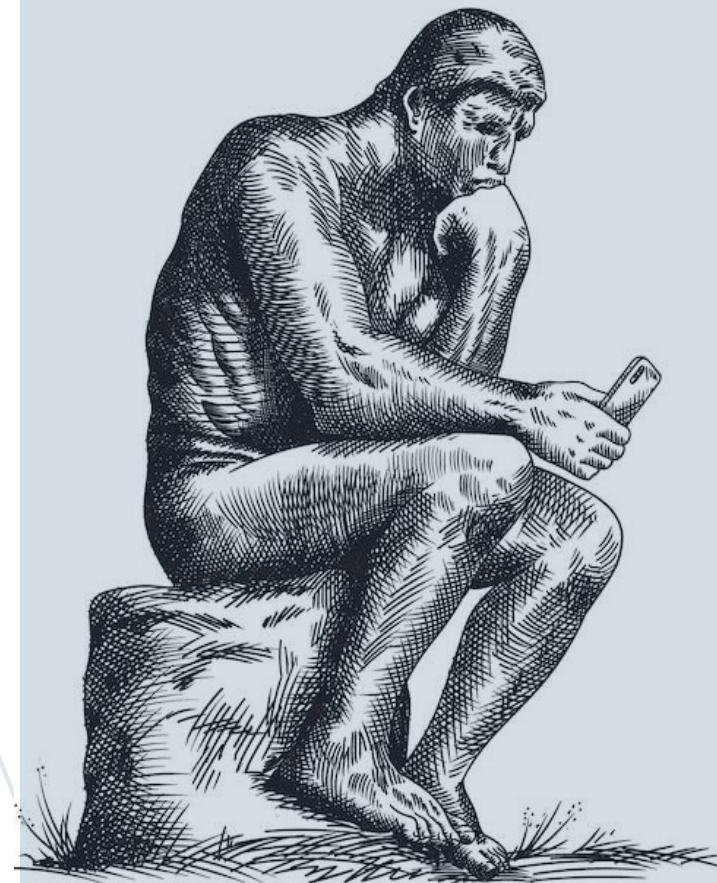


ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ КОМПАНИИ КАК СТРАТЕГИЧЕСКАЯ БИЗНЕС-ФУНКЦИЯ

Вебинар 19 марта 2024



СПИКЕРЫ

Лариса РУДАКОВА

Президент коммуникационной группы Medialine
Глава Оргкомитета Премии InterComm
Председатель отраслевой комиссии
по внутренним коммуникациям АМР



Виктория КАБАКОВА

Директор по консалтингу практики «HR-маркетинг» ЭКОПСИ
Автор курса по внутренним коммуникациям
Член Жюри Премии InterComm



ПРАВИЛА ВЕБИНАРА



Время

С 11:00 до 12:30
(по московскому времени)



Вопросы

Вопросы ведущему можно задавать в «общем чате» в течение всего вебинара



Технические вопросы

- Обновите страницу, нажав F5
- Зайдите с браузера Google Chrome
- Перейдите с мобильного соединения на Wi-Fi
- Перезапустите приложение Webinar на телефоне



Будет ли доступна запись вебинара?

Да, запись и презентацию мы вышлем на почту

ДАВАЙТЕ ПОЗНАКОМИМСЯ

