

DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

Interesariusze Grupy Agora to wszystkie strony zainteresowane działalnością firmy, na które działalność Agory ma wpływ. W procesie mapowania interesariuszy zostały wyodrębnione najważniejsze grupy wraz ze wskazaniem form zaangażowania oraz prowadzenia dialogu. Grupa Agora dąży do systematycznego kontaktu ze wszystkimi interesariuszami, np. w formie: odpowiadania na pytania czy wątpliwości. Dzięki prowadzonej komunikacji Agora poznaje oczekiwania interesariuszy oraz buduje trwałe relacje z otoczeniem. Istotnym wyzwaniem w procesie dialogu jest cykliczność oraz sformalizowanie narzędzi, m.in. wprowadzenie regularnych badań klientów.

Zasady dialogu, które zostały przyjęte przez Grupę Agorę, to: cykliczność, bezpośredniość i dwustronność.

Tabela 3. Formy dialogu z interesariuszami

Grupy interesariuszy	Formy dialogu z interesariuszami
 PRACOWNICY WSPÓŁPRACOWNICY STAŻYŚCI, PRAKTYKANCI	• cykliczne spotkania z zarządem (możliwość zadawania pytań, transmisja on-line) • badanie opinii pracowników (np. w sprawie raportowania, kodeksu etyki, polityki przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi) • szkolenia, spotkania dla pracowników (w tym „Witamy w Agorze”) • system zgłaszania nieprawidłowości związanych z niepożądanymi zachowaniami • intranet, mailing wewnętrzny • proces oceny rocznej • rada pracownicza, związki zawodowe, przedstawiciele pracowników • media społecznościowe
 AKCJONARIUSZE OTOCZENIE GIEŁDOWE GIEŁDA PAPIERÓW WARTOŚCIOWYCH DOMY MAKLERSKIE	• raporty bieżące i okresowe • strona korporacyjna • newslettery • cykliczne spotkania, konferencje dedykowane analitykom, inwestorom, Investor Day dla analityków, chat z inwestorami • udział w konferencjach zewnętrznych, spotkaniach indywidualnych • dedykowany kontakt e-mailowy, telefoniczny oraz poprzez stronę www • media społecznościowe
 KLIENCI I ODBIORCY (CZYTELNICZY SŁUCHACZE, WIDZOWIE, INTERNAUCI) KLIENCI BIZNESOWI I INSTYTUCJONALNI PARTNERZY BIZNESOWI – DOSTAWCY	• ogólny kontakt do przekazywania uwag, sugestii • cykliczne badania użytkowników serwisów Grupy Agora (m.in. Gazeta.pl) • testy nowych produktów i usług • spotkania dla klientów, partnerów biznesowych (śniadania branżowe) • kontakt e-mail, telefoniczny, w tym Biuro Obsługi Klienta • dyżury reporterskie (w mediach) • media społecznościowe
 KONKURENCJA OTOCZENIE BIZNESOWE MEDIA BRANŻOWE	• spotkania, członkostwo w organizacjach branżowych • zaangażowanie w projekty i inicjatywy zewnętrzne, branżowe • udział w konferencjach, wydarzeniach • konsultacje publiczne • informacje prasowe • newslettery • wypowiedzi w mediach, opinie, komentarze • strona korporacyjna • media społecznościowe
 ADMINISTRACJA PUBLICZNA REGULATORZY I LEGISLATORZY	• spotkania dla klientów, partnerów biznesowych (śniadania branżowe) • inicjatywy branżowe • zaangażowanie w projekty i inicjatywy zewnętrzne • udział w konferencjach, wydarzeniach • konsultacje publiczne
 SPOŁECZEŃSTWO OBYWATELSKIE I SPOŁECZNOŚCI LOKALNE ORGANIZACJE POZARZĄDOWE	• wspólne działania i inicjatywy • spotkania, konferencje • udział w zewnętrznych inicjatywach • działania fundacji przy Grupie Agora • media społecznościowe