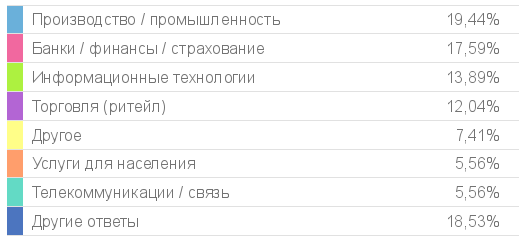
# **«Роль и место внутренних коммуникаций в современном бизнесе. 2019»**

**Краткие итоги исследования**

Вы получили этот документ, поскольку принимали участие в исследовании

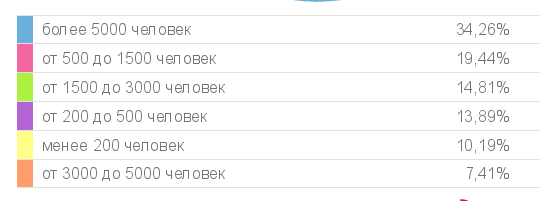
Всего в исследовании приняло участие 110 компаний.

Из них 90.4% компаний работают в России, со следующим распределением по отраслям:



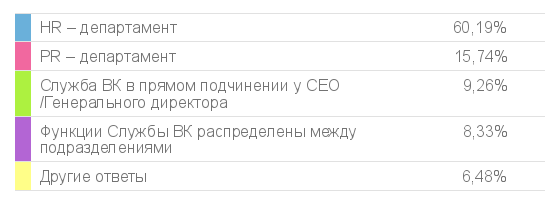
*\*указаны 10 самых популярных ответов*

Большинство респондентов представляют крупные компании



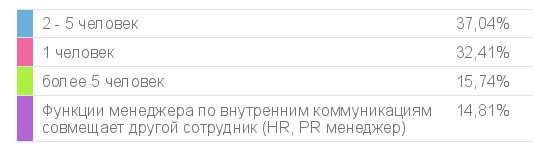
*\*указаны 10 самых популярных ответов*

Чаще всего Служба внутренних коммуникаций внутри компании относиться к HR-департаменту. Такой ответ дали 60% респондентов. В 15,7% компаний Служба внутренних коммуникаций относиться к PR -департаменту.



*\*указаны 10 самых популярных ответов*

В большинстве компании Служба внутренних коммуникаций насчитывает от 2 до 5 человек. В каждой третьей компании вопросами внутренних коммуникаций занимается только один сотрудник, а 15,74% компаний имеют в своем составе Службу внутренних коммуникаций численностью более 5 человек



*\*указаны 10 самых популярных ответов*

**ЦЕЛИ РАБОТЫ СЛУЖБЫ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ**

Главными ЦЕЛЯМИ Службы внутренних коммуникаций остаются:

1. Укрепление лояльности и вовлечённости сотрудников 67,59%
2. Управление корпоративной культурой 58,33%

А вот Информирование сотрудников упало за 2 года на 30 % (ура – ура!) с 71% ( в 2017) до 46,30% (в 2019)-

По-прежнему основными задачами нашей работы остаются

1. Организация мероприятий 81,48%
2. Подготовка информационных сообщений 79,63%
3. Ведение корп.портала (Интранет) 78,70%

Выделенный бюджет на внутренние коммуникации / корпоративную культуру сегодня имеют 77,8% компаний

**ЗАДАЧИ СЛУЖБЫ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ**

В каждом исследовании мы спрашиваем: «Какие направления развития, по вашему мнению, станут ключевыми в следующем году?»

Вот какие направления развития внутренних коммуникаций наши коллеги считали ключевыми на 2018:

1. Интегрированные коммуникации – 15,14%
2. Социализация геймификация -14.48%
3. SMM и соцсети – 13.36%

А в этом году, оценивая развитие внутренних коммуникаций на 2020, наши респонденты назвали следующие направления:

1. Развитие электронных коммуникаций (включая социальные сети) - 15,4%
2. Активное управление корпоративной культурой (включая управление по ценностям) -12,4%
3. Социализация и геймификация – 12,4%

**ПРЕПЯТСТВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ В КОМПАНИИ**

В 2017 – слабая вовлеченность менеджеров среднего звена 42,3%

В 2019 - Непонимание роли и значения внутренних коммуникаций для бизнеса 49 %// Нежелание топ-менеджеров участвовать во внутренних коммуникациях 49%

Для нас это значит, что мы должны сосредоточить максимум усилий на оцифровку результатов работы внутренних коммуникаций. Именно полученная прибыль // сэкономленные ресурсы – всегда являются основным аргументом для руководителей любого уровня 😊

**ЦИФРОВИЗАЦИЯ И КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИЙ**

Во время каждого исследования мы спрашиваем, какие каналы внутренних коммуникаций чаще всего использует компания.

**КЛЮЧЕВЫЕ КАНАЛЫ**

В 2019 году ключевыми каналами названы:

1. Электронные рассылки - 83,33%
2. Корпоративный портал (Интранет) - 68,52%
3. Корпоративные мероприятия (спорт, праздники, благотворительность и др.) - 63,89%

В 2017 году ключевыми каналами были:

1. Электронные рассылки - 86,29%
2. Корпоративные мероприятия (спорт, праздники, благотворительность и др.) - 79,84%
3. Корпоративный портал (Интранет) - 79,03%

Неожиданно выросла частота использования внешних социальных сетей (для коммуникаций с сотрудниками)

Внешние социальные сети и мессенджеры (Facebook, Вконтакте, Telegram, WhatsApp, Vaber и др.) для общения с сотрудниками используют - 29,63% компаний



*\*указаны 10 самых популярных ответов*

**СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И МЕССЕНДЖЕРЫ**

Предчувствуя такой ответы, мы спросили: как ваша компания использует в своей коммуникации социальные сети и мессенджеры?

В социальных сетях мы рассказываем о жизни нашей компании 50,00%

В социальных сетях мы ищем новых сотрудников (рекрутинг) 40,74%

В социальных сетях мы рассказываем о наших продуктах / услугах 37,96%

И конечно, нам было интересно узнать какую именно платформу, компании используют чаще всего?

Ответ нас поразил. Так, 45,68% компаний используют для коммуникации с сотрудниками Instagram, а 44, 44% - мессенджер WhatsApp.

И это значит, что мы должны осваивать именно эти каналы.

Ведь коммуницировать с сотрудниками надо там, где сотрудник привык получать информацию, а не там, где это удобно нам, как организаторам 😊

*Искренне ваша, Анна Несмеева. Основатель Сообщества внутренних коммуникаторов*

**Доклад по материалам исследования можно будет услышать 21.11.2019 в рамках XV конференции «ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ для бизнеса 2020»** [**https://www.quorum.guru/events/hr-meropriyatiya/xv-vserossijskaya-konferentsiya/**](https://www.quorum.guru/events/hr-meropriyatiya/xv-vserossijskaya-konferentsiya/)

**Полная версия аналитического отчета будет опубликована на сайте ШКОЛА ВНУТРЕННЕГО КОММУНИКАТОРА, в разделе ПОЛЕЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ** [**https://school-communication.ru/shop**](https://school-communication.ru/shop)