

# Информационная политика компании: 10 принципов

**Елена Деревянко,**  
*управляющий партнер Агентства PR-Service,  
вице-президент Украинской PR-лиги, канд.экон.наук, доц.*

Киев, 2015

# Принцип № 1



- Системно управлять корпоративной репутацией, а не просто будоражить информационное пространство и умы стейкхолдеров
- Синхронизировать все направления коммуникационной активности



# Принцип № 2



- ❑ **Инвентаризировать/мобилизовать все имеющиеся PR-ресурсы и подумать о расширении ресурсного потенциала**
- ❑ **Проверить, действительно, ли компания достаточно клиент-ориентирована**



- **Актуализировать документально оформленную информационную политику - от идеологического до процедурного уровня.**



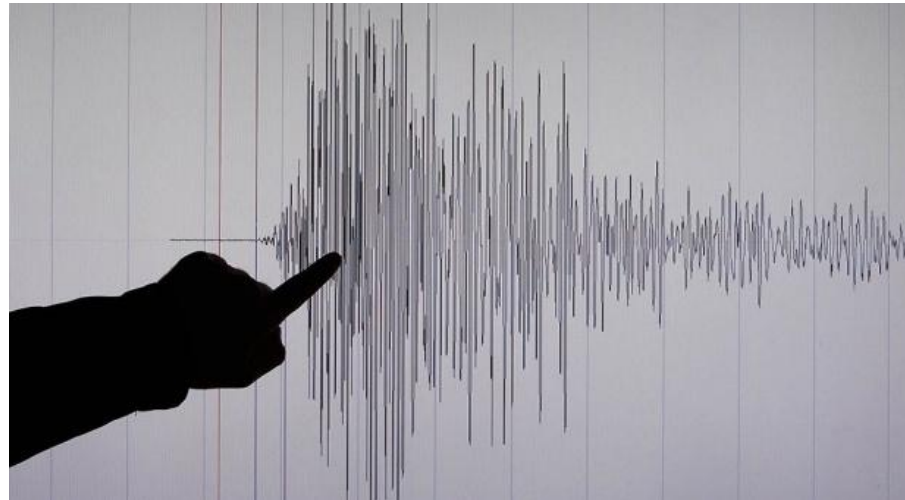
- Учитывать изменившиеся ландшафт информационного пространства и логику разгонки сигнала



- Уделять особое внимание внутренним коммуникациям и внутренней информационной политике



- ❑ **Организовать систему раннего предупреждения о первых симптомах репутационных рисков**



- **Инициировать КСО-активности, которые реально приносят пользу обществу и сопоставимы с возможностями компании**





- ❑ **Развлекая, поучать: рассказывать истории и визуализировать смыслы - людям это нравится.**



- Еще активнее серфить на тенденциях - естественность ценится выше, чем обычно



# Принцип № 10



Помнить, что прозрачность = ограниченная правдивость, а не пористость организации

## Прозрачность



- **Прозрачность** – сознательное и намеренное раскрытие внутренних систем с целью обеспечить всем находящимся вне организации доступ к информации в соответствии с внутренней политикой

## Пористость



≠

- **Пористость** – прохождение информации к внешней аудитории с выходом за пределы контролируемых каналов без учета более отдаленных последствий коммуникации



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



04053 Киев, пер. Бехтеревский, 14, оф. 17

Тел./Факс: (044) 5013244, 5013293, 4866427

[www.pr-service.com.ua](http://www.pr-service.com.ua)