



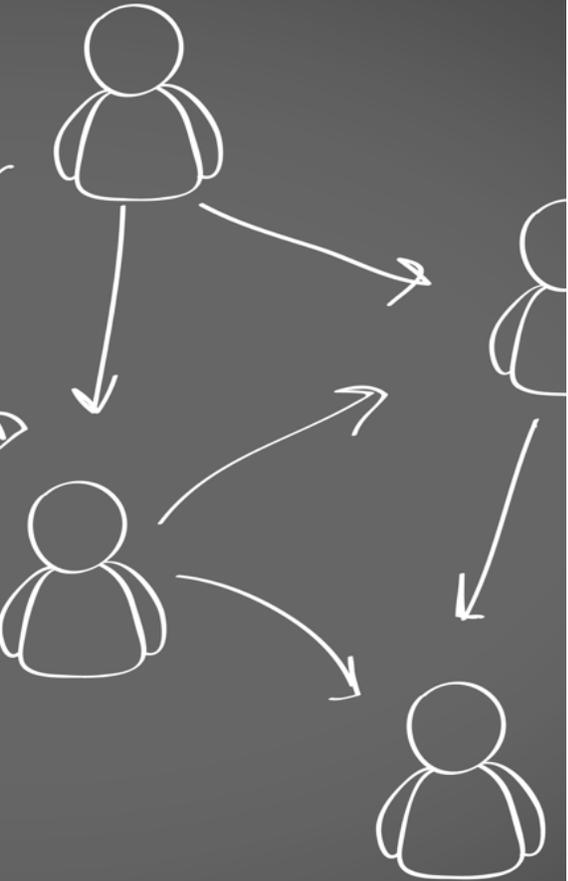
ПЛАТФОРМА
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Социальное проектирование

”

Мы формируем среду

Концепция



Концепция «Платформы» - комплексное проектирование социальных процессов, включающее в себя:

- исследовательский этап;
- стратегические разработки;
- консалтинговые практики;
- сопровождение в реализации.

Результат: комплексные решения, которые позволяют задействовать разные виды социальных практик.

Идеология

Социальное пространство – это комплекс взаимосвязанных практик. Разграничение его на несвязанные автономные уровни и сегменты (социологический, коммуникационный, политический и др.) непродуктивно.

Социальное пространство проективно и динамично: мы понимаем его через подвижные взаимодействия, возможности роста, движение к целям. **Акцент** – на практические решения и эффекты.

Цель работы с обществом – изменение восприятия, эмоционального фона, установок. Промежуточные звенья – исследования, медиа, мероприятия и т.д. – **инструментарий**, а не цель.

Организационный ПОДХОД

«Платформа» - интегратор различных взаимодействий, партнерств, компетенций, находящихся как внутри, так и вне компании. Это отличает «Платформу» от классических агентств с замкнутой системой менеджмента.

Внешний круг
взаимодействия

Эксперты, медиа, общество

Партнеры, внешние группы поддержки

Широкий круг партнеров
занятых в проектной
деятельности.

Базовая проектная команда,
организационное ядро.



Преимущества

1. Гибкая структура проектной команды.
2. Понимание особенностей корпоративной жизни, большая практика совместной работы с государственными органами, крупными российскими компаниями и общественными институтами, в т.ч. Региональными.
3. Партнерства и возможности в информационной среде.
4. Собственная экспертная панель.
5. Своя экспертная площадка, собственный исследовательский потенциал, информационная активность.
6. Современный стиль мышления и работы: высокий уровень креатива, возможность нестандартных решений, безусловная обязательность перед клиентом.

Направления

- 1 Социологические исследования общества
- 2 Бизнес-социология
- 3 Репутационные исследования институтов власти, компаний, продуктов, территорий
- 4 Развитие отношений с различными социальными средами через практическую проектную деятельность
- 5 Экспертные центры компетенций по различным общественным практикам



Продукты

- 1** Социологические исследования
Опросы общественного мнения, фокус-группы, экспертные интервью
- 2** Экспертные программы: круглые столы и медиа-кампании
- 3** Коммуникационные и социальные программы
- 4** Программы развития корпоративной культуры и внутрикорпоративных коммуникаций
- 5** Персональная работа с общественными фигурами и бизнес-лидерами
- 6** Репутационный аудит и консалтинг компаний, органов власти
- 7** Брендинг компаний, территорий и социальных практик

Социологические исследования

Количественные и качественные исследования глубокой проработки – комплексный анализ внутренней и внешней сред – основа для стратегического планирования.

Опросы населения и отдельных социальных групп

Метод: телефонное интервью, поквартирный опрос, уличное интервью, интернет-опрос, фокус-группы

Опрос экспертных сообществ

Метод: экспертные интервью разной степени формализованности с использованием восьмиоконной модели построения выборки

Опросы проводятся на федеральном и региональном уровнях, высокая степень контроля качества данных. Собственная экспертная база, включающая более 600 контактов.



