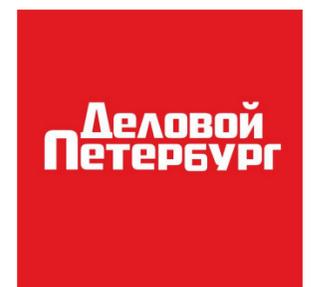


PRHR
production

КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СТИЛЕ
«КТО В ЛЕС, КТО ПО ДРОВА»,
ИЛИ ПОЧЕМУ PR И HR БОЛЬШЕ НЕ МОГУТ РАБОТАТЬ
ОТДЕЛЬНО

Наталья Рушкевич
prhrproduction.ru



ИНТРО

- В КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ С 2005 ГОДА
- ОБРАЗОВАНИЕ: ВЫСШЕЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ + PR + HR
- СООСНОВАТЕЛЬ СООБЩЕСТВА #PRSPB
- КУРАТОР ПРЕМИИ IT HR AWARDS (ITHRAWARDS.RU)
- ТЕМОЙ PR+HR ЗАНИМАЮСЬ С 2010 ГОДА
- ОСНОВАТЕЛЬ ЦЕНТРА ПРОДЮСЕРСКИХ КОММУНИКАЦИЙ
PRHRPRODUCTION.RU
- TEAM LEAD PR+HR CLUB



Google в помощь
www.prhrproduction.ru

ЧТО ТАКОЕ PR+HR?



СИСТЕМА PR+HR — ЭТО [ИНТЕГРАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ И РАБОТЫ С ЛЮДЬМИ] ДЛЯ ВЫСТРАИВАНИЯ ВНЕШНИХ И ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ В КОМПАНИИ КАК [ЕДИНОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ КОРПОРАТИВНОЙ СИСТЕМЫ]



PR+HR — ЭТО НЕ МАРЧАР (МАРКЕТИНГ + HR)



- МАРЧАР — ЛОКАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ДЛЯ РАБОТЫ HR СПЕЦИАЛИСТА (ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА В HR - DIGITAL, РЕКРУТИНГЕ И ДРУГИХ HR-ПРОЦЕССАХ)
 - PR+HR — СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ГЛОБАЛЬНАЯ ШТУКА ДЛЯ КОМПАНИИ (ЦЕЛИ БИЗНЕСА, СТРАТЕГИЯ ИЗНУТРИ-НАРУЖУ, СНАРУЖИ - ВНУТРЬ)
- 

**А ВОООЩЕ, ВСЯ ЭТА ИСТОРИЯ — ПРО
КОММУНИКАЦИИ С ЛЮДЬМИ,
ПРОДВИЖЕНИЕ И РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА С
ПОМОЩЬЮ ЛЮДЕЙ, А В ИТОГЕ — ПРО
ДЕНЬГИ.**



PR+HR — ЭТО... (КАК В ЖВАЧКЕ LOVE IS...)

- КОГДА ПИАРЩИКИ С ЭЙЧАРАМИ НАЧИНАЮТ ЖИТЬ НА ОДНОЙ ПЛАНЕТЕ
- КОГДА ИНТЕРЕСУЮТСЯ ПЛАНАМИ ДРУГ ДРУГА
- КОГДА НЕ ДЕЛЯТ ПОЛЯНУ
- КОГДА УЧАТСЯ РАБОТАТЬ ВМЕСТЕ
- КОГДА ВСЕ "КУРЫ" ОСОЗНАЮТ, ЧТО ОНИ ВОООБЩЕ-ТО НАЕМНЫЕ РАБОТНИКИ, А БИЗНЕСУ НУЖНЫ ДЕНЬГИ, А НЕ КУРЯТНИК
- "КАК ЗДОРОВО, ЧТО ВСЕ МЫ ЗДЕСЬ СЕГОДНЯ СОБРАЛИСЬ" (С)

PR+HR ЭТО

Любовь это...



...счастье для двоих.

БЫТЬ НА ОДНОЙ ВОЛНЕ

risovach.ru

КЕЙС ИЗ 2010 ГОДА (ЭТО ЦЕЛЫХ 10 ЛЕТ НАЗАД!)



