

Государство – это я!

Людовик XIV



ПЕРСОНАЛЬНЫЙ PR ТОП-МЕНЕДЖМЕНТА И УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ КОМПАНИИ: АЛГОРИТМ ЭФФЕКТИВНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

*Елена Деревянко, управляющий партнер и
креативный директор
PR-Service, канд. экон. наук*

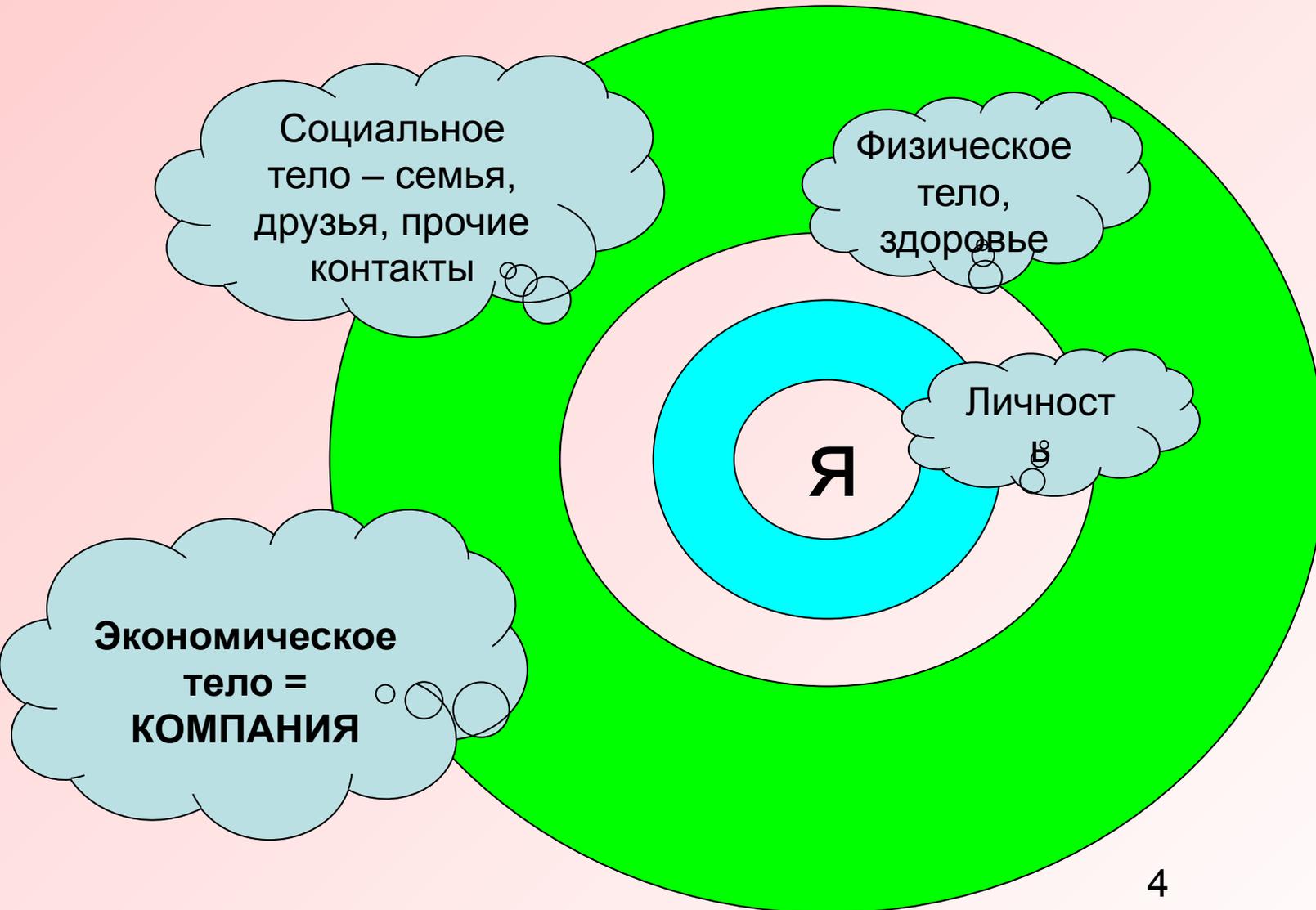
Факторы формирования имиджа/репутации компании

- качество продукта, поведение персонала и уровень сервиса
- социально-значимая идея, положенная в основу деятельности
- оценка компании в СМИ, отношение к ней "лидеров мнений" и государственных структур
- персональный имидж/репутация топ-менеджмента

Эффективность интеграции

- **Критерий эффективности – достижение цели**
- **Цель – имидж/репутация руководителя на службе у компании**

КОМПАНИЯ И РУКОВОДИТЕЛЬ



Персональный PR "первых лиц"

- **Big Idea:** использовать топ-менеджмент компании как имидже- и репутациеформирующий PR-ресурс
- **Результат:** обеспечение соответствия имиджа/репутации топ-менеджмента желаемому имиджу/репутации компании (*варианты: "Менеджер классической школы", "Целеустремленный стратег", "Специалист по политическим рискам", "Жрец конкурентоспособности", "Проницательный преобразователь", "Адепт самоорганизации", "Стратег решающего поворота", "Антикризисный лидер", "Руководитель-универсал"*)

"Подводные камни" персонального PR

- Завышенная самооценка субъекта
- Уход "в отказ" от общения со СМИ
- Несоответствие личных и профессиональных качеств (отсутствие объективной основы конструирования образа) желаемому имиджу/репутации
- Несоответствие субъекта занимаемой должности
- Etc., etc., etc...

РЕШЕНИЕ =
диагностика + системный подход
(экономика, психология,
здравый смысл)

Типы руководителей

Подход	Классификация	Типы
Экономика, менеджмент	Стиль управления Эффективность	"Автократ – демократ" "Производительность-отношения" (модель Блейка) "Успешный – неуспешный"
Психология	Отношение к работе Соответствие формы содержанию	"Активный – пассивный" "Игрок – открытый руководитель"
Соционика (развитие теории Юнга)	Социотипы (экстраверт – интроверт; интуит-сенсор; этик – логик; рационал – иррационал)	Гамлет, Джек Лондон, Жуков, Гексли, Достоевский, Дюма, Дон Кихот, Штирлиц, Бальзак, Есенин, Максим Горький, Наполеон, Гюго, Робеспьер Габен, Драйзер
Практика	Эмпирический опыт	"Пост-совок" - "псевдоамериканец", "терминатор", "слуга царю, отец солдатам" и т.п.

Типы компаний

Параметр	Экстремум 1	Экстремум 2
Сектор операций	B2B	B2C
Этап жизненного цикла	предпринимательство	структуризация
Организационно-правовая форма бизнеса	предпринимательская компания	ОАО с распыленной собственностью
Значимость имиджа/репутации топ-менеджмента для формирования имиджа/репутации компании	высокая	низкая
Значимость брендинга	низкая	высокая
Корпоративная культура	консервативная	инновативная

Зоны особого внимания

- реформируемые и социально значимые отрасли (автомобильная, авиационная, ТЭК)
- сферы, затрагивающие здоровье и безопасность человека (табак, алкоголь, медицина, фармацевтика)
- вредные производства (добывающая, химическая промышленность)
- сервис, основанный на доверии или эмоциях (консалтинг, банковская сфера, страхование, мода, шоу-бизнес)

Взгляд PR-специалиста

1. Тип руководителя & тип компании = механизм интеграции персонального PR
2. Функционал руководителя:
 - **Менеджер** – человек, который координирует трансформацию ресурсов в прибыль (подтипы: менеджер проекта; менеджер-администратор), может преследовать иные цели, кроме получения прибыли
 - **Предприниматель** – оператор экономической прибыли (только эта цель)
 - **Лидер** – личность-вектор, личность, контролирующая операции и способная синтезировать контекст отношений

Качества лидера (онтопсихология, Антонио Менегетти)

- Природный потенциал
- Адекватная природному потенциалу профессиональная подготовка
- Незаурядные амбиции
- Любовь к собственному делу
- Знания уровня эксперта в избранной сфере
- Рациональность, основанная на интуиции
- Способность абстрагироваться от событий, не имеющих отношения к бизнесу и отчасти от самого бизнеса до уровня беспристрастного аналитика-стороннего наблюдателя

