

Семинар:

- **ЦЕННОСТИ БРЕНДА ОАО «РЖД»**



- *К.ф.н., доцент СГУПС  
Алексеева Ульяна Сергеевна*



## *Задание №1.*

1. Что такое бренд?

2. Для чего компании заниматься развитием бренда?

3. Какие бренды вы знаете?

(работа по подгруппам 10 минут)

***Бренд — это попытка выручить за товар больше, чем он стоит.***

***(афоризм, автор неизвестен)***



# Определения бренда

- "Набор качеств, связанный с именем бренда и символ, который усиливает (или ослабляет) ценность продукта или услуги, предлагаемых под этим символом" *Дэвид Аакер*
- «Товарный знак, торговая марка, широко известное торговое имя компании (товара, услуги), положительно влияющее на репутацию компании и служащее своеобразной гарантией ожидаемого качества товара (услуги)»;
- «Торговая марка, которая в глазах потребителя вбирает в себя четкий и значимый набор ценностей и атрибутов»  
*Charles Brymer*



# «Как вы яхту назовете, так она и ...»

- Каким должен быть «работающий» бренд компании?
- Как его сделать?
- Достаточно ли просто придумать бренд?
- Из чего складывается бренд компании?



## **Работа с брендом (HR, PR) предполагает:**

1. Сформулировать стратегию и миссию компании
2. Выявить имеющиеся ценностные характеристики организации и те, которые она хочет развивать.  
Сформулировать их
3. Определить ключевую аудиторию (HR, PR)
4. Выбрать наиболее эффективно воздействующие каналы и способы коммуникации

(ребрендинг ОАО РЖД связан с реформированием )

# РЖД: СЕГОДНЯ И ЗАВТРА



**Видение** – это мировоззрение компании или бренда, которое отражает наш **взгляд на будущее**.

## **«Глобальная транспортная система объединяет мир».**

**Компания "Российские железные дороги", являясь  
своеобразной кровеносной системой страны,  
перед которой ежедневно стоят ответственные задачи  
транспортировки людей и грузов,  
видит для себя широкие возможности в интеграции в  
мировое экономическое пространство.**

## Миссия бренда РЖД:

Мы - важнейшая **часть глобальной системы** движения людей, товаров и технологий.

Мы работаем **для клиентов**, способствуем объединению народов, интегрируем Россию в **единое экономическое пространство**.

Наши решения опираются на уникальную инфраструктуру, **мастерство команды профессионалов** высокого уровня и **инновационные технологии**.



## Краткое описание Модели компетенций ОАО «РЖД»

Ценности Бренда	Модель компетенций 5К+Л
Мастерство	Компетентность
	Клиентоориентированность
Целостность	Корпоративность и ответственность
	Качество и безопасность
Обновление	Креативность и инновационность
	Лидерство

## • **Корпоративные компетенции**

- Показывают, как ценности бренда и стратегические приоритеты ОАО «РЖД» должны проявляться в поведении сотрудников
- Задают корпоративные требования ко всем сотрудникам Компании в зависимости от уровня должности
- Отражают требования к управленческому стилю руководителей на различных уровнях

# Ценности:

**Мастерство** - преемственность традиций  
позволяет **передавать наши знания** из поколения  
в поколение.

**Точность, безопасность и надежность во всем,**  
что мы делаем, – результат **постоянного развития**  
**и совершенствования** наших умений и навыков.  
Наша преданность делу превращает **знания и**  
**опыт в настоящее мастерство.**

# СЛАЖЕННО И БЕЗУПРЕЧНО...



# Ценности:

**Целостность** - понимание своей роли и следование **общему долгу**, активная жизненная позиция и работа на благо **лучшего будущего** во все времена служили нам опорой. Руководствуясь **общими целями**, мы несем **единую ответственность** за результаты нашего труда и принятые нами решения.

# Ценности:

- **Обновление** - постоянный **поиск и внедрение** в ежедневную практику самых передовых **решений и технологий** – залог нашего **лидерства** и стремления к **совершенству**. Мы умеем жить в постоянно меняющемся мире, мы **открыты** предоставляющимся **возможностям** и реализуем их.

