



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»

# Бренд управленческой команды

Инструменты формирования командного  
бренда в бизнесе и госсфере





## Мария Егорова

- Профессиональный журналист, редактор, интервьюер, медиатренер, модератор.
- 20+ лет в медиа.
- 2 года возглавляла журнал Торгово-промышленной палаты РФ.
- Выпустила более 90 материалов с известными людьми в авторском проекте «Прогулка со звездой».
- Основатель Клуба Стремительного Сторителлинга.
- Автор Марафона честных текстов «КУЛЬТ ПУБЛИЧНОСТИ» и курса «Искусство интервью».
- Преподаватель РАНХиГС, Института бизнеса и дизайна, Корпоративного института Правительства Санкт-Петербурга и Федерального проекта «Содействие занятости».
- Эксперт в сфере коммуникаций, публичного имиджа.



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



# Командный бренд



**Существу  
ет**

**Фантом**



# Что такое бренд?

## Мифы:

- Бренд – это символ визуала.
- Бренд = медийность продукта/ организации/человека.
- Брендovýй = дорогой.



### Выберите верное утверждение:

- Бренд — то, как нас воспринимают.
- Бренд — то, как нам хотелось бы, чтобы нас воспринимали.
- Бренд — то, что мы есть на самом деле.





# Бренд

- ✓ это прежде всего набор устойчивых ассоциаций и смыслов, которые возникают при упоминании продукта, компании или личности у внешней аудитории.
- ✓ с позиции внутреннего позиционирования бренд – это возможность донести ценности и закрепиться в потребительском сознании.



# Когда возникает необходимость создавать бренд?

Когда появляются сигналы:

- ✓ **внешние** (например, результаты опроса общественного мнения);
- ✓ **внутренние** (из самой команды).

**!** Это становится поводом для смены  
**коммуникационной стратегии**



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



# Как воспринимается внешней средой КОМАНДНЫЙ БРЕНД?





АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



Как  
воспринимается  
внешней средой  
**КОМАНДНЫЙ  
БРЕНД?**





АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



# А как воспринимается БРЕНД УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОМАНДЫ?



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



**А как  
воспринимается  
БРЕНД  
УПРАВЛЕНЧЕСКО  
КОМАНДЫ?**







АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



# БРЕНД УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ КОМАНДЫ как метафора





АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



**Коммуникационная стратегия – это комплекс действий с использованием доступных средств коммуникации для обеспечения эффективного взаимодействия со всеми целевыми группами.**



**! Это ключевой процесс в деле создания бренда.**



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



Отрезвляющая мантра  
создателя бренда:  
**«Если нет реальных дел,  
не спасет PR-отдел!»**





# Сценарии создания бренда

- 1 **Неизбежный**
- 2 **Экстремальный**
- 3 **Плановый**
- 4 **Массовый**





**Создание бренда – это всегда  
дело рук команды.**

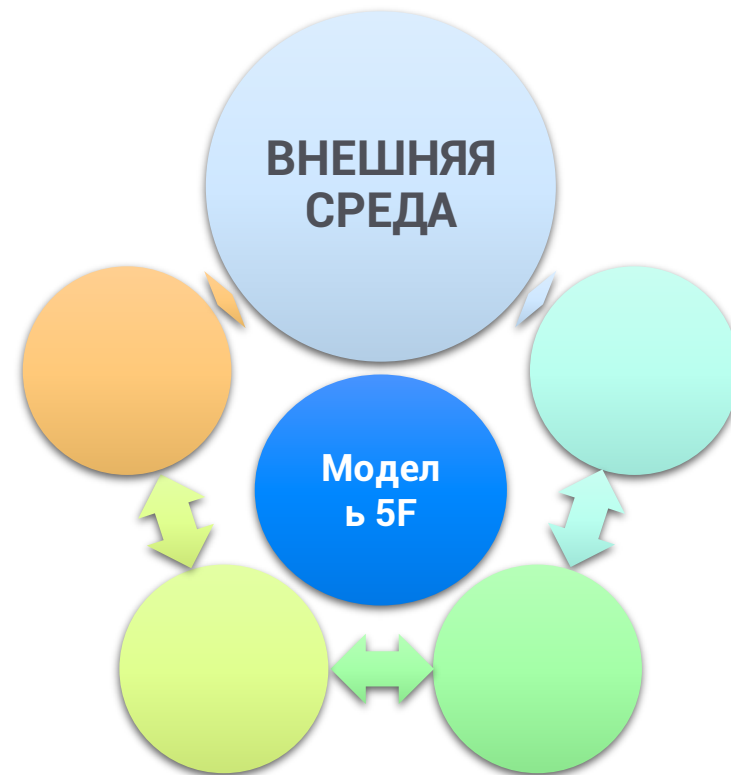
**Неуправляемое формирование  
бренда часто приводит к тому,  
что внешнее восприятие  
начинает фактически  
задавать тон внутренним  
процессам.**





