

Информационная политика компании: 10 принципов

Елена Деревянко,
*управляющий партнер Агентства PR-Service,
вице-президент Украинской PR-лиги, канд.экон.наук, доц.*

Киев, 2015

Принцип № 1



- ❑ Системно управлять корпоративной репутацией, а не просто будоражить информационное пространство и умы стейкхолдеров
- ❑ Синхронизировать все направления коммуникационной активности



Принцип № 2



- ❑ Инвентаризировать/мобилизовать все имеющиеся PR-ресурсы и подумать о расширении ресурсного потенциала
- ❑ Проверить, действительно, ли компания достаточно клиент-ориентирована



- ❑ Актуализировать документально оформленную информационную политику - от идеологического до процедурного уровня.



Принцип № 4



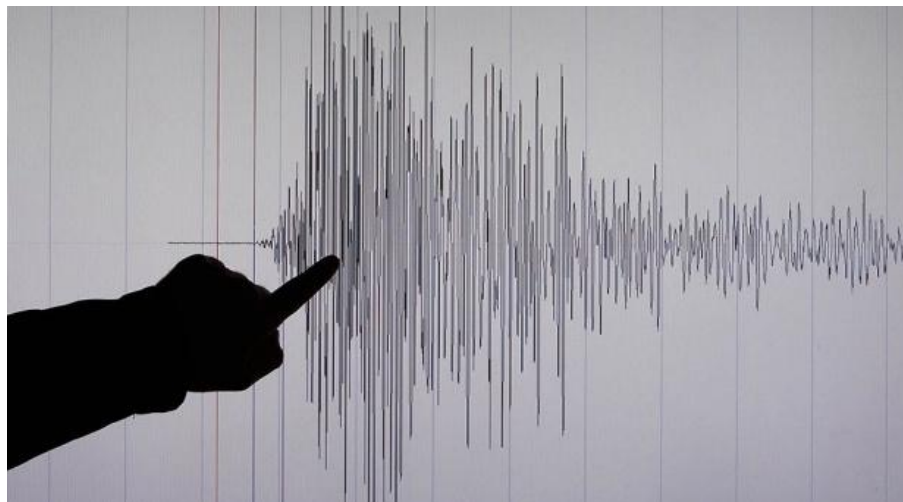
- ❑ Учитывать изменившиеся ландшафт информационного пространства и логику разгонки сигнала



- ❑ Уделять особое внимание внутренним коммуникациям и внутренней информационной политике



- ❑ **Организовать систему раннего предупреждения о первых симптомах репутационных рисков**



Принцип № 7



- ❑ **Инициировать КСО-активности, которые реально приносят пользу обществу и сопоставимы с возможностями компании**



Принцип № 8



- ❑ Развлекая, поучать: рассказывать истории и визуализировать смыслы - людям это нравится.



Принцип № 9



- ❑ Еще активнее серфить на тенденциях - естественность ценится выше, чем обычно

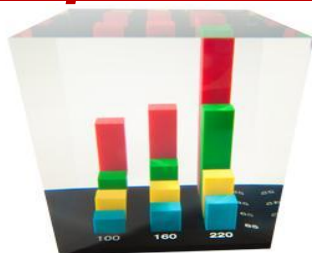


Принцип № 10



Помнить, что прозрачность = ограниченная правдивость, а не пористость организации

Прозрачность



≠

Пористость



□ Прозрачность – сознательное и намеренное раскрытие внутренних систем с целью обеспечить всем находящимся вне организации доступ к информации в соответствии с внутренней политикой

□ Пористость – прохождение информации к внешней аудитории с выходом за пределы контролируемых каналов без учета более отдаленных последствий коммуникации



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



04053 Киев, пер. Бехтеревский, 14, оф. 17

Тел./Факс: (044) 5013244, 5013293, 4866427

www.pr-service.com.ua