

C64 Consulting Kft.

PR · Media relations · Strategic communication

CÉGES KIAJÁNLÓ · 2026

Kommunikáció az üzleti célok szolgálatában.

Stratégiai PR · Belső kommunikáció · Céges rendezvények

Stratégiai PR, belső kommunikáció és céges rendezvények az üzleti célok szolgálatában.

A C64 Consulting stratégiai kommunikációs tanácsadó cég, amely vállalatokat és vezetőket támogat üzleti céljaik elérésében. A külső és belső kommunikációt, a PR-t, a vezetői kommunikációt és a vállalati eseményeket egységes rendszerben kezeljük. A stratégiai gondolkodást több évtizedes kommunikációs és médiatapasztalattal, valamint erős megvalósítási szemlélettel kapcsoljuk össze.

Nem önmagukban kommunikációs feladatokat, sajtómegjelenéseket vagy rendezvényeket kínálunk, hanem olyan megoldásokat, amelyek **világosabbá teszik a vállalat pozícióját, erősítik reputációját és láthatóságát, javítják a vezetői és belső információáramlást**, támogatják a szervezeti változások megértését és elfogadását, valamint a pillanatnyi élményen túlmutató értéket teremtenek. A tervezéstől a megvalósításig egyetlen felelős partnerként fogjuk össze a teljes folyamatot.

Szolgáltatási területeink:

I.



STRATÉGIAI PR
ÉS REPUTÁCIÓ

II.



BELSŐ
KOMMUNIKÁCIÓ

III.



CÉGES
RENDEZVÉNYEK

I. Stratégiai PR és reputáció

Egy vállalat megítélését nemcsak az határozza meg, hogy mit mond magáról, hanem az is, hogy milyen témákban és milyen következetességgel jelenik meg a nyilvánosságban. Stratégiai PR- és reputációs szolgáltatásainkkal **a vállalat, valamint vezetői tudatos és hiteles nyilvános jelenlétét építjük.**

1. Kommunikációs és PR-audit

A kommunikációs és PR-audit **egy egyszeri, átfogó átvilágítás**, amely megmutatja, hogyan kommunikál jelenleg a vállalat, mely területeken működik jól, és hol maradnak kihasználatlan lehetőségek. A közös munka vezetői interjúval indul, majd megvizsgáljuk a weboldalt, a közösségimédia-felületeket, a korábbi sajtómegjelenéseket és a releváns versenytársak kommunikációját. Értékeljük a fő üzeneteket, pontosítjuk a célcsoportokat, és meghatározzuk a legfontosabb kommunikációs prioritásokat.

Az audit végén **kijelöljük a következő 6-12 hónap kommunikációs irányát, összeállítunk 15-20 konkrét tartalmi és PR-témát, valamint elkészítjük a 90 napos akciótervet.** A javaslatokat vezetői prezentáció keretében mutatjuk be.

A CSOMAG TARTALMA

- vezetői interjú
- weboldal- és közösségimédia-audit
- sajtómegjelenések elemzése
- versenytársi kommunikáció vizsgálata
- fő üzenetek értékelése és újrafogalmazása
- célcsoportok és kommunikációs prioritások meghatározása
- 6-12 hónapos kommunikációs irány kijelölése
- 15-20 konkrét tartalom- és PR-téma
- vezetői prezentáció
- 90 napos akcióterv

EREDMÉNY

A vállalat pontosan látja, hogy mit, kinek, hol és milyen üzenettel kommunikáljon.

2. Vezetői márkaépítés

Egy vállalat megítélését nagymértékben meghatározza, hogyan jelennek meg és kommunikálnak a vezetői. A vezetői márkaépítés során **feltérképezzük a cégvezető, tulajdonos vagy szakértő jelenlegi szakmai megítélését**, majd kialakítjuk azt az egyéni pozicionálást és kommunikációs irányt, amely hitelesen illeszkedik a személyiségéhez, a szerepéhez és a vállalat céljaihoz.

