

Есть контент: кто отвечает за внутренние коммуникации в службе занятости?



Развитие внутренних коммуникаций — одна из важнейших корпоративных функций. Организация информационного обмена между сотрудниками разных подразделений компании повышает эффективность их взаимодействия. Возникает вопрос — кто должен этим заниматься? Ответ ищем вместе с руководителем направления развития кадрового потенциала СЗН ФЦК СЗ **Натальей Добкиной**

С точки зрения HR, система внутренних коммуникаций — инструмент развития корпоративной культуры и управления изменениями. Работа здесь предстоит командная.

Итак, **кто есть кто в системе внутренних коммуникаций?**

Участники

Роль

Топ-менеджмент, то есть руководители самого верхнего уровня

заказчик, постановщик задач и (важно!) ключевой и постоянный участник на стадии реализации

Руководители среднего звена (подразделений разного уровня)

постоянные участники реализации намеченных мероприятий.

Важно, что именно непосредственный руководитель чаще всего доносит информацию до сотрудников, отвечает на вопросы, видит и чувствует настроение коллектива и может на него влиять

Служба персонала, HR

медиатор, активный участник постановки операционных задач и организации процессов, описания целевых аудиторий, в соответствии с задачами коммуникаций, участия в подготовке контента, сбора и анализа обратной связи

PR-подразделение (пресс-служба)

организация и развитие основных каналов коммуникации, изучение потребностей целевых аудиторий, подготовка и запуск контента

Сотрудники компании

активные участники внутренних коммуникаций, соавторы контента, источник обратной связи



► Организация работы команды

С этого мы начинали — развитие системы внутренних коммуникаций требует слаженных командных действий. Значит, эту работу — налаживание командного взаимодействия — должен кто-то делать, причём на постоянной основе. И это тоже HR.

Так выглядит общая картина, которая даёт понять: **успех внутренних коммуникаций во многом зависит от слаженности командной работы.**

Но есть несколько неочевидных и при этом важных **задач для эйчара:**

► Обеспечение преемственности содержания

Доносить одну и ту же информацию, разъяснять смыслы зачастую приходится много раз. Чтобы быть понятным и принятым, послание аудитории должно быть интересным, убедительным и адресным. Контент готовят разные люди, но хорошо бы кому-то одному присутствовать на большинстве выступлений, видеть и слышать обратную связь, анализировать готовность аудитории — в итоге понимать, как следует корректировать содержание следующих посланий. Как вы догадались, это задача для HR.



► Подготовка спикеров

Мы говорили о важности участия первых лиц, однако не все они привыкли и умеют выступать перед большой аудиторией. Отсюда задача — обсудить это с руководителем, поддержать его, научить, настроить на общение, помочь подготовить выступление. И главное — настроить всех руководителей на регулярное конструктивное общение с сотрудниками. Вы уже знаете, кто должен решать эту задачу, — HR.

Больше информации по теме в телеграм-канале [HR_Пространство](#). Там же в комментариях можно задать вопросы.