

კორპორატიული კომუნიკაციები



ვლახარაკობთ თუ არა ერთ ენაზე?

რამდენად ახდენს კორპორატიული იდენტობა
გავლენას გარე კომუნიკაციაზე

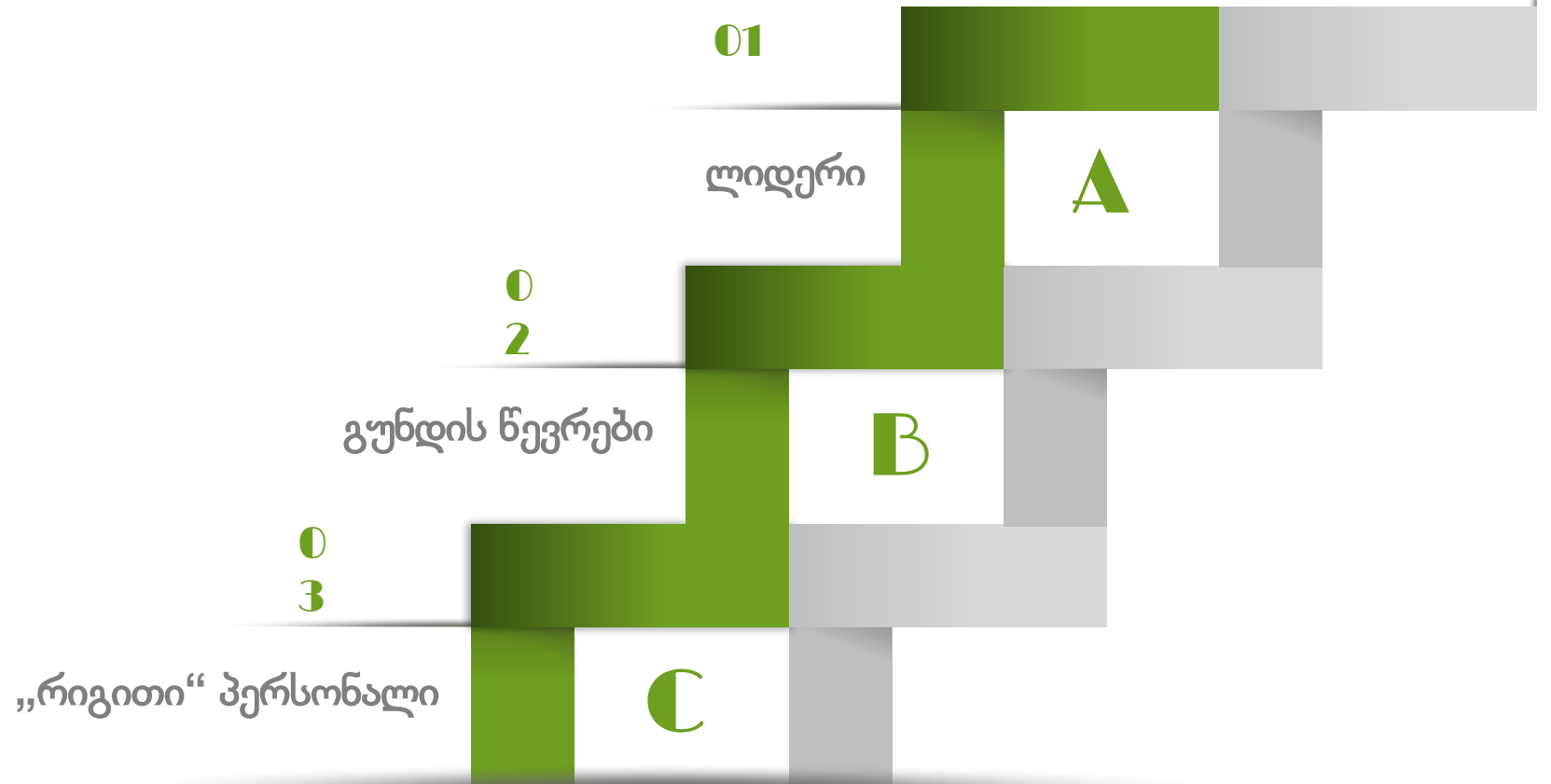
კომპანიის
საკომუნიკაციო
ტონი/
კორპორატიული
იდენტობა



PR

შიდა აუდიტორია

შიდა კორპორაციული
კომუნიკაცია
მიმართულია
ორგანიზაციის შიდა
აუდიტორიაზე,
რომელიც
განსხვავებულია და
შესაბამის
ინფორმაციის გაცვლა
მათთან
განსხვავებულ
მიდგომას საჭიროებს



გარე აუდიტორიასთან სწორი და სანდო კომუნიკაციის ხელშეწყობა

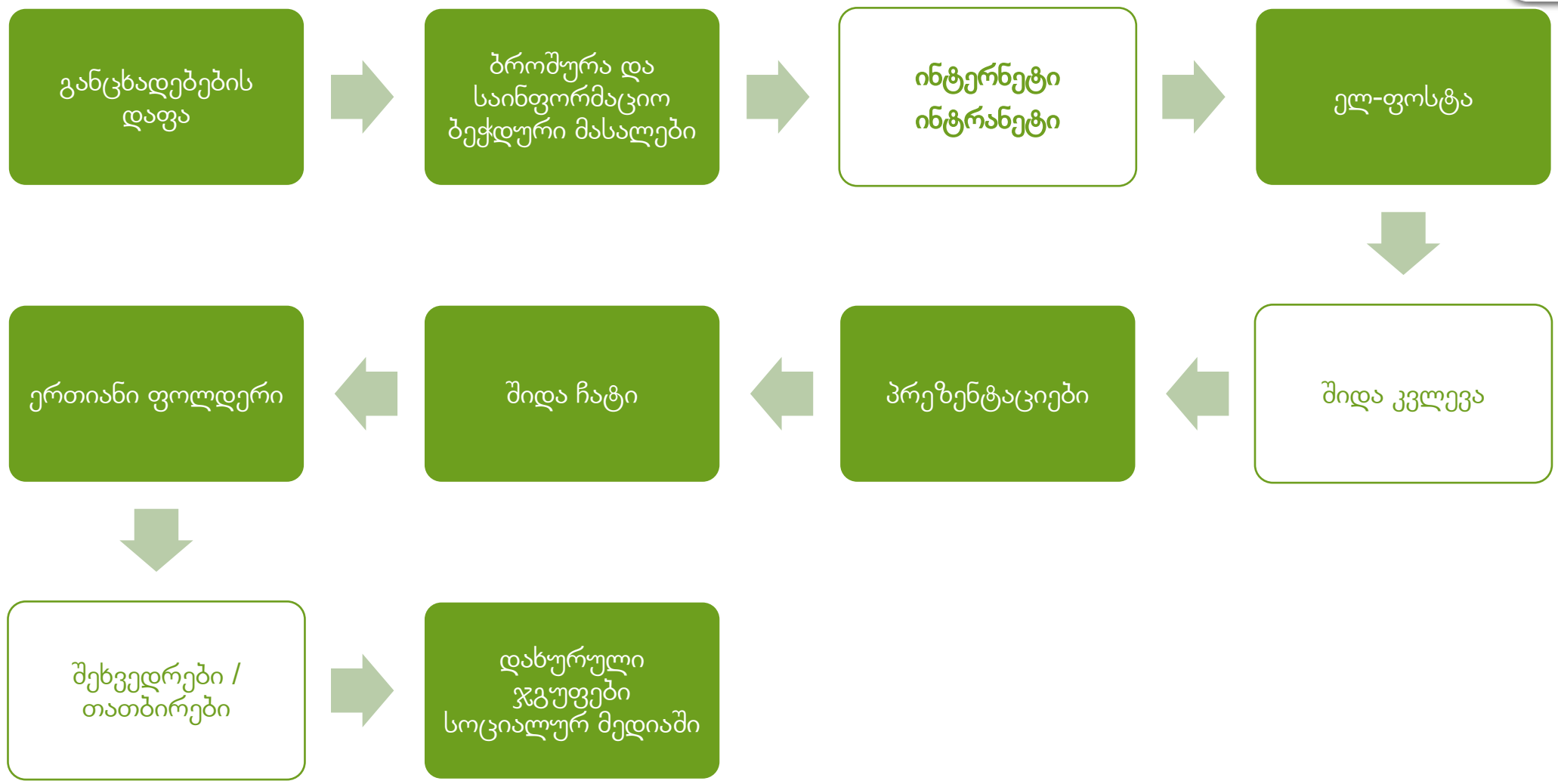
- საზოგადოება
- ბენეფიციარები
- პარტნიორები
- დაინტერესებული მხარეები





