

Почему внешний PR не работает без внутреннего?

От хаоса к системе

Наталья Рушкевич | Карго-Культ #1

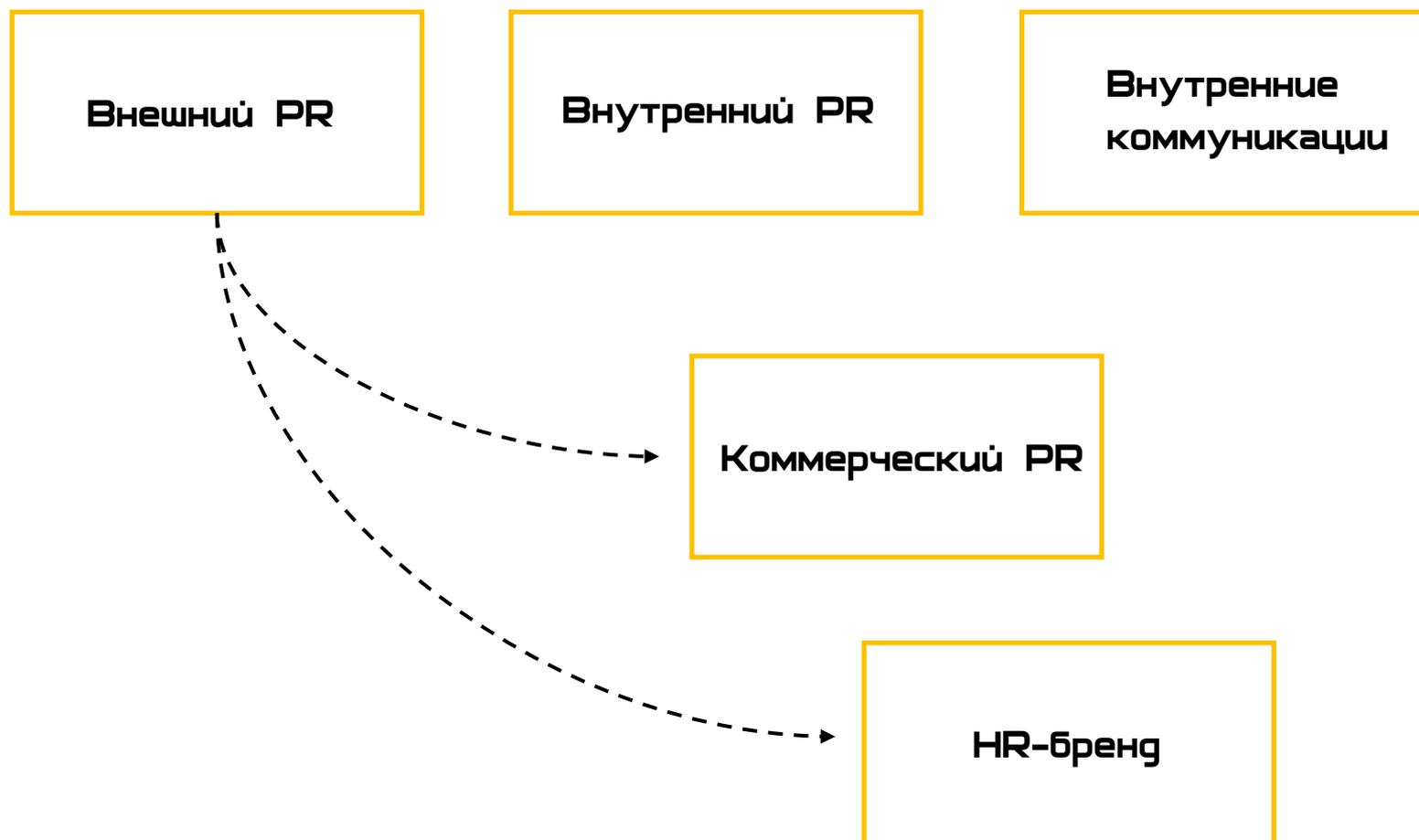
#Интро

- Образование: техническое, PR, HR
- В корпоративных коммуникациях с 2005 года
- С 2010 в IT/Телеком
- Занимаюсь внедрением интегрированных коммуникаций в бизнес-процессы
- Профессиональное убеждение: PR без HR – деньги на ветер

История о том, что компании могут сливать огромные бюджеты во внешний PR и маркетинг, но не обращать внимание на PR внутренний.