# Внешняя среда

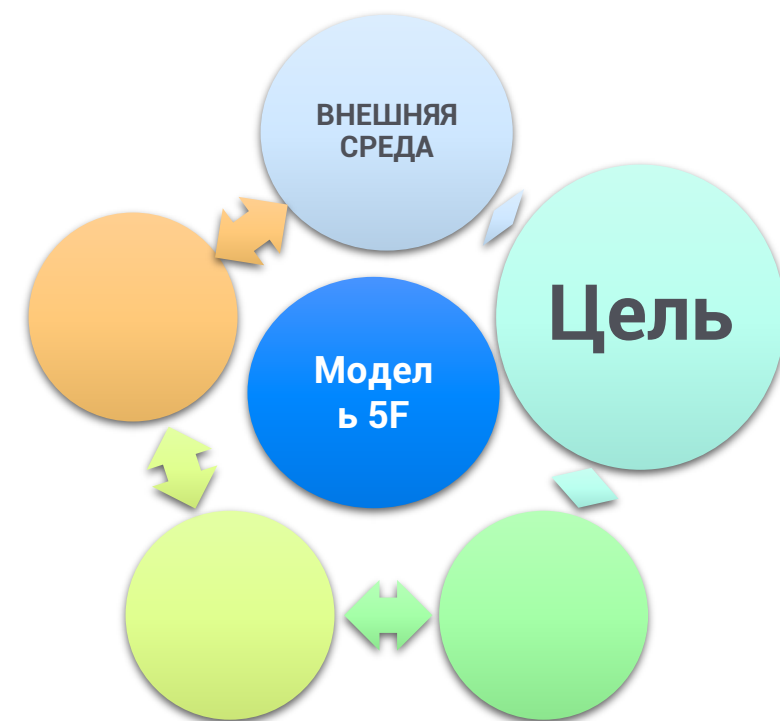
Может давать некие внешние ориентиры соответствия, а иногда даже диктовать командам условия *(например, жители региона «лучше знают», как работать руководству региона и как себя вести).*





# Цель

Например, в госсекторе  
ключевая цель –  
формирование доверия к  
власти.





## Достигается путем решения следующих задач:

### 1. Создание корректных представлений о реальном функционале.

Происходит через грамотное просвещение в виде внедрения живых форматов информирования, взаимодействия с населением через соцсети как эффективный канал коммуникации (с участием членов управленческих команд):

- ✓ прямые эфиры с возможностью лично задать вопросы;
- ✓ мини-репортажи в сториз;
- ✓ неформальные просветительские посты и т.д.

**Основное  
правило –  
«Человеку  
нужен человек»**



АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



## 2. Создание нового позитивного имиджа госслужащего.

Одна из главных причин недоверия к власти – непонимание ее реального функционала и миссий, поведенческих мотивов

Когда нам кажется, что всем и так понятно, чем мы занимаемся, нам кажется!

Важно быть не только носителем, но и доносителем верных смыслов своей деятельности до конечной аудитории.



Агентство ОБС

Новости. Аналитика





# Лидер

Менторство - самая правильная модель взаимодействия: лидер задает тон в общении с внешней средой и обучает других топов «секретам мастерства».

**Но!**

**Лидер команды всегда говорит:  
МЫ**

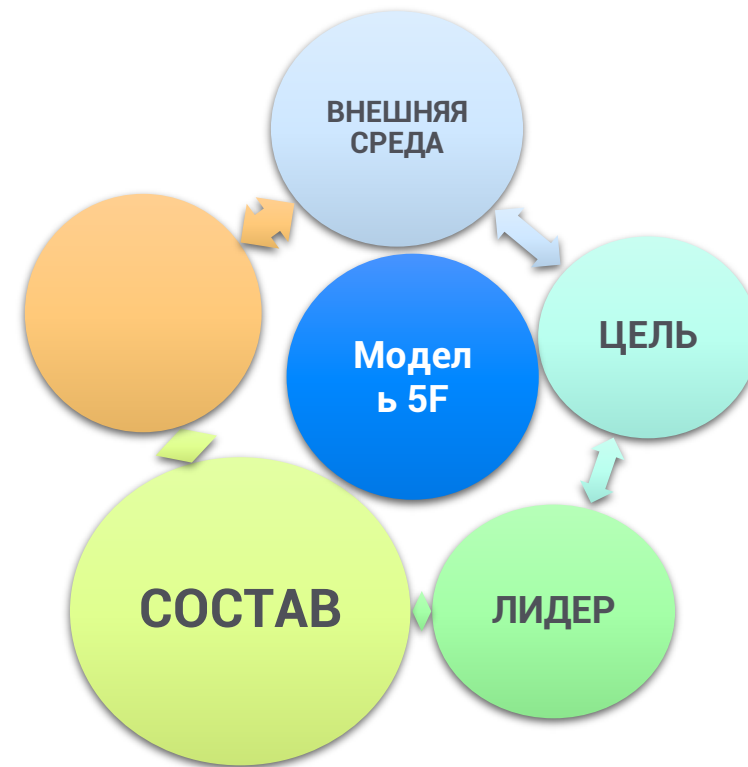




# Состав

В данном случае «состав» - набор уникальных компетенций в пределах одной команды, делающих ее самодостаточным механизмом.

Каждый член команды также обладает собственным набором ценностей, которые он транслирует внешней среде через персональный бренд.





# От много «Я» – до мы

1. Яркие личности, но объединенные общей целью и набором общих подходов.
2. Каждый знает об уникальных компетенциях и сильных сторонах другого и готов их подсветить.
3. Достижения транслируются через команду. Так в том числе растет количество касаний с внешней средой.





АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



**Ответьте на вопрос:**

**В чем измеряется  
ваш  
профессионализм?**





АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



**Ответьте на вопрос:**

**А в чем измеряется  
Профессионализм  
вашей команды?**





АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

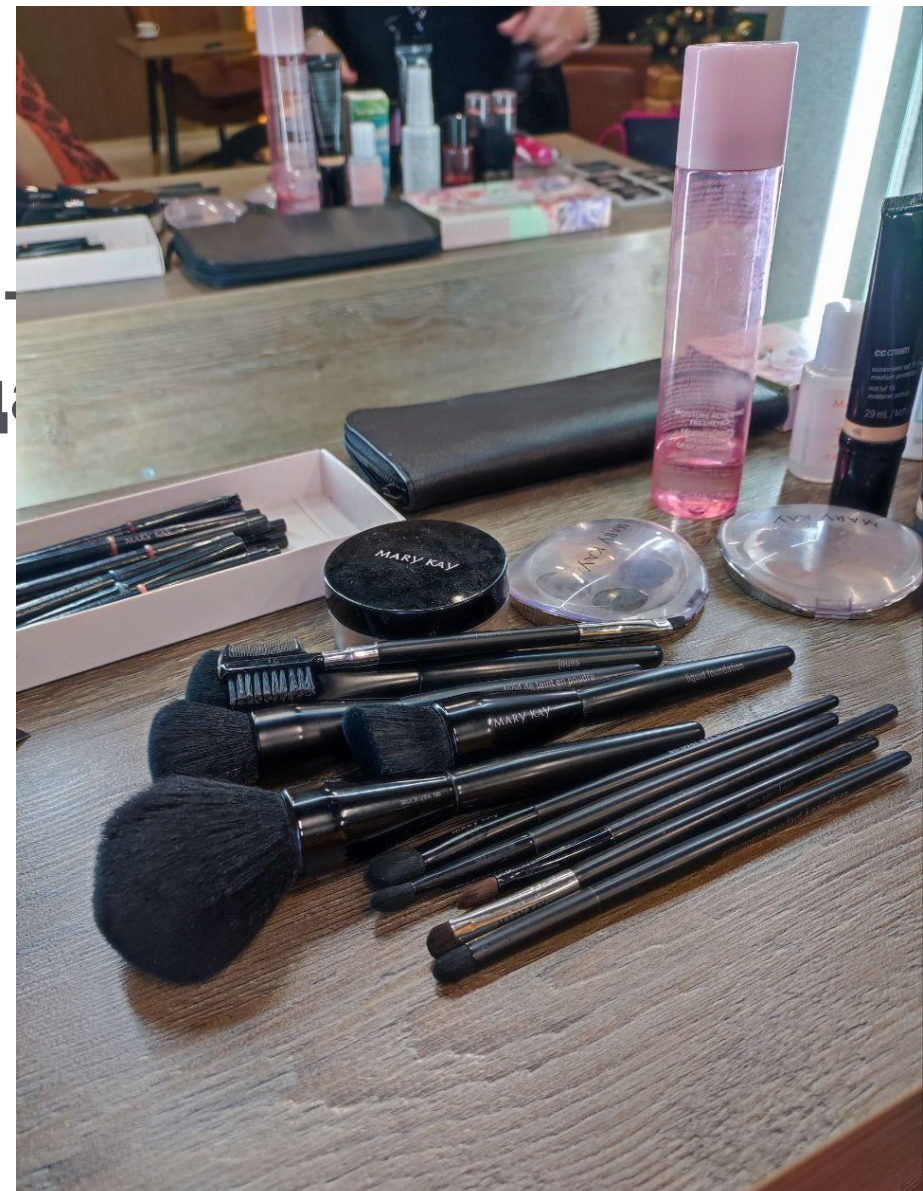
Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



# Взаимодействие

Команда – это эффективный инструмент создания новой культуры и решения ряда проблем, связанных с репутацией, формированием доверия, клиентской лояльности.

Принцип взаимозаменяемости и взаимного усиления – основа эффективной коммуникации команды с внешней средой.







**Есть внутреннее восприятие  
профессионализма,  
а есть внешняя оценка,  
подтверждение.  
Я вижу это так, а внешняя  
среда – так.**

**Задумайтесь, почему вы  
выбрали для ответа на вопрос  
именно это восприятие.**





## Измеряем командный бренд через достижение промежуточных целей:

1. Анализируем увеличение публичности через упоминаемость и цитируемость.
2. Анализируем, как количество публикаций отразилось, например, на информированности населения о деятельности конкретного органа власти.
3. Изучаем обратную связь, чтобы понять, насколько доносимые смыслы совпадают с восприятием их внешней средой (через различные анкеты, опросники, облака тэгов, смыслографику и т.д.).





**Ваша задача — создать  
у аудитории и медиа  
устойчивую и верную  
ассоциацию.**

**ЭТО И ЕСТЬ БРЕНД**



## Где закладывать фундамент бренда и доносить ценности?

### Социальные сети

Ваш блог — ваше  
личное медиа

### СМИ

Рост узнаваемости.  
Становимся героями  
медиа благодаря  
экспертным темам и  
новостным поводам

### Профессиональный бренд

Усиливаем верное  
восприятие профессии  
непосредственной  
деятельностью

### Мероприятия

По профилю,  
смешанная  
аудитория и т.д.

### Публичная деятельность

Волонтерство,  
просвещение, миссия





АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ

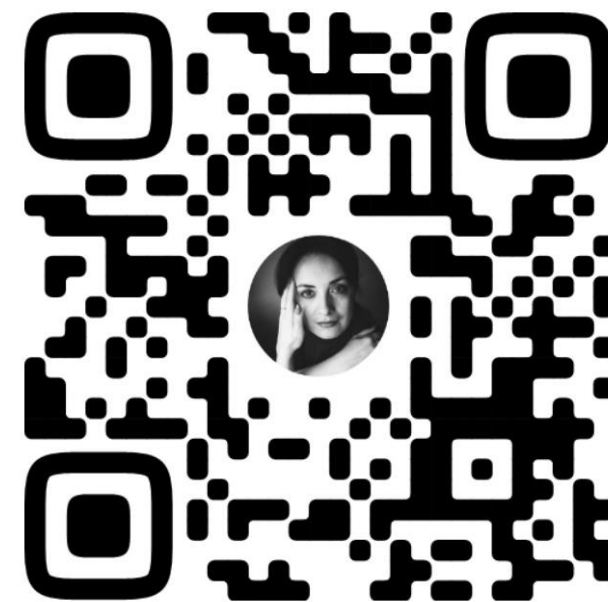


Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



# Мария Егорова: От бренда до бреда – одна буква!





АКАДЕМИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр  
Командных  
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция  
«Командный менеджмент в XXI веке»



**Спасибо за внимание!**

**Следующая конференция состоится  
ровно через год, 01 декабря 2024 г.**

Приглашаем Вас зарегистрироваться  
на неё по ссылке:

[https://ast-  
academy.ru/zapis/team2024pre/](https://ast-academy.ru/zapis/team2024pre/)

