

КОРПОРАТИВНИЙ ПОСІБНИК

(КОРОТКІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЗІ СТВОРЕННЯ)

ДЛЯ ЧОГО ВІН ПОТРІБЕН?

Сформувати у співробітників єдине сприйняття структури як брэнда, надати допомогу працівникам у напрямку комунікацій, сформувати у населення розуміння якості роботи установи.

Формування структури як брэнда дозволяє сформувати чуття людини, яке є важливим однаково як для зовнішнього, так і для внутрішнього сприйняття.

ЩО ВІН МОЖЕ У СОБІ ПОЄДНУВАТИ?

ПОЯСНИТИ ХТО МИ

Зрозуміле пояснення, що може стати візуальним імпульсом.

Що це може бути? Мета роботи та місія, цінності, послуги або завдання, принципи роботи, обсяги роботи, як з нами контактувати, де ми про себе говоримо, що візуально доносимо населенню.

Візуальні інструменти. Схеми, зручні переліки інформації, наявність місця для нотаток, статистичні показники, якісні фотографії.

ЯК ВИГЛЯДАЄ СТРУКТУРА, НАШІ ПРАВИЛА

Матеріал про структуру, підпорядкування, перетин підрозділів має бути доступним та зрозумілим особі, що не працює в установі.

Що це може бути?

Інформація про порядок роботи структури, загально виведені етичні правила, загальні правила взаємодії з медіа, зовнішній вигляд тощо.

Візуальні інструменти. Схематичні зображення, текстові акценти, виноски, що лишаються у пам'яті, фото співробітників.

ПОЯСНИТИ ЧОМУ МИ ВАЖЛИВІ

Роз'яснення шляхом опису функцій та фактів: що пропонуємо та що впроваджуємо.

Що це може бути? Наші події, результати роботи, інновації керівництва, персоналізація команди, досягнення.

Візуальні інструменти. Використання "живих" фото, дат та фактажу, що до них прив'язані, скрінів з матеріалів та соціальних мереж.

НАШІ СТАНДАРТИ ЛЕКСИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Єдині стандарти, що дозволяють впорядкувати вимоги до співробітників під час спілкування з населенням.

Що це може бути: запропоновані єдині правила, пояснення головних проблематик та запропоновані шляхи їх вирішення, прописані розмовні шаблони, визначені ситуативні форми для спілкування, поєднання офіційної інформації зі сторонньою тематикою, використання реальних прикладів з роботи своєї установи.

Візуальні інструменти: форми діалогів на основі реальних ситуацій, вправи для тренування, примітки щодо лексичного спілкування.

КОРИСНА ІНФОРМАЦІЯ

Матеріали повинні містити корисні професійні поради на яких ґрунтується офіційна робота установи.

Що це може бути: дані, які запитують у співробітників з комунікацій, моніторингу, нормативні поради, контакти, установчі документи.

Візуальні інструменти: кольорові сторінки, неочікувані поєднання зображень, розміщення сторінок поміж іншої інформації.



Для перегляду онлайн-версії посібника сервісних центрів МВС зіскануйте цей код своїм смартфоном

ПРИНЦИПИ СТВОРЕННЯ

УНІКАЛЬНІСТЬ — бажання пояснити переваги, сформуванати відчуття довіри.

ОБ'ЄДНАННЯ — бажання пояснити цілісність та єдність структури, яку представляють співробітники.

ІННОВАЦІЯ — бажання показати рух вперед, що пропонуємо, започатковуємо.

УТВЕРДЖЕННЯ — надати факти про роботу (дати, показники), досягнення.

ДОПОМОГА — надати поради, корисну інформацію.

РОЗВИТОК — надати більше ніж “стандарт”, наводити неочікувані приклади.

ПРИНЦИПИ ОФОРМЛЕННЯ



Акценти
кольором



Доступний та
лаконічний виклад думок



Наближеність
до читача



Візуалізація
«масивів» тексту



Акценти
на головному



Фото, що
підсилюють текст

ПОДИВИТИСЯ МАТЕРІАЛ МАЄ ЗАХОТІТИ КОЖЕН, НАВІТЬ ТОЙ, ХТО НЕ ПРАЦЮЄ У ВАШІЙ СТРУКТУРІ