Ennek részeként elkészítjük vagy újrafogalmazzuk a bemutatkozó és életrajzi szövegeket, valamint a LinkedIn-profil, meghatározunk **10-12 releváns poszttémát**, és három kész vezetői posztot is kidolgozunk. Interjúkérdés-válasz dokumentummal, **személyes interjúfelkészítéssel**, illetve egy fotózás vagy bemutatkozó videó kreatív koncepciójával tesszük teljessé a csomagot.

A CSOMAG TARTALMA

- személyesmárka- és reputációs audit
- egyéni pozicionálás
- bemutatkozó és életrajzi szövegek
- LinkedIn-profil újraírása
- 10-12 poszttéma
- 3 kész vezetői poszt
- interjúkérdés-válasz dokumentum
- fotózás vagy bemutatkozó videó kreatív koncepciója
- 60 perces interjúfelkészítés

EREDMÉNY

A vezető hiteles, karakteres és következetes személyes márkát kap, amely erősíti saját szakmai tekintélyét és a vállalat reputációját.

Stratégiai PR és reputáció

Sajtóképes történetek, tudatos nyilvános jelenlét és felkészült reputációvédelem.

3. Kutatásból Hír

A vállalatok működése során számos olyan adat és tapasztalat keletkezik, amely megfelelő megközelítéssel a sajtó és a szélesebb nyilvánosság számára is érdekes lehet. Elsőként **feltérképezzük a rendelkezésre álló vállalati adatokat, meghatározzuk a sajtóképes kérdéseket, majd kommunikációs szempontból elemezzük az eredményeket.** Szükség esetén a meglévő információkat saját kutatással is kiegészítjük.

Az adatokból közérthető kutatási összefoglalót és sajtóközleményt készítünk, megtervezzük a kapcsolódó infografika tartalmát, valamint 5-8 közösségimédia-témát dolgozunk ki. **A nyilvános megjelenést szóvivői felkészítéssel és célzott sajtómegkereséssel támogatjuk.**

A CSOMAG TARTALMA

- meglévő vállalati adatok feltérképezése
- sajtóképes kérdések meghatározása
- adatok kommunikációs szempontú elemzése
- saját kutatás készítése
- kutatási összefoglaló
- sajtóközlemény
- infografika tartalmi terve
- 5-8 közösségimédia-tartalom
- szóvivői felkészítés
- sajtómegkeresés

EREDMÉNY

A vállalat meglévő adataiból sajtóképes történet és több felületen felhasználható kommunikációs tartalom születik.

4. Krízisre Készen

Egy váratlan vagy kényes helyzetben nemcsak az számít, hogy mit mond a vállalat, hanem az is, **hogy milyen gyorsan, milyen sorrendben és mennyire egységesen reagál.** A Krízisre Készen csomag részeként feltérképezzük a legfontosabb reputációs kockázatokat, és kidolgozunk 8-10 olyan lehetséges krízishelyzetet, amely valójában érintheti a szervezetet.

Meghatározzuk a döntési és értesítési rendet, elkészítjük az első reakcióként használható közleménysablonokat és a várható kérdésekre adható válaszokat. Kialakítjuk a sajtó, a közösségi média és a belső tájékoztatás protokollját, majd vezetői krízisszimulációval gyakoroljuk a gyors és összehangolt reagálást.

A CSOMAG TARTALMA

- reputációs kockázatok feltérképezése
- 8-10 valószínű krízishelyzet kidolgozása
- döntési és értesítési rend
- első reakcióként használható közleménysablonok
- kérdés-válasz dokumentum
- sajtó- és közösségimédia-protokoll
- belső tájékoztatási rend
- vezetői krízisszimuláció

EREDMÉNY

A vállalat felkészülten, gyorsan és egységesen tud reagálni a reputációját veszélyeztető helyzetekben.

II. Belső kommunikáció

A jól működő belső kommunikáció nem egyszerűen információt közvetít: segít abban, hogy a **munkatársak értsék a vállalat céljait**, bízzanak a vezetőktől kapott tájékoztatásban, és lássák saját szerepüket a szervezet működésében. Belső kommunikációs szolgáltatásainkkal **átláthatóbbá tesszük az információáramlást**, támogatjuk a vezetőket, és erősítjük a munkatársak kapcsolódását a vállalathoz.

1. Belső kommunikációs audit

A belső kommunikációs audit **feltárja, hogyan jutnak el jelenleg az információk a vezetőktől a munkatársakig**, mely csatornák működnek jól, és hol keletkeznek elakadások vagy információs hiányok. Vezetői és HR-interjúk segítségével megismerjük a szervezet működését, majd megvizsgáljuk a használt kommunikációs felületeket, az e-maileket, az intranetet, a Teams- vagy Slack-csatornákat, valamint a belső rendezvényeket és a vezetői kommunikáció gyakorlatát.

Az audit alapján **kialakítjuk a vállalat új belső kommunikációs csatorna- és tartalomstruktúráját**, meghatározzuk a legfontosabb munkatársi célcsoportokat és információs helyzeteket, valamint konkrét formátum- és rovatjavaslatokat készítünk.

A CSOMAG TARTALMA

- vezetői és HR-interjúk
- jelenlegi kommunikációs csatornák feltérképezése
- e-mailek, intranet, Teams/Slack és belső rendezvények elemzése
- munkatársi információs igények és elakadások azonosítása
- vezetői kommunikáció vizsgálata
- célcsoportok és munkavállalói élethelyzetek meghatározása
- új csatorna- és tartalomstruktúra
- éves belső kommunikációs naptár
- konkrét formátum- és rovatjavaslatok
- 90 napos bevezetési terv

EREDMÉNY

A vállalat egy azonnal használható belső kommunikációs rendszert és konkrét bevezetési tervet kap.

2. Változáskommunikáció

Egy átszervezés, vezetőváltás, összeolvadás, költözés vagy új vállalati stratégia bevezetése bizonytalanságot és számos kérdést kelthet a munkatársakban. **A változáskommunikáció célja, hogy az érintettek időben, érthetően és hiteles forrásból kapjanak tájékoztatást arról, mi történik, miért van szükség a változásra, és az hogyan érinti őket.**

A folyamat során feltérképezzük az érintetti csoportokat, a várható kérdéseket és munkatársi félelmeket, majd kialakítjuk a fő üzeneteket és a kommunikáció pontos ütemezését. **Elkészítjük a vezetői bejelentést, a munkatársi leveleket, a kérdés-válasz dokumentumot és a vezetők számára használható kommunikációs segédletet.** Szükség esetén belső fórum vagy town hall forgatókönyvét, valamint krízisforgatókönyvet is készítünk.

A CSOMAG TARTALMA

- érintetti térkép
- munkatársi félelmek és várható kérdések feltérképezése
- fő üzenetek
- kommunikációs ütemezés
- vezetői bejelentés és beszéd
- munkatársi e-mailek
- kérdés-válasz dokumentum
- vezetői kommunikációs segédlet
- belső fórum vagy town hall forgatókönyve
- visszajelzési és utánkövetési terv
- szükség esetén krízisforgatókönyv

EREDMÉNY

A vállalat egy konkrét változás teljes, biztonságosan végrehajtható kommunikációs tervét kapja.

Belső kommunikáció

Érthetőbb információáramlás, felkészültebb vezetők és erősebb munkatársi kapcsolódás.

3. Vezetői kommunikációs eszköztár

A munkatársak számára gyakran a közvetlen vezető jelenti a vállalat legfontosabb információforrását. Ezért **különösen fontos, hogy a vezetők egységesen, érthetően és hitelesen közvetítsék a szervezet üzeneteit**, és a nehéz vagy konfliktusos helyzetekben is magabiztosan kommunikáljanak.

A csomag részeként **kialakítjuk a vállalat vezetői kommunikációs alapelveit**, és olyan gyakorlati sablonokat, mintákat és forgatókönyveket készítünk, amelyeket a vezetők a mindennapi munkájuk során is használhatnak. A tudás átadását 3-4 órás, gyakorlatorientált workshop támogatja, amelyen valós vezetői helyzeteken keresztül gyakoroljuk az eszközök alkalmazását.

A CSOMAG TARTALMA

- vezetői kommunikációs alapelvek
- havi vezetői üzenetsablon
- csapatmegbeszélés-vázlat
- nehéz hírek bejelentésének mintái
- kérdés-válasz sablon
- konfliktusos helyzetek kommunikációs forgatókönyvei
- 3-4 órás vezetői workshop
- gyakorlati szituációk
- egyéni visszajelzés

EREDMÉNY

A vezetők egységesen, érthetően és hitelesen közvetítik a vállalat üzeneteit, a nehéz kommunikációs helyzeteket pedig magabiztosabban kezelik.

4. Dolgozói élménykutatás - gyorsdiagnózis

A belső kommunikáció fejlesztéséhez először pontosan látni kell, hogyan élnek meg azt a munkatársak. A gyorsdiagnózis egy rövid, **kommunikációs fókuszú kutatás, amely feltárja, hogy a dolgozók mennyire értik a vállalat céljait**, megbíznak-e a vezetőkől kapott információkban, mely csatornákat használják, és hol akad el vagy késik a tájékoztatás.

Az anonim online felmérést 3-5 fókuszcsoporthal vagy egyéni interjúval egészítjük ki, hogy a számok mögött meghúzódó tapasztalatokat és problémákat is megértsük. **Az eredményeket vezetői prezentációban és összefoglaló riportban mutatjuk be, majd egy tiszta intézkedési tervben** fogalmazzuk meg a legfontosabb fejlesztési javaslatokat.

A CSOMAG TARTALMA

- kérdőív kidolgozása
- anonim online adatfelvétel
- 3-5 fókuszcsoporthal vagy interjú
- eredményriport
- vezetői prezentáció
- 10 pontos intézkedési terv
- eredmények munkatársi kommunikációja

EREDMÉNY

A vállalat pontos képet kap arról, hogyan élnek meg a munkatársak a belső kommunikációt, hol akad el az információáramlás, és mely területeken van szükség azonnali beavatkozásra.

5. Munkatársi nagykövetprogram

A munkatársak sokszor hitelesebben tudják bemutatni a vállalat értékeit, kultúráját és mindennapi működését, mint bármely hagyományos vállalati kommunikáció. A nagykövetprogram célja, hogy **kiválasztott dolgozók felkészülten és önazonosan képviseljék a szervezetet** a belső közösségben, szakmai eseményeken és a közösségi médiában.

A program során meghatározzuk a nagykövetek szerepét, a kiválasztás szempontjait és a működés kereteit. Kommunikációs és tartalomkészítési **workshopon készítjük fel a résztvevőket**, majd három hónapos **tématerffel, posztmintákkal és közösségi média-irányelvekkel** támogatjuk őket. A motivációs és mérési rendszer biztosítja, hogy a program hosszabb távon is fenntartható és értékelhető legyen.

A CSOMAG TARTALMA

- programkoncepció
- kiválasztási szempontok
- szerepek és szabályok
- közösségi média-irányelvek
- kommunikációs és tartalomkészítési workshop
- 3 hónapos tématerv
- posztminták
- motivációs rendszer
- mérési keretrendszer

EREDMÉNY

A vállalat felkészült és motivált munkatársi nagyköveteket kap, akik hitelesen képviselik a szervezet értékeit a belső közösségben és a nyilvánosságban egyaránt.

III. Rendezvények

Egy jól megtervezett céges rendezvény **egyszerre közvetíti a vállalat üzeneteit, erősíti a munkatársi vagy partneri kapcsolatokat, és maradandó élményt teremt.** A rendezvényeket ezért nem önálló eseményként, hanem a vállalati kommunikáció részeként kezeljük. A koncepció kialakításától a helyszín és a szolgáltatók kiválasztásán át a teljes helyszíni lebonyolításig egyetlen partnerként fogjuk össze a folyamatot.