Взаимодействие с экспертным сообществом

Цель – вовлечение экспертного сообщества в решение программных задач заказчика

1

Проведение дискуссионных сессий

2

Моделирование процессов с помощью экспертов

3

Подготовка и проведение публичных мероприятий
Собственная методология «экспертных слушаний»

4

Подготовка и распространение экспертных докладов

Привлечение федеральных экспертов для решения сложных региональных вопросов.

Репутационные исследования

Репутационный аудит и консалтинг компаний и органов власти – комплексный подход к исследованию репутации, корректирующие практики.

1

Оценка ресурсов и рисков по ключевым параметрам, определяющих социальную репутацию

2

Формирование целевого образа

3

Разработка социальных и коммуникационных стратегий для достижения целевых ориентиров

Коммуникационное направление

Разработка социальных и коммуникационных программ

- 1** Определение оптимальных направлений социальной и коммуникационной активности при учете специфики целевых групп
- 2** Разработка стратегий и программ действий
- 3** Комплексная реализация проектов
- 4** Исследования как информационный повод
- 5** Выполнение функций аутсорсинговых пресс-служб

Персональные проекты

ЦСП «Платформа» проводит персональную работу с **лидерами бизнеса и общественными фигурами** по повышению эффективности коммуникаций в общественном пространстве.

1

Построение целевой модели образа

2

Развитие навыков поведения в публичном пространстве

Тренинги, понимание логики медийной среды, разработка ключевых сообщений и другие практики

3

Развитие компетенций заказчика по социальной проблематике

4

Проведение практических программ по формированию личного образа

5

Сопровождение публичной активности

Корпоративные продукты

Корпоративный брендинг

- 1 Описание ценностной платформы организации
- 2 Формирование системы ключевых сообщений, видения будущего и системы отношений с социальной средой
- 3 Закрепление ценностных разработок в фирменном стиле

Развитие корпоративной культуры и внутрикорпоративных коммуникаций

– развитие внутренних взаимодействий, получение обратной связи, формирование внутренних смыслов и ценностей.

- 1 Построение оптимальной модели корпоративной культуры
- 2 Оценка рисков и возможностей роста
- 3 Разработка программ по выстраиванию корпоративной культуры и внутренних коммуникаций

Проект «Институт»

Проект «Институт» - это инициативные исследования по наиболее резонансным и общественно значимым темам, с фокусировкой на прогнозировании и инструментах снижения социальных рисков.

Цель – рассмотрение значимых социальных событий в контексте долгосрочных трендов, формирование картины будущего с разной глубиной прогнозирования, разработка моделей реагирования на резонансные события, развитие среды экспертных взаимодействий.

Большой формат исследования. Данный формат привязан к анализу долгосрочных общественных трендов и сложных тематик.

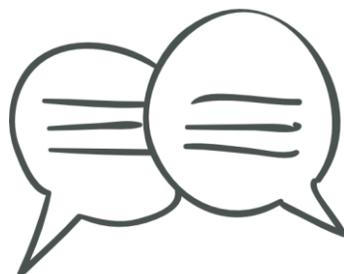
Малый формат исследования – до 7 календарных дней. Формат предполагает проведение экспертной оценки отдельных событий и явлений.

Инструментарий: количественные и качественные социологические методики (опросы населения, фокус-группы, глубинные экспертные интервью, краудсорсинговые инструменты)

Собственные разработки

Журнал Экспертных
позиций «Платформа»

Особый формат
экспертно-медийных
дискуссий



Дискуссионная площадка
в регулярном формате

ЭКСПЕРТНЫЙ КЛУБ
«ПЛАТФОРМА»

КОМИТЕТ ПО
СОЦИОЛОГИИ РАСО

Передовая социологическая
площадка

Методика оценки
эффективности медийных
инструментов



Опыт

Бизнес

Лидеры нефтяной и нефтехимической, строительной и транспортной отраслей, телекоммуникаций, ритейла, пищевой промышленности

Государство

МЧС, Министерство по развитию Дальнего Востока, стройкомплекс г. Москвы, региональные администрации

Общественные институты

ИСЭПИ, ВЦИОМ, РСПП, Национальный фонд развития здравоохранения, РКДС, благотворительные фонды

Миссия

Мы стремимся улучшать социальную среду, разрабатывать новые инструменты изучения общества, преодолевая "поточные" формы социологии.

Мы формируем пространство взаимодействий для экспертного сообщества.

Мы стремимся к интеграции различных общественных практик, обеспечивая рост их потенциала.

”

Мы формируем среду



117092, Россия, Москва,
Берсеневский переулок, д.2, стр.1



+7 (495) 123 39 89



info@pltf.ru



www.pltf.ru