

Коммуникационное сопровождение российских компаний при выходе на международные рынки

Москва 2008 г.



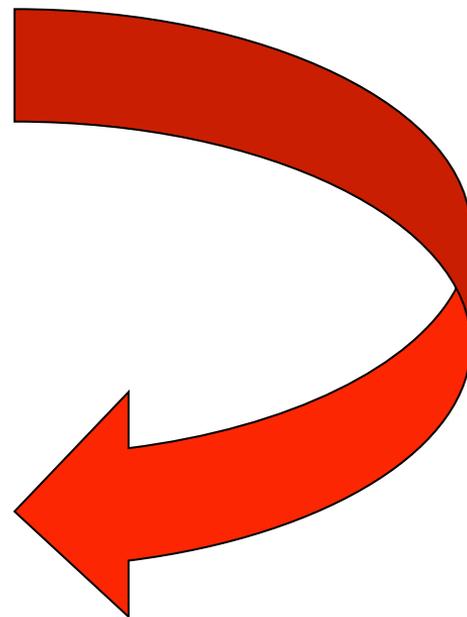
Трудности, с которыми сталкиваются российские компании

- Недоверие мирового сообщества к российскому бизнесу и к российским компаниям
- Незнание ожиданий и особенностей восприятия международных аудиторий
- Отсутствие сформированного информационного поля вокруг компании за рубежом
- Неподготовленность руководства большинства компании к публичной деятельности на международной арене
- Отсутствие разработанной коммуникационной стратегии и системной работы по позиционированию российских компаний за рубежом
- Нехватка специалистов на рынке, одновременно способных обеспечить качественную экспертизу и обладающих коммуникационными знаниями и навыками, а также опытом работы с иностранными аудиториями

Стратегические цели

- Повышение капитализации
- Привлечение стратегических инвесторов, M&A
- Увеличение рынков сбыта
- Поиск новых партнеров

Необходимость формирования
коммуникационной стратегии и
позиционирования





Задачи коммуникационной программы

- Определение целевых аудитории и их ожиданий
- Разработка коммуникационной программы
- Формирование лояльности и повышение уровня доверия целевых аудиторий, выстраивание взаимоотношений с целевой аудиторией
- Усиление присутствия компании в информационном пространстве в странах стратегического интереса
- Информирование о текущей деятельности и масштабных бизнес-проектах, повышение узнаваемости бренда компании

Целевые аудитории





Управление корпоративной репутацией

- Определение целей и целевых аудиторий компании
- Анализ репутации компании, выстраивание системы управления корпоративной репутацией
- Формирование позитивного информационного поля вокруг компании в собственной стране
- Анализ и адаптация бренда компании: узнаваемость, восприятие ЦА
- Репутация руководителя
- Выделение и подготовка ключевых спикеров



Репутация компании

Платформа для международной коммуникационной программы строится в России



Хорошая репутация обеспечивает доступ к

- Рынкам капитала
- Аналитикам
- Инвесторам
- Деловым партнерам
- Органам государственной власти
- Дистрибуторам и потребителям
- Высококвалифицированным кадрам
- СМИ



Управление корпоративной репутацией: необходимые условия

- инициатива со стороны высшего руководства
- адаптацию внутрикорпоративной среды
- четкая стратегия и система ценностей
- единые ключевые сообщения для всех аудиторий: дома и за рубежом, при этом проведение страновой адаптации информационных материалов компании
- временные и материальные затраты
- понимание особенностей восприятия целевых аудиторий и получение оперативной обратной связи
- налаживание и поддержание постоянной коммуникации с целевыми аудиториями
- трезвая оценка репутации компании
- соблюдение единых стандартов коммуникаций



Репутация за рубежом создается в России

- международные СМИ
- аналитики
- аудиторы
- инвестиционные банки и фонды
- западные деловые ассоциации
- посольства и дипломатические миссии
- ЕБРР, МФК и др.
- международные инвесторы, работающие в России



Направления работ

- Проведение perception study среди целевых аудиторий
- Разработка коммуникационной стратегии и плана коммуникационного сопровождения компании
- Разработка концепции, легенды и key-messages компании, наряду с биографиями руководства и презентацией на английском языке
- Составление базового списка Q&A
- Формирование баз данных ключевых медиа и аналитиков
- Адаптация сайта для иностранных аудитории
- Коммуникационное сопровождение road shows и визитов руководства Компании
- Медиа-тренинг руководства
- Координация и проведение мероприятий для СМИ и аналитиков
- Осуществление регулярного мониторинга СМИ
- Организация контактов в сфере Public Affairs
- Разработка рекомендаций по дополнениям // коррекции программы



Спасибо за внимание!

МИХАЙЛОВ  ПАРТНЕРЫ
УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ

Всегда открыты для новых задач

*www.m-p.ru
e-mail: info@m-p.ru
Тел.: (495) 956 3972*

*127015, Москва,
ул. Расковой, д.34, стр.30
Факс: (495) 956 3973*