## Краткое описание Модели компетенций 5К+Л

Модель компетенций 5К+Л	Краткое описание
Компетентность	Наличие профессиональных компетенций. Способность учиться и развиваться. Готовность делиться опытом и передавать знания.
Клиентоориентированность	Ориентация на пользу для клиентов Компании
Корпоративность и ответственность	Ориентация на интересы Компании. Умение работать в команде. Нацеленность на результат.
Качество и безопасность	Ориентация на качество и эффективность. Обеспечение безопасности.
Креативность и инновационность	Выдвижение инициатив и внедрение инноваций. Поддержка инициатив других.
Лидерство	Воодушевление и вовлечение других. Мотивирование и убеждение без административного давления

**Модель компетенций  
5К+Л**

Рабочие и специалисты.  
Уровень 4.

Руководители.  
Уровень 3.

Руководители.  
Уровень 2.

Руководители.  
Уровень 1.

**Компетентность**

**Способность к развитию**

Открыт к восприятию нового. Своевременно адаптируется к изменениям  
Адекватно понимает свои сильные стороны и области, требующие развития  
Систематически прикладывает дополнительные усилия для своего развития, ориентируясь как на текущие, так и на будущие приоритеты бизнеса  
Быстро осваивает и применяет на практике новые знания и навыки

**Компетентность**

**Помощь в развитии**

По собственной инициативе делится накопленным опытом и знаниями  
Помогает менее опытным сотрудникам в освоении новых знаний и навыков

**Развитие сотрудников**

По собственной инициативе делится накопленным опытом и знаниями  
Адекватно оценивает знания, навыки и потребности в их развитии у подчиненных с учетом текущих и будущих приоритетов бизнеса  
Предоставляет обратную связь. Конструктивно обсуждает с подчиненными вопросы их эффективности и развития  
Эффективно использует возможности Компании для обучения и развития подчиненных  
Содействует выявлению, развитию и продвижению перспективных сотрудников

**Управление развитием**

По собственной инициативе делится накопленным опытом и знаниями  
Предоставляет обратную связь. Конструктивно обсуждает с подчиненными вопросы их эффективности и развития  
Регулярно анализирует потребности в освоении знаний и навыков по всей вертикали и определяет приоритеты в развитии персонала  
Создает в Компании новые возможности для эффективного обучения и развития сотрудников  
Лично курирует развитие и карьеру наиболее перспективных сотрудников и руководителей по всей вертикали



# Модель компетенций ОАО «РЖД»: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ

Модель компетенций 5К+Л	Рабочие и специалисты. Уровень 4	Руководители. Уровень 3.	Руководители. Уровень 2.	Руководители. Уровень 1.
<b>Клиентоориентированность</b>	<p><b>Ориентация на интересы клиентов</b></p> <p>Выполняя свою работу учитывает интересы и потребности клиентов Своими действиями формирует у клиентов положительный имидж Компании</p>	<p><b>Ориентация на интересы клиентов при организации работ</b></p> <p>Оценивает влияние действий своих подчиненных на клиентов Компании и корректирует работу с учетом интересов клиентов Предотвращает действия подчиненных, вызывающие недовольство или претензии клиентов Добивается совершенствования работы подчиненных на основе обратной связи от клиентов</p>	<p><b>Формирование системы работы с клиентами</b></p> <p>Учитывает существующие и перспективные потребности клиентов при планировании и организации деятельности своего подразделения Анализирует обратную связь от клиентов и корректирует в соответствии с ней работу своего подразделения</p>	<p><b>Внедрение культуры ориентации на клиента</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Внедряет идеологию клиентоориентированной корпоративной культуры в масштабах Компании</li> <li>Создает в Компании процессы, системы и услуги, ориентированные на более полное удовлетворение существующих и перспективных потребностей клиентов</li> </ul>