PR+HR

А В ЭТО ВРЕМЯ



Развитие ситуации



Новенькая девушка-схемотехник щедро делится с подписчиками в ЖЖ информацией о своей работе и продукте: "Это говно все равно работать не будет, хоть ***ись. Сижу ржу" + фото.

Это находит PR

Параллельно это находят дилеры. Отправляют конкурентам. Расходится по рынку.

HR сливается - не уследил руководитель (мы наняли, провели welcome и адаптировали). PR – разруливает. Генеральный - орёт.

Большие убытки по меркам компании, разборки внутри и снаружи. Разгребаем, но ничему не научились.



PR+HR



- Это сотрудник дурак/плохой?
 - Мы не уследили?
 - Мы не компетентны?
 - Мир изменился?
 - Может мы не объяснили?
 - Что делать?
- 

Что произошло с PR и HR?



- НЕ ДОГОВОРИЛИСЬ
- ДАЖЕ НЕ ХВАТИЛО МОЗГОВ, ЧТОБЫ ДОГОВАРИВАТЬСЯ
- РАЗНЫЙ "МЕНТАЛИТЕТ" СПЕЦИАЛИСТОВ
- РАЗНОЕ ПОНИМАНИЕ ЗОНЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
- РАЗДЕЛЕНИЕ ГРАНИЦ
- НЕ СМОГЛИ
- НЕ ПОНИМАЛИ
- И НЕ ХОТЕЛИ



КТО В ЛЕС, КТО ПО ДРОВА

(с)

ИЗ ГОВНА

И ПАЛОК

И жили бы так еще много лет

Говорите правильно.
Вместо "из ■овна и палок"
- "дендро-фекальный
принцип
конструирования"



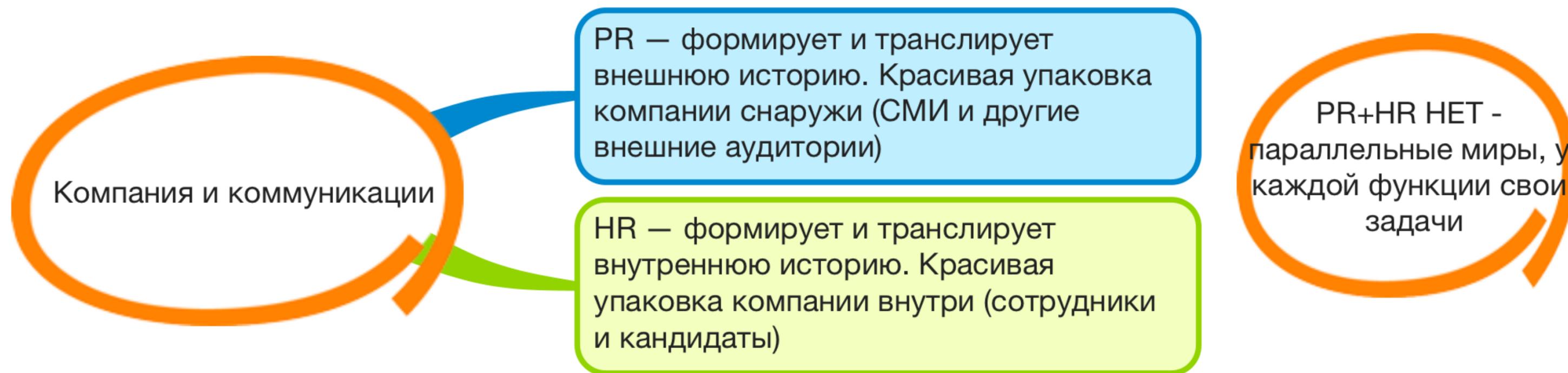
**НО ТУТ, БУДЬ ОНИ НЕ ЛАДНЫ - ПОЯВИЛИСЬ
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**

**НА ПЕРВОМ ЭТАПЕ - ФОТОЧКИ, КОТИКИ И ПЕРЕПИСКА
С РОДСТВЕННИКАМИ (≈ ДО 2013-2014 ГОДА)**

А С 2015 ПОНЕСЛОСЬ - КАЖДЫЙ КРОЛИК — АГРОНОМ

**АККАУНТЫ, ЛИЧНЫЕ БРЕНДЫ, И ДАЖЕ "ЛИЧНЫЕ
МЫСЛИ", КОТОРЫЕ НАДО ВЫВАЛИТЬ В СЕТЬ!!!**

КАРТА КОРПКОММУНИКАЦИЙ ИЗ ПРОШЛОГО



ПРОТИВНОЕ НАСТОЯЩЕЕ

Компания и коммуникации:
3 коммуникационных
игрока на корпоративном поле

PR — формирует и транслирует внешнюю историю. Красивая упаковка компании снаружи (СМИ и другие внешние аудитории) + **отбивается от прилетающего снаружи и от персонала**

Сотрудники и кандидаты — самостоятельно формируют внутреннюю и внешнюю повестку, если PR+HR не предотвратили угрозы. **Корпоративная история может получиться НЕкрасивой!**

HR — формирует и транслирует внутреннюю историю. Красивая упаковка компании внутри (сотрудники и кандидаты) + **Отбивается от прилетающего от персонала и снаружи**

ЧТО ПРОДВИГАЕТ КОМПАНИЯ НА РЫНКЕ?

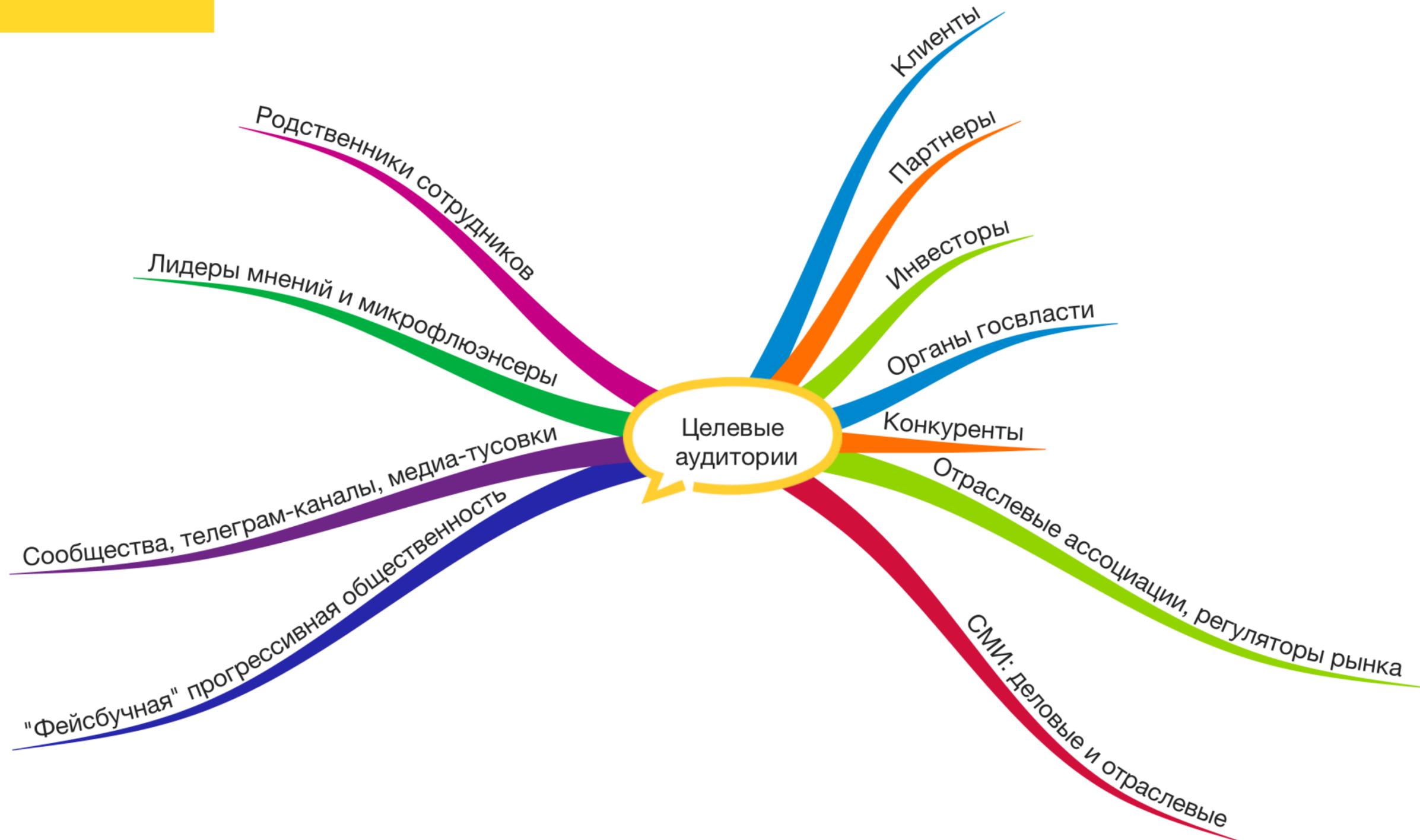


- ПРОДУКТЫ
 - УСЛУГИ
 - СЕБЯ КАК ПРОДУКТ - (БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ)
- 

Чья зона ответственности? HR или PR?



Чья зона ответственности? HR или PR?



ВСЕ ИЗМЕНИЛОСЬ



