

Ценности *людей* и БРЕНДОВ

Алматы, конференция PR Event 2007

8 ноября 2007, Ерлан Аскарбеков

Новый вызов для PR- профессионала

Ценности

Стратегии

Программы

Проекты

Функции

Стив Джобс, Apple:

Единственная вещь, которая работает, - управление на основе ценностей. Найдите людей, компетентных и по-настоящему ярких, но, что еще важнее, людей, которых волнуют точно те же вопросы, что и Вас

К. Бланшар, М. О`Коннор,
“Ценностное управление”:

***Истинным боссом компании
являются принятые ею ценности***

От пропаганды...



...к идеологии!

3. Априорно любить своих покупателей.
Хамские рожи заебали. Конкретно и реально.
Изживайте и истребляйте это в себе.



А ЧТО С

НАШИМИ

ЦЕННОСТЯМИ?

РАБОТА:

34.3% молодых алматинцев рассматривают для себя возможность переезда в другую страну, половина по причине

«В поисках лучшей жизни, поскольку не вижу здесь для себя перспектив»

ОБРАЗОВАНИЕ:

**80% алматинцев предпочли
бы учить своего ребенка в
зарубежном вузе**

ЗДОРОВЬЕ:

Бюджет ивент-мероприятий (свадьбы, банкеты, корпоративные мероприятия и т.п. – «Континент») больше бюджета здравоохранения по г.Алматы за 2006 (\$134 млн)

НАУКА:

**Бюджет науки в 2006 г
согласно Госпрограмме на
2007-2012 – ок. \$60-70 млн,
что примерно в 6 раз меньше
рынка «белых» автодилеров.**

БЕЗОПАСНОСТЬ:

**Бюджет Вооруженных сил РК
(\$680 млн) меньше бюджетов
первых 20 компаний страны
(National Business Top-100)**

СВОЙ ДОМ:

**При средней з/п в \$400,
площади квартиры в 60 кв.м,
цене \$3000, ставке 18%
годовых, взносе 30% и сроке
ипотеки 30 лет, аннуитет
должен быть... \$2400!**

ПСЕВДО-ЦЕННОСТИ:

Эмиграция вместо работы

Лень вместо учебы

Тщеславие вместо здоровья

Мещанство вместо науки

Капитал вместо патриотизма

**Дом как средство спекуляции,
а не семейный очаг**

НАСТОЯЩИЕ ЦЕННОСТИ:

Толерантность

Выживаемость

Деловитость

Образование

Многокультурность

Гостеприимство

Оптимизм!

Как внедрять ценности?

- Уровень 1. "Мне кажется так лучше".
- Уровень 2. "Договоренности и запреты"
- Уровень 3. "Продекларированные корпоративные ценности"
- Уровень 4. "Разделяемые корпоративные ценности"
- Уровень 5. "Культ корпоративных ценностей"!