خطة التواصل الداخلي

صفحة واحدة: من يحتاج أن يفعل ماذا، مع من نتحدث، ماذا نقول، أين، عبر من، متى، وكيف سنعرف.

1. ملخص السلوك ابدأ مما يحتاج الناس إلى تغييره في عملهم، قبل أي خطة أو قناة أو حملة.	
2. خريطة الجمهور قسّم جمهورك بحسب كيف تصل الرسالة إليهم وما تطلبه منهم، لا بحسب الهيكل التنظيمي.	
3. بيت الرسالة اضبط الرسالة في جملة واحدة قبل أي تصميم، ثم أعطِ كل شريحة سببها الخاص للاهتمام.	
4. خطة القنوات اختر كل قناة بحسب المهمة التي تؤديها الرسالة، وأغلق قناة قبل أن تضيف أخرى.	
5. حقيبة المدير أعطِ المديرين حقيبة صغيرة ليتحدثوا مع فريقهم بدلاً من إعادة توجيه بريد إلكتروني.	
6. إيقاع السنة ابنِ السنة من خطتك لا من تقويم فارغ: ثلاثة فصول، وحملة كبيرة واحدة في الشهر كحد أقصى.	
7. خطة تواصل التغيير حرّك التغيير عبر أربع مراحل ليصل الإعلان قبل الإشاعة.	
8. سلم القياس قِس ما فعله الناس، لا ما أرسلته: مؤشر واحد لكل سلوك، على أعلى درجة يمكنك الوصول إليها.	

اعرضها على مديرك.

خطة التواصل الداخلي

مثال تطبيقي

هذا المثال افتراضي لإظهار قالب معبّأ. استبدله بمثال من عندك.

1. ملخص السلوك	أولوية العمل هذا العام: زيادة المبيعات من العملاء الحاليين لدينا مديرو الفروع يشاركون المستهدف الشهري مع فرقهم في الأسبوع الأول من الشهر، العمل يدفع نحو النمو، والفريق الذي يعرف المستهدف مبكراً يستطيع التخطيط له مندوبو المبيعات يسجّلون كل زيارة عميل في النظام في اليوم نفسه، ليتمكن المديرون من التوجيه بناءً على زيارات حقيقية، وليس على الذاكرة
2. خريطة الجمهور	شريحة 1: مديرو الفروع · على مكتب، مع بريد إلكتروني · القيام بشيء جديد شريحة 2: مندوبو المبيعات المتنقلون · في الميدان، مشرف فقط · القيام بشيء جديد شريحة 3: دعم المبيعات في المكتب الرئيسي · على مكتب، مع بريد إلكتروني · المعرفة
3. بيت الرسالة	السقف: كل فريق يعرف مستهدفه الشهري في الأسبوع الأول. العمود 1: المستهدف يصل في اليوم الأول، في صفحة واحدة. العمود 2: المديرون يشرحونه لفريقهم في عشر دقائق. العمود 3: الزيارات تُسجّل في اليوم نفسه، ليرى الجميع التقدم.
4. خطة القنوات	مديرو الفروع: أن يقتنع · المدير الإقليمي مع مديري الفروع وجهاً لوجه · ملخص من صفحة واحدة عبر البريد الإلكتروني مندوبو المبيعات المتنقلون: أن يقتنع · مدير الفرع مع الفريق في اجتماع يوم الأحد · رسالة قصيرة من المشرف دعم المبيعات في المكتب الرئيسي: المعرفة · البريد الإلكتروني · منشور على الشبكة الداخلية قناة سنغلقها هذا العام: النشرة الشهرية بصيغة PDF
5. حقيبة المدير	1. السقف: كل فريق يعرف مستهدفه الشهري في الأسبوع الأول. 2. ما الذي يتغير لهذا الفريق: ابتداءً من هذا الشهر، يصلك مستهدف فرعك في اليوم الأول في صفحة واحدة. 3. ما الخطوة التالية: اشرحه لفريقك في عشر دقائق قبل يوم الخميس. سؤال يفتح الحوار: ما الذي قد يجعل هذا صعباً علينا؟
6. إيقاع السنة	الفصل 1: اعرف مستهدفك · يشارك المديرون المستهدف في الأسبوع الأول · من يناير إلى أبريل الفصل 2: كل زيارة تفرق · يسجل مندوبو المبيعات كل زيارة في اليوم نفسه · من مايو إلى أغسطس الفصل 3: حافظ على الاستمرارية · كلاهما، مع عرض النتائج على الفرق · من سبتمبر إلى نوفمبر يناير: الإطلاق: اعرف مستهدفك
7. خطة تواصل التغيير	التغيير: ابتداءً من 1 يوليو، تُحدد مستهدفات الفروع شهرياً وليس كل ربع سنة. ما لن يتغير: مديرك وعملاؤك وراتبك الأساسي يبقون كما هم. 1. التوافق: المديرون الإقليميون مع مديري الفروع · قبل الإطلاق بيومين · يحصل كل مدير على الحقيبة ويطرح أسئلته أولاً 2. الإطلاق: مدير المبيعات · الأحد، 9:00 · ما لن يتغير ثم ما سيتغير، في صفحة واحدة
8. سلم القياس	مديرو الفروع يشاركون المستهدف الشهري مع فرقهم في الأسبوع الأول من الشهر: نُفّذ · نسبة الفروع التي عقدت جلسة المستهدف في الأسبوع الأول · سؤالان لعشرين مندوباً، كل شهر مندوبو المبيعات يسجّلون كل زيارة عميل في النظام في اليوم نفسه: نُفّذ · نسبة الزيارات المسجلة في اليوم نفسه · من النظام، كل أسبوع