- БОЛЬШЕ НЕТ "КАКОЙ-ТО" КОМПАНИИ
 - ВСЕ БОЛЬШЕЕ ЗНАЧЕНИЕ ИМЕЮТ ЛЮДИ-БРЕНДЫ И КОМАНДЫ, РАБОТАЮЩИЕ В КОМПАНИИ
 - "КРАСИТЬ ФАСАДЫ" - БЕСПОЛЕЗНО
- 

ПРОСТОЙ ЧЕРНЫЙ PR



- РАНЬШЕ "БИЛИ" ТОЛЬКО ПО ПРОДУКТАМ И СЕРВИСУ
- ТЕПЕРЬ — ПО HR-БРЕНДУ, ЧТО В РАЗЫ ЭФФЕКТИВНЕЕ
- ВСПОМИНАЕМ САЙТЫ С "ОТЗЫВАМИ СОТРУДНИКОВ" И ПЛАЧЕМ ВСЛУХ:)



ДАЖЕ ТАК

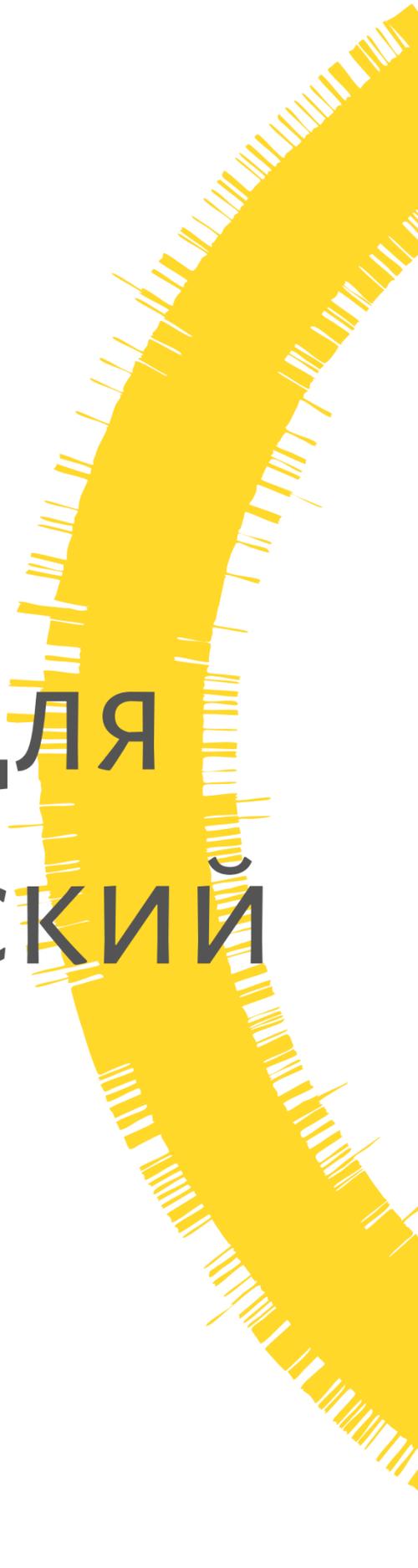


- НН - РАБОЧИЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ВСЕХ
 - НА САЙТЕ - НЕТ ВОЗМОЖНОСТИ КОММЕНТИТЬ
 - ПРИЛОЖЕНИЕ С ОТЗЫВАМИ - УЖЕ ЕСТЬ
 - ЛЮДИ В СОЦСЕТЯХ РАССКАЖУТ ВСЕ ПРО КОМПАНИЮ И СОСТОЯНИЕ БИЗНЕСА
- 

ЧТО ДЕЛАТЬ ВМЕСТЕ?



