



Внутрішній PR в ІТ компаніях

91% факторов, формирующих лояльность сотрудников и 99,5% факторов, влияющих на их удовлетворение своей работой, непосредственно связаны с эффективной коммуникацией

Дэвид Керк

Внутренний PR и есть та общая территория, на которой совместными усилиями специалисты по коммуникациям и HR-менеджеры выстраивают благоприятные отношения между компанией и коллективом.

Дэвид Керк

Внутрішній PR – це цілеспрямовані дії спрямовані на формування позитивного образу компанії в очах її співробітників, та організація ефективного діалогу між компанією та її працівниками

Цілі внутрішнього PR

- Єдина інформаційна система всередині компанії
- Сприятливий імідж компанії
- Лояльний персонал
- Позитивний імідж ключових топ-менеджерів компанії

Завдання внутрішнього ПР

- Формування єдиної інформаційної політики
- Формування позитивного іміджу та репутації ключових топ- менеджерів та компанії в цілому
- Забезпечення зворотного зв'язку від персоналу
- Формування єдиних стандартів поведінки у відповідності до корпоративного кодексу та етики компанії
- Ефективне донесення цінностей, місії і корпоративної культури компанії

Етапи розробки стратегії внутрішнього ПР

1. Аналіз

- Ситуації
- Аудиторії
- Організації
- Інформаційних потреб
- Визначення внутрішніх комунікаційних каналів



2. Стратегія

- Формування цілей і завдань
- Розробка варіантів стратегії
- Використання ефективних комунікацій



4. Оцінка

- Оцінка стратегічного плану



3. Тактика

- Вибір комунікаційної тактики
- Реалізація стратегії

Інструменти внутрішнього PR

Інформаційні

Інтернет та Інтранет сайти

Електронна розсилка
повідомлень

Корпоративні видання

Аналітичні

Фокус групи

Анкетування

Опитування

Комунікаційні

Виступи керівництва та
спеціалістів

Сесії відкритих запитань та
відповідей з топ-
менеджментом компанії

Конференції та наради

Соціальні сітки

Блоги

Форуми

Чати

Для досягнення стратегічних цілей PR необхідна тісна співпраця топ –менеджменту, HR і PR департаменту компанії

Дякую, за увагу!