

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.
Клиентоориентированность	<p>Ориентация на интересы клиентов</p> <p>Выполняя свою работу учитывает интересы и потребности клиентов Своими действиями формирует у клиентов положительный имидж Компании</p>	<p>Ориентация на интересы клиентов при организации работ</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>Формирование системы работы с клиентами</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>Внедрение культуры ориентации на клиента</p> <ul style="list-style-type: none"> Внедряет идеологию клиентоориентированной корпоративной культуры в масштабах Компании Создает в Компании процессы, системы и услуги, ориентированные на более полное удовлетворение существующих и перспективных потребностей клиентов

Модель компетенций ОАО «РЖД»: ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ИНДИКАТОРЫ

Модель компетенций 5К+Л	Рабочие и специалисты. Уровень 4	Руководители. Уровень 3.	Руководители. Уровень 2.	Руководители. Уровень 1.
Корпоративность и ответственность	<p>Ответственное мышление</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>Рациональное мышление</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>Системное мышление</p> <ul style="list-style-type: none"> Имеет целостное понимание бизнеса и цепочки создания стоимости в Компании Принимает решения, формирует системы и процессы в подразделении таким образом, чтобы они приносили максимальную пользу бизнесу Компании в целом и соответствовали стратегии Компании Находит баланс между коммерческой выгодой, развитием бизнеса Компании и ответственностью перед обществом и окружающей средой Оптимально использует вверенные ресурсы Компании 	<p>Стратегическое мышление</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.
Корпоративность и ответственность	<p>Работа в команде</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>Формирование командности</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>Обеспечение командной работы в Компании</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>	
Корпоративность и ответственность	<p>Нацеленность на результат</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>Качество и безопасность</p>	<p>Работа с высоким качеством</p> <p>Соблюдает установленные сроки выполнения работ Выполняет работу с высоким качеством. Результаты не требуют корректировок</p>	<p>Управление исполнением</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>Организация рабочего процесса</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>Управление эффективностью</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>Креативность и инновационность</p>	<p>Инициативность</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>Поддержка инициатив</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>Формирование инновационной среды</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.
Лидерство	<p>Способность к лидерству</p> <ul style="list-style-type: none"> Воодушевляет и мобилизует коллег на достижение результатов Активно вовлекает коллег в обсуждение и решение вопросов, требующих их участия Берет на себя роль организатора совместных усилий по достижению результата 	<p>Лидерство как стиль руководства</p> <ul style="list-style-type: none"> Воодушевляет и мобилизует окружающих на достижение результатов, значимых для Компании Активно вовлекает коллег в обсуждение и решение вопросов, требующих их участия Эффективно организует и регламентирует работу коллег в совместном взаимодействии и при принятии общих решений Умеет убеждать, мотивировать и оказывать влияние без использования административного давления 		

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

Материал предоставлен РР



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.)









