

**УСПЕШНЫЕ ДЕЙСТВИЯ И ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ**

**Успешные действия**

* проводить мероприятия для сотрудников компании согласно календарю (праздники календарные и корпоративные) с наличием программы, конкурсов, с целью вовлеченности большого количества людей;
* организовывать поздравление сотрудников офиса с днем рождения;
* информировать сотрудников о всех хороших новостях компании в телеграм-чате, в социальных сетях, уведомлять о новостях сотрудников производства на общих собраниях и с помощью доски объявлений;
* делать публикации на сайте компании, в соцсетях в сроки описанные в оргполитике ИП “Правила публикаций в социальных сетях перед, во время и после инфоповода”;
* участвовать представителям компании в выставках и бизнес-мероприятиях с целью презентовать компанию и создавать положительный имидж;
* принимать участие во всех ежегодных профильных выставках как партнеры и участники со стендом (Автодор, Союз Птицеводства, Агро Энимал Шоу и пр.);
* поддерживать все рекламные и имиджевые материалы в фирменной стилистике компании (логотип, корпоративные цвета: красный, черный, белый, серый);
* иметь большое количество рекламных материалов (визитки, каталоги, евро-буклеты, коммерческие, папки, ручки и пр.) которые можно использовать менеджерам по продажам для презентации клиентам, и представителям 6 отделения на мероприятиях;
* делать презенты для партнеров и клиентов на праздники, а также отправлять благодарственные письма о сотрудничестве, взамен за презенты у лояльных партнеров/клиентов можно просить оставить отзыв о компании письменный на фирменном бланке или на сайт компании;
* мониторить профильные бизнес-издания (журналы, порталы) и размещать информацию о компании по бартеру или на взаимовыгодных условиях;
* распространять информацию о компании в соц.сетях через партнеров, на профильных форумах, через ассоциации, на сайтах о наградах и пр.;
* собирать все фото- и видеоматериалы с внешних мероприятий, со внутренних мероприятий компании, помещать их на диск Битрикс;
* быть в коммуникации с партнерами компании, чтобы получать от них данные о мероприятиях, которые планируются (выставки, форумы, конференции, награждения);
* описывать все успешные действия в должностную папку поста, а также в оргполитики, подавать на утверждение собственнику, добиваться подписи и отдавать на распространение от 1 отделения.
* Начинать создавать новогодние подарки для клиентов в сентябре
* Уточнять у сотрудников компании какое фото им бы хотелось видеть в поздравлении с днем рождения и публиковать фото, которые кинут сотрудники
* Перед выбором подарков и призов для сотрудников (конкурсы, праздники, мероприятия), необходимо всегда проводить опрос и выявлять истинное желание сотрудника. Тогда подарки и призы будут приносить сотруднику удовольствие и повышать лояльность к компании.
* На выставках и мероприятиях где нужно получить контакты потенциальных клиентов подходить к гостям на кофе-брейке, знакомиться первой, брать контакт и давать в ответ мини подарок

**Типичные ошибки**

* не правильно расставлять приоритеты в задачах по программам 6 отделения;
* не информировать сотрудников компании и партнеров о хороших новостях и событиях в жизни компании;
* не посещать профильные мероприятия как участник или как партнер со стендом, на ежегодных мероприятиях (выставки);
* не собирать в архив фото- и видео-материалы о мероприятиях компании;
* не описывать успешные действия на посту.
* не сообщать сотрудникам заранее о мероприятиях в компании
* готовить подарки клиентам всего за месяц до поздравления;
* заказывать денежные средства за мероприятия прямо перед событием;
* начинать готовиться к новому году в декабре
* разделять сотрудников компании (офис и производство)
* Опубликовать и опубликованные не есть продуктами
* не вносить все данные о клиенте в CRM и вместо этого создавать гугл таблицы
* не выгружать в течении 3 х недель после мероприятия фото в телеграм галерею компании
* если нет знаний сделать что-то, после того как попробовала сделать самостоятельно, не обращаться за помощью специалиста
* выкладывать новый пост в соцсети, не собрав реакции на текущем посте
* в проверочном списке измерять действия вместо Идеальной Картины. **ДЕЙСТВИЯ НЕ ИЗМЕРЯЮТСЯ!!!**
* при создании игры не прописывать в начале цель и начать разрабатывать игру. (В начале прописываем цель, после переходим дальше!!!)
* при публикации статьи в сми выпуск журнала может затянуться по времени, нужно изначально учитывать крайний срок выпуска, иначе можно предоставить подписчикам недостоверную информацию о дате выхода
* при отправке руководителю любой информации руководителю, в которой нужна обратная связь, не быть на связи после отправленного сообщения (*пример, как делать не нужно: РО 6 отправляет Владельцу игру на ознакомление после 17:00, у Владельца есть вопросы, он звонит РО6, а РО6 уже не отвечает. Задачу придется отложить до следующего рабочего дня и сроки не соблюдены*). Поєтому после отправки в нерабочее время информации, которая требует обратной связи нужно быть на связи или отправлять в рабочее время.
* РО6 не поздравляет клиентов с праздниками, а делегирует єто менеджерам. (РО6 как представитель компании самостоятельно поздравляет всех клиентов с важными событиями компании. Эта обязанность не делегируется!)
* не тестировать информацию на сайте в мобильной версии (информация, которая есть на сайте может по разному отображаться в разных версиях, нужно обязательно проверять в моб и на ПК)
* не прояснять слова в задаче и приступать к описанию плана.
* При написании игры для сотрудников я столкнулась с рядом ошибок. При написании игры Лотерея для сотрудников производства Известняков я допустила много ошибок, ниже перечень:

1. **Нет ответственных .** Когда нет ответственных никто не будет соблюдать правила. Если не прописать к каждому правилу кто ответственный за него, то игра не будет работать.

