



Консалт-студия «ДЕЙСТВУЮЩИЕ ЛИЦА»

Креативные тренинги
по коммуникациям
для бизнеса



Чему учим? Топ 10 запросов наших клиентов

1. Мотивация\вовлечение сотрудников
2. Адаптация к изменениям, внутренним и внешним
3. Развитие коммуникаций в современных форматах
4. Развитие проактивного подхода к работе
5. Активация креативного мышления
6. Выявление и «обкатка» неформальных лидеров
7. Развитие стрессоустойчивости, управление конфликтами
8. Эффективная работа в команде, использование своего потенциала
9. Горизонтальные коммуникации в кросс-функциональных проектах
10. Геймификация в корпоративных коммуникациях



Почему мы?

- **Мы в диалоге с клиентом** – слушаем, задаем много вопросов и предлагаем решения конкретных задач.
- **Мы гибкие** – создаем программу под клиентский запрос и не боимся менять ее при необходимости.
- **Мы эксперты в своем деле** – имеем большой и во многом уникальный опыт работы в медиа, корпоративных коммуникациях и корпоративном обучении.
- **Мы практики** – все наши программы максимально прикладные, участники сразу же начинают использовать в работе новые знания и подходы.
- **Мы любопытные** – постоянно учимся, осваиваем самые интересные и актуальные методики, приемы, инструменты.
- **Мы креативные** – любим делать программы в нестандартных форматах и разрабатываем творческие практические задания для наших участников.
- **Мы симпатичные** – с нами приятно общаться до, во время и после мероприятия. 😊



Wow-кейсы. Кейс 1 PR-трип «Великие комбинаторы»

Заказчик: ПАО «Газпром»

Три дня для прокачки навыков современного корпоративного PR - креативного, отвязного и технологичного. В самых экстремальных условиях - за Полярным кругом. Без возможности для кого-либо из участников тихо отсидеться «на галерке».

Маршрут: Салехард-Лабытнанги-Бованенково. 130 человек в командах, 36 часов в спецпоезде без Интернета и мобильной связи. Выпуск живых газет: лайфхаки от топов компании, колонки, репортажи из ненецкого стойбища, фильмы, клипы, музыкальные хиты. И многое другое.

Самые современные форматы подачи мы попробовали соединить с интереснейшим медиа-опытом 20-х годов XX века. То было время смелых и даже нахальных экспериментов, в чем-то похожее на наше.



Wow-кейсы. Кейс 2

Батл «Телевизионщики VS видеоблогеры»

Заказчик: ПАО «ФосАгро»

“У нас есть корпоративное телевидение! Надо, чтобы оно было крутое. А может, нам лучше самим видеоролики снимать про компанию и выкладывать в YouTube?». Разбираться, что лучше для корпоративных коммуникаций, решено было на практике.

Приехали в Санкт-Петербург. Эксперты консалт-студии расчехлили оборудование, разбили участников - сотрудников PR-департамента - на команды. Дали вводные. Телевизионщики должны были побороться с видеоблогерами... Познакомили с крутыми кейсами - для вдохновения и обмена опытом. Озвучили темы для съемок. И понеслось!

Интрига раскрылась в самом конце двухдневного марафона, когда начался конкурсный показ работ телевизионщиков и видеоблогеров. Как думаете, кто победил? Мы, кстати, не угадали. 😊



Wow-кейсы. Кейс 3 «Антибюрократическое» годовое собрание

Заказчик: Коммуникационная Группа «МедиаЛайн»

Запрос был на мероприятие в «антибюрократическом» формате, мотивирующее и вовлекающее. А сотрудники непростые: сплошь медийщики, которых просто так не зажечь. Но - получилось! Видеоролики, плей-бэк театр, скрайбинг, викторина «МедиаЛайн в цифрах», гадание о будущем.

А главное – это креативные доклады-пятиминутки от ключевых сотрудников. Были и стихи, и игра «Кто хочет стать акционером», и шок-контент, и кулинарные рецепты от отдела продаж, и много чего ещё. Смыслы при этом подняли самые серьёзные, обсудили, куда и как развиваться - и компании, и каждому члену команды.

Думаем, что собрания такими и должны быть: искренними, умными и веселыми. Иначе зачем собираться?



УЧИТЬСЯ ПЛЮС. Плэй-бек театр

Импровизация актеров на основе коротких историй, которые зрители в зале рассказывают “здесь и сейчас”. Родившийся в конце XX века в США плэй-бек сегодня очень востребован и как формат корпоративного командообразующего мероприятия. Он позволяет создать атмосферу искренности и доверия между участниками, а будучи включенным в программу тренинга - отработать глубинные проблемы в коммуникациях сотрудников, “включить” креативный подход к решению бизнес-задач. А еще это очень весело!



УЧИТЬСЯ ПЛЮС.

Интеллектуальная игра «Формула IQ»

Ее создатели вдохновлялись “Своей игрой” и “Что? Где? Когда?”, но в итоге придумали особый формат. Задания участникам готовятся специально к каждой игре: тематика может быть связана со сферой деятельности компании, ее историей, корпоративными ценностями и традициями. Это динамичный и яркий вариант командного мероприятия после завершения тренинга в сочетании с музыкальными паузами и фуршетом. Можно провести экспресс-игру как учебный блок на самом тренинге – для отработки навыков мозгового штурма и генерирования идей.



Клиенты говорят

**Роман Сахартов,
Заместитель начальника Департамента –
начальник Управления ПАО «Газпром»:**

- Скажу в целом. Ранее я достаточно скептически относился к любой семинаристике в PR, считая это профанацией и бессмысленно потраченным временем, так как теория, как правило, не имеет ничего общего с практикой. Но вы сделали главную вещь: вы заставили думать. И неважно, относится ли это к B2B или к B2C – если ты думаешь, то ты успешен. Так было, так есть и так будет. Вы выполнили эту задачу великолепно, мы очень вас благодарим. И я думаю, вы сами видели: «зал был».

Мы достаточно много – наверное, уже лет десять – проводим подобные тренинги. И народ в зале собрался подготовленный, знающий и очень чувствующий преподавателя – и ребята два дня сидели по полной программе. Значит, вы молодцы, большое вам спасибо!



Клиенты говорят

**Маргарита Цой,
Вице-президент компании «Эксон Нефтегаз Лимитед»:**

- Наш отдел по связям с общественностью очень рад, что у нас была такая возможность – получить новые знания и новый опыт с помощью ваших прекрасных тренеров.

Если сравнивать этот тренинг с теми, которые мы обычно проводим в рамках наших корпоративных тренингов по повышению квалификации либо по коммуникационным навыкам, то он включал в себя и практические вещи, которые можно просто завтра брать и применять, и также давал нам серьезную пищу для размышлений в целом. Считаем, что такой тренинг, несомненно, полезен для всех групп и производственных коллективов, которым важно не стоять на месте, а развиваться.



Клиенты говорят

**Александр Головин,
Заместитель начальника
Управления по информационной политике ПАО «ФосАгро»:**

- Сотрудники наших подразделений по информационной политике, которых мы пригласили на этот семинар, смогли раскрыться на нем с новой стороны и проявили большую креативность и свободу творчества. Именно тренинги такого формата как раз наиболее эффективны для больших компаний с большим количеством региональных филиалов, с большим количеством сотрудников. Для тех компаний, которые в силу своего размера имеют серьезную внутреннюю идеологию. И в этой внутренней идеологии, конечно, есть некие клише, некие рамки. Участие в таких семинарах помогает немножко приподняться над этим и посмотреть на свою работу со стороны. И попытаться сделать ее более эффективной и более качественной.



Клиенты говорят

**Владимир Торин,
Руководитель Департамента общественных связей
и коммуникаций АО «МХК «ЕвроХим»:**

- Большое спасибо команде тренеров. Молодцы, молодцы! Тренинг оказался очень полезным и нужным. Многие вопросы, которые мы обговаривали и о которых хотели наши люди узнать, были раскрыты. И не потому раскрыты, что кто-то умный их раскрыл, а - что гораздо более важно, - что кто-то умный направил людей на то, чтоб они сами до всего дошли. И это было очень здорово. Спасибо вам огромное. Дай Бог дальше больших успехов в вашем движении, потому что, безусловно, сегодняшнее мероприятие было очень полезным.



Клиенты говорят

**Виктория Васильева,
Директор по связям с общественностью,
золотодобывающая компания ПАО «Полюс»:**

- Я понимала, что нам предстоят новые вещи, а именно – освоение интернет-пространства. Поэтому мы занимались форматом подготовки новостей для двух целевых аудиторий - на корпоративный сайт и для соцсетей.

Если говорить о моей команде, то я была приятно удивлена тем, какие люди в ней подобрались: их желанию учиться, открытости новому и очень хорошему, скажем так, базовому уровню.

С другой стороны, меня приятно поразили и сами тренеры - потому что я в первый раз сталкиваюсь с такой интересной парой ведущих, когда есть журналист и тренер-психолог. На мой взгляд, для формата коммуникационного тренинга ваш вариант самый оптимальный.

Плюс еще совершенно замечательный, я бы сказала, практически шедевральный мастер-класс по фотографии.



Это мы

Ольга Нагайцева – управляющий директор



- тренер-методист по профессиональным и корпоративным коммуникациям
- MBA (стратегический менеджмент)
- сертифицированный консультант Всемирного банка, Всемирной газетной ассоциации
- автор и ведущий консультант проектов по подготовке журналистов, PR-специалистов, специалистов рекламных отделов



Словарь

ВОРК-ШОП/МАСТЕРСКАЯ

Что это?

Обучающее мероприятие, на котором участникам предлагается освоить конкретный навык и создать продукт\услугу в режиме реального времени.

Зачем это?

Позволяет освоить знания и навыки, необходимые для выполнения конкретных работ по требуемой технологии; вместе с коллегами преодолеть сложности и убедиться в реализуемости методики.

ТРЕНИНГ

Что это?

Тренинг - это формат активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков.

Зачем это?

Позволяет за короткое время в интенсивном режиме за счет вовлечения всей группы в работу добиться максимальных результатов.



ПЛЕЙ-БЭК ТЕАТР

Что это?

Это интерактивный театр историй, в котором по специальной методике экспромтом играют непрофессиональные актеры.

Зачем это?

Позволяет увеличить глубину понимания ситуации. Отлично помогает в развитии коммуникативных навыков.

СКРАЙБИНГ

Что это?

Это техника презентации, предполагающая создание визуального ряда параллельно рассказу выступающего. Используются пиктограммы, символы, рисунки, шрифты и т.д.

Зачем это?

Позволяет эффективно донести информацию, сделать ее более привлекательной для слушателя\зрителя, лучше ее запомнить и усвоить.



АУДИТ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАНАЛОВ

Что это?

Исследование по оценке эффективности внешних и/или внутренних коммуникационных потоков, а также используемых каналов коммуникации.

Зачем это?

Позволяет понять, как воспринимает информацию аудитория, где расходятся интересы; какой образ компании складывается, какая информация не воспринимается и почему и т.д.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ

Что это?

Специально организованное мероприятие, сочетающее бизнес-экскурсии, творческие тренинговые занятия и бизнес-сессии.

Зачем это?

Используется для поиска новых бизнес-идей, развития, восстановления энергии и мотивации.



БИЗНЕС-СЕССИЯ

Что это?

Профессионально подготовленное обсуждение по заранее утвержденному кругу вопросов при участии консультантов, которые организуют и поддерживают ход обсуждения, сопоставляют предлагаемые решения с лучшей практикой и помогают сформулировать варианты решений.

Зачем это?

Бизнес-сессия проводится с целью проанализировать суммарный опыт участников и:

- смоделировать оптимальные алгоритмы и технологии по определенным темам, договориться о необходимой коррекции
 - добиться единой точки зрения на задачи
 - определить единые критерии эффективности
- договориться о командной работе и улучшить взаимодействие
 - добиться активного включения каждого.



ИНТЕРАКТИВ

Что это?

Интерактив – это способ коммуникации, при котором обязательно взаимодействие между участниками.

Зачем это?

Взаимодействие участников обеспечивает вовлеченность каждого, ускоряет до максимума процессы понимания и освоения нового.

МОДЕРАЦИЯ

Что это?

Жесткая техника организации интерактивного общения группы по утвержденным вопросам. Используется в организациях, заинтересованных в развитии культуры эффективных групповых дискуссий.

Зачем это?

Цель модерации - достижение максимальной эффективности обсуждения за счет равноправного участия, структурированности и целенаправленности.



БИЗНЕС-ЭКСКУРСИЯ

Что это?

Короткий визит «в гости» на предприятие с целью знакомства с менеджментом, особенностями ведения дела, экспертами компании.

Зачем это?

За счет интерактивности и вовлеченности участников позволяет за короткое время собрать интересные идеи, изучить отраслевую практику, убедиться в реализуемости идей.

ФАСИЛИТАЦИЯ

Что это?

Техника организации интерактивного творческого обсуждения. Используется в организациях, заинтересованных в развитии культуры эффективных групповых дискуссий.

Зачем это?

Позволяет привлечь к творческому поиску всех участвующих, распределить ответственность за дальнейшее развитие, найти новые варианты и решения.



Написать нам:

activepersons@mail.ru

Позвонить нам:

+ 7 926 047 21 85



+34 722 31 51 22