

ИНСТИТУТ
РЕПУТАЦИИ

GR-СТРАТЕГИЯ: КАК СОЗДАТЬ ДЕЙСТВУЮЩИЙ ИНСТРУМЕНТ

СПИКЕР: ЮЛИЯ КОРОЛЕВА

GR-СТРАТЕГИЯ

ИНСТИТУТ
РЕПУТАЦИИ

+ Торговое и экологическое
сотрудничество

GR-стратегия (Government Relations) - это комплекс мер, направленных на установление и поддержание взаимоотношений между бизнесом и государственными структурами с целью защиты интересов бизнеса и влияния на политику, законодательство и регулирование.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ

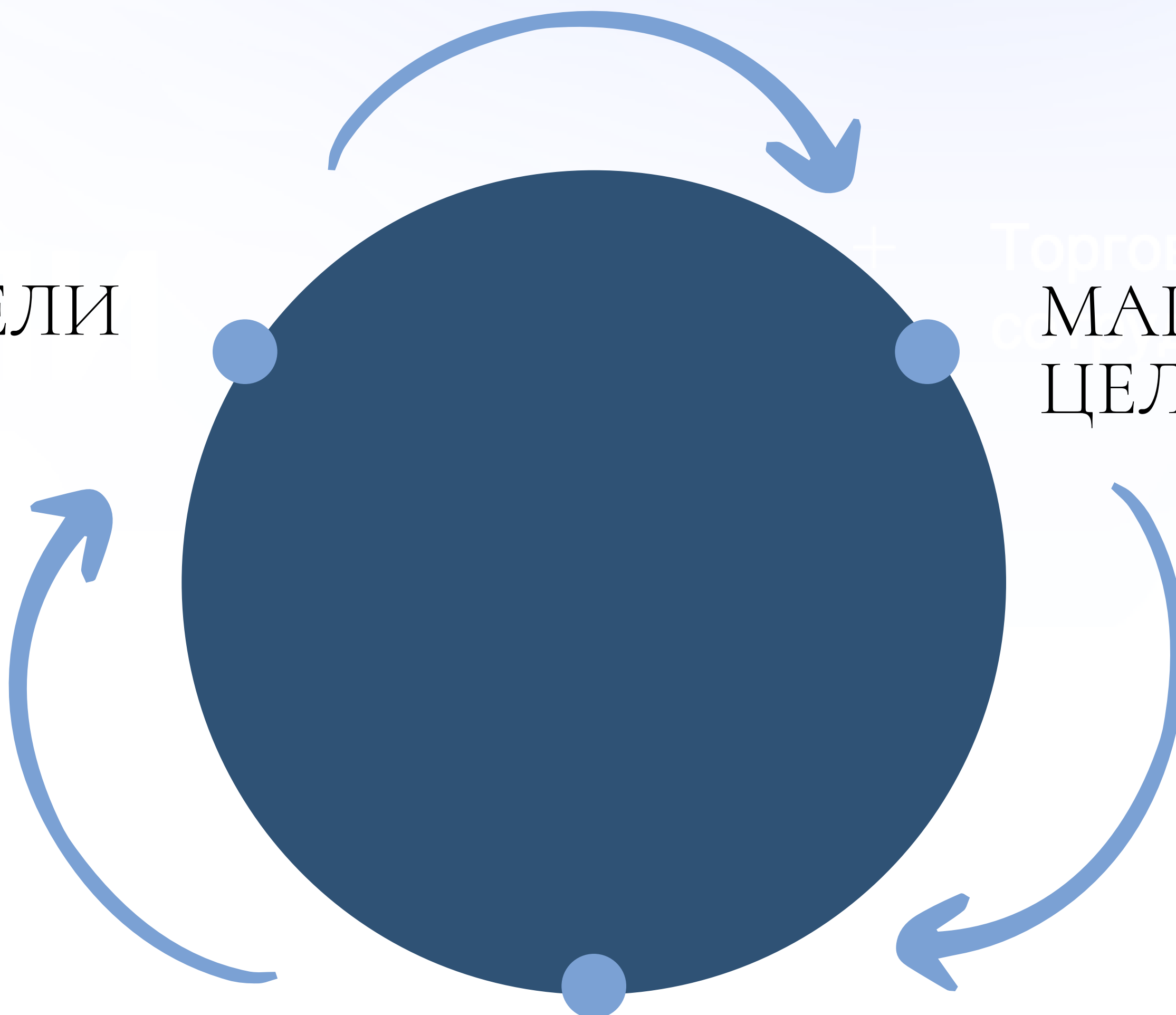
ИНСТИТУТ
РЕПУТАЦИИ

+ Торговое и экологическое
сотрудничество

Стратегические коммуникации – это комплексный подход к управлению информацией, направленный на достижение стратегических целей организации или государственного учреждения

БИЗНЕС ЦЕЛИ

МАРКЕТИНГОВЫЕ
ЦЕЛИ



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ЦЕЛИ

ВИДЫ GR-СТРАТЕГИЙ

+ Торговое и экономическое

GR ПО МЕТОДАМ

- Институциональный (стратегический) - системная, перспективная РАБОТА
- Персонально (тактический) - точечная РАБОТА «ПО СИТУАЦИИ»

