых на портале
- оценка эффективности поиска и индексации
- работа с ожиданиями пользователей
- формирование предложений по развитию / изменению портала
- формирование коммуникационной программы продвижения портала и привлечению пользователей

Наши эксперты успешно реализовывали проекты по внедрению / обновлению Интранет - порталов в таких компаниях как МИАН - агентство недвижимости, МДМ - банк, Юнимилк, ФАС России, Росгосстрах и других.

## Результаты

В результате работы по проекту вы получите:

- Отчет о сильных и слабых сторонах вашего интранет - портала, его сравнение с интранет-порталами аналогичных организаций
- Рекомендации по улучшению и развитию вашего портала, в соответствии с поставленными задачами и пользовательскими предпочтениями
- По отдельному запросу может быть подготовлена программа продвижения обновленного портала и привлечения на него пользователей

## Стоимость

Аудит Интранет - портала - от 70 000 рублей.

Данная цена включает проведение обследования, проведение 4-х экспертных интервью, проведение фокус-группы, подготовка отчета.

## Сроки

Сроки выполнения работ - 1 -3 недели





У вас есть корпоративный журнал? Или может быть вы выпускаете газету для сотрудников? Ежемесячно тратятся десятки тысяч рублей, все озабочены сроками выхода, материалы шлифуются до идеального состояния и согласовываются во всех инстанциях?

Но почему-то читательский интерес к вашему журналу падает, а глядя на очередной выпуск газеты хочется ненавязчиво убрать её с глаз долой...

В этой ситуации вам поможет Аудит корпоративного издания.

(частный случай коммуникационного аудита)

## Программа действий

Аудит корпоративного издания это:

- оценка соответствия реального издания поставленным задачам и концепции издания
- оценка индекса читаемости издания
- оценка юзабилити верстки и макета издания
- анализ рубрикатора издания
- оценка качества текстов и заголовков
- анализ дизайна и графических решений
- оценка ожиданий читателей
- формирование предложений по развитию / изменению издания
- формирование коммуникационной программы продвижения издания и увеличение его популярности среди сотрудников

Если вы хотите получить дополнительную информацию о программе или заказать её проведение пишите нам.

## Результаты

В результате аудита вы получите отчет о сильных и слабых сторонах вашего издания, а так же сравнение вашего издания с корпоративными изданиями аналогичных компаний.

Вторая часть отчета будет посвящена необходимым доработкам и изменениям в вашем издании, с учетом поставленных задач и читательских предпочтений.

## Стоимость работ

Аудит одного издания – от 70 000 рублей..

Данная цена включает проведение обследования, проведение 4-х экспертных интервью, проведение фокус-группы, подготовка отчёта.

## Сроки

Сроки проведения работ от 1 до 3х недель.



Услуга по построению системы адаптации нового сотрудника решает задачу не только эффективной интеграции "новичков" в состав вашей компании, но и существенно снижает ваши затраты на поиск / подбор специалистов в дальнейшем, существенно улучшает имидж вашей компании как работодателя.

## Какие задачи бизнеса решает?

- Снижение финансовых и временных затрат на адаптацию
- Снижение рисков раннего увольнения сотрудника в ситуации не прохождения испытательного срока / не совпадения культурных стереотипов
- Активная интеграция новых сотрудников в текущую работу подразделений, преодоление низкой эффективности работы новичка во время испытательного периода
- Укрепление HR-бренда компании на внешнем и внутреннем рынке

## Когда нужна Система адаптации нового сотрудника?

- Когда в компании высок процент текучести кадров
- Когда в компании ведется массовый прием нового персонала
- Когда компания выходит на новые рынки
- Когда компания находится в ситуации слияния / поглощения

## Этапы

- Выявление и оценка источника проблемы
- Анализ существующих в компании инструментов адаптации
- Интервьюирование участников процесса
- Формирование / актуализация пакета регламентирующих документов
- Разработка типовой презентации, подготовка Hand-book (Справочника сотрудника), разработка специального раздела на портале
- Подготовка внутренних тренеров
- Создание рабочей группы «инструкторов», ответственных за актуализацию материалов
- Разработка мероприятий по интеграции новичков в коллектив
- Оценка результативности

## Основные принципы работы

- Партнерство и диалог с сотрудниками и руководством компании
- Системный подход к управлению процессами
- Ориентация на результат

## Результаты

- Полный комплект документов и процедур по адаптации новых сотрудников, готовый для тиражирования
- Обученные сотрудники, готовые самостоятельно актуализировать материалы и процедуры
- Вовлечение новичков в процесс разработки адаптационной модели

## Продолжительность

- 4 – 6 недель



Корпоративный кодекс для компании, играет ту же роль, что и конституция для государства. Как вы понимаете, ваш Основной закон может играть декларативную роль, демонстрируя миру вашу приверженность определенным ценностям и понятиям. А может на практике сосредоточить в себе главные правила и ключевые принципы, которым руководствуется ваша компания.