კორპორაციული კომუნიკაციის ინსტრუმენტები

შიდა კორპორატიული კომუნიკაციების ინსტრუმენტები

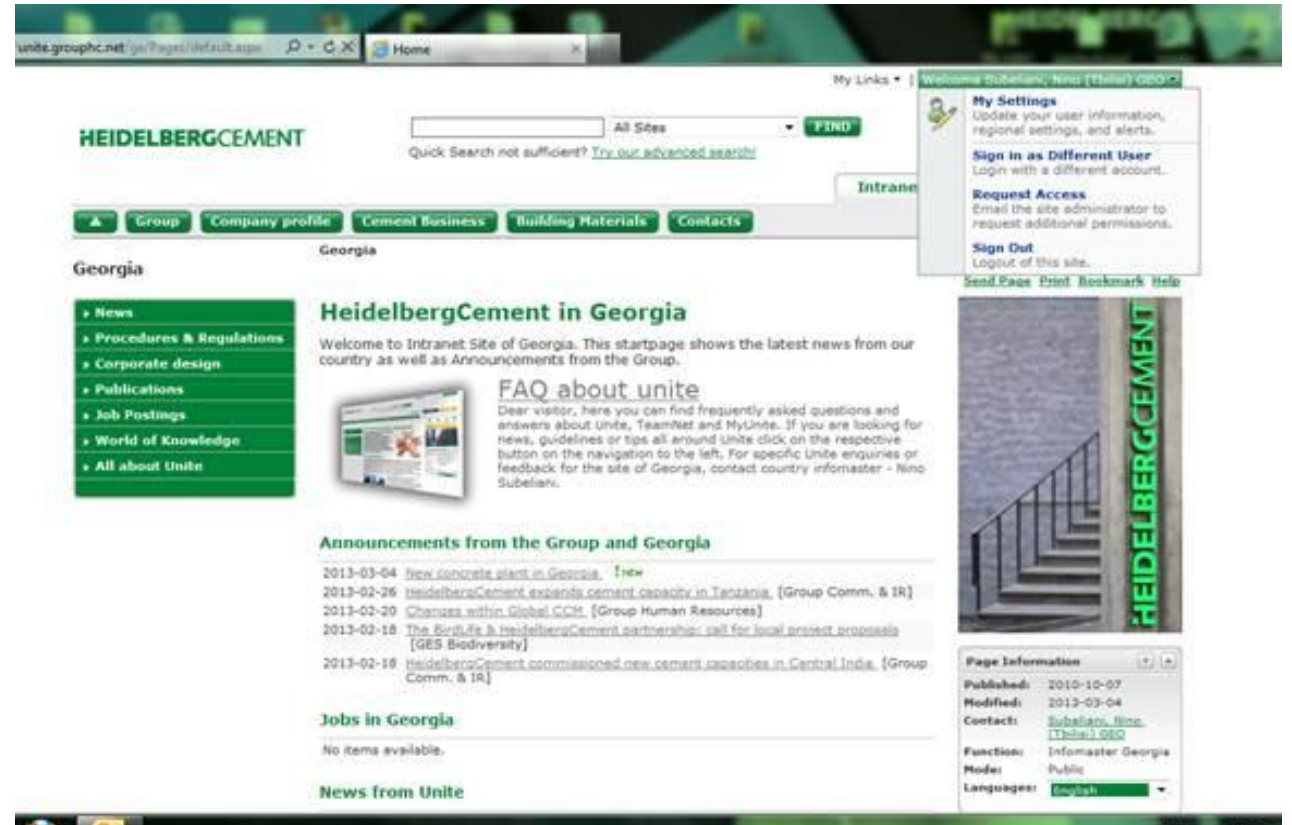


ინტრანეტი

შებლუდული ხელმისაწვდომობა

- სამუშაო პლატფორმა, მრავალფუნქციური (ფორუმები, კალენდარი, ა.შ.)
- სიახლეები და უკუკავშირი
- გაიდლაინები
- ნიმუშები
- ინსაიდერული განცხადებები

დახურული სამუშაო პლატფორმა



თათბირი/ შეხვედრა



მნიშვნელოვანია

- პერიოდულობა
- მონაწილეთა სტატუსი (ლიდერის ჩართულობა)



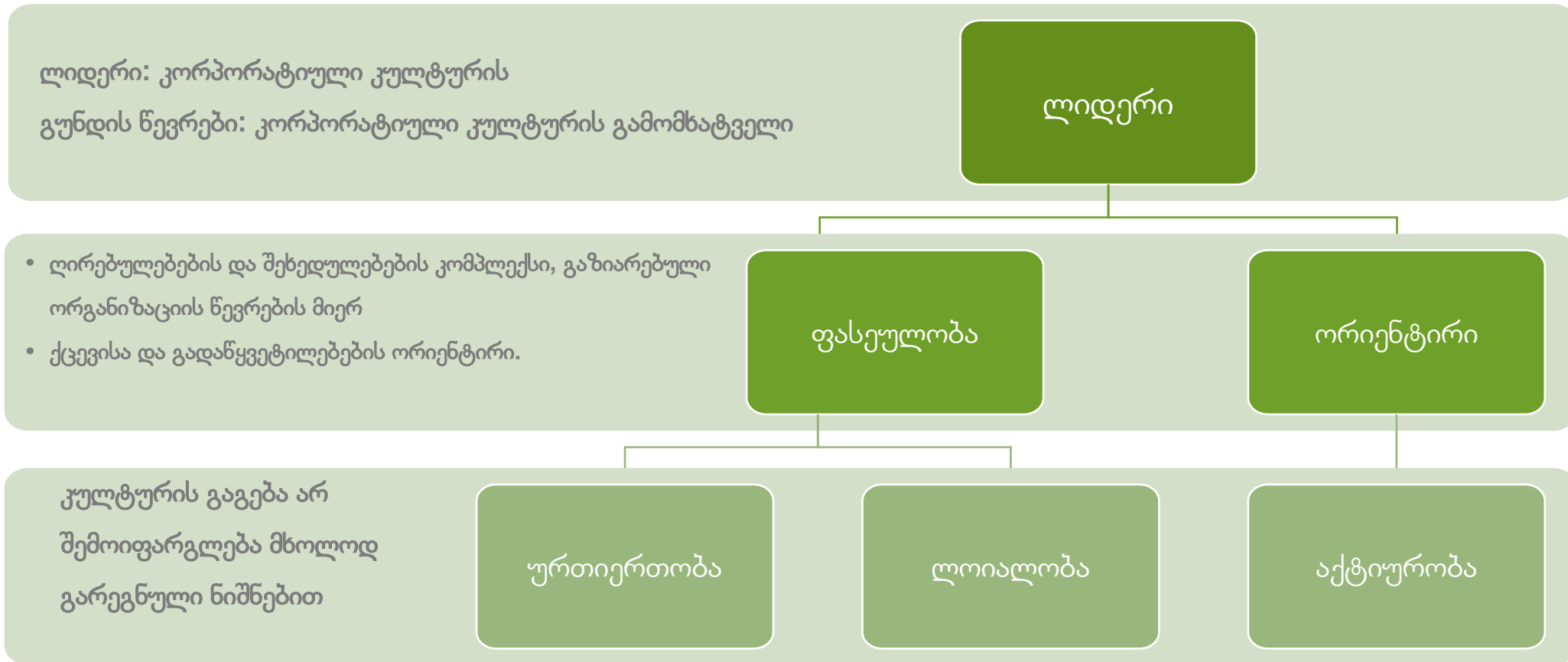


ჯეპრეა

წინააღმდეგარსობის ეროვნული ცენტრი

გუნდის კორპორაციული კულტურა

არსი და გამოხატულება



ეთიკის კოდექსი

კორთვა 25%

01

პერსონალის ქცევების რეგლამენტირება სხვადასხვა სიტუაციებში

ელტურა 50%

02

ღირებულებების ასახვა და პერსონალისთვის მიწოდება

კუტაცია 35%

03

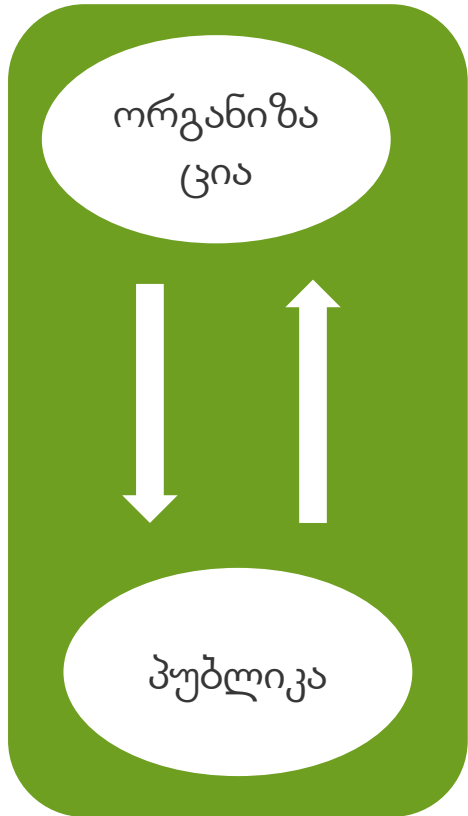
ნდობის ჩამოყალიბება და შენარჩუნება



შეგვიძლია დავანესოთ შეზღუდვები?

FACEBOOK- 3 ტიპის კომუნიკაცია

ფეისბუქის გამოყენების
გაიდები



კრიზისის მართვა - კორპორაციული კომუნიკაციების ნაწილი

ჟურნალისტი არ მიდის მხოლოდ პრეს
სამსახურთან

- თანამშრომლების მობილიზება
- სწრაფი ინფორმირება
- შიდა კორპორატიული გაიდლაინი (ვინ არის სპიკერი?
მთავარი გზავნილები და კონტენტი კრიზისის დროს, ა.შ.)





თბილისი, 2015