1. Céges rendezvény egy kézből

Üzleti, közösségi és reprezentációs vállalati események **teljes körű megtervezését és megvalósítását vállaljuk.** Elsőként meghatározzuk a rendezvény célját, célközönségét és központi üzenetét, majd ezekhez illeszkedő helyszínt, kreatív koncepciót, programot és vendéglátást alakítunk ki.

Elkészítjük a részletes költségtervet és forgatókönyvet, megszervezzük a technikai hátteret, a fellépőket, a moderátort, a meghívási és regisztrációs folyamatot, valamint koordináljuk valamennyi közreműködő szolgáltatót. A rendezvény napján a teljes helyszíni lebonyolítást kézben tartjuk, majd az eseményt értékeléssel és elszámolással zárjuk.

ALKALMAZHATÓ PÉLDÁUL

- évzáró és karácsonyi rendezvény
- partner- vagy ügyféltalálkozó
- konferencia
- vezetői esemény
- jubileum
- csapatépítő
- családi nap
- díjátadó
- termékbemutató
- sajtó- vagy márkaesemény

A CSOMAG TARTALMA

- üzleti cél és célközönség meghatározása
- helyszínbejárás és helyszínjavaslat
- rendezvénykonceptió és kreatív alap gondolat
- részletes költségterv
- catering és vendéglátás
- technika, színpad, fény és hangosítás
- programok és fellépők
- moderátor vagy műsorvezető
- meghívási és regisztrációs folyamat
- rendezvénykommunikáció
- részletes forgatókönyv
- szolgáltatók teljes körű koordinálása
- helyszíni lebonyolítás
- esemény utáni értékelés

EREDMÉNY

A megrendelő az üzleti céljaihoz illeszkedő, professzionálisan kivitelezett rendezvényt kap, amelynek minden szervezési feladatát egyetlen partner fogja össze.

2. Híres esemény

Egy vállalati rendezvény akkor válik igazán értékessé, ha a helyszínen részt vevőkön túl a szélesebb nyilvánosságot is képes elérni. A híres esemény csomag olyan **megnyitókhoz, átadókhoz, termékbemutatókhoz, konferenciákhoz, jubileumokhoz vagy szakmai eseményekhez készült, amelyeknek önálló hírértékük és kommunikációs céljuk is van.**

Az eseményhez **sajtóképes koncepciót és világos fő üzeneteket** alakítunk ki, majd ezekre építjük fel a program dramaturgiáját, a vezetői megszólalásokat és a teljes sajtókommunikációt. Elkészítjük a sajtómeghívót, a közleményt és a háttéranyagokat, megszervezzük az újságírók meghívását és helyszíni fogadását, valamint felkészítjük a nyilatkozó vezetőket. A fotó-, videó- és közösségimédia-tartalmak előzetes megtervezésével gondoskodunk arról, hogy az esemény a lezárása után is tovább éljen.

A CSOMAG TARTALMA

- sajtóképes eseménykonceptió
- fő üzenetek meghatározása
- eseménydramaturgia
- sajtómeghívó és sajtólista
- sajtóközlemény és háttéranyag
- vezetői beszéd és interjúfelkészítés
- sajtoregisztráció és helyszíni sajtókezelés
- fotó- és videótartalmak koncepciója
- közösségimédia-tartalmak
- esemény utáni sajtókommunikáció

EREDMÉNY

A rendezvényből hírértékű történet és több felületen felhasználható kommunikációs tartalom születik, amely a helyszíni résztvevőkön túl a szélesebb nyilvánosságot is eléri.

A kommunikáció akkor teremti valódi értékét, ha a vállalat üzleti céljaiból, helyzetéből és saját történetéből indul ki.

Szolgáltatási csomagjaink világos keretet adnak a közös munkának, a megoldásokat azonban minden esetben az adott szervezetre és feladatra szabjuk. Legyen szó reputációépítésről, belső kommunikációról vagy céges rendezvényről, a tervezéstől a megvalósításig felelős partnerként kísérjük végig a teljes folyamatot.

A TERVEZÉSTŐL A MEGVALÓSÍTÁSIG