Как «поженить» PR и HR, и зачем вообще это делать?

Как много разных PR



А все это вместе?

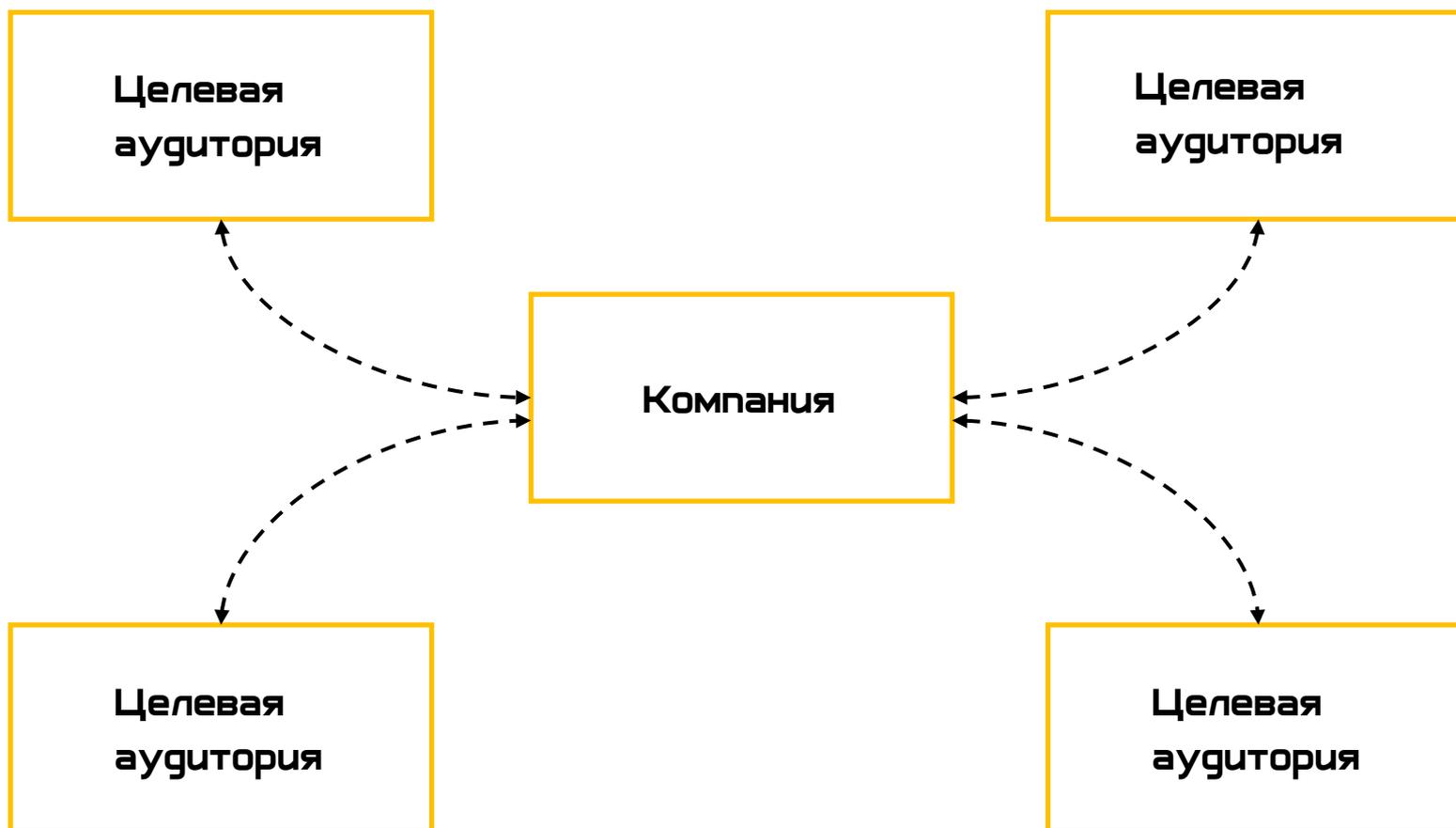
**Коммуникационная
система**

Живой организм (с)

**Представим, что
компания – это
контакт-центр**

8-800-...

Постоянная коммуникация



Две модели в клиентском сервисе

Мультиканальность

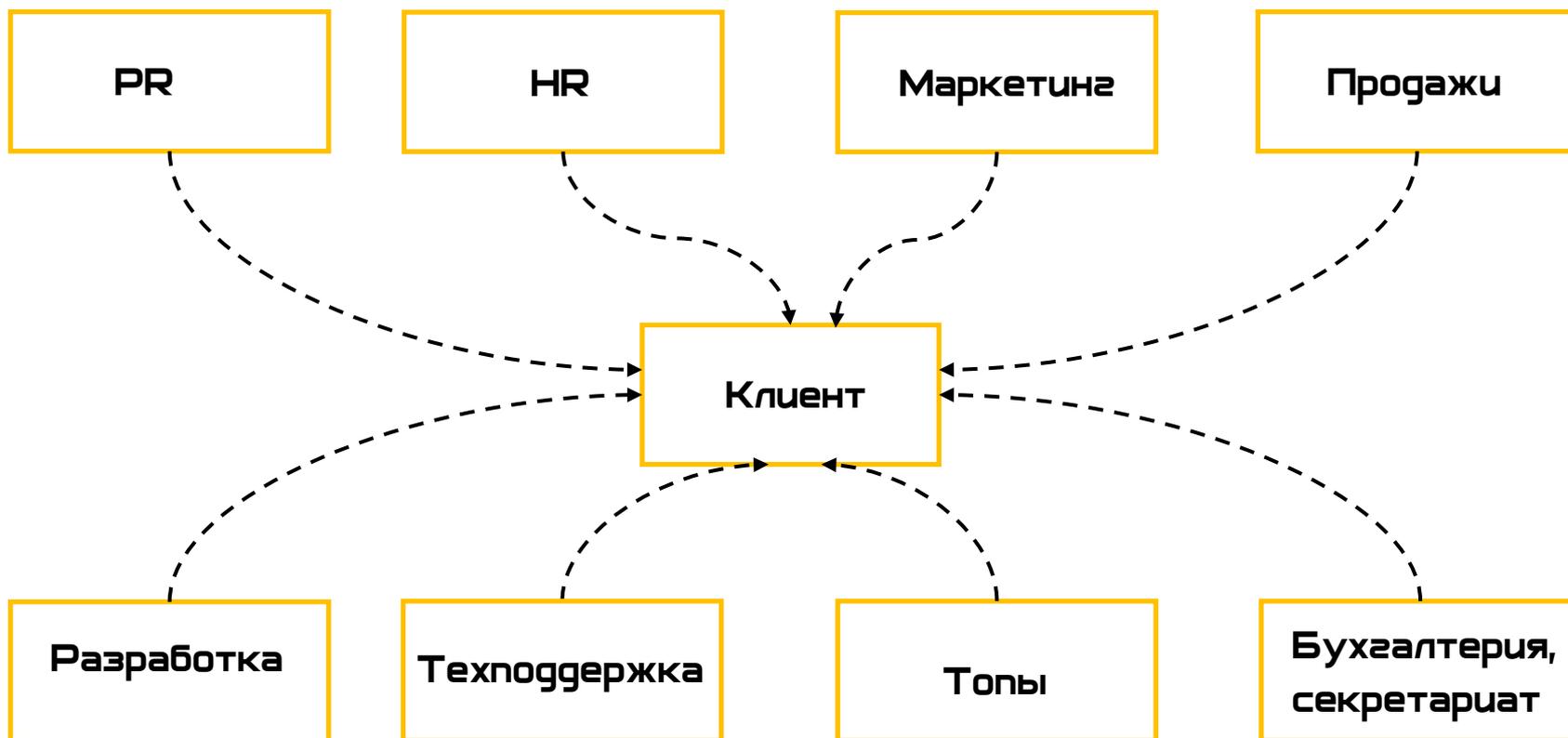
Оmnиканальность

Мультиканальность



- **Взаимодействие с клиентом по нескольким каналам**
- **Каналы не интегрируются**
- **Клиент не может «бесшовно» переходить из одного канала в другой**