# Модель компетенций ОАО «РЖД»: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ

Модель компетенций 5К+Л	Рабочие и специалисты. Уровень 4	Руководители. Уровень 3.	Руководители. Уровень 2.	Руководители. Уровень 1.
<b>Корпоративность и ответственность</b>	<p><b>Ответственное мышление</b></p> <p>Планирует и организует собственную работу в соответствии с приоритетами своего подразделения</p> <p>Анализирует и учитывает влияние своих действий на соседние участки работы, окружающую среду и общество</p> <p>Бережно и рационально использует ресурсы Компании</p>	<p><b>Рациональное мышление</b></p> <p>Принимая решения, рассчитывает затраты и выгоды от альтернативных вариантов действий</p> <p>Планирует и организует работу в соответствии с приоритетами подразделения и Компании</p> <p>Анализирует и учитывает влияние своих решений на соседние участки работы, окружающую среду и общество</p> <p>Бережно и рационально использует вверенные ресурсы Компании</p>	<p><b>Системное мышление</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Имеет целостное понимание бизнеса и цепочки создания стоимости в Компании</li> <li>Принимает решения, формирует системы и процессы в подразделении таким образом, чтобы они приносили максимальную пользу бизнесу Компании в целом и соответствовали стратегии Компании</li> <li>Находит баланс между коммерческой выгодой, развитием бизнеса Компании и ответственностью перед обществом и окружающей средой</li> <li>Оптимально использует вверенные ресурсы Компании</li> </ul>	<p><b>Стратегическое мышление</b></p> <p>Формирует стратегию действий в зоне своей ответственности в соответствии со стратегией всей Компании</p> <p>При принятии стратегических решений учитывает риски и возможности внешней среды (отраслевые тенденции, политические, социальные и экономические факторы), ресурсы и ограничения Компании</p> <p>Находит баланс между коммерческой выгодой, развитием бизнеса Компании и ответственностью перед обществом и окружающей средой</p>

# Модель компетенций ОАО «РЖД»: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ

Модель компетенций 5К+Л	Рабочие и специалисты. Уровень 4	Руководители. Уровень 3.	Руководители. Уровень 2.	Руководители. Уровень 1.
<b>Корпоративность и ответственность</b>	<p><b>Работа в команде</b></p> <p>Знает и уважает традиции Компании</p> <p>Уважительно относится к другим сотрудникам Компании вне зависимости от их статуса и подчинения</p> <p>Находит конструктивные решения конфликтов и противоречий</p>	<p><b>Формирование командности</b></p> <p>Знает и уважает традиции Компании</p> <p>Уважительно относится к другим сотрудникам Компании вне зависимости от их статуса и подчинения</p> <p>Находит конструктивные решения конфликтов и противоречий</p> <p>Добивается от подчиненных уважительного и кооперативного отношения как друг к другу, так и к сотрудникам других подразделений</p>	<p><b>Обеспечение командной работы в Компании</b></p> <p>Формирует и поддерживает традиции Компании</p> <p>Уважительно относится к другим сотрудникам Компании вне зависимости от их статуса и подчинения</p> <p>Находит конструктивные решения конфликтов и противоречий</p> <p>Добивается от подчиненных уважительного и кооперативного отношения как друг к другу, так и к сотрудникам других подразделений</p> <p>Обеспечивает информационный обмен, сотрудничество и координацию деятельности между своим и другими подразделениями</p> <p>Продвигает и транслирует ценность командной работы в своем подразделении и в Компании</p>	
<b>Корпоративность и ответственность</b>	<p><b>Нацеленность на результат</b></p> <p>С готовностью берется за решение сложных задач</p> <p>Проявляет настойчивость и самостоятельность в достижении целей и преодолении препятствий</p> <p>Принимает персональную ответственность за допущенные ошибки или неудачи</p> <p>Проявляет высокую работоспособность, умение работать в напряженном графике</p> <p>Достигает результата, соблюдая нормы деловой этики</p>			

# Модель компетенций ОАО «РЖД»: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ

Модель компетенций 5К+Л	Рабочие и специалисты. Уровень 4	Руководители. Уровень 3.	Руководители. Уровень 2.	Руководители. Уровень 1.
<p><b>Качество и безопасность</b></p>	<p><b>Работа с высоким качеством</b></p> <p>Соблюдает установленные сроки выполнения работ Выполняет работу с высоким качеством. Результаты не требуют корректировок</p>	<p><b>Управление исполнением</b></p> <p>Выступает в роли учителя СМК / наставника по внедрению СМК (Система менеджмента качества) Ставит четкие цели перед подчиненными, устанавливает требования к качеству, сроки и параметры контроля Своевременно и в нужном объеме предоставляет подчиненным поддержку (информация, ресурсы), необходимую для достижения качественного результата Регулярно и конструктивно обсуждает с подчиненными качество их работы Своевременно контролирует работу подчиненных, корректирует допущенные ошибки</p>	<p><b>Организация рабочего процесса</b></p> <p>Транслирует идеологию СМК (Система менеджмента качества) Ставит четкие цели перед подчиненными, устанавливает требования к качеству, сроки и параметры контроля Определяет ключевые факторы успеха и барьеры, влияющие на качество работ и эффективность деятельности своего подразделения Разрабатывает и внедряет целостную систему мер, направленную на повышение качества и эффективности деятельности своего подразделения Формирует высокоэффективную систему распределения ответственности и полномочий</p>	<p><b>Управление эффективностью</b></p> <p>Формирует и транслирует идеологию СМК (Система менеджмента качества) Ставит масштабные, амбициозные, долгосрочные цели, побуждающие руководителей Компании к повышению эффективности деятельности Определяет ключевые факторы успеха и барьеры, влияющие на качество работ и эффективность деятельности своего направления Разрабатывает и внедряет целостную систему мер, направленную на повышение качества и эффективности деятельности своего направления Формирует высокоэффективную систему распределения ответственности и полномочий</p>

**Качество и безопасность**

**Обеспечение безопасности**

Неукоснительно соблюдает стандарты Компании в области безопасности деятельности

# Модель компетенций ОАО «РЖД»: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ

Модель компетенций 5К+Л	Рабочие и специалисты. Уровень 4	Руководители. Уровень 3.	Руководители. Уровень 2.	Руководители. Уровень 1.
<p><b>Креативность и инновационность</b></p>	<p><b>Инициативность</b></p> <p>Предлагает перспективные и продуманные инициативы по улучшению деятельности</p> <p>Поддерживает и развивает конструктивные идеи и инициативы коллег</p> <p>Принимает активное участие в реализации новых идей</p> <p>Систематически изучает лучший опыт и внедряет его в свою работу</p>	<p><b>Поддержка инициатив</b></p> <p>Предлагает перспективные и продуманные инициативы по улучшению деятельности</p> <p>Стимулирует и поощряет новаторские идеи и предложения подчиненных</p> <p>Направляет инициативы подчиненных на решение приоритетных проблем и задач</p> <p>Поддерживает, развивает и продвигает «наверх» конструктивные идеи и инициативы подчиненных</p> <p>Систематически изучает лучший опыт и внедряет его в работу подразделения</p>	<p><b>Формирование инновационной среды</b></p> <p>Предлагает перспективные и продуманные инициативы по улучшению деятельности</p> <p>Выступает внутренним заказчиком на инициативы и инновации в своем подразделении со стороны сотрудников Компании</p> <p>Создает механизмы поддержки инициатив и новаторских предложений сотрудников своего подразделения</p> <p>Обеспечивает привлечение ресурсов, необходимых для реализации полезных инициатив</p> <p>Формирует систему анализа, внедрения и тиражирования передового опыта в своем подразделении</p>	

# Модель компетенций ОАО «РЖД»: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ

Модель компетенций 5К+Л	Рабочие и специалисты. Уровень 4	Руководители. Уровень 3.	Руководители. Уровень 2.	Руководители. Уровень 1.
<b>Лидерство</b>	<p><b>Способность к лидерству</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Воодушевляет и мобилизует коллег на достижение результатов</li> <li>Активно вовлекает коллег в обсуждение и решение вопросов, требующих их участия</li> <li>Берет на себя роль организатора совместных усилий по достижению результата</li> </ul>	<p><b>Лидерство как стиль руководства</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Воодушевляет и мобилизует окружающих на достижение результатов, значимых для Компании</li> <li>Активно вовлекает коллег в обсуждение и решение вопросов, требующих их участия</li> <li>Эффективно организует и регламентирует работу коллег в совместном взаимодействии и при принятии общих решений</li> <li>Умеет убеждать, мотивировать и оказывать влияние без использования административного давления</li> </ul>		

# Ценности

Адаптивная корпорация  
корпорация)