2. **Непонятно как контролировать написанные правила.**  Без контроля выполнения правил невозможно будет определить победителя либо того кто нарушил правила. К примеру, если ежедневно не вести учет сотрудников, которые выполнили правила, то во время объявления победителя, другие сотрудники будут возмущены, ведь они же что-то делали и им никто не сообщил, что они не выполнили правило в один из дней на прошлой неделе. Такая ситуация вызовет негативные эмоции у сотрудников и им не будет интересно играть в такие игры.

3. **Не описывать, что должен делать сотрудник в игре.** Если не описать что именно должен делать сотрудник согласно правил, то сотрудник не будет их выполнять. К примеру я прописала, что сотрудник проводит ТО оборудования каждое утро, но не указала, что именно он проверяет. Если у сотрудника в правилах не прописано, что именно он должен проверить и что сделать после этого, он скажет, что я все сделал, хотя это может быть и не так, ведь он что-то делал, но проверил к примеру не все. Он не знал, что нужно после ТО расписаться в журнале и тд. И если не описать эти пункты, то и контролировать выполнение правил станет невозможным.

4. **Не прописывать правила для каждого поста.** Я допустила ошибку в том, что прописала правила в общем для всех, но к примеру порядок на рабочем месте у каждого свой. Например бригада убирает после смены беги и гофрокартон на склад, а для лаборанта порядок это чистый рабочий стол без лишних предметов и убранные реагенты в конце рабочего дня. То есть для каждого поста разное понятие порядка и это нужно учитывать в написании правил.

5. **Не подготовить заранее материалы для печати и все необходимое для старта игры.** Я доработала игру, она готова к запуску, НО я столкнулась с тем, что журналы для контроля ТО еще в печати, а банера еще не доехали до производства. А в группу телеграм для контроля порядка на рабочем месте нет возможности добавить ряд сотрудников из-за отсутствия телеграма на их устройствах. И возникла ситуация, что сотрудники не успеют прочитать правила и подготовиться к старту игры и на добавление всех в группу нужно определенное время. Для того, чтоб таких ситуаций не возникало необходимо перед запуском игры убедиться и проверить что все готово к запуску игры согласно чек-листу и только после этого Запускать игру!

* При написании игры для сотрудников я столкнулась с рядом ошибок. При написании игры Лотерея для сотрудников производства Биг-Беги я допустила много ошибок, ниже перечень:

1.**Не описывать как можно улучшить процессы компании.** В игре я написала действия, которые не понятно как улучшить. А цель игры-это улучшать процессы компании!

2.**Не описывать как решить проблемы, которые есть на производстве**. Я описала правила, которые не решают ни одну проблему на производстве, а могут только навредить сотрудникам и компании. Например, у нас сотрудники приходят на работу вовремя и проблемы опозданий нет. Я создала журнал, в котором они должны приходить и расписываться по утрам в нем. Это дополнительная задача для них, которая принесет им дискомфорт и никак не улучшит процессы компании.

Вместо того, чтобы выдумывать проблемы я могла бы взять протокол совета по качеству и определить какие проблемы есть на производстве и направить внимание игры на решение этих проблем

3. **Не описывать как именно контролировать каждый пункт правила.** При получении товара Кладовщик должен проверять качество продукции, которая поступает на склад (например были ситуации когда вкладыш приходил не правильно спаянным и после этого поступали жалобы от клиентов)- в игре я не описала кто и как контролирует данный пункт. Так же к примеру Механик. Он проводит ежедневное ТО и проверяет на работоспособность оборудование. Но я не описала как контролировать то, что он реально сделал. Нет контроля результата.

4. **Не опираться на прежние ошибки.** Ранее я писала игру для производства Известняка и при описании новой игры столкнулась с теми же ошибками. Поэтому перед написание игры нужно обязательно перечитывать ошибки, чтобы больше их не допустить

* При проведении онлайн мероприятия для клиентов я столкнулась с такими ошибками:
* Договариваясь с клиентами о мероприятии не получила у всех письменного подтверждения о их присутствии, а только у части клиентов. Остальные подтвердили по телефону, в итоге на мероприятие пришел 1 клиент и оно не состоялось.   
  - Общалась с клиентами только по электронной почте (без мессенджеров). Не все часто заходят на электронную почту и могут забывать о мероприятии, которое они подтвердили, если напоминать в мессенджер, клиент сразу может увидеть сообщение.
* Планировала организовать мероприятие, но не прописала цели и пользу, которые получат клиенты после мероприятия. А мероприятие, в котором не прописаны пользы и цели проводить нельзя. Из-за такой ошибки клиенты могут больше не приходить на наши мероприятия и у них сложиться плохое мнение о нашей компании