

ДЕСЯТЬ НАИБОЛЕЕ И НАИМЕНЕЕ БЛАГОПРИЯТНЫХ МОДЕЛЕЙ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТЬЮ¹

ДЖОН ЧЕЛЛИНОР



Чуть более года тому назад я писал о практике отношений с государственной властью и их существенном влиянии на процесс выработки и осуществления политики компании, о важной роли в сфере Маркетинга и Продаж и о тесной связи с Паблик Рилейшнз (связи с общественностью).

С тех пор как я начал заниматься этими вопросами, ко мне не раз обращались с просьбами раскрыть, осветить тактические аспекты взаимодействия с госвластью. И в последнем опросе читателей журнала «ПР Канада» они также указывали, что их интересует тактический обзор деятельности специалиста по этим вопросам.

На протяжении последних 15 лет я занимался и теорией, и практикой отношений с государственной властью – разрабатывал и осуществлял стратегию и тактику взаимодействий с госвластью, сотрудничая с рядом фирм в ходе этой работы, а также занимал должность выборного муниципального представителя в небольшом муниципалитете Онтарิโอ. Я на деле увидел все хорошее, плохое и отвратительное в этой профессии. По большей части, в ней много хорошего...

Регулярные читатели журнала знают о моей страсти к спискам и особенно к перечням из десяти компонентов. Поэтому я предлагаю Вашему вниманию десять наилучших и наихудших моделей

взаимодействия с государственной властью. В действительности их гораздо больше, и я еще вернусь к этому вопросу в последующих изданиях. Но этот список, несомненно, заинтересует Вас.

□ Десять наиболее благоприятных моделей взаимодействия:

1. Точно знайте то, чего Вы хотите достигнуть. Будьте совершенно уверены в том, что Вам требуется от Правительства, умейте выразить это требование / просьбу сжато в письменной форме или устно, и полностью понимайте последствия вашей просьбы. Поговорка гласит: «Будь внимателен, когда чего-то просишь: проверь, может это у тебя уже есть».

2. Убедитесь, что Ваш желаемый результат соответствует Маркетинговому плану и планам Продаж Вашей организации. Будьте твердо уверены: как только «государственная машина» начнет двигаться в Вашем направлении, свернуть ее с этого пути будет очень трудно из-за ограниченности механизмов воздействия с Вашей стороны. Попытки осуществления подобных действий могут серьезно подорвать репутацию Вашей компании, и это осложнит дальнейшие отношения с Правительством.

3. Разрабатывайте исчерпывающий План взаимодействия, построения отношений с государственной властью. Без комплексного плана, где прописаны Ваши цели, стратегия и тактика, а также обозначены угрозы, риск и пути

их нейтрализации, нет надежды на успех. Кроме того, помните, что Ваш План взаимодействия с госвластью является частью Маркетингового плана и плана Продаж и должен учитывать поставленные в них цели.

4. Подготавливайте краткий справочный материал. Представители государственной власти хотят знать о Вас и Вашей организации. Обычно, краткая, одностраничная справка о Вашей организации и каждом члене высшего звена ее руководства пересылается Правительству прежде, чем выборные представители, сотрудники из их команды или иные госслужащие встретятся с Вами. Неплохо иметь тот же материал в электронном виде или на жестком диске компьютера, чтобы он всегда был доступен для распространения.

5. Создайте наиболее благоприятное впечатление о Вашей организации. В короткие заметки относительно организации следует включить:

- Обзор сфер ее деятельности.
- Справку о членах высшего звена руководства.
- Совет директоров.
- Ключевых клиентов, поставщиков и деловых партнеров.
- Перечень всех тематических сайтов представительств / предприятий
- Отчет о поступлениях, доходах, занятости, уплате налогов, отчислениях на исследование и развитие, капиталовложениях, затратах на благотворительность и значимых достижениях за последние три года.

6. Создайте наиболее благоприятное впечатление о высшем

¹ Перевод статьи, опубликованной в Интернет-издании (электронной версии) журнала «ПР Канада» 23.09.02. Перевод – Р. Джуренко.
http://pr-club.com/PR_Lib/10models.shtml

