

Projekt:

Doskonalenie komunikacji wewnętrznej

Klient:

Spółdzielnia mleczarska

Cele:

- Zaprojektowanie i realizacja audytu komunikacji
- Zaangażowanie Zarządu i Rady Dyrektorów w projekt oraz wytyczenie kierunków strategicznych dla komunikacji wewnętrznej
- Doradztwo w zakresie działań komunikacyjnych dla Działów PR i HR
- Stworzenie rekomendacji działań w zakresie doskonalenia komunikacji wewnętrznej
- Doskonalenie kompetencji z zakresu komunikacji wewnętrznej (Zarząd i Dyrektorzy, Dział PR, zespół komunikacyjny)

Okres realizacji projektu:

Marzec-lipiec 2014

Zrealizowane działania

- kompleksowa analiza potrzeb, włączenie do współpracy w projekcie działu HR oraz członków Zarządu i Rady Dyrektorów (projekt zainicjowany i koordynowany przez dział PR), wywiady indywidualne z członkami Zarządu i Rady Dyrektorów
- badanie jakościowe procesów komunikacyjnych i wizerunku wewnętrznego - kilkadziesiąt wywiadów indywidualnych z pracownikami różnych oddziałów, działów, stanowisk
- analiza materiałów wewnętrznych (Intarnet, materiały drukowane i filmowe, bieżąca komunikacja ze strony Zarządu, Rady Dyrektorów, działów PR i HR)
- indywidualne spotkania konsultacyjne z Prezesem Zarządu, omawianie kierunków strategicznych w komunikowaniu do pracowników i kształtowaniu wizerunku wewnętrznego
- spotkania z zespołem projektowym - omawianie bieżących kwestii i praca na wziętych z praktyki firmy studiach przypadków, doradztwo w zakresie pożądanym w danej sytuacji działań komunikacyjnych i wizerunkowych
- opracowanie raportu podsumowującego wnioski z badań jakościowych, prezentacja raportu Działowi PR oraz Zarządowi i Radzie Dyrektorów

- zaprojektowanie i realizacja warsztatów strategicznych dla Zarządu i Rady Dyrektorów, wypracowanie (na bazie wniosków z badań jakościowych) kierunków strategicznych w kształtowaniu wizerunku wewnętrznego
- zaprojektowanie i realizacja warsztatów konsultacyjno-szkoleniowych dla zespołu komunikacyjnego (osoby z różnych oddziałów, działów i stanowisk odpowiedzialne za wdrażanie działań doskonalących), wypracowanie zarysu planu działań komunikacyjnych na nadchodzące lata