СОСТАВЛЯТЬ "КАРТЫ ПУТЕШЕСТВИЙ" ДЛЯ
ВСЕХ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ (КЛИЕНТСКИЙ
ОПЫТ)



КЛИЕНТЫ КОМПАНИИ



- КЛИЕНТЫ, КОТОРЫЕ НЕПОСРЕДСТВЕННО ПЛАТЯТ ДЕНЬГИ
- ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ - КЛИЕНТЫ
- СОТРУДНИК - ВНУТРЕННИЙ КЛИЕНТ
- КАНДИДАТ - ВНЕШНИЙ КЛИЕНТ

КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ



- CUSTOMER JOURNEY MAP — КАРТА
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КЛИЕНТА С ПРОДУКТОМ/
КОМПАНИЕЙ
 - EMPLOYEE JOURNEY MAP — КАРТА
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ КАНДИДАТА/СОТРУДНИКА С
КОМПАНИЕЙ
- 

ТЕХНИКА - ТОЧКИ КОНТАКТА



ТЕХНИКА "ТОЧКИ КОНТАКТА"



- РИСУЕМ "СОЛНЫШКО"
 - ИЩЕМ ТОЧКУ, В КОТОРОЙ ПЕРЕСЕКАЕМСЯ
 - ДУМАЕМ, ЧТО МЫ МОЖЕМ "ДАТЬ"
ПРЕДСТАВИТЕЛЮ ЦА В ЭТОЙ ТОЧКЕ, ЧТОБЫ
УЛУЧШИТЬ ЕГО ОПЫТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С
КОМПАНИЕЙ, А НАМ — ПОДСТРАХОВАТЬСЯ
- 

**ПРАКТИКА -
СОВМЕСТНЫЙ PR+HR -
ОНЛАЙН И ОФФЛАЙН
ГУГЛЕЖ**



ЧТО ГУГЛИМ? ВСЁ!



01

ВСЕ ВНУТРЕННИЕ И
ВНЕШНИЕ
КОММУНИКАЦИОННЫЕ
ПРОЦЕССЫ В КОМПАНИИ

02

САЙТ СВОЕЙ КОМПАНИИ
И САЙТЫ КОНКУРЕНТОВ

03

Онлайн СМИ:
ИНТЕРВЬЮ,
КОММЕНТАРИИ, ЗАПИСИ

04

СОЦСЕТИ: СВОЕЙ
КОМПАНИИ И
КОНКУРЕНТОВ

05

ОТЗЫВЫ ПРОДУКТЕ,
УСЛУГАХ, СЕРВИСЕ

06

ОТЗЫВЫ О КОМПАНИИ,
КАК О РАБОТОДАТЕЛЕ

07

JOB-СТРАНИЦЫ: СВОИ
УПРАВЛЯЕМЫЕ И
ЗАБРОШЕННЫЕ +
КОНКУРЕНТОВ

08

ЛЮДЕЙ ИЗ КОМПАНИИ:
ТОПОВ, ЛИДЕРОВ
МНЕНИЙ, РЯДОВЫХ
СОТРУДНИКОВ.
ПОДГЛЯДЫВАЕМ.

09

КАРТИНКИ, ВИДЕО НА
ЮТУБЕ И В ПОИСКОВИКАХ,
ПОДКАСТЫ

10

"ГҮГЛИМ" НАШ ОФИС
МЕТОДОМ ТАЙНОГО
ПОКУПАТЕЛЯ (КУРЬЕРЫ,
КАНДИДАТЫ, ОБРАТНАЯ
СВЯЗЬ)

БУДЕТ ПРИЛЕТАТЬ! ПОЭТОМУ:



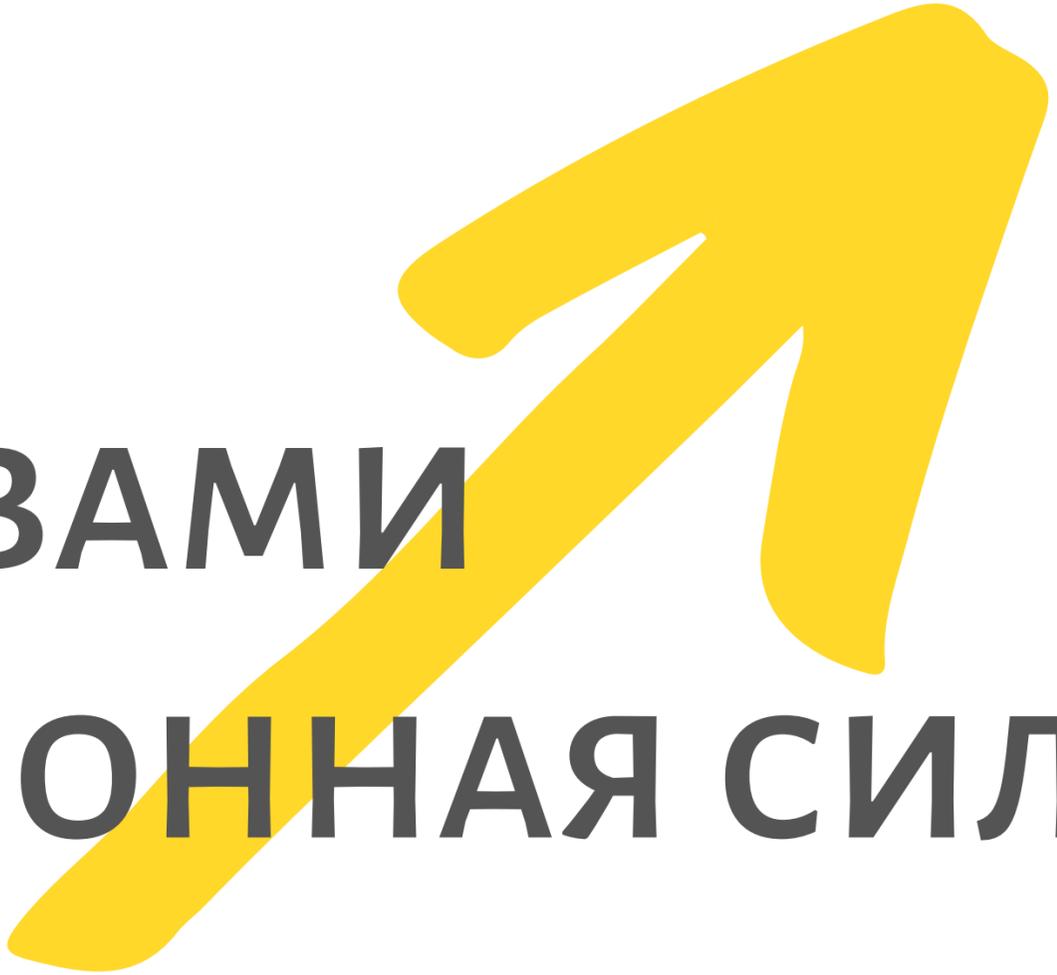
- PR+HR НАДО ОТБРОСИТЬ АМБИЦИИ И УЧИТЬСЯ РАБОТАТЬ ВМЕСТЕ
 - ЕСЛИ КОНТАКТА НЕТ — ТО НАЛАЖИВАТЬ ЧЕРЕЗ "НЕ ХОЧУ" — ИСКАТЬ ТОЧКИ СОПРИКОСНОВЕНИЯ И ОБЩЕГО ПРОФИТА
- 

- **БУДЬТЕ УМНЕЕ**
 - **ДЕЙСТВУЙТЕ НА ОПЕРЕЖЕНИЕ**
 - **КОРПОРАТИВНЫЕ ВОЙНЫ - ЭТО КРУТО, НО ПОБЕДИТЕЛЕЙ В ЭТОЙ ВОЙНЕ НЕ БУДЕТ**
- 

ПРИНЦИП КОРПОРАТИВНОГО АЙКИДО



**ИСПОЛЬЗУЙТЕ СИЛУ КОРПОРАТИВНОГО
ПРОТИВНИКА ПРОТИВ НЕГО САМОГО (С)**



**ДА ПРЕБУДЕТ С ВАМИ
КОММУНИКАЦИОННАЯ СИЛА:)**