

ПОНЯТИЕ О ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Внутрикорпоративные коммуникации - механизмы управления информационными потоками внутри той или иной организации на уровне руководящего звена, на уровне подразделений (вертикальные и горизонтальные коммуникации)

Ключевая цель — создание и поддержание единого образа компании, формирование в среде сотрудников корпоративного духа и благоприятного психологического микроклимата

ОБЪЕКТЫ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

- Внутренняя аудитория
- Внешняя аудитория
- Уволенный персонал и ушедшие по собственному желанию

ИНСТРУМЕНТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ВНУТРЕННЕЙ ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Информационные

Использование компанией такого информационного инструмента помогает в развитии внешних и внутрикорпоративных коммуникаций. В них представлена вся информация о продукции, возможностях и традициях компании

Корпоративное печатное издание (газета, журнал)

Корпоративное телевидение

Информационный киоск

Корпоративное радио

Информационные стенды

Корпоративный интернет-портал

Листки новостей

Брошюры и т.д.

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КОМПАНИИ FUJIFILM

Батищев Всеволод

PCO-3-18-03

О КОМПАНИИ

- Fujifilm (— японская компания, наиболее известная как производитель фотоаппаратов, фотоплёнки и киноплёнки.
- Компания начала работать в 1934 году. Первой их продукцией стала профессиональная 35-мм. киноплёнка. Спустя два года, в 1936 году к ассортименту добавилась любительская фотоплёнка. В 1939 году организация создала исследовательскую лабораторию Ashigara Research Lab, исследования которой позволили Fuji выпустить их первую цветную плёнку в 1948 году

ЛОГОТИП И СТИЛЬ

- Цвета: черный, красный
- Логотип: название компании
- Магазины: Минималистичный дизайн, стекло, техника.

The image shows the Fujifilm logo, which consists of the word "FUJIFILM" in a bold, black, sans-serif font. A small red square is positioned between the "J" and "I" of "FILM". The logo is centered within a white rectangular box with a black border.

FUJIFILM

КОРПОРАТИВНЫЙ СТИЛЬ

- Корпоративный стиль: черное поло с логотипом компании на левой части груди, четные брюки.



ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

Организационная культура компании:

Мы разрабатываем и предоставляем социально полезные продукты и услуги высочайшего качества с использованием передовых и оригинальных технологий безопасным и ответственным образом.

Социальная ответственность

Мы общаемся с различными заинтересованными сторонами, такими как клиенты, деловые партнеры, сотрудники, местные сообщества, государственные учреждения, акционеры и инвесторы, НПО и НКО, и проводим надлежащее и справедливое раскрытие корпоративной информации.

Уважение прав человека

Мы уважаем права человека, изложенные в международных декларациях. Глобальная охрана окружающей среды

Признавая, что позитивное участие в охране окружающей среды является неотъемлемой частью социальной роли и деятельности корпорации, мы будем действовать добровольно и активно, чтобы помочь решить различные экологические проблемы,

Яркие

рабочие места Мы стремимся развивать навыки всех сотрудников, обеспечивать безопасные и удобные рабочие места и уважать их разнообразие, индивидуальность и индивидуальность.



ЛОЗУНГ И КУЛЬТУРА КОМПАНИИ

Лозунг – «Представьте себе будущее»

Корпоративная культура компании:

«усердная работа»

Это означает, что компания с низкой степенью риска и активной базой сотрудничества с потребителем, что позволит «почувствовать» более конкретную потребность в той или иной инновации. Сотрудники компании имеют высокий уровень компетентности и обладают сильным патриотизмом по отношению к ней.

HR

Компания активно привлекает на работу компетентных и перспективных сотрудников, что свидетельствует о довольно развитом HR.

Причиной успеха компании является патриотизм ЦА, которая дает активную обратную связь. Также талант и желание сотрудников развивать компанию сфере инноваций.



ПРИНЦИПЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ

При принятии решения, руководство компании основывается на следующих базовых принципах :

- Результат: компания- это ее визуальный результат.
- Инновации: Компания руководствуется стремлением к созданию самого инновационного продукта на рынке
- Удобство: компания стремится создать очень удобный продукт для пользования
- Потенциал: стремление Fujifilm непрерывно разрабатывать инновационные технологии, продукты и услуги, которые повышают потенциал и расширяют горизонты бизнеса и стиля жизни будущего

ФИЛОСОФИЯ КОМПАНИИ

- **Философия:** использовать передовые запатентованные технологии, чтобы обеспечить высшее качество продуктов и услуг, которые способствуют развитию культуры, науки, технологий и индустрии.

Мы стремимся создать открытую и свободную культуру рабочего места, которая позволит нам понять объективные факты прямым и непосредственным способом, принять рациональные решения, и постоянно смело принимать вызов.

Благодаря этой корпоративной культуре, мы усовершенствуем наши передовые, запатентованные технологии и будем развивать инновационные продукты и услуги, которые привлекут доверие клиентов и дадут удовлетворение, чтобы оставаться сильной компанией, которая создает новые ценности и занимает ведущие позиции.



ОТНОШЕНИЕ К СОТРУДНИКАМ

- Компания ориентирована на качественное трудоустройство сотрудников. В результате она предоставляет сотрудникам:

Улучшение условий труда

Карьерный рост

Премии

Соц.Пакет

Постоянное повышение компетенций

Конкретная специализация каждого сотрудника

Гибкий график работы

Компетентный патриотичный коллектив

Фиксированная система ответственности

The logo for FUJIFILM, featuring the word "FUJI" in a bold, black, sans-serif font, followed by a small red square, and then the word "FILM" in a similar bold, black, sans-serif font. The entire logo is enclosed in a black rectangular border.

ПОДДЕРЖАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

- Повышение квалификации сотрудников
- Систематическое улучшение условий труда
- Сохранение единого стиля марки
- Стабильный рост компетентности сотрудников
- Патриотизм каждого из сотрудников
- Распространение своего имиджа

СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

- Организация фотошкол

Фотошколы, где преподаватели сами снимают на технику бренда и обучают новых сотрудников и рядовых пользователей.

Fujifilm fotodays- мероприятие, где есть образовательная зона, фотозона, сервисная зона.



ВЫВОД

- Несмотря на то, что компания находится на ступень ниже своих конкурентов в интернете, она все равно придерживается фундаментальных принципов уважения прав и труда работника внутри компании, что позволяет ей развиваться и становиться лучше с каждым годом.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!