

ՄՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՄԵԴԻԱ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ «ՑԵ-ԿՎԱԴՐԱՏ ԱՄԱԵԳԱ ԱՍԵՔ ՄԵՆԵՉՄԵՆՔ ԱՐՄԵՆԻԱ» ԸՆԿԵՐՈՒԹՅԱՆ

«ՑԵ-ԿՎԱԴՐԱՏ ԱՄԱԵԳԱ ԱՍԵՔ ՄԵՆԵՉՄԵՆՔ ԱՐՄԵՆԻԱ» ՍՊԸ-Ն ավստրիական «ՑԵ-ԿՎԱԴՐԱՏ» ներդրումային ընկերության և գերմանական «Տայանքս ասեք մենեջմենթ» ընկերության կողմից Հայաստանի Հանրապետությունում համատեղ հիմնադրված ընկերություն է:

«ՑԵ-ԿՎԱԴՐԱՏ ԱՄԱԵԳԱ ԱՍԵՔ ՄԵՆԵՉՄԵՆՔ ԱՐՄԵՆԻԱ»-ն նպատակ ունի առաջատար դիրք զբաղեցնել Հայաստանի ֆինանսական շուկայում՝ նպաստելով կենսաթոշակային համակարգի կայացմանը, ինչպես նաև ակտիվների կառավարման, ներդրումային ծառայությունների և կապիտալի շուկայի զարգացմանը:

Կենսաթոշակային ֆոնդի մասնակիցների, քաղաքացիների, ընկերության շահառուների և այլ թիրախային խմբերի հետ հետադարձ կապի ապահովման, Ընկերության գործունեության թափանցիկության և հասանելի աշխատելաճճի ապահովման համար «ՑԵ-ԿՎԱԴՐԱՏ ԱՄԱԵԳԱ ԱՍԵՔ ՄԵՆԵՉՄԵՆՔ ԱՐՄԵՆԻԱ»-ն այսուհետ ներկայացված է լինելու սոցիալական ցանցերում՝ մասնավորապես Facebook-ում և LinkedIn-ում:

ՄԱՍ 1.

Վերոնշյալ սոցիալական ցանցերում Ընկերությունը գործելու է հետևյալ ռազմավարությամբ¹:

Նպատակը. Հասարակությանը ներկայանալ բաց և թափանցիկ աշխատելաճճով՝ պատրաստակամ ներկայացնելու Ընկերության ընթացիկ գործունեությունը, հետադարձ կապ ապահովելու Ընկերության և նրա շահառուների միջև:

Խնդիրները. Ընկերության աշխատանքի հրապարակայնացում, պոտենցիալ հաճախորդներին (շահառուներին) Ընկերության գործունեության ներկայացում, ավելի հասանելի Ընկերության իմիջի ձեռքբերում:

Հրապարակումների բնույթը. Սոցիալական ցանցերում կարող են կոմունիկացվել Ընկերության գործունեության վերաբերյալ, Ընկերության կողմից կառավարվող ֆոնդերի, ինչպես նաև յուրաքանչյուր ֆոնդի մասին առանձին/համապարփակ տեղեկատվություն, ֆոնդերի կատարողականների, ընթացիկ հաշվետվությունների և արդյունքների հրապարակում, Ընկերության

¹ Այս ռազմավարությունը մշակվել է հետևյալ ընկերությունների սոց. մեդիա ռազմավարությունների օրինակով.

- **Reuters:** <http://socialmedia.biz/social-media-policies/reuters-social-media-guidelines/>
- **Coca-Cola Social Media Policy:** <http://www.viralblog.com/wp-content/uploads/2010/01/TCCC-Online-Social-Media-Principles-12-2009.pdf>
- **Los Angeles Times:** <http://latimesblogs.latimes.com/readers/2009/11/updated-social-media-guidelines.html>

հիմնադիր-ընկերությունների, նրանց պատմության, ընթացիկ գործունեության, ինչպես նաև Ընկերության խորհրդի անդամների և նրանց ընթացիկ գործունեության մասին տեղեկատվություն, Ընկերության խորհրդի անդամների հարցազրույցների և այլ հրապարակումների կոմունիկացում, խիստ մասնագիտական բառերի և բառակապակցությունների իմաստի վերաբերյալ հրապարակումներ, Կենսաթոշակային ֆոնդերի միջազգային փորձի վերաբերյալ հրապարակումներ, Կենսաթոշակային ֆոնդերի ներդրումային ոլորտների և երկրների մասին տեղեկատվություն, Կենսաթոշակային ֆոնդերի թեմային առնչվող TED Talk-երի, ֆիլմերի և այլ տեսանյութերի կոմունիկացում, Ընկերության գործառույթներից բխող այլ ընթացիկ տեղեկատվություն:

Չրապարակումների տեսակները. Ընկերության սոցիալական ցանցերում բովանդակությունը հրապարակվելու է տեքստերով, նկարներով, տեսանյութերով, GIF-երով, ինֆոգրաֆիկաներով, դիագրամներներով, կայքերի հղումներով, բոտերով (ինքնավար պատասխանող և կոմունիկացիան ուղղորդող համակարգեր) և այլ տեխնոլոգիական լուծումներով, որոնք ակտուալ ու ընդունելի կլինեն տվյալ հաշվետու ժամանակահատվածի համար:

Ընկերության արձագանքը օգտատիրոջ բացասական երանգավորմամբ մեկնաբանություններին և կարծիքներին.

Գործունեության ողջ ընթացքում Ընկերության կամ կապալառու կազմակերպությունների կողմից իրականացվում է սոցիալական ցանցերի մշտադիտարկում տեխնիկական կամ ուղղակի միջոցներով: Մշտադիտարկման նպատակն է՝

1. Բացահայտել Ընկերության գործունեության նկատմամբ հանրության վերաբերմունքը
2. Վերհանել առկա և պոտենցիալ խնդիրները
3. Բացահայտել լոյալ և ներգրավված հանրությանը՝ հետազայում նրանց միջոցով կամ օգնությամբ օգտակար առաջխաղացման կամ բրենդի հիմնական հաղորդագրության տարածման նպատակով
4. Բացահայտել, կանխատեսել և չեզոքացնել Ընկերության, ղեկավարների, աշխատակիցների, շահառուների և/կամ նրանց գործունեության նկատմամբ նեգատիվ վերաբերմունքի և հանրային կոմունիկացիայի կրող օգտատերերի գործողությունները:

Նեգատիվ վերաբերմունքի, կոմունիկացիայի կամ հրապարակման հեղինակի նկատմամբ Ընկերության սոցիալական ցանցերի կառավարող թիմի կողմից իրականացվում են համապատասխան գործողություններ՝ հանրային պատասխանից մինչև օգտատիրոջ արգելափակում ընկերության հարթակներից: Պատժամիջոցները կիրառվում են հետևյալ կերպ՝

1. Այն մեկնաբանությունները, որոնք հայիոյանք կամ բացահայտ վիրավորանք են պարունակում Ընկերության, Ընկերության ներկայացուցիչների և/կամ նրանց գործունեության նկատմամբ, հեռացվում են էջից, իսկ օգտատերը արգելափակվում է (hide, delete and ban):

2. Բացասական երանգավորմամբ կամ օբյեկտիվ քննադատություն պարունակող մեկնաբանություններին արձագանքվում է՝ կամ հենց սոցիալական հարթակում հանրային պատասխանի ձևով, կամ անհատապես, կամ այլ հասանելի հանրային հարթակներում:
3. Ընկերության գործունեության նկատմամբ չպարզաբանված կամ չհանրայնացված հրապարակման հեղինակին կամ հարթակին արձագանքվում է Ընկերության աշխատակազմի իրավասու մասնագետը (օրինակ՝ ֆոնդի կառավարիչը) կամ համապատասխան գործընկեր կազմակերպության ներկայացուցիչը՝ պատասխանելով մեկնաբանությանը հետևյալ կերպ.

Քայլ 1. Ներկայանում է որպես թիմի անդամ, իրավասու անձ

Քայլ 2. Հնարավորության դեպքում հակիրճ պատասխանում է հարցադրմանը, հակառակ դեպքում միանգամից անցնում Քայլ 3.-ին

Քայլ 3. Թողնում է կոնտակտային տվյալներ (հեռախոս, էլ. փոստ կամ գրասենյակի հասցեն)՝ հետագա կապը պահելու և օգտատիրոջը սպառիչ պատասխան տալու համար:

4. Կեղծ օգտատերերի նկատմամբ մոտեցումները նույնն են, ինչ նախորդ երեք կետերում:

ՄԱՍ 2.

Ընկերության աշխատակազմի վարքը սոցիալական ցանցերում.

Ընկերության աշխատակիցը հանդիսանում է Ընկերության ուղղակի ներկայացուցիչը առցանց հարթակներում և Ընկերության նկատմամբ դրական կարծիքի, ճիշտ ու օբյեկտիվ գնահատականների պահպանման նպատակով համացանցում պետք է գործի Ընկերության հանրային շահի տեսանկյունից՝ առանց սահմանափակվելու սեփական իրավունքներում ու ցանկություններում:

Ընկերության ներկայացուցիչները պետք է հանրային քննարկումներում և հրապարակումներում պահպանեն բիզնես էթիկայի կանոնները, լինեն անաչառ, պահպանեն չափավորություն: Ընկերության ներկայացուցիչները, գործելով իրենց անձնական հարթակներում, պատասխանատու են սեփական գործողությունների նկատմամբ: