

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

РАЗРАБОТКА ЦЕННОСТИ

практикумы





КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ



СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Мы отрабатываем навыки осознанной коммуникации в социальной группе: в работе и личном окружении. В основе лежит система иерархического поведения, адаптации, поиска ресурсов, достижения нового положения в сообществе. Разбираются инструменты манипуляции, доминирования и подчинения, формирования ценности и взаимного обмена ресурсами. Практикум полезен в рабочих группах, создает картину принципов коммуникации, помогает сделать ее эффективной и позволяет увидеть слабые стороны.



РАЗРАБОТКА ЦЕННОСТИ

Мы создаем карту ценностей проектов и продуктов. Отрабатываем изучение потребностей и соотношения «потребность - возможность - выгода». Формулируем идеи, создаем прототипы и тестируем наше предложение. Используем метод, который применим для внутренней коммуникации в рабочих группах и для разработки любого нового продукта или процесса. Практикум полезен во время разработки новых направлений, подготовки к трансформациям, формулировки решений для руководства и сотрудников.



ПРИНЦИПЫ



ИНТЕРАКТИВНОСТЬ

Практические
упражнения



ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Вовлеченность в общую
работу



ДОСТУПНОСТЬ МАТЕРИАЛОВ

Материалы доступны после
мероприятия



ЗАМЕРЫ ДАННЫХ

Опросы аудитории во
время мероприятия



МИРОВОЙ ОПЫТ

База знаний основана на
мировых практиках



ONLINE + OFFLINE

Можно провести
дистанционно



- 01. ФАКТ - КАРТЫ**
Создаем ментальные карты проекта на протяжении всего семинара.
- 02. КРЕАТИВНЫЕ МЕТОДИКИ**
Ищем решения по методологиям дизайн - мышления используя примеры из ТРИЗ, CRAFT, impact mapping.
- 03. СОЗДАНИЕ ЦЕННОСТИ**
Карта ценности и профиль пользователей. Поиск соответствий и подбор инструментов для участников.
- 04. КОММУНИКАЦИЯ**
Успех проекта- осмысленная коммуникация и визуализация. Готовим инструменты для последующего использования слушателями.
- 05. АДАПТИВНОСТЬ**
Корректируется под запрос профессионального направления группы.

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ



Социальная коммуникация как основной ресурс достижения цели сообщества. Мы даем понимание и возможности построить свою социальную среду.

МИССИЯ



Развитие социальной коммуникации это развитие общества через личность. Внедрение практических инструментов дает ресурс для создания новой жизни каждого человека.

НАБЛЮДЕНИЕ



На примерах мы раскрываем смысл коммуникации, создаем карту ценностей, превращаем неконтролируемый процесс коммуникации в управляемый, логичный инструмент.

СТРАТЕГИЯ



Участники получают шанс стать не Следствием событий, а их Причиной. Они получают инструмент, влияния который используется в личной жизни и на работе. Открывают новые возможности для достижения своих целей.

ЦЕЛИ



СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ



01.

ОСМЫСЛЕННОСТЬ

Прагматичный подход к коммуникации. Физиология и психология поведения и реакции на внешние обстоятельства. Инструменты самоконтроля.

02.

ЗАЧЕМ?

Какая цель нашей коммуникации? Примеры из профессиональной среды группы. Интерактивная работа.

03.

КТО?

Социальная среда. Действующие лица и их роли. Иерархическая модель поведения. Кто решает а кто исполняет? Скрытые модели поведения в группе.

04.

КАК?

Изменение поведения действующих лиц. Вовлечение в коммуникацию. Помощь и препятствия.

05.

ЧТО?

Что можно сделать чтобы добиться цели своей действий? Результаты, возможности, изменения.

06.

ИНСТРУМЕНТЫ

Перечень инструментов для ежедневной работы. Списки книг для изучения, технологий для внедрения. Конкурсы и опросы.

СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ



ЧЕЛОВЕК

Личность, свобода
выбора, осознанность,
цели.

ЦЕННОСТЬ

Способ обмена
ресурсами в социуме.

НОВЫЙ СОЦИУМ

Новая ступень иерархии,
достижения, признания.
Закрепление положения.



СОЦИАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Иерархия, битвы за
ресурсы, время,
инструменты.

ДОСТИЖЕНИЯ В СОЦИУМЕ

Как результат
востребованной
ценности.

ЧЕЛОВЕК v 2.0

Личность, свобода
выбора, осознанность,
цели. Планирование
новых достижений.

РАЗРАБОТКА ЦЕННОСТИ



Осмысленное и понятное ценностное предложение- ключ к получению ресурсов сообщества. Задача практика создание взаимовыгодной социальной системы отношений.

МИССИЯ



Ресурсы общества иногда скрыты за непониманием сути предложений. Как быть понятным и понятым? Как донести ценность своего взгляда до руководства?

НАБЛЮДЕНИЕ



На примерах мы раскрываем смысл создания ценности и коммуникации, соотносим пожелания и наши возможности, достигаем практической цели - востребованного предложения.

СТРАТЕГИЯ



Участники получают шанс стать не Следствием событий, а их Причиной. Они получают инструмент, влияния который используется в личной жизни и на работе. Открывают новые возможности для достижения своих целей.

ЦЕЛИ



РАЗРАБОТКА ЦЕННОСТИ



01.

РЕСУРС ДЛЯ ОБМЕНА

Социум готов обменять ценность на любые ресурсы: время, деньги, достижения. Соглашение или востребованный продукт это сформированная ценность.

02.

ЗАЧЕМ?

Что должно измениться в человеке, который вступает в контакт с нашим предложением? Ищем решения для создания ценностного предложения.

03.

КТО?

С кем мы вступаем в контакт? Кто действующие лица? Какое влияние они оказывают на наше предложение? Кто союзник а кто нет?

04.

КАК?

Инструменты для создания предложения. Шаблоны, тесты, исследования, прототипирование. Вовлеченность социальной среды в создание ценности.

05.

ЧТО?

Что можно сделать чтобы добиться цели своей коммуникации? Результаты, возможности, изменения.

06.

ИНСТРУМЕНТЫ

Перечень инструментов для ежедневной работы. Списки книг для изучения, технологий для внедрения. Конкурсы и опросы.

РАЗРАБОТКА ЦЕННОСТИ

ЦЕННОСТЬ

Способ обмена ресурсами в социуме.

ПРИМЕНИМОСТЬ

Использование методики в среде b2b, b2c, личных контактах.

ПРОТОТИПЫ

Новая ступень иерархии, достижения, признания. Закрепление положения.



ВЫГОДА

Карта соответствия потребности и предложения.

ТЕСТИРОВАНИЕ

Признаки удачного предложения, сбор информации, сравнение с конкурентной средой.

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ

Реализованное ценностное предложение.



Кирилл Мокров

Практикумы
«Социальная коммуникация» и
«Разработка ценности»

WWW.KIRMOKROV.RU

FOR@KIRMOKROV.RU

+7 916 1340859