

Предисловие

Субботнее утро. Пасмурно. В уютном московском кафе за столиком сидят трое. На столе — чистый лист, на котором написано «HR-квест». Книги еще нет. Есть только название. И 7 лет за плечами, на протяжении которых мы создавали неуловимую, но вполне измеримую субстанцию — корпоративную культуру.

За это время мы провели более 900 мероприятий совместно с российскими и международными брендами. Мы участвовали в жизни сотни корпоративных «домов» и узнали, почему в одних сотрудники улыбаются, а в других — нет. Так родилось название книги.

В то дождливое столичное утро мы решили написать книгу. Пришел момент поделиться нашими знаниями с широкой аудиторией.

Работа на книгой длилась три года. Мы не могли закончить ее из-за постоянного цейтнота и еще по одной глобальной причине. Наш клиент стремительно эволюционировал. Росла роль social media в построении внутреннего бренда компании. Кардинально изменилась модель коммуникаций с аудиторией. Как сказал руководитель рекламного агентства Saatchi & Saatchi Кевин Роберт: «Старые модели коммуникаций бренда — односторонние, а сегодня люди хотят участвовать во всем сами — писать твиты, блоги, фотографировать, делиться мыслями и впечатлениями. От эпохи потока информации мы переходим к эпохе вдохновения. Сегодня мы должны вдохновлять людей на действие».

Мы наблюдали за этим, изменяясь и развиваясь вместе с нашими клиентами. У нас была возможность понять и проанализировать, какие инструменты внутреннего маркетинга работают, а какие — бесполезны.

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)

Перед вами — первый отечественный бизнес-роман с практическими советами, о том, как переосмыслить и усилить бренд работодателя.

Как сформировать работающие Employee Value Proposition.

Как сделать сотрудников адвокатами бренда.

Как, повышая их лояльность, поднимать продажи компании.

Эта книга — не универсальная формула. Это выжимка нашего 10-летнего опыта работы с крупнейшими брендами. В нашем романе мы расскажем, как проблемы бренда могут быть решены внутренними силами компании с помощью конкретных бизнес-инструментов.

*Михаил Воронин,
Дарья Кабицкая,
Наталья Тихонова*

[Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>](http://kniga.biz.ua)