



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





АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в ХХI веке»



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



АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



Что такое бренд?

Мифы:

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



АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



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.



АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



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.



АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



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!»**



АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



Сценарии создания бренда

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





АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



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).





АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



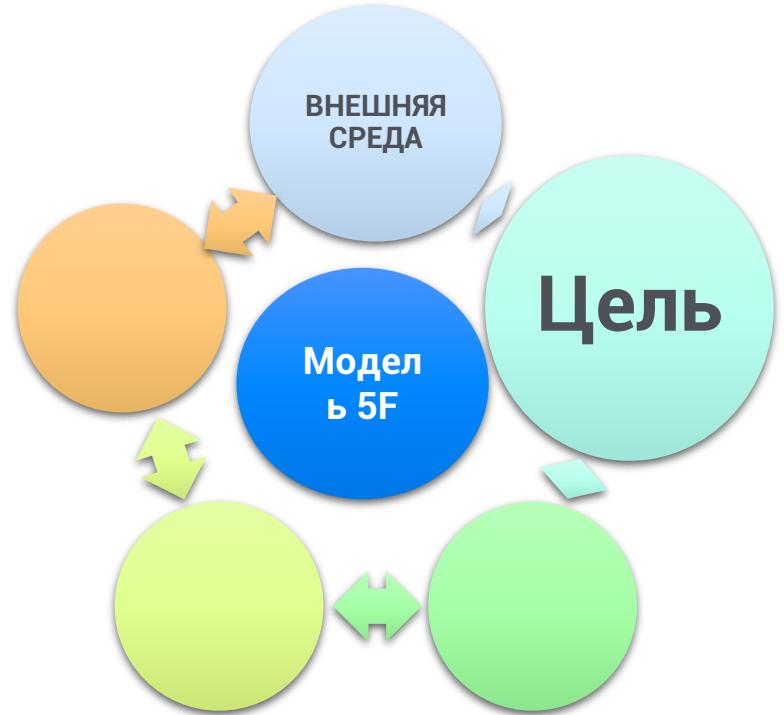
Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



Цель

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





АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



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.





АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



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

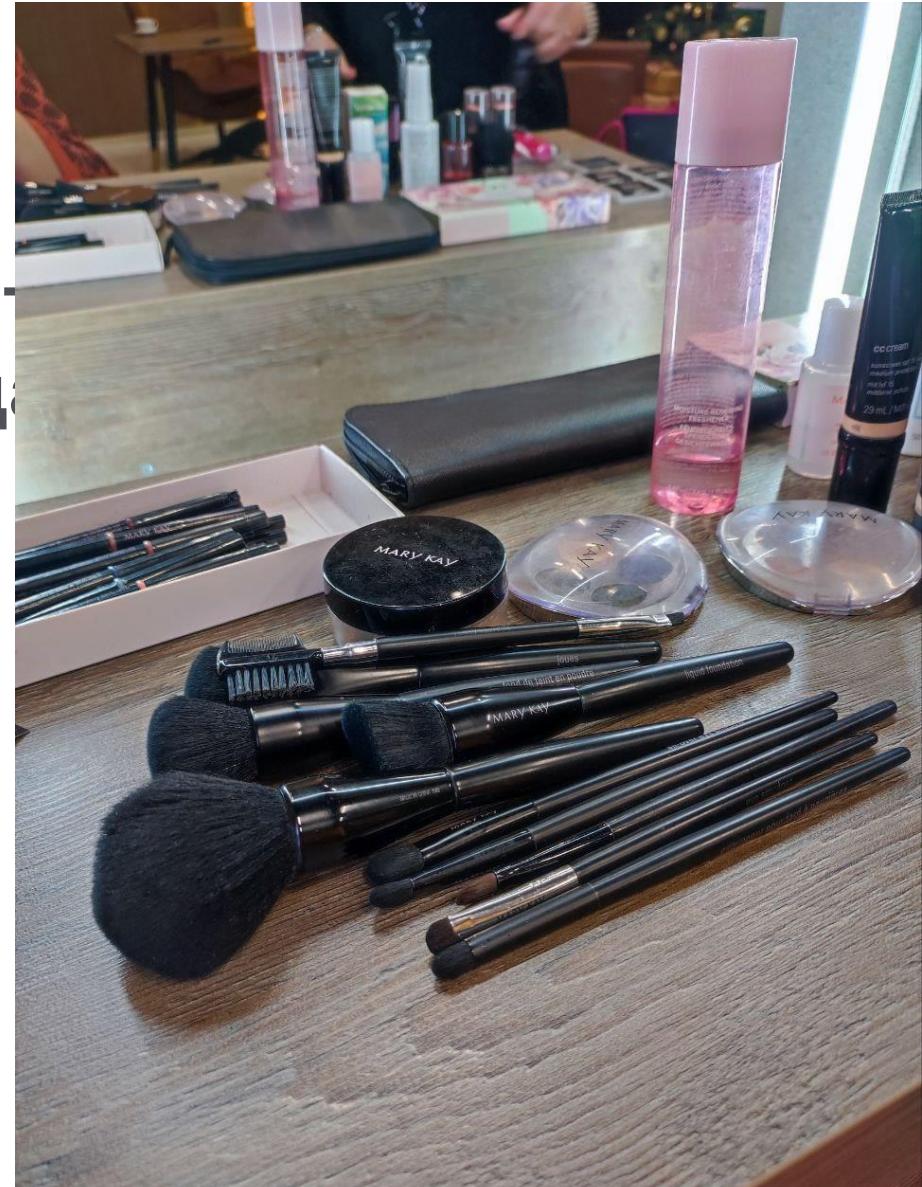
Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в ХХI веке»



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.





АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



**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.**





АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в ХХI веке»



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.).





АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в XXI веке»



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

ЭТО И ЕСТЬ БРЕНД



АКАДЕМИЯ
СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ



Центр
Командных
Компетенций

Ежегодная онлайн-конференция
«Командный менеджмент в ХХI веке»



Где закладывать фундамент бренда и доносить ценности?

Социальные сети

Ваш блог – ваше личное медиа

Мероприятия

По профилю,
смешанная
аудитория и т.д.

СМИ

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

Профессиональный бренд

Усиливаем верное восприятие профессии непосредственной деятельностью

Публичная деятельность

Волонтёрство,
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/)