Как это будет - решать вам, Заказчику.

Для того, что бы корпоративный кодекс был понят, а главное – принят сотрудниками вашей компании, необходимо отнести к его разработке и внедрению со всей возможной ответственностью.

## Какие задачи бизнеса решает?

- Описание ключевых параметров корпоративной культуры
- Формализация «неписанных» норм и законов существующих в компании
- Создание «единого языка» взаимодействия для всего коллектива
- «Легализация» вашей корпоративной культуры во внешней среде

## Когда нужен корпоративный кодекс?

- В ситуации расширения компании (новый бизнес, новые подразделения)
- В ситуации слияния / поглощения
- В ситуации серьезных изменений внутри компании

## Этапы

- Оценка существующих норм и стандартов корпоративной культуры
- Описание «идеальной» корпоративной структуры
- Формирование рабочей группы сотрудников для разработки и продвижения корпоративного кодекса
- Разработка мероприятий по вовлечению сотрудников в разработку и принятие корпоративного кодекса
- Разработка коммуникационной программы по продвижению корпоративного кодекса (сообщения, визуализация, обсуждение, актуализация в тренингах и корпоративных материалах и т.п.)
- Оценка результатов

## Основные принципы работы

- Открытость и коллегиальность
- Прозрачность и творчество

## Результаты

- Разработка и внедрение нового (обновленного ) корпоративного кодекса
- Высокий уровень принятия и вовлеченности со стороны сотрудников в процесс

## Продолжительность

- 4 – 6 недель



# Создание системы обратной связи

Универсальным рецептом работы с сотрудниками является открытый диалог с ними. Понимание будущего, владение полной информацией у большинства людей ассоциируется с чувством уверенности. В отсутствие же информации люди готовы предполагать самое худшее. Тут же возникают сплетни и слухи, которые заполняют собой информационный вакуум.

В условиях работающей системы обратной связи, когда сотрудники могут не только получать информацию, но задавать свои вопросы, высказывать предложения - они становятся не просто зрителями, а полноправными участниками процесса развития компании. А значит их вовлеченность в дела компании – растет. Все это (и многое другое) может обеспечить правильно организованная Система обратной связи внутри компании.

## Какие задачи бизнеса решает система обратной связи?

- Обеспечение вовлеченности сотрудников в текущую деятельность компании
- Формирование устойчивого канала для трансляции мнения коллектива
- Выявление новых возможностей для развития и улучшения существующих бизнес-процессов
- Локализация негативных мнений и защита репутации компании

## Когда нужна эффективная система обратной связи?

- В любой компании с численностью более 100 человек
- Если у вас более 2х офисов или несколько бизнес-подразделений
- Если у вас активные профсоюзные организации
- Если компании происходят явления, суть которых вам не понятна
- Если в компании нарастают негативные явления (текучесть кадров, воровство, нарушение трудовой дисциплины, падение производительности труда)

## Этапы

- Анализ существующих методов и инструментов обратной связи
- Интервьюирование участников процесса
- Разработка и внедрение инструментов обратной связи
- Подготовка пакета регламентирующей документации
- Разработка коммуникационной компании по продвижению проекта
- Оценка результатов

## Результаты

- Внедренная система обратной связи
- Высокий уровень принятия сотрудниками (на основании исследования)

## Продолжительность

- 4 – 6 недель



# Обучение специалистов по коммуникациям

Качество внутренних коммуникаций напрямую влияет на скорость обмена информацией внутри компании, согласованность действий в достижении целей и задач компании, вовлеченность и лояльность персонала к компании.

Сегодня основой для трансляции информации и управленческих решений в большинстве компаний является каскадирование информации и эффективные каналы внутренних коммуникаций.

В этой ситуации сложно переоценить значение коммуникативной грамотности менеджера для эффективной работы всей организации и самого руководителя.

По мнению экспертов, отсутствие у руководителей навыка и желания общаться с подчинёнными становится ключевой проблемой управления персоналом на российских предприятиях.

## Цели обучения

Освоение основных знаний и умений, необходимых для построения эффективной системы внутренних коммуникаций.

## Тренинг по программе «Школа внутренних коммуникаторов» Что включает такая программа?

- Анализ существующей практики внутренних коммуникаций в компании (подготовка)
- Формирование понимания роли внутренних коммуникаций на примере кейсов лучших компаний
- Изучение инструментов и каналов внутренних коммуникаций, с учётом их специфика
- Изучение специфики внутренних аудиторий с учётом их привычек к потреблению информации
- Изучение механизмов обратной связи в компании и их активизации
- Формирование понимания запроса внутреннего клиента (руководители, HR и PR подразделения, линейный менеджмент, рядовые сотрудники).
- Тренинг личных навыков коммуникаторов (Личные выступления, Презентации, Работа с обратной связью, Ответы на «неприятные вопросы», Мотивационные беседы, Участие в каскадировании информации, Участие в работе системы внутренних коммуникаторов)
- Изучение в рамках деловых игр практики работы с существующими инструментами внутренних коммуникаций

## Целевая аудитория

Руководители и специалисты департамента по персоналу;

Руководители и специалисты учебных центров и корпоративных университетов ;

Руководители и специалисты по коммуникациям и маркетингу

Руководители и специалисты по внутренним коммуникациям.

Длительность программы – 3 дня

## Стоимость типовой программы при группе до 15 человек

40 000 рублей / день (при проведении в Москве)

50 000 рублей / день (при выезде в другие города)

+ комплект раздаточных материалов для участников



Сегодня основой для трансляции информации и управленческих решений в большинстве компаний является каскадирование. В этой ситуации сложно переоценить значение коммуникативной грамотности менеджера для эффективной работы всей организации и самого руководителя.

По мнению экспертов, отсутствие у руководителей навыка и желания общаться с подчиненными становится ключевой проблемой управления персоналом на российских предприятиях.

Линейный руководитель - самый авторитетный спикер для большинства своих подчиненных - чаще всего не может или не хочет общаться с ними в доступной и адекватной манере.

Не меньшей проблемой становится и избегание сложных тем или искажение информации поступившей от топ-менеджмента компании.

- Как объяснить менеджеру важность коммуникаций?
- Как предотвратить искажение информации?
- Как наладить обратную связь с коллективом?
- Этому посвящен наш тренинг «Коммуникативная грамотность менеджера»

## Что включает типовой тренинг коммуникационной грамотности?

- Анализируем существующие практики внутренних коммуникаций в компании (подготовка)
- Формируем понимание роли внутренних коммуникаций на примере кейсов лучших компаний
- Тренируем личные навыки коммуникаторов (Личные выступления, Презентации, Работа с обратной связью, Ответы на «неприятные вопросы», Мотивационные беседы, Участие в каскадировании информации, Участие в работе системы внутренних коммуникаторов)
- Показываем как работать с существующими инструментами внутренних коммуникаций
- Тренируемся на кейсах и деловых играх
- Поддерживаем и вдохновляем!!!

## Длительность программы

2 дня (16 часов)

## Стоимость типовой программы при группе до 15 человек

40 000 рублей / день (при проведении в Москве)  
50 000 рублей / день (при выезде в другие города)  
+ комплект раздаточных материалов для участников



## Цели стратегической сессии:

- Выработка и принятие стратегических решений по развитию и реализации системы внутренних коммуникаций
- Разработка документов, определяющих основные ориентиры, направления и технологии развития внутренних коммуникаций на долгосрочный (3 – 5 лет) и среднесрочный период (1 - 2 года).

## Задачи:

- Согласование роли и места системы внутренних коммуникаций компании, описание её стратегических целей и задач
- Описание используемых инструментов и стандартов их использования
- Определение критериев эффективности работы системы ВК
- Формирование плана работ на среднесрочный период
- Сплочение сотрудников, реализующих функции внутренних коммуникаций и развития корпоративной культуры

## В результате сессии будут сформулированы (в сознании участников и на бумаге):

- Текущее положение компании, ее сильные и слабые стороны, угрозы и возможности
- Роль служба внутренних коммуникаций в компании
- Стратегические цели внутренних коммуникаций (обычно на 5, 3, 1 год)
- Политика и инструментарий внутренних коммуникаций компании
- Правила взаимодействия: с партнерами, коллегами, подчиненными, руководством
- Идентичность компании (какие мы есть, за что мы любим свою компанию, наша история, ключевые достижения)
- План работ на среднесрочный период
- Перечень бизнес-процессов внутренних коммуникаций, укрупненное описание основных бизнес-процессов внутренних коммуникаций
- Укрупненное описание организационной структуры отдела внутренних коммуникаций, цели и задачи сотрудников, распределение полномочий и ответственности



## Цели создания программы:

- Разработка плана действий в области внутренних коммуникаций, для формирования позитивного и проактивного восприятия сотрудниками изменений, происходящих в компании.
- Разработка документов, определяющих цели, задачи и основные критерии эффективности коммуникации в рамках коммуникации программы изменений.

## Задачи:

- Согласование роли и места системы внутренних коммуникаций компании, описание её стратегических целей и задач
- Описание используемых инструментов и стандартов их использования
- Определение критериев эффективности работы системы ВК
- Формирование плана работ на среднесрочный период
- Сплочение сотрудников, реализующих функции внутренних коммуникаций и развития корпоративной культуры

## В результате сессии будут сформулированы (в сознании участников и на бумаге):

- Текущее положение компании, ее сильные и слабые стороны, угрозы и возможности
- Роль служба внутренних коммуникаций в компании
- Стратегические цели внутренних коммуникаций (обычно на 5, 3, 1 год)
- Политика и инструментарий внутренних коммуникаций компании
- Правила взаимодействия: с партнерами, коллегами, подчиненными, руководством
- Идентичность компании (какие мы есть, за что мы любим свою компанию, наша история, ключевые достижения)
- План работ на среднесрочный период
- Перечень бизнес-процессов внутренних коммуникаций, укрупненное описание основных бизнес-процессов внутренних коммуникаций
- Укрупненное описание организационной структуры отдела внутренних коммуникаций, цели и задачи сотрудников, распределение полномочий и ответственности





Корпоративные социальные сети – ясно различимый тренд коммуникаций последнего года. Отрицать их роль в корпоративной или частной жизни сегодня совершенно не возможно. Однако, вопрос о том, чего в их влиянии больше – пользы или вреда, пока не имеет конкретного решения

Мы покажем как инструменты социализации (корпоративная социальная сеть, блог или вики) помогут решать задачи повышения лояльности и вовлеченности сотрудников, а так же будут служить эффективным способом обобществления и фиксации знаний внутри компании.

## Какие задачи бизнеса решает CSN (corporate social network)?

- Обеспечение вовлеченности сотрудников в текущую деятельность компании
- Формирование устойчивого канала обратной связи и обмена мнениями среди сотрудников
- Выявление новых возможностей для развития и улучшения существующих бизнес-процессов
- Создание качественно нового канала по сбору и управлению идеями
- Эффективный инструмент адаптации новых сотрудников

## Когда нужна CSN (corporate social network)?

- Если ваш бизнес активно растёт и изменяется
- Если в вашей компании велика доля молодых специалистов (поколение У)
- Если перед вами стоят задачи по вовлечению сотрудников в процессы изменений
- Если вы хотите эффективно управлять знаниями и инновациями

## Этапы

- Анализ существующей бизнес – потребности
- Интервьюирование заказчиков и участников процесса
- Разработка стратегии развития социальной сети
- Поддержка в рамках проведения тендера по выбору платформы
- Работа на этапе пилотного внедрения
  - Подбор пилотной группы
  - Определение критерии эффективности CSN (corporate social network)
  - Определение технологических требования
  - Разработка систем мотивации участников
- Работа на этапе промышленной эксплуатации
  - Управление групповой динамикой в CSN (corporate social network)
  - Мотивация на ценностно ориентированное поведение участников в рамках стратегии развития CSN (corporate social network)
- Оценка результатов

## Результаты

- Внедрённая CSN (corporate social network)
- Повышение эффективности обратной связи
- Повышение эффективности сбора идей, знаний и работы с инновациями

## Продолжительность

- 10 - 24 недели



Индивидуальный предприниматель Несмеева Анна Федоровна  
Юридический адрес: 117638, Москва, Симферопольский пр-д, д.14,  
кв.41

Почтовый адрес: 117638, Москва, а\я 16, Несмеева А.Ф.

Свидетельство о гос. регистрации серия 77 № 013861447 выдано  
14.10.2010 Межрайонной ИФНС №46

ОГРНИП: 310774628700770

ИНН: 772 628 906 228

Банк ПАО ВТБ 24

БИК: 044525716

к/с: 30101810100000000716 в ОПЕРУ ГТУ Банка России

р/с: 40802810300000005472 в ВТБ 24 (ПАО)



# СООБЩЕСТВО ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАТОРОВ АГЕНТСТВО INSIDE PR

Россия, г.Москва, Симферопольский проезд, 14-41

Тел. +7 (926) 900-11-43

Skype: nesmeeva-anna

E-mail: [info@inside-pr.ru](mailto:info@inside-pr.ru), [anna@inside-pr.ru](mailto:anna@inside-pr.ru)

<http://www.insidepr.ru> – сайт агентства INSIDE PR

<https://inside-pr.ru> – портал Все о внутренних  
коммуникациях

<http://school-communication.ru> - Школа  
внутреннего коммуникатора

WWW.INSIDEPR.RU

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

