

Szkolenie: Zarządzanie komunikacją wewnętrzną w organizacji – podejście strategiczne i dobre praktyki

Organizator: MKG Consulting

Opracowanie i realizacja warsztatów:

Monika Kantowicz-Gdańska

Czas trwania:

2 dni szkoleniowe (2x8h)

Metodologia:

Wykład interaktywny z elementami dyskusji i konsultacji, ćwiczenia / zadania / studia przypadków realizowane w grupie, parach lub indywidualnie. Praca na realnych projektach / zadaniach realizowanych przez uczestników warsztatów.

Uczestnicy:

Najwyższa kadra zarządzająca, menedżerowie i specjaliści z działów zarządzania zasobami ludzkimi / PR / marketingu oraz inne osoby odpowiedzialne za realizację działań komunikacji wewnętrznej w organizacji

Cele warsztatu:

- Zdefiniowanie strategicznych celów komunikacyjnych dla kluczowych aktywności realizowanych w firmie
- Stworzenie rocznego planu działań komunikacyjnych (wszystkie realizowane aktywności)
- Rozwinięcie umiejętności planowania strategicznego aktywności komunikacyjnych (definiowanie szczegółowych celów, analiza grup odbiorców, dobór narzędzi i określanie kluczowych komunikatów dla każdej aktywności komunikacyjnej przewidzianej w planie rocznym)
- Doskonalenie umiejętności doboru narzędzi komunikacji w kontekście celów (sytuacji) oraz odbiorców
- Rozwijanie kompetencji tworzenia skutecznych komunikatów

Uwaga: organizujemy także zamknięte warsztaty szkoleniowo-konsultacyjne w zakresie tworzenia strategii komunikacji wewnętrznej i planowania działań komunikacyjnych w organizacji. Zawartość merytoryczna warsztatów opiera się na powyższym programie, przy czym szkolenie zawiera rozbudowane elementy konsultacyjne i jest poprzedzone gruntownym rozpoznaniem sytuacji Klienta. Czas trwania: 2-4 spotkania robocze w okresie przygotowawczym (po 4-6 godzin), warsztat – 2-3 dni (po 6-8 godzin).

Efekty warsztatu:

Po zakończeniu warsztatu uczestnicy będą:

- mieć wiedzę na temat strategicznego planowania aktywności komunikacyjnych oraz współczesnego podejścia do komunikacji
- z powodzeniem definiować cele strategiczne komunikacji wewnętrznej
- nadawać priorytet właściwym aktywnościom komunikacyjnym
- sprawnie dobierać narzędzia w zależności od kontekstu komunikacji (cele, odbiorcy)
- z łatwością tworzyć roczne / kwartalne plany aktywności komunikacyjnych
- wiedzieć jak tworzyć skuteczne komunikaty

Program szkolenia**Dzień 1**

9:00-9:30 WPROWADZENIE

- Zapoznanie się uczestników i trenera
- Zdefiniowanie oczekiwań
- Program i aspekty organizacyjne

9:30-11:00 KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA – FUNDAMENTY

- Komunikacja wewnętrzna w świetle najnowszych badań
- Komunikacja wewnętrzna – podejście tradycyjne i współczesne
- Elementy systemu komunikacji wewnętrznej
- Standardy i dobre praktyki w służbie komunikacji wewnętrznej – przykłady z praktyki

11:00-11:15 Przerwa

11:15-12:45 ZASTOSOWANIE OBRAZU W KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ

- Materiały filmowe w komunikacji wewnętrznej
- Ikonografia – przykłady zastosowań
- Pomysły na wykorzystanie obrazu w komunikacji wewnętrznej

12:45-13:30 Lunch

13:30-15:00 KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA A ZAANGAŻOWANIE PRACOWNIKÓW

- Czym jest zaangażowanie?
- Jakie są kluczowe czynniki wpływające na wizerunek pracodawcy i zaangażowanie pracowników?
- Jak wspierać zaangażowanie poprzez działania komunikacji wewnętrznej
- Role komunikacyjne menedżera – model MIKE

15:00-15:15 Przerwa

15:15-16:45 STRATEGICZNE PODEJŚCIE DO KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ

- Powiązanie działań komunikacyjnych z priorytetami biznesowymi
- Elementy planowania strategicznego aktywności komunikacyjnych
- Tajemnica skuteczności – właściwe określenie celu komunikacji

16:45-17:00 PODSUMOWANIE (PLANOWANIE DZIAŁAŃ)

Dzień 2

9:00-10:30 NARZĘDZIA KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ

- Najczęściej stosowane narzędzia komunikacji wewnętrznej
- Atuty i mankamenty poszczególnych grup narzędzi
- Media społecznościowe – szanse i zagrożenia
- Optymalny dobór narzędzi – przykłady z praktyki

