

Говорить с бизнесом на одном языке

Выводы экспертного опроса бизнесменов, полезные для PR

Дарья Манжарова,
Бизнес-школа МИМ-Киев

art
to compete

Бизнес-школа МІМ-Кіев

- **21 год**
- **3 500 выпускников**
- **19 наших в топ-100 лучших менеджеров**

Украину строим мы

1. Про них:

опрос представителей бизнеса
«Персональная публичность
руководителя в бизнесе – панацея или
мина?»

Аудитории опроса сообщества

- **Владеющие**
- **Управляющие**
- **Рекрутеры**

Спрашивали:

**Персональная публичность руководителя:
польза или вред для бизнеса?**

**Кто получает от неё максимальные
дивиденды?**

**Какие навыки публичности – самые важные
и надо ли им учить в школах бизнеса?**

Публичность: польза или вред для бизнеса? Результаты

Половина (!) участников групп Владеляющих и Управляющих считает публичность скорее вредной для бизнеса

В бизнесе услуг публичность полезнее

Публичность более оправдана, если

- 1) она правдива**
- 2) персона имеет нужные навыки**

Кто получает максимальные дивиденды? Результаты

Владеющие и управляющие:

Должен бы бизнес – но чаще – сама персона

И персона, и бизнес

Рекрутеры:

И персона, и бизнес, и рекрутеры (иногда именно рекрутеры)

Какие навыки публичности – главные и надо ли им учить? Результаты

- **Владеющие и управляющие:**
риторика, деловой этикет, навыки построения связей.

Умение работать со своими PR-щиками.

- **Рекрутеры:** умение общаться со СМИ

«Секреты» от рекрутеров:

100% кандидатов - background check

Публичный кандидат стоит дороже

«Раз начал давать комментарии в СМИ – значит, скоро уйдёт»

Общие выводы по результатам

- Публичность – не цель, а средство
- Представления о публичности у владеющих, управляющих и рекрутеров отличаются; рекрутеры активно используют «новые медиа»
- Некоторые непубличные персоны просто не обучены. Но учиться будут не у всех подряд.

Общие выводы по результатам

**Многие владеющие и управляющие
не умеют говорить с PR-щиками на одном
языке, НЕ ПОНИМАЮТ ИХ и осознают это**

...он хочет «менять мир» за мои деньги

2. Про НАС:

найти «общий язык» с бизнесом и эффективно его использовать – первая задача коммуникатора

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

Полезные ходы:

Стать в первую очередь «директором» (менеджером, управленцем), а потом уже «по связям с общественностью»:

- 1. Вырастить свою личность до масштаба задач и людей, на общение с которыми мы претендуем**

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

- 2. Осознать, что вы в бизнесе – для бизнеса, сфокусироваться на его задачах и не давать себе «съехать» (ну, разве что ненадолго)**

Прощайте, иллюзии

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

3. Знать и понимать, как вообще работает бизнес и зачем: жадно и непрестанно развиваться «вширь», читать бизнес-литературу, знакомиться, общаться, учиться

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

- 4. Вникать и изучать, как работает бизнес вашей отрасли и компании: участвовать в рабочих группах, проектах других отделов, интересоваться, «поднимать работу с пола» (М.Манн).**

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

- 5. Освоить язык бизнеса и грамотно им пользоваться – прежде всего в общении с топ-менеджментом своей компании**
(«повышение акционерной стоимости» бывает полезным ругательством даже для PR-щика)

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

5. Самому стать примером, по-настоящему эффективным коммуникатором для бизнеса - как снаружи, так и ВНУТРИ

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

6. Научиться формулировать цели своей деятельности на основании целей бизнеса и делать это ОСОЗНАННО.

Приучить к этому свою команду.

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

7. Сделать так, чтобы об этом всем знали начальники и коллеги и постоянно подтверждать это знание

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

8. Возможно, главное

Вникнуть в негласные политики компании, сопоставить их со своими личными планами-целями-возможностями и «заточить» под это всё вышесказанное

Как PR-щику найти общий язык с директором: пора взрослеть

Толковая работа в бизнес-PR начинается с коммуникации с бизнесом, на который ты работаешь

Выучить или создать для язык для этого общения – задача хоть и непростая, но НАША

**Мы можем влиять, только если нас
СЛЫШАТ.**

**Нас услышат на языке бизнеса, только
если мы будем говорить на языке
бизнеса.**

Например, для того, чтобы делать
мир лучше

Пусть Вас слышат.

Вопросы?

Дарья Манжарова,
Бизнес-школа МИМ-Киев

Сообщество МИМ: наши - везде

Статистика по позициям: 35 % наших - ТОПы



Сообщество МИМ: наши - везде

Статистика по отраслям: широкий охват



Сообщество МИМ: наши - везде

Статистика по географии: все области Украины