Алгоритм выбора стратегии персонального PR топ-менеджмента

Качества	Менеджер	Предпри- ниматель	Лидер
Харизма	?	?	+
Знание бизнеса	?	+	+
Уверенность в себе	?	?	+
Авторитет, "вес"	?	+	+
Лояльность к компании	?	+	+
Склонность к риску	-	+	+
Публичность	+	?	+
Стратегия персонального PR (акценты, оптимистический сценарий)	Профессионализм, привлекательность для потенциальных работодателей	"Ретушь портрета"	Гало-эффект: проекция позитива на компанию

Case-study 1: "Бизнес-терминатор"

- **Компания:** "Все украли до меня", производство, доля госсобственности. НО: безумно интересный для СМИ ньюсмейкер
- **Руководитель-МЕНЕДЖЕР:** непрофессионален, нехаризматичен, непубличен, психически неуравновешен, "добр", как В.В.П., обременен "грехами прошлого". При этом **НЕСМЕНЯЕМ**
- **Стиль руководства:** деструктивный, терминаторный
- **Стратегия персонального PR:** ?

Внимание - правильный ответ

- **Стратегия персонального PR:** по рекомендации PR-консультанта "лицом компании" стал вице-президент. "Первое лицо" позиционируется как небожитель и разговаривает с простыми смертными только через "оракула"

Case-study 2: "Энергию на мирные цели"

- **Компания:** "Вавилонская башня", строительный бизнес инновационной бизнес-модели, предпринимательская компания, отец-основатель осуществляет оперативное управление
- **Руководитель-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ:** самородок, харизматичен, управленчески-прогрессивен, психически нестабилен, плохо контролируем, не привык к публичным выступлениям
- **Стиль руководства:** волюнтаристски-авторитарный
- **Стратегия персонального PR:** ?

Внимание - правильный ответ

- **Стратегия персонального PR:**
формирование имиджа "Двигатель прогресса" (новатор, трендсеттер);
медиа-тренинг для руководителя;
составление речевых модулей;
выход "в свет" только с тщательно отрепетированными выступлениями

Case-study 3: "Подарок судьбы"

- **Компания:** "Реста" - один из самых заметных операторов на рынке общественного питания Украины. В портфолио компании находятся такие успешные заведения как всеукраинская сеть кафе [Пан-Пицца](#), знаменитый одесский ресторан [Стейкхаус. Мясо и Вино](#), аристократичный [Гринвич](#), пражский гастрономический ресторан [Cafe La Veranda](#) и безумно родной ресторан [Дача](#).

Все эти проекты очень непохожи друг на друга. Они рассчитаны на разных потребителей и предлагают совершенно разную кухню, но их всех объединяют два важных качества: профессионализм и постоянное стремление к совершенствованию.

PR-ресурс

- **Руководитель-ЛИДЕР:** харизматичный, увлеченный, "бизнес = творчество", суперкреативный, сильная, обаятельная личность, вспыльчив и отходчив, сотрудничающий подход к коммуникации
- **Стиль руководства:** ситуативный, лидер-эксперт ("власть знания"), подчиненные восхищаются прогностическими способностями: "Когда он с нами, мы решаем любые проблемы".

"Я очень доволен командой, но часто сомневаюсь, довольна ли команда мной...", - ***САВЕЛИЙ ЛИБКИН***

- **Стратегия персонального PR:**



Внимание - правильный ответ

- **Стратегия персонального PR: формирование имиджа "Творец-гуру"; проецирование креативности лидера на компанию**

Корпорация "Реста" - профессиональная ресторанный компания, исповедующая философию творческого подхода к бизнесу.

"Мы занимаемся сервисом, а не бизнесом: упор делается не на деньги, а на артистизм. Красивая жизнь приятнее, чем просто богатая", - САВЕЛИЙ ЛИБКИН.

Алгоритм интеграции

Оценка репутациеобразующей способности топ-менеджмента как PR-ресурса

Вывод о возможности и целесообразности интеграции

Формирование стратегии интеграции

Выбор конгруэнтных данному руководителю методов коммуникации

Мониторинг: оценка корреляции имиджей компании и руководителя

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

y.derevyanko@pr-service.com.ua

www.pr-service.com.ua

Тел./факс 235-49-51