Мультиканальные коммуникации – разрозненное инфополе

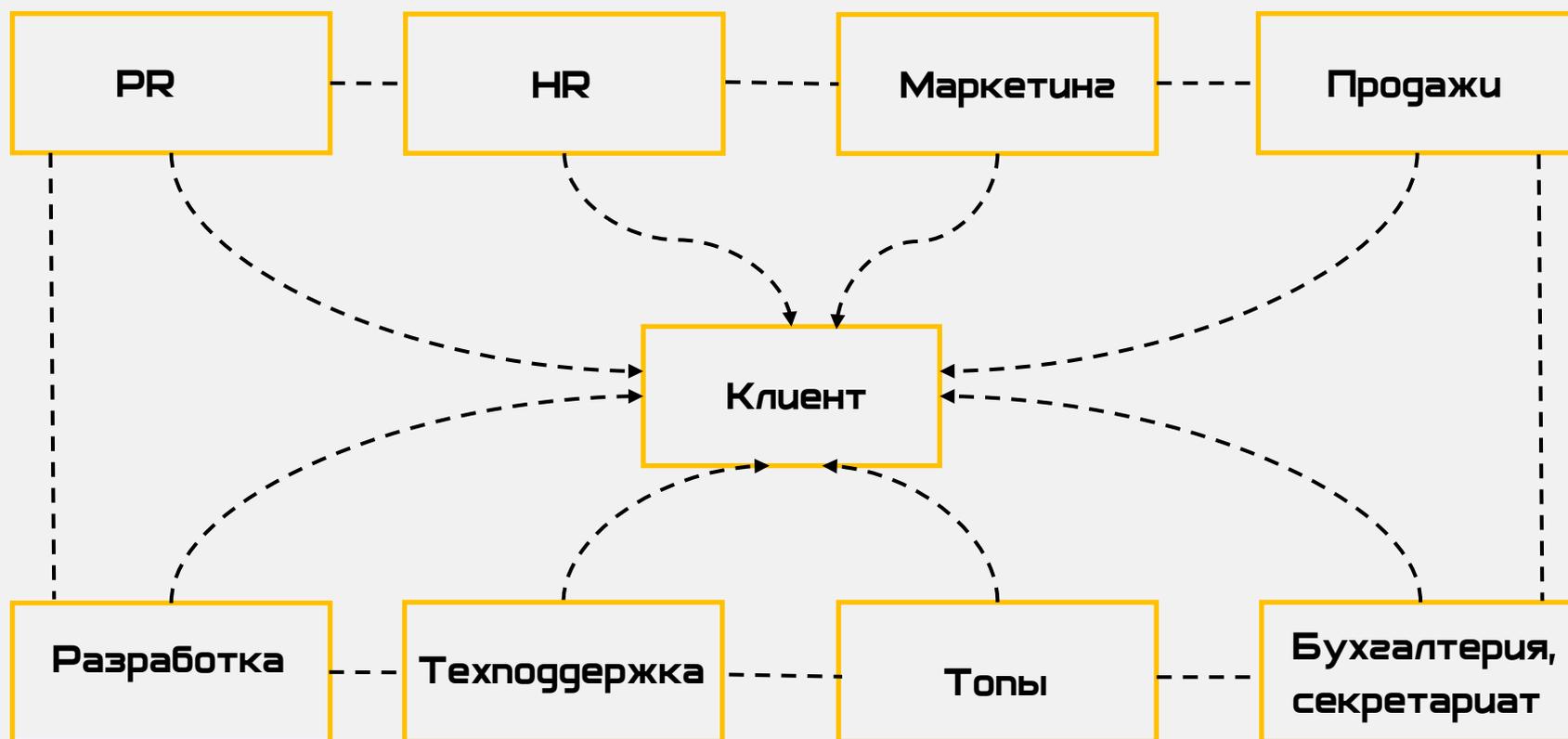


Оmnиканальность



- Последовательное и «бесшовное» обслуживание клиента на протяжении всего его маршрута
- Каналы интегрированы
- Клиент находится «в одном контексте»

Оmnиканальные коммуникации – единое инфополе



Кейс #1

**Хотим внешний PR, чтобы
все знали какая мы крутая
компания**

Кейс #2

**Давайте строить HR-бренд.
Начнем с миссии и
ценностей, развесим плакаты
в офисе**

Кейс #3

**Выступим на профильной
конференции в IT. Заодно
продадим наш продукт**

Кейс #4

**Поход на собеседование –
иногда курить полезно**

Кейс #5

**Рекрутинг – встречают по
одежке**



Ебаное айти

Анонимный отзыв об IT-компании

Название конторы:

Не менее 5-10 предложений о том, какие были условия труда, что не понравилось, кто виноват.

И так далее.

Ебаное IT | Ebanoe IT

Голая правда о нашем IT.

-  Голая правда о нашем IT.
Трезвый взгляд на суть разработчиков - без розовых очков, соплей, раболепия и лицемерия.
Пора называть вещи своими именами. Без цензуры. 16+

 <https://ebanoe.it/>



Эйчары, черти бы вас драли! Вы — блядское ЛИЦО КОМПАНИИ! Как вас нанимают, таких бестолковых?!

Вы хоть что-нибудь знаете о компании? Можете рассказать, куда, зачем и каких людей ищете? Всем похую, что это надо повторить тыще разных людей, — у вас работа такая, и обмен определенной информацией с возможными и настоящими сотрудниками — это одна из ваших базовых, бляха, функций!

Вы понимаете, зачем вообще задаете каждый из вопросов, нагугленных перед интервью? Умеете что-то важное понять о человеке по резюме, уточнить недостающие детали, составить и в понятном виде передать информацию своему заказчику? Аргументировать, например, почему этот человек, а не тот? И перед подбором выяснять, что важно для каждой конкретной должности, особенно когда ищете ключевых персонажей в команду?

От вас приходят грамотные и содержательные письма? Соискатели получают от вас фидбеки, независимо от решения? И шо, там больше трех слов в сообщении?

Нет.

Не навреди!

... тогда как делать?

Точки контакта – коммуникационный скрипт



- **С кем взаимодействует компания - ЦА**
- **Где и как происходит соприкосновение с ЦА**
- **Что может и должна сказать/показать компания в этот момент своей ЦА**

Два разных мира: PR и HR

- Кажется, что разные цели
- ЧСВ – чувство собственной важности
- Не продали груз грузу выгоды
- Коммуникационные подразделения не умеют и не хотят договариваться

**Так почему не
работает
внешний PR без
внутреннего?**

- **Люди**
- **Интернет**
- **Отрасль**
- **Питер, Москва и Долина – большая деревня**

Волшебной таблетки не существует



- **Обращайте внимание на мелочи**
- **Будьте огнем и водой**
- **Слушайте, наблюдайте, спрашивайте, читайте – вам все расскажут люди**
- **Думайте головой, поднимайте пятую точку**
- **Делайте только при поддержке руководства, не геройствуйте**

**Вопросы, общение
– welcome!**