

Арман Сатимов, Директор по непрерывному совершенствованию, АО НК «КазМунайГаз»

1. Общее представление, коротко о GR Hub. Идея, необходимость, потенциал

Первое выступление здесь, спасибо большое!

KazEnergy / NCOC / KMG

GR HUB – нефтянка, горнорудка, банки, телеком, квазисектор, единичные крупные компании такие как Пфайзер, Майкрософт, ребята-эксперты в GR, представители GR консалтинговых компаний, 65 человек. Периметр разный, но интересы схожие. Это выстраивание долгосрочной, комфортной, предсказуемой системы отношений с профильными для бизнеса государственными и политическими стейкхолдерами.

У нас есть шутка «в казахстане все занимаются GR, если кибала работает в Акимате, а брат в Министерстве». Говорят, что GR и PR брат и сестра, на самом деле при поиске компетенций обнаружили много руководителей, которые совмещают эти обе задачи.

На самом деле, проблематика шире. Нет четкого периметра в кадастре профессий, отсутствие академических программ, буквально мы нашли только двух человек со степенями мба в GR, полученных в МГУ. Есть целое непонимание что такое GR в целом со стороны первого руководителя, или даже руководителя Министерств.

Кто эти люди: GR это все? или только проблемные вопросы? GR – это обязательное разрешение вопроса или уметь открывать все двери? GR – это микс корпоративных навыков, с высокой степенью business acumen то есть умение проваливаться в любые темы, понимать и решать их на таком же уровне как и корневые специалисты

Недавно коллеги из Самрук-Казына которые активно занимаются развитием GR компетенций в квазисекторе, показали хороший пример – Олег Дерипаска, олигарх, миллиардер сказал – 40% успеха бизнеса зависит от PR, на 40% за счет GR и только 20% за счет схем бизнес-модели. Поэтому GR/PR очень важны сейчас

Поэтому давайте продолжать общение, площадка растет, приглашаем к совместному развитию. Наверно, дальнейший диалог можно построить через Айжан Хамитову, руководителя GR Hub. То есть нашего модератора, тем более я отошел от активной роли в GR, и делаю это как научное изучение этой профессии

2. СКОРОСТЬ РОСТА И ВИДА КОММУНИКАЦИЙ. ИЗМЕНЕНИЕ ГРУПП СТЕЙКХОЛДЕРОВ. РОЛЬ НОВЫХ ЛИДЕРОВ. НОВЫЕ ВЫЗОВЫ.

XR – PR/ER/GR/LCR/IR/SR/SIR/HRR/Advocacy group/CR/разрешительные-лицензионные команды/Interface people. R релейшнс, X наверное переменная, новая парадигма где X коммуникации заставляют каждого из нас формировать

компетенции в каждом направлении, либо на тиер 1, либо уже с погружением, завися от специфики и приоритетов компании, или внешних вызовов.

Экспотенциальный рост различных площадок, где формируется новый контент, органический или искусственно формируемый, где должны присутствовать заинтересованные радары бизнеса, которые по умолчанию должны быть везде включены. Коммуникационные команды, которые растут внутри корпораций – становятся медленными, необходим внешний допинг, что корпорации справлялись с этим на высоком уровне, невозможность все анализировать

Новый тренд если мы привыкли к ключевым стейкхолдерам, но появляются новые группы стейкхолдеров, хаотичность социума, резкие колебания, высокий новостной вход. Высокая волатильность вовлечения гражданского общества. Практически невозможно предсказать, но заставляющий быть всегда наготове. Тот же самый пример с алматинским инцидентом, где погибли люди, сейчас заставляет Банк Центркредит, их коммуникационные команды, другие банки, сообщество быть наготове и работать на 300% наперед. Ну или ситуация с каналами на Каспии -

Тренды: падение влияния СМИ и персональные коммуникации

- Гибридные форматы кампаний
- Снижения влияния СМИ и рост соцсетей, блогеров, инфлуенсеров
- Диверсификация целевых аудиторий – как следствие рост числа каналов
- Персонализированные и прямые коммуникации
- Усиление роли и развитие контент-маркетинга
- Появление новых соцсетей, каналов, форматов и платформ
- Рост роли спикеров и их подготовки

3. ПАДЕНИЕ КОММУНИКАЦИЙ В ПЕРИОД КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЙ, В ТОМ ЧИСЛЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ. ПРИМЕРЫ 2020

В первой пленарной сессии сегодня и в прошлом году на этом замечательном форуме про это говорили. Март 2020. Падение, локдаун. Ничего не готово чтобы быть на работе. Быть на связи. 99% не на работе. Отсутствие транспорта. Закрытие всех видов коммуникаций. Крушение. Не буду уходить в детали, каждый и каждая семья пережили это по-своему, поговорим об институциональных вызовах.

Мы видели это и в отрасли. Падение систем коммуникаций, в том числе и государственных. Когда Акиматы перестали получать и отвечать на письма Министерств. 2-3 сотни бизнес компаний, представьте сколько там работает людей, много вопросов – нет ответов. Это привело к тому что вопросы не решались. Нет компетентных людей, нет людей которые готовы взять ответственность. Отсутствие лидеров именно в такой кризисный момент.

Именно площадки и личные нетворки выстраивали диалоги тет-а-тет, чтобы была необходимость изменить процедуру, в том числе и государственную. Потому что по другому никак не решалось, границы закрыты, прилет отключен, логистика не работает, как бизнесу работать? как решать кризисные технические вопросы ?

Да приходилось уговаривать каждого государственного деятеля идти не по бумаге, а использовать его лидерство для разрешения срочных разрешений, работы МВК, работы в разрешительной системе. Простота, скорость, точность, достижимость. Это работает и это легло в основу будущей модели взаимоотношений JTF, об этом чуть-чуть позже.

Интересно, но представители государственных органов вначале не поверили, что так можно. Но это было только в рамках доверительных отношений. Так появились разные проектные офисы, как по коммуникациям в РК, так и с тем же нашим отраслевым МинЭнергетики, затем с Минздравом, начиная от чатов KNS:Covid19 объединяющие госорганы, МЗ в первую очередь, ответственных секретарей Министерств, ассоциации и союзы, регионы, и даже КТЖ, АйрАстану, аэропорты, порты и так далее. Конечно же деливери обеспечивали пресс-секретари, МинИнформации, КазИнформ, управляющих телеграмм официальных каналов по ковиду, и группам проектов по фактчекингу.

Ну и заканчивая целевыми проектами как «Врачи Онлайн Ковид кз», автобот по ковиду Айту.кз, визуализация Протокола лечения, визуализация передвижных медицинских комплексов, интернет проекты аксакал.кз, удочка.кз, десант.кз, и многие многие другие.

Отраслевые задачи были бы на порядок ниже по скорости выполнения, если не было использования совместных команд. Тем более все понимали, что на передовой находятся уважаемые врачи, но еще тогда никто не задавался другим вопросом – а как другие профессии и компетенции могут помочь тем же врачам. А этот ответ был найден. И также спасибо всем им, и командам коммуникаций которые пошли навстречу друг другу и помогли решить эти эффекты пандемии вместе.

Общие системные вызовы. Влияние пандемии

- Пандемия не оказала системного влияния на рынок коммуникаций, но обнажила и ускорила существующие тенденции.
- Ускорилась трансформация
- Омниканальность – под любым месседжем – разная целевая аудитория, смотрит разные каналы коммуникаций, и каждая организация должна коммуницировать по всем этим видам каналов
- Стала очевидной доминирующая роль цифровых коммуникаций
- Медиа, обычные виды коммуникаций, государственные СМИ теряют и больше не вернут себе былое влияние
- Ключевыми навыками становятся гибкость и скорость. Именно они определяют эффективность.
 - Скорость реакции, где час – это слишком много. Уже сейчас необходимо разрабатывать прогнозные вещи по возможным рискам, потенциальные вопросы с высокой вероятностью и прорабатывать готовые ответы заранее

- Особую роль приобретают антикризисные коммуникации и отношения с властью.
- Отношения с потребителями должны строиться на основе взаимного человеческого интереса, эмпатии и открытости.
- Начинают превалировать прямые коммуникации.
 - Иногда тратятся много средств на создание контента, дорогого контента и он уходит в никуда. Необходимо оптимизировать каналы доставки
- Резко возросла роль внутренних коммуникаций.
 - **Как изменилась роль коммуникаций во время Ковид ?**
 - 80% подтвердили рост внутренних коммуникаций внутри компании
 - 62% топ менеджмент стал больше понимать важность функции
 - 42% нас стали ценить наши коллеги, которые раньше даже не знали, чем мы занимаемся
 - Особый акцент – это навыки работы в современной медиасреде. Не надо думать, что Вас будут читать, ждать, смотреть, - нужно работать на целевую аудиторию.
- сторителлинг – как технология имеет перспективы, подключает новых фолоуеров, действует как профессиональный инфлуенсинг
- Продвижение первых лиц, продвижение лидеров – необъемлемый элемент коммуникаций

Общий тезис. Последние 2 года мы живем в эпохе пандемии и постпандемии – мир стал хрупким, тревожным, с нелинейными событиями, непонятный и непостижимый. Добро пожаловать, но мы все тут оказались.

Что нужно делать? Вот и ответ: в этом новом мире выживут те компании которые смогут укрепить свои тылы. Необходимо установить сотрудничество, коллаборацию, обучения, укрепление команды, когда мы понимаем друг друга, благодаря успешным коммуникациям внутри компании, сделать прозрачным. К сожалению, в Казахстане – тема внутренних коммуникаций не развита, это не изучается, я часто меняю профиль своей работы, и вижу одну и ту системную проблему, но этому стоит уделять приоритет, и ставить в задачу первого руководителя развитие таких коммуникаций.

Топ 5 вызовов коммуникаций 2020

- Борьба за внимание в перегруженном информационном пространстве – 55%
- Физическая усталость, эмоциональное выгорание, много стресса во время пандемии – 51%
- Технические ограничения, отсутствие доступа к ВК – 43%
- Нехватка людей – 38%
- Низкая вовлеченность сотрудников – 38%

5. Ключевая задача. Построение новых эффективных центров коммуникаций - Joint taskforce. Роль государства.

Помните экшн фильмы, когда что-то происходит и происходит совместная коллаборация разных спецслужб, команд, федерального и регионального уровня, где происходит очень эффективная коллаборация между очень компетентными людьми, для достижения совместного результата

Это и называется Joint Task Force. Объединённая оперативная команда.

Приведу в качестве примера то что Рахим буквально пару месяцев назад вышел с идеей и создал совместно с Руководством Минздрава Алексеем Цоем, его командой, командой общественников, социальных инфлуенсиров, блогеров, различных нетворков, командами фактчеков, социальных лидеров регионов, поставил задачу, объединили ресурсы – зажгли энергией, и нашли ту энергию которой не хватало реформе/целевой задаче по вакцинации населения, судя по

То же самое могу сказать реформе ЕНПФ, в январе через шутку с Председателем ЕНПФ, Жаннат Курмановым, было принято, почему бы не объединить таких людей. Тем более реформа очень важная, поддержана на самом высоком Президентском уровне, в такое сложное время, возможность казахстанцам решить вопрос с ипотеками, медициной, прочими возможностями, оздоровление банковского сектора. ЕНПФ, Касе, Отбасы банк и также банки операторы осуществили очень эффективную коллаборацию между собой, и вероятно этот канал коммуникаций оказался практически единственным, учитывая, что реформа была новая, вопросов было больше чем ответов, и так далее. Спасибо всем участникам реформы ЕНПФ, она прошла отлично, хочу пожелать удачи.

Много таких площадок уже работает – по развитию местного содержания, по цифровизации отраслей, по реализации экологических и инновационных технологических инициатив, по развитию человеческих ресурсов. Ну и так далее. Могу перечислять и перечислять. И здорово в том, что их становится все больше и больше, они активные, они полезные, они позволяют решать любые в принципе задачи быстро и эффективно.

Если вернуться к теме нашей площадки, новый энергетический переход, это создание JTF в рамках новых инициатив: экологических, тематических, технологических, развития абсолютно новых реформ, где объединённые группы объединят министерства, регионы, экспертов, профессионалов. Так называемые клубы по интересам, но для достижения реализации совместных целей.

У нас в качестве примера есть площадка по развитию геотермальной энергии, там уже участвуют представители государственных органов, институтов развития, национальных компаний, банков, и экспертов. Почему этот пример? Потому что это новая отрасль, министерству недостаточно компетенций, ресурсов, времени – это можно сделать только вместе с двумя министерствами, но и этого недостаточно, потому что необходима международная техническая экспертиза,

технологические решения, исторические знания, знания регионов, представители с мест и так далее.

Такая же площадка может быть по НДТ – ее очень не хватает предприятиям, учитывая, что вступил в действие Экологический кодекс, а решений пока нет. Нужно создавать такую площадку, ставить задачи, участвовать вместе, пользоваться достижениями вместе, искать win win решения для потребителей и вовлекать провайдеров технологий.

Ядерная энергетика? Да тоже может быть интересной площадкой. Этот вопрос расколол общество на две половины, и необходимо всем четко понять технологические инновации в ядерной энергетике, появления новых безопасных технологий, показать, рассказать, убедить, доказать, вовлечь, занять, привлечь и работать вместе в развитии того или иного направления.

Вероятно, через анализ этого всего, мы случайно вошли на новый уровень совместной коллаборации, когда просто одна организация, одно ведомство, или один руководитель – не способен точно «охватить» критическую задачу, а нужно действовать вместе.

Иногда это хорошо видно, как две организации выпускают разные тезисы: на разность комментариев и заявлений, зарегулированность государственных органов, и даже выявление коллизий в документальных версиях. Это является причиной появления и создания новых фейков, фактоидов – что приводит к инфодемии, что мы и видели в течении 2020-2021 годов во время пандемии.

Тем более во главе многих организаций вижу все больше молодых руководителей, или людей, которые эффективнее работает с диджитал контентом, больше проактивных руководителей, вероятно, что это будет повсеместно. При поддержке реформ, при кризисных ситуациях (пусть их будет меньше), при поддержке нового руководства Министерства, например, или для общего распространения знаний.

Национальный совет общественного доверия – это тот же пример верхнеуровневой коллаборации. Но в работе, кризисных ситуациях, отраслевом или региональном развитии нужны еще коллаборативные площадки. Я уверен, что в Казахстане – таких возможностей все больше и больше. Поэтому обратить внимание на вероятность развития таких JointTaskForce, где будут включаться все необходимые стейкхолдеры.

Отмечаю важность умения правильной модерации – уметь объединять, уметь вовлекать и коллаборировать, митигация рисков, выявление потенциальных угроз рисков, умение убеждения разных иногда даже противоположных стейкхолдеров,

умение воздержаться от личного решения нежели общественного развития, и так далее.

Ходит шутка среди нас – сейчас труднее найти Админа или Модератора, чем назначить чиновника на государственную должность. Ведь нужно отказаться от личных и коммерческих амбиций ради общественного развития. Поэтому институт модераторства и медиаторов будет развиваться значительными шагами.

В завершении

Как всегда перебрал с выделенным временем)) Дам возможность поделиться коллегам своими наработками – всегда готов помочь в вопросах касающихся коммуникаций, реформ,

В завершении хотел поблагодарить организаторов, спикеров, слушателей.

КазЭнерджи уникальная площадка – сам в Ассоциации с января 2014 года, поздравляю с 14ым форумом и 16 летием Ассоциации, это здорово, рабочая устойчивая площадка.

Коллеги – искренне поздравляю! Хочу пожелать Вам дальнейшего развития !

Всем хочу пожелать удачи и успехов ! Спасибо !

РЕЗЕРВ

Почему так эффективны Ватсапные коммуникации: роль и задача инструмента, методы, будущее.

Многие говорят, в том числе и сказал наш Президент, об проблематике анонимности телеграм канала, я расскажу о других ватсап методологиях, где каждый знает друг друга. При этом интересен стал тот факт, что в Казахстане «ватсап лендинг» добивается изумительных результатов, то есть достижимость до каждого жителя составляет 92%. Смартфон является единственным девайсом который человек носит с собой 24 часа в сутки, сам заряжает, начинает день с него, и ложится вместе с ним. И интересно, что не телеграммы, с монологическими каналами, а именно общество предпочитает диалоги.

Такие сообщества создаются либо хаотично, либо органически, либо уже где то являются общеобязательными – скажем в школах, внутри организаций, в периметре вертикальных команд в компаниях, или от случая к случаю. Скажем после такого ивента как Ваш)

Где то читал статистику по миру и странам, примерно по ней сейчас в Казахстане насчитываются более чем 22500 ватсапных групп где больше чем 50 человек. 97% из таких групп падающие, они создаются, но постепенно затухают, становятся иногда даже конфликтными, и со временем забываются. Знакомое чувство ?)

Вероятно потому что отсутствует опыт модерации, отсутствуют общие интересы, или просто произошел переход на низкие частоты, и соответственно наступил момент деструктивности.

Ватсапное радио оказалось самым эффективным. Правильный контент, правильное позиционирование, и правильные распределения информационных потоков позволяют одному и тому же контенту обогнуть весь казахстан 2-3 раза в течении скажем 3-4 часов. Лендинг изумительный. Но есть свои правила: все такие коммуникации базируются на лидерах, везде есть свой монастырский кодекс, точки роста, перспективы. Все хорошо помните теорию Треверса 1954 года, когда жители планеты «знают» друг друга через 6-7 рукопожатий, сейчас во время проактивной интеграции и бешеной скорости развития интернета, вакуума времени, сейчас рулит принцип “people needs people”, где нужны рукопожатия 1-2 быстро и точно, тем более тонны знаний на каждом углу, люди ценят ценные контакты, и людей с узкими и глубинными компетенциями.

Об этом могу говорить часами, давайте сделаем подытоги анализа таких инструментов.