КОРПОРАТИВНЫЙ ПРАКТИКУМ ДЛЯ КОМАНД (50+ СОТРУДНИКОВ)

Сближение отделов, культура признания и запуск живого контента сотрудников (EGC) – без неловких тренингов и принуждения

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ
2–2,5 часа (135–150 минут плотной практики).

ФОРМАТ И МАСШТАБ
Офлайн в вашем офисе в Израиле, на выездном офсайте или в Zoom, от 12 до 50+ участников.

ЯЗЫКИ ПРОВЕДЕНИЯ
Английский, русский.

01

Какую задачу решает практикум

В растущих технологических и международных компаниях отделы быстро замыкаются внутри своих задач, прямолинейная культура дугри фокусируется на разборе ошибок вместо признания заслуг, а призывы маркетинга вести соцсети встречают тихий саботаж.

Практикум решает эти три проблемы за одну встречу без «корпоративной терапии». Журналистская оптика позиционирования соединяется здесь с легкой механикой «школьных анкет для друзей» и доказанными моделями организационного поведения – исследованиями сильных сторон Gallup, Окном Джохари и методикой Reflected Best Self Мичиганского университета.

02

Двойная выгода: один бюджет на задачи двух департаментов

ДЛЯ HR И PEOPLE & CULTURE

01 **Разрушение барьеров (Silo-busting):** объединение шапочно знакомых коллег из соседних отделов переводит общение с языка тасков в живое доверие.

02 **Профилактика выгорания:** по данным Gallup, осознание своих сильных сторон в коллективе повышает вовлеченность в работу в 6 раз.

03 **Снижение синдрома самозванца:** письменная обратная связь подсвечивает «позитивное слепое пятно» – черты, которыми коллеги искренне восхищаются.

04 **Полная экологичность:** четкие правила корпоративной этики исключают критику, обсуждение слабых зон и личный овершеринг.

ДЛЯ CMO, PR И EMPLOYER BRAND

01 **Снятие сопротивления EGC:** внешний медиаэксперт легко вовлекает даже скептичных инженеров, которые игнорируют просьбы штатного маркетолога.

02 **Банк контента со встречи:** команда уносит 15–50 готовых черновиков постов и видео о рабочем дне, построенных на реальной харизме авторов.

03 **Естественность вместо официоза:** сотрудники перестают бояться роли «инфлюенсера» и не выглядят в LinkedIn и Reels как заложники с листочком.

04 **Доверие кандидатов и клиентов:** живые голоса профи работают сильнее пресс-релизов и экономят бюджет на внешний продакшен.

03

С чем физически выходит каждый участник (Deliverables)

Каждый сотрудник забирает с собой печатную рабочую тетрадь или персональную Google-таблицу, в которой собраны:

01 **Персональная карта фактуры (~20 маркеров):** оцифрованный портрет своего когнитивного стиля, привычек, эстетики и чувства юмора.

02 **«Досье восприятия» от 4–5 коллег:** 12–15 конкретных письменных откликов о точках сходства и качествах, вызывающих уважение в группе.

03 **Собранная «Точка легкости»:** выжимка своих главных сильных сторон для уверенной самопрезентации на созвонах, митапах и в медиа.

04 **Готовый концепт EGC-поста:** сформулированная идея публикации о рабочем дне минимум через две свои сильные стороны и разбор профиля (по желанию).

04

Как устроены 2–2,5 часа работы

Зал делится на кросс-функциональные малые группы по 4–5 человек с собственным хранителем времени за каждым столом, поэтому глубина проработки сохраняется и на 15, и на 50+ участников:



01 **Деконструкция образа крутого профи** — 20 МИНУТ

Снимаем скепсис и вместе с залом разбираем 4 опоры притягательного специалиста – компетентность, легкость, харизму и отсутствие фальши.

02 **Индивидуальное исследование по таблице** — 30 МИНУТ

Участники заполняют карту маркеров сближения («он как я»), изучая себя со стороны глазами репортера.

03 **Кросс-командное зеркало восприятия** — 45 МИНУТ

Коллеги находят неочевидные совпадения и по кругу вписывают в тетради друг друга по 3 черты, вызывающие восхищение, после чего каждый фиксирует свою «Точку легкости».

04 **Аудит соцсетей и практика EGC** — 30 МИНУТ

Бережный разбор аккаунтов добровольцев глазами фокус-группы коллег и создание идеи поста или видео о рабочем дне.

05

Кто ведет практикум

Лана Нисневич – специалист по позиционированию людей и компаний в медиа и соцсетях

01 **15+ лет в журналистике и 8+ лет в социальных медиа:** профессиональный навык быстро вытаскивать из людей живую фактуру и точный угол подачи.

02 **500 000+ подписчиков:** суммарная аудитория собственных медиапроектов на разных площадках.

03 **50+ стратегий личного бренда:** практический опыт упаковки специалистов и фаундеров с опорой на интеллект и естественную харизму.

(Примечание: групповой воркшоп создан для командной динамики; для индивидуальной распаковки личного бренда фаундеров и C-level предусмотрены отдельные форматы, включая интервью-подкаст).

06

Организация и расчет стоимости

01 **Технический райдер:** для очной встречи нужны только экран и посадка за столами по 4–5 человек – печатные воркбуки и цифровые шаблоны мы готовим сами.

02 **Удобная статья расходов:** проект легко провести через HR-бюджет на обучение или сплочение (גיבוש / הדרכה), маркетинговый бюджет на Employer Brand либо разделить между отделами (официальная квитанция, осек патур).

03 **Формирование цены:** рассчитывается индивидуально под размер команды; доступен расширенный пакет с предварительным аудитом соцсетей компании и итоговым банком тем для маркетинга.

Следующий шаг: свяжитесь удобным способом для короткого 15-минутного брифа – адаптируем акценты программы под ваши задачи на квартал и пришлем смету в течение дня.

КОНТАКТЫ WhatsApp +972 53 480 8689 lananisnevich@gmail.com LinkedIn howtosocial.media/workshop.html