

TİPS© "Temel İletişim Planlaması Süreci"

Kurumsal iletişim bakış açısı ile değerlendirildiğinde; şirketlerin, yatırımları, üretim teknolojileri, finansal kredibiliteleri, insan kaynaklarının yetkinlikleri, tarihçeleri, kültür ve değerleri başta olmak üzere bir çok alanda "iletişime" gereksinim duydukları ortaya çıkmaktadır.

Workshop'ın Amacı

- Katılımcı bir modelle, şirketin sosyal ortaklarını (çalışanlar, müşteriler, tüketiciler, yatırımcılar, medya, sivil toplum kuruluşları, halk, yerel yönetimler vb.) tarif etmek ve de şirketin kurumsal performansını artıracak iletişim önceliklerini belirlemektir.

Bu çalışma ile şirket,

- Stratejik iletişim ve sosyal ortak öncelikleri haritasına ve bu alanları yönetebileceği bir eylem planına sahip olacaktır.

Bu çalışma sırasında katılımcılar,

- Şirketin sosyal ortak (stakeholder) haritasını ve her bir sosyal ortak grubuna yönelik stratejik iletişim yönetimine temel hazırlayacaklar. Bir başka deyişle, "Neyin iletişimini kime yapacağız?" ve "Yaptığımız iletişimin etkinliğini nasıl ölçeceğiz?" sorularının cevaplarını elde edecekler.

Yöntem

TİPS© süreci, şirketin CEO'suna yapılacak bir sunumla başlar. Sunum ve TİPS© süreci ile ilgili olarak CEO tarafından, ilgili yöneticilere bir mektup gönderilir. Arkasından şirketin yönetim takımına da bir sunum yapılır. Bu sunumda, hem kurumsal itibar, hem de iletişim ve ilişki yönetimi ile şirketin rekabet gücünün nasıl artırılacağı aktarılır.

İkinci aşamada, şirketin yönetim takımı ile bir soru formu eşliğinde birebir görüşmeler yapılır. Bu görüşmeler sırasında şirketin vizyonu, kurum kültür ve değerlerinin nelerden oluştuğu, iletişimi yapılacak konuların önceliği, kurumsal

performansı etkileyen kriterlerin neler olduğu, kurum içi ve dışı iletişim performansının yeterliliği, rekabet analizi, kriz yönetimi ve kriz iletişimi yönetimine ilişkin sorular yöneticiler tarafından cevaplandırılır.

Üçüncü aşamada, yapılan görüşmelerin derlenmesi ile bir ön rapor üretilir ve görüşme yapılan yöneticilere dağıtılır.

Dördüncü aşamada, görüşme yapılan yöneticiler ve şirketin kritik işlerini yöneten veya gelecek vaat eden diğer yöneticilerin katılımı ile bir ortak çalışma gerçekleştirilir. Bir tam gün süren bu çalışmada, birebir görüşmelerde ortaya çıkan sonuçların daha kapsamlı değerlendirmesi yapılır. Grup çalışmaları ile hem sosyal ortak öncelikleri hem de iletişim öncelikleri katılımcı bir modelle belirlenir.

Beşinci aşamada, tüm sürecin çıktıları dikkate alınarak bir rapor hazırlanır. Bu rapor, şirketin kurumsal iletişim alanında önceliklerini ve eylem planını ortaya koyar.

Anahtar cümleler

- İletişimin "nasıl yapılacağından çok", "neyin" iletişiminin yapılacağı şirket performansını artırmaktadır.
- Herkesin bir iletişim önceliği olabilir. Ancak önemli olan kurumsal performansı artıracak iletişim önceliklerinin neler olduğunun tespit edilmesidir.
- İletişim önceliklerinin katılımcı bir modelle belirlenmesi kurumsal itibarı da güvence altına almaktadır.

Katılımcı Profili

- Şirketin Genel Müdürü, Genel Müdür Yardımcıları ve Bölüm Müdürleri
- Maksimum 25-30 kişi

ORSA

STRATEGIC COMMUNICATIONS CONSULTANCY

ORSA Stratejik İletişim Danışmanlığı

İnebolu Sk. 43/8 Setüstü Kabataş İstanbul

Bilgi için : Salim Kadıbeşgil - 0212 244 88 40 pbx

skadibesegil@orsa.com.tr