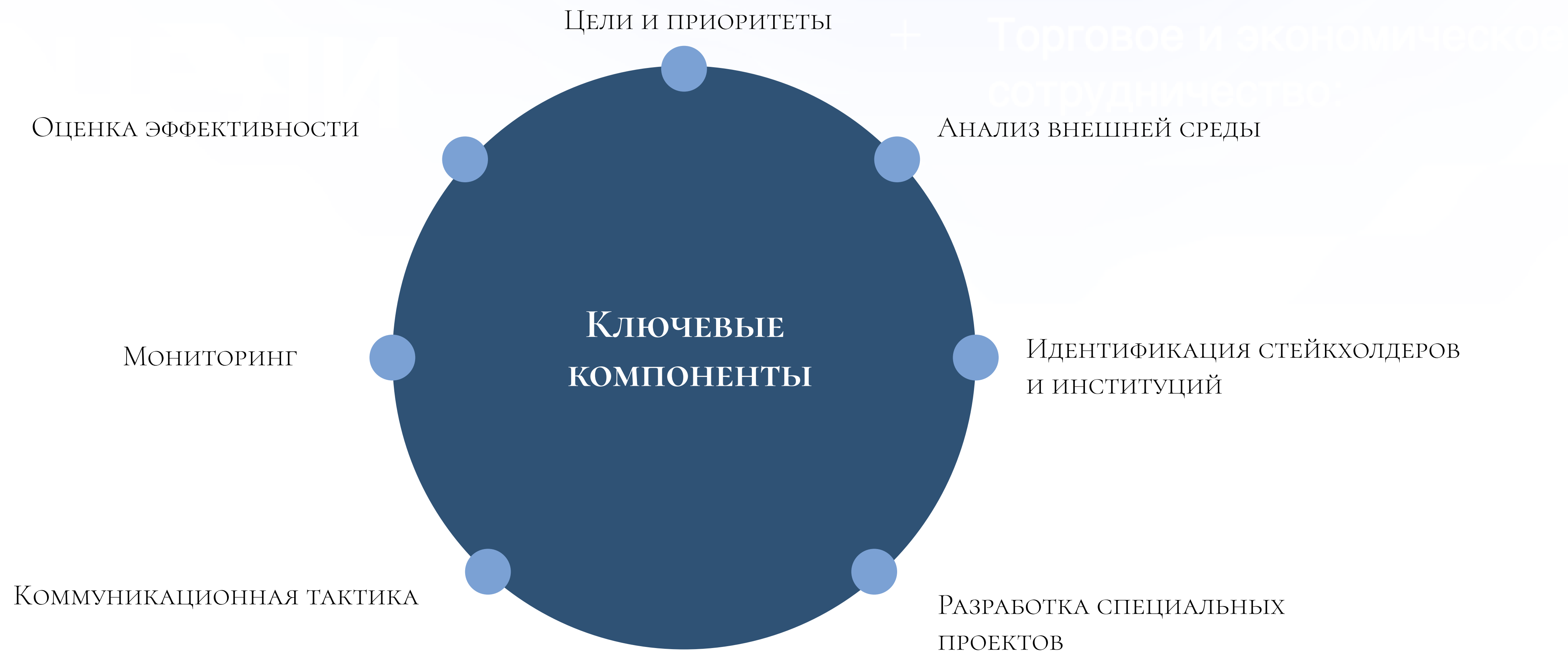
GR ПО ХАРАКТЕРУ

- Антикризисный
- Регулярный

GR ПО МАСШТАБУ

- Корпоративный - продвижение интересов конкретного учреждения или бизнес-структуры
- Отраслевой - продвижение интересов отрасли в целом

СОДЕРЖАНИЕ GR-СТРАТЕГИИ



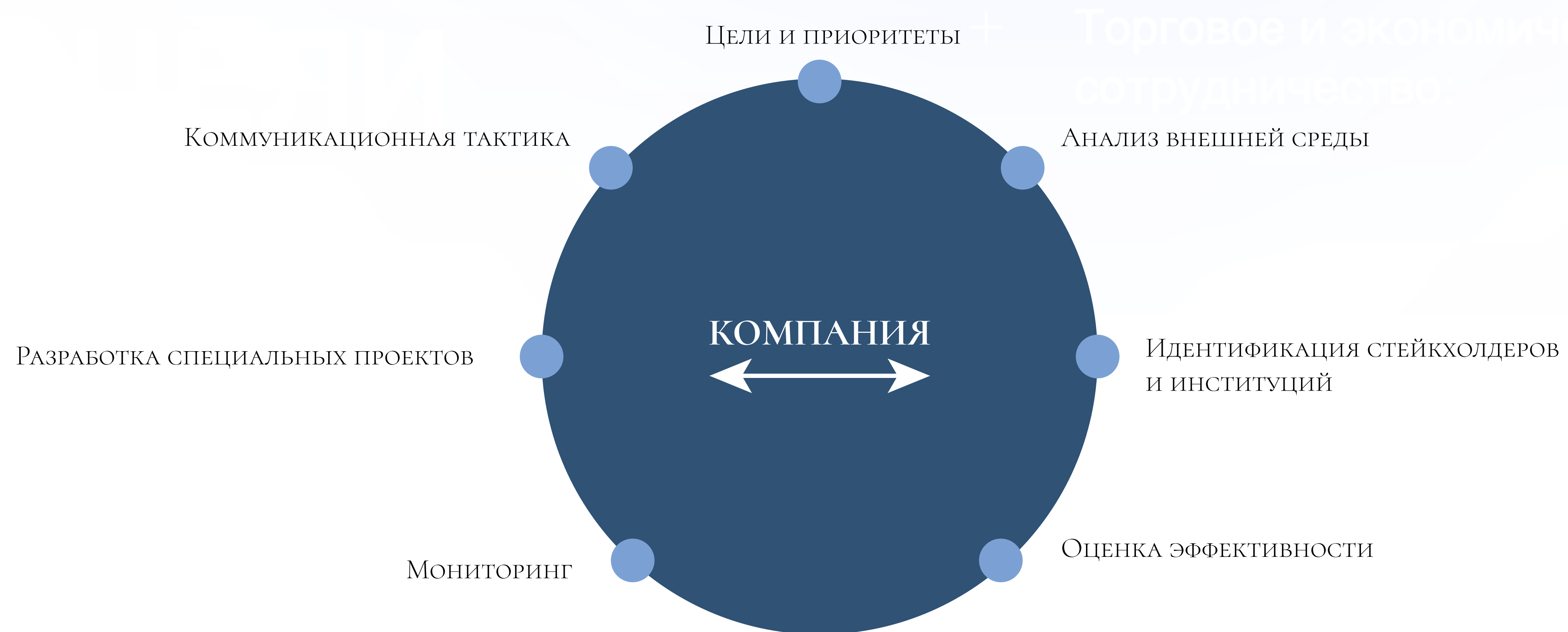
ЦЕЛЬ GR

Выстраивание долгосрочной, комфортной, предсказуемой системы отношений с профильными для компании политическими и государственными структурами.

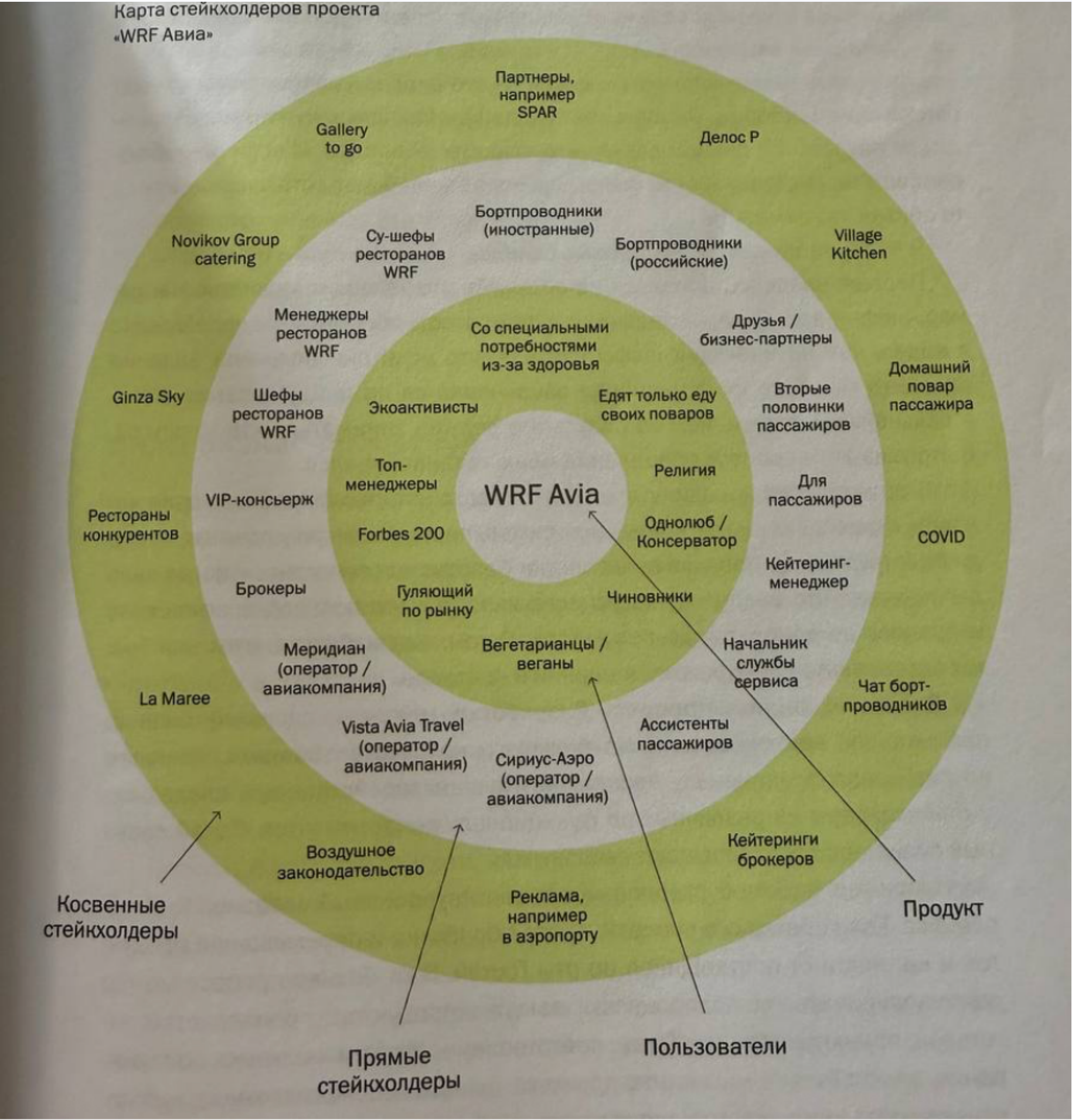
ЗАДАЧА GR

Реализация потенциальных возможностей компании посредством ее участия в политических действиях и предотвращение вероятных угроз от деятельности политических структур.

ВНЕШНЯЯ СРЕДА КОМПАНИИ



КАРТА СТЕЙКХОЛДЕРОВ БИЗНЕСА

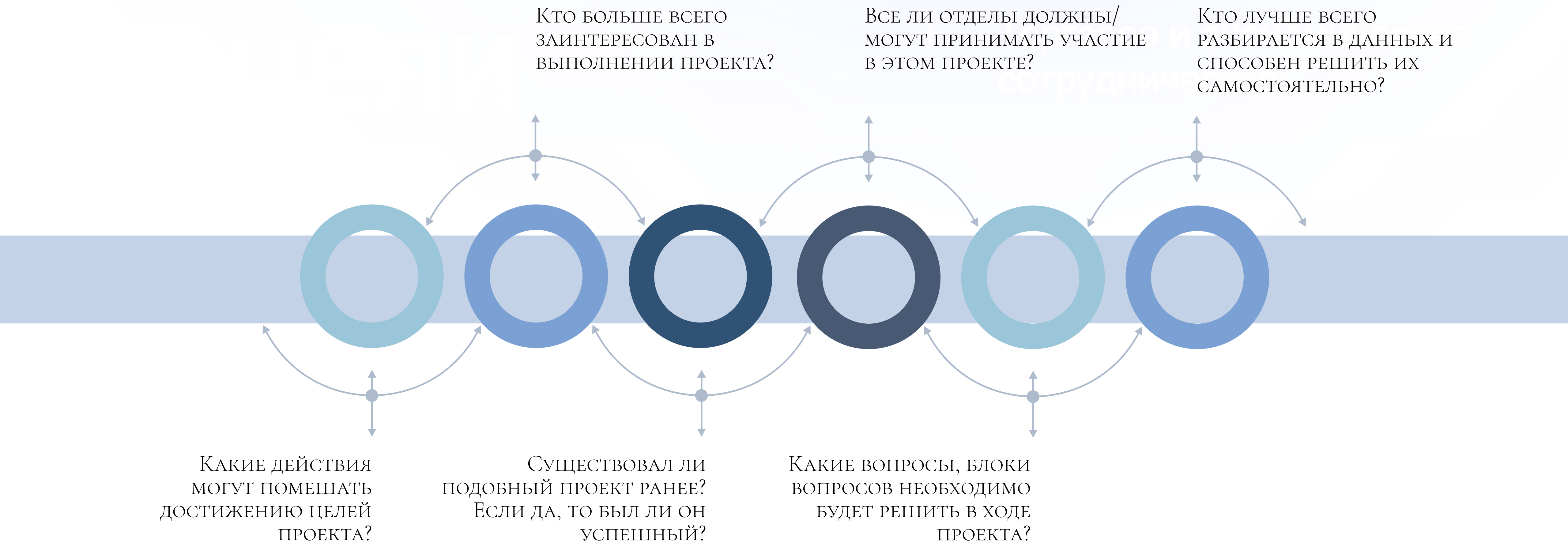


ОСНОВНЫЕ СТЕЙКХОЛДЕРЫ



Президент Российской Федерации	Правительство РФ	Федеральные министерства и ведомства	Государственная дума
Администрация президента	Председатель Правительства	Министерство здравоохранения	Председатель ГД
Заместители руководителя	Заместитель Председателя Правительства	Общественный совет при Министерстве здравоохранения РФ	Заместитель председателя ГД
Государственно-правовое управление	Руководство Аппарата Правительства	Министерство промышленности и торговли	Комитет по охране здоровья
Управление президента по научно- образовательной политике	Департамент здравоохранения Правительства	Госпрограмма “Развитие медицинской и фармацевтической промышленности	Совет Федерации
Экспертное управление	Медицинская коалиция	Росздравнадзор	Председатель СФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение ВПО	ИМЕДА (Ассоциация международных производителей медицинских изделий)	ФГБУ Всероссийский научно- исследовательский и испытательный институт медицинской техники	Члены СФ
Общественная палата	МАМТ (международная ассоциация разработчиков, производителей и пользователей медицинской техники)	Промышленная и экспортная коалиции	Совет по региональному здравоохранению
Председатель общественной палаты	АПМИ-ОПК (Ассоциация организаций оборонно-промышленного комплекса производителей медицинских изделий и оборудования)	Российский экспортный центр	
Комиссия по здравоохранению	ВРОС (Всероссийский общественный совет медицинской промышленности) РАПМЕД	РСПП	
	АПФ (Национальная ассоциация производителей фармацевтической продукции и медицинских изделий)		
	АРМИТ (Ассоциация развития медицинских информационных технологий)		

ИДЕНТИФИКАЦИЯ СТЕЙКХОЛДЕРОВ: САМОАУДИТ



1.

ОПРЕДЕЛИТЬ ИНТЕРЕСЫ ВСЕХ СТЕЙКХОЛДЕРОВ,
КОТОРЫЕ МОГУТ ВЛИЯТЬ НА ПРОЕКТ

3.

ВЫЯВИТЬ ОСНОВНЫХ ЛИЦ, КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ
ИНФОРМИРОВАННЫ О ХОДЕ ПРОЕКТА
(ПРЕЖДЕ ВСЕГО ЛПР)

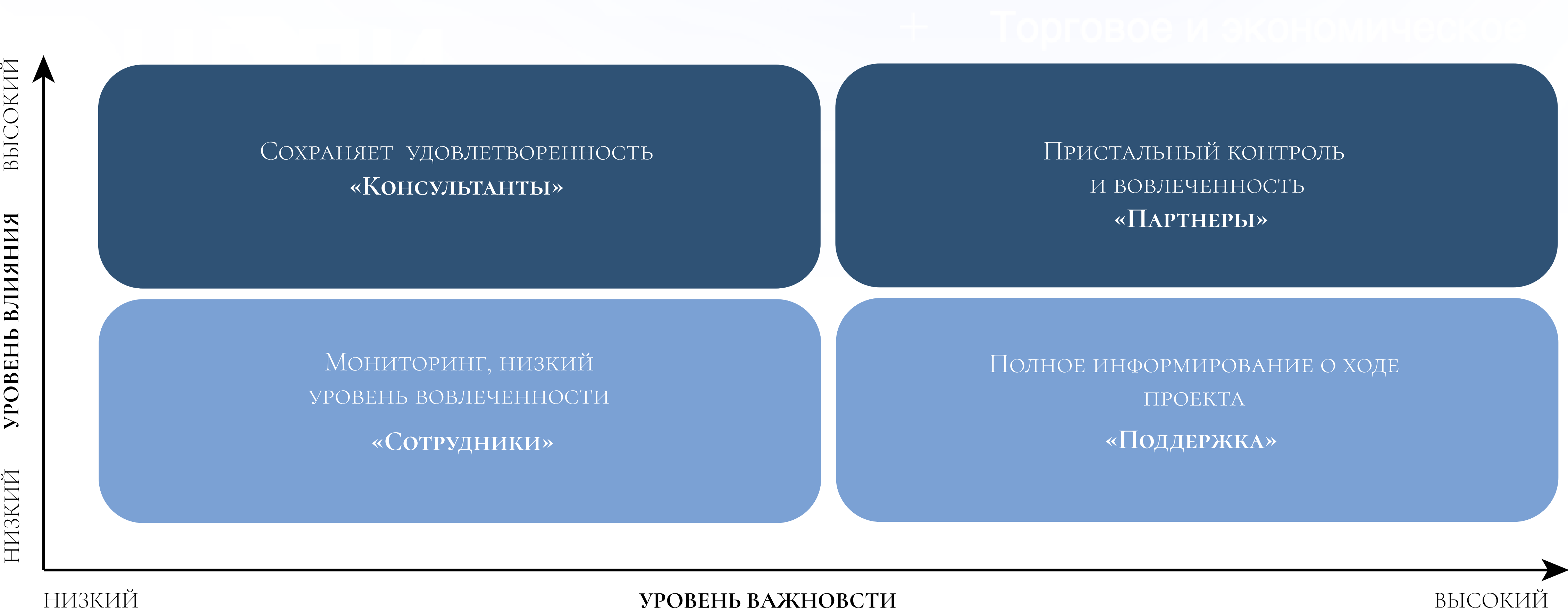
2.

ВЫЯВИТЬ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ РИСКИ/СЛОЖНОСТИ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРОМ, КОТОРЫЕ
МОГУТ ПОВЛИЯТЬ НА ПРОЕКТ

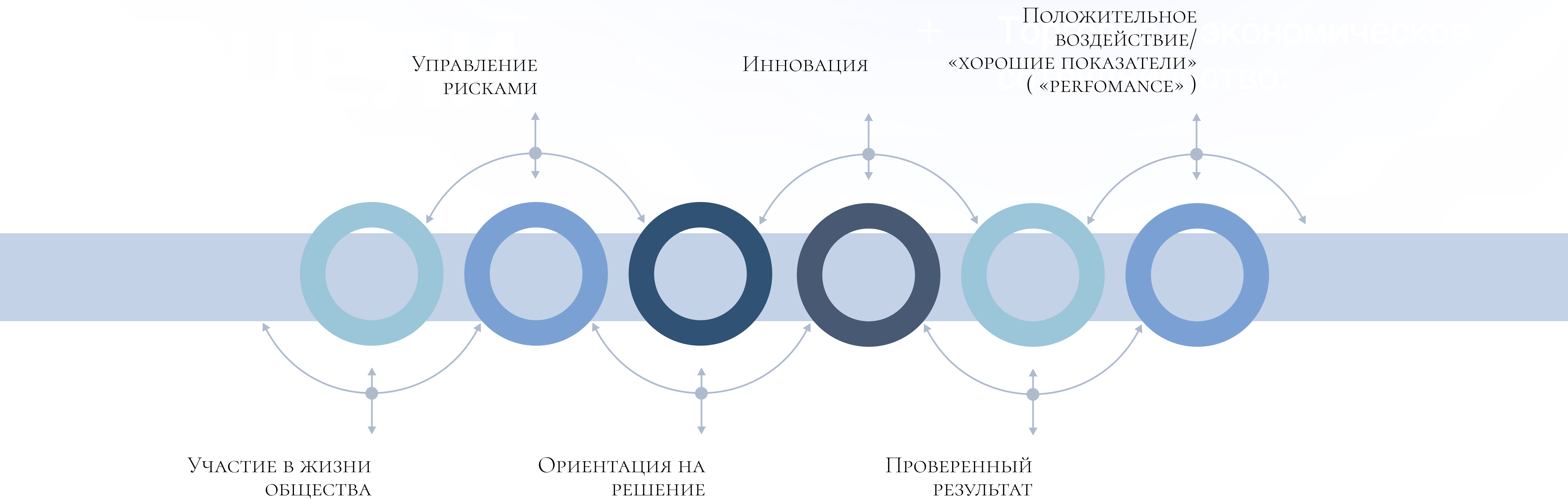
+ Торговое и экономическое
сотрудничество

МАТРИЦА МЕНДЕЛОУ

«ОЦЕНКА СИЛЫ» (ВЛИЯНИЯ И ВАЖНОСТИ)



ИДЕНТИФИКАЦИЯ СТЕЙКХОЛДЕРОВ: САМОАУДИТ



КСО/ESG КАК ТЕХНОЛОГИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

Национальный:

+ Торговое и экономическое

Выплата налогов, создание
рабочих мест, благотворительные
программы

Региональный:

Создание рабочих мест, выплата налогов,
развитие местных сообществ,
благотворительные мероприятия

Местный:

Развитие местных сообществ,
«экологическая активность»,
благотворительные мероприятия

СОЗДАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА КОМПАНИИ

+ Торговое и экономическое

ФОРМУЛИРОВАНИЕ STATEMENTS (POSITION PAPERS) – КЛЮЧЕВЫХ СООБЩЕНИЙ О ПОЗИЦИИ КОМПАНИИ ПО ЗНАЧИМЫМ ВОПРОСАМ

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ, ДЛЯ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ИНТЕРЕСАХ КОМПАНИИ

РАЗРАБОТКА ПАРТНЕРСКИХ ПРОГРАММ (НАПРИМЕР, КСО)

ИНИЦИИРОВАНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНЫХ BEST PRACTICES КОМПАНИИ

КОСВЕННОЕ ВЛИЯНИЕ НА ПУБЛИЧНУЮ ПОЛИТИКУ. ОБУЧЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ

СОЗДАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА КОМПАНИИ

+ Торговое и экономическое
сотрудничество:

Продвижение формулы “win-win” - взаимовыгодное сотрудничество бизнеса и власти
позволяет эффективно решать многие вопросы

В обмен на создание благоприятных условий деятельности бизнеса находить решение
части социальных задач, возложенных на государство

Развитие практики КСО/ESG – движение от давления со стороны государства и иностранных
корпораций к внутреннему осознанию их необходимости с точки зрения развития бизнеса и PR

Развитие практики ГЧП – система взаимоотношений власти и бизнеса для проектирования,
создания и обслуживания совместных проектов (чаще всего в инфраструктурной сфере)

АНАЛИЗ И ОПИСАНИЕ СИТУАЦИИ

ОЦЕНКА УЯЗВИМОСТИ (1-10)

- ПОДВЕРЖЕННОСТЬ АКТИВОВ РИСКУ;
- РИСК ПАДЕНИЯ КОТИРОВОК АКЦИЙ;
- ПОТЕРЯ ДОЛИ РЫНКА;
- ОСТАНОВКА БИЗНЕСА, ОСТАНОВКА ОПЕРАЦИЙ И ПР.;
- ЗАПРЕТ НА ОБОРОТ ПРОДУКЦИИ/ОТЗЫВ ПРОДУКЦИИ С РЫНКА;
- РАЗРЫВ В ЦЕПОЧКЕ ПОСТАВОК;
- НЕГАТИВНАЯ РЕАКЦИЯ КЛИЕНТОВ/ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ИХ ОТТОК И ПР.;

ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТЕЙ (1-10)

+ Торговое и экономическое сотрудничество.

- РОСТ ДОЛИ РЫНКА;
- РАЗРАБОТКА НОВЫХ ПРОДУКТОВ;
- УВЕЛИЧЕНИЕ ВЫРУЧКИ, ПРОДАЖ, ПРИБЫЛИ И
- РОСТ СТОИМОСТИ АКЦИЙ;
- ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ В СМИ;
- УЛУЧШЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ;
- РЫЧАГ КОМПАНИИ И ВОЗМОЖНЫЙ ФИНАНСОВЫЙ ЭФФЕКТ.

ИНСТИТУТ
РЕПУТАЦИИ



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
КОММУНИКАЦИОННОГО
АГЕНТСТВА «ИНСТИТУТ
РЕПУТАЦИИ»

Юлия Королева

instreputation.com

 +7 922 045-26-53