Современная (креативная

**Дисциплина**

**Послушание**

**Иерархия**

**Достаточность**

**Власть**

**Достижения**

**Надежность**

**Организационная  
культура**

**Самореализация**

**Участие**

**Команда**

**Инициатива,**

**творчество**

**Децентрализация**

**Самостоятельность**

**Гибкость**

**Корпоративная  
культура**

## **Источники доверия в организации:**

- 1. Публичность курса реформ, открытость и доступность информации.**
- 2. Первоочередное и безусловное решение социальных проблем.**
- 3. Справедливая и непротиворечивая законодательная база.**
- 4. Возможность каждого выражать свои интересы и оказывать влияние на принятие решений.**
- 5. Защита собственности граждан.**
- 6. Добросовестность, честность и компетентность руководителей.**
- 7. Четкая обратная связь.**
- 8. Неотвратимость вознаграждения.**
- 9. Устойчивость институтов, "правил игры", договорных отношений партнерских связей.**
- 10. Гарантирование минимума жизненных благ и условий плодотворной деятельности.**
- 11. Достойный имидж и культура организаций.**





# Инструменты трансляции стратегии развития компании, ее миссии, ценностей, принципов работы



1. История компании
2. Традиции, ритуалы, праздники;
3. Пресса, сайты, стенгазеты, информационные стенды;
4. Листовки, памятки сотрудникам;
5. Слоган, логотип, символика;
6. Стиль общения и модель поведения сотрудников;
7. Стиль руководства;
8. Адаптация и обучение.

## Корпоративная идентификация включает в себя:

- Логотип
- Униформу и знаки отличия
  - Рекламу
  - Флаги
  - Образы
  - Цвета
- Литературу
- Продукцию и упаковку
- Внутренний и внешний дизайн зданий
- Фирменные бланки и все формы фирменных знаковых коммуникаций
  - Сайты в Интернет
- Коммуникации внутренние и с персоналом
  - Годовые отчеты

И поэтому каждый бренд строится по  
следующим категориям:

форма

цвет

содержимое

# Логотип должен быть:

- Современным и отражающим ценности организации;
- Творческим и отличающимся:  
специальный шрифт;
- Воспринимаемым и узнаваемым на любом языке;
- Привлекательным и визуально сильным.

# Слоганы могут быть:

- императивные
- описательные
- превосходные
- провокационные
- специфичные

## Зоны формирования позитивного имиджа:

- **1. Продукция и услуги** - т.е. ваш опыт использования продукции, его качества, и "моменты истины".
- **2. Поведение и установки** - корпоративная социальная ответственность и этика, полномочия на общность владения и использования окружающей среды.
- **3. Окружение** - офисы, демонстративные залы, отделения штабов.
- **4. Коммуникации** - реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации, PR, проспекты, кампании.

**Одним из основных способов улучшения и создания корпоративного имиджа является усиление и передача через коммуникации как обществу, так и целевым аудиториям вашей социальной ответственности.**

**Отличными примерами маркетинга событий являются:**

- Harley Davidson, которые поддерживают благотворительную кампанию в борьбе с мускульной дистрофией.
- Andrex, английская компания по выпуску туалетной бумаги, связана с GuideDogs, предоставляет собак-поводырей для слепых.



БЫЛО:



СТАЛО:



# **Железнодорожная компания превратится в диверсифицированный транспортный холдинг**

Среди ценностей, которые руководство планирует развивать в будущем, были выделены:

**Преимственность,  
Современность,  
Развитие,  
Международность.**

**Эти ценности и легли в основу новой бренд-платформы.**

# *Слоган ОАО «РЖД»*

**«Мы меняемся для вас»**





[Sostav.ru](http://Sostav.ru)

Mapket.biz Pexnata PR



**РЖД** Российские  
железные дороги  
Будущее начинается

**Новое время,  
в которое вступила  
Россия,** *настоятельно требует новых подходов*

*к структурной форме, значимости  
и производственному содержанию  
деятельности любой организации  
и компаний, которые хотят сохра-  
нить свою значимость и устоять  
в эпоху перемен. Бизнес должен  
создать конкурентное преимущество  
и ОАО «РЖД» ищет именно этот путь.*



**Sostav.ru**

Маркетинг Рекламa PR

(Mülzenfeld.)