10:30-10:45 Przerwa

10:45-11:45 PLANOWANIE STRATEGICZNE KOMUNIKACJI – case study

11:45-12:45 SKUTECZNE KOMUNIKATY

- Atrybuty skutecznego komunikatu
- Rodzaje komunikatów perswazyjnych
- Sposoby zwiększania sugestywności komunikatów
- „Co w tym wszystkim jest dla mnie?” czyli oczekiwania pracowników odnośnie treści

12:45-13:30 Lunch

13:30-15:00 BADANIE EFEKTYWNOŚCI KOMUNIKACJI - AUDYTY KOMUNIKACYJNE

- Po co badamy i co można uznać za sukces w realizacji audytu?
- Wyzwanie – właściwe określenie celu i zakresu badania
- „Mechanika” audytu – najczęściej stosowane narzędzia badawcze
- Właściwa promocja badania – co i jak komunikować przed / w trakcie / po audycie

15:00-15:15 Przerwa

15:15-16:45 WSPIERANIE ZMIAN ORGANIZACYJNYCH POPRZEZ DZIAŁANIA KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ

- Czym jest zmiana i jakie naturalne konsekwencje wywołuje?
- Jakie komunikacyjne wyzwania pojawiają się w procesie zmian?
- Dopasowanie sposobów komunikacji do fazy zmian – wskazówki
- Przykład z praktyki: jak dobrze zakomunikować zmiany restrukturyzacyjne

16:45-17:00 PODSUMOWANIE (PLANOWANIE DZIAŁAŃ) I EWALUACJA

**Prowadzący: Monika Kantowicz-Gdańska**

Konsultant, certyfikowany trener, audytor. Ekspert z wieloletnim doświadczeniem w dziedzinie zarządzania zasobami ludzkimi. Zajmuje się w szczególności rozwojem menedżerów oraz badaniem opinii pracowników i doradztwem w zakresie doskonalenia organizacji.

Od początku swojej kariery zawodowej pracuje z najwyższą kadrami zarządzającą oraz menedżerami różnych szczebli - zarówno w wymiarze grupowym, jak i indywidualnym. Koncentruje się na kluczowych wyzwaniach i buduje na pozytywach. Rozwija miękkie kompetencje, a w szczególności umiejętności komunikacyjne. Jest inspiratorką autorefleksji i orędowniczką dialogu. Uczy menedżerów, jak skutecznie budować zaangażowanie i przełamywać opory pracowników wobec zmian.

Jako niezależny konsultant i trener pracuje od 2006 roku. Zrealizowała liczne projekty doradcze i rozwojowe dla firm z wielu branż oraz instytucji publicznych. Prowadzi warsztaty, szkolenia i wykłady z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi oraz PR (kształtowanie wizerunku pracodawcy, komunikacja menedżerska, komunikacja wewnętrzna w organizacji, zarządzanie talentami, zarządzanie wiedzą i inne obszary tematyczne). Projektuje programy rozwojowe.

Z jej ekspertyzy korzystali członkowie zarządów, menedżerowie i pracownicy wielu organizacji, a wśród nich: Metro Group (Makro), Tesco Polska Sp. z o.o., TNT, Allianz, QXL Poland Sp. z o.o. (Allegro), Raiffeisen Bank Polska S.A., ING Bank Śląski, PKO BP, Volkswagen Bank Polska S.A., TP S.A., P4 Sp. z o.o. (Play), Polkomtel S.A., JTI Polska Sp. z o.o., Sanofi-Aventis Sp. z o.o., Volkswagen Poznań, Scott Wilson, Passus Sp. z o.o., UDT, PERN „Przyjaźń” S.A., Instanta Sp. z o.o., Urząd Marszałkowski w Łodzi, Górnośląskie Centrum Kultury, Valeo

Electric and Electronic Systems Sp. z o.o., EXATEL S.A., Spółdzielcza Mleczarnia „Spomlek”, COM4IT Sp. z o.o., PZOL Sp z o.o., Imago Public Relations, Alfa Laval Kraków Sp. z o.o., Tramwaje Warszawskie, UM Wodzisławia Śląskiego, Computaris Polska Sp. z o.o., IT Card i in. Swoją wiedzę praktyczną dzieli się także ze studentami studiów podyplomowych (m.in. Szkoła Główna Handlowa, Polska Akademia Nauk, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach).

Jest absolwentką Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Gdańskiego i Podyplomowego Studium Public Relations na Uniwersytecie Warszawskim oraz stypendystką Copenhagen Business School (studia z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi i konsultacji). Ukończyła studia trzeciego stopnia (doktoranckie) na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach, w Katedrze Zarządzania Zasobami Ludzkimi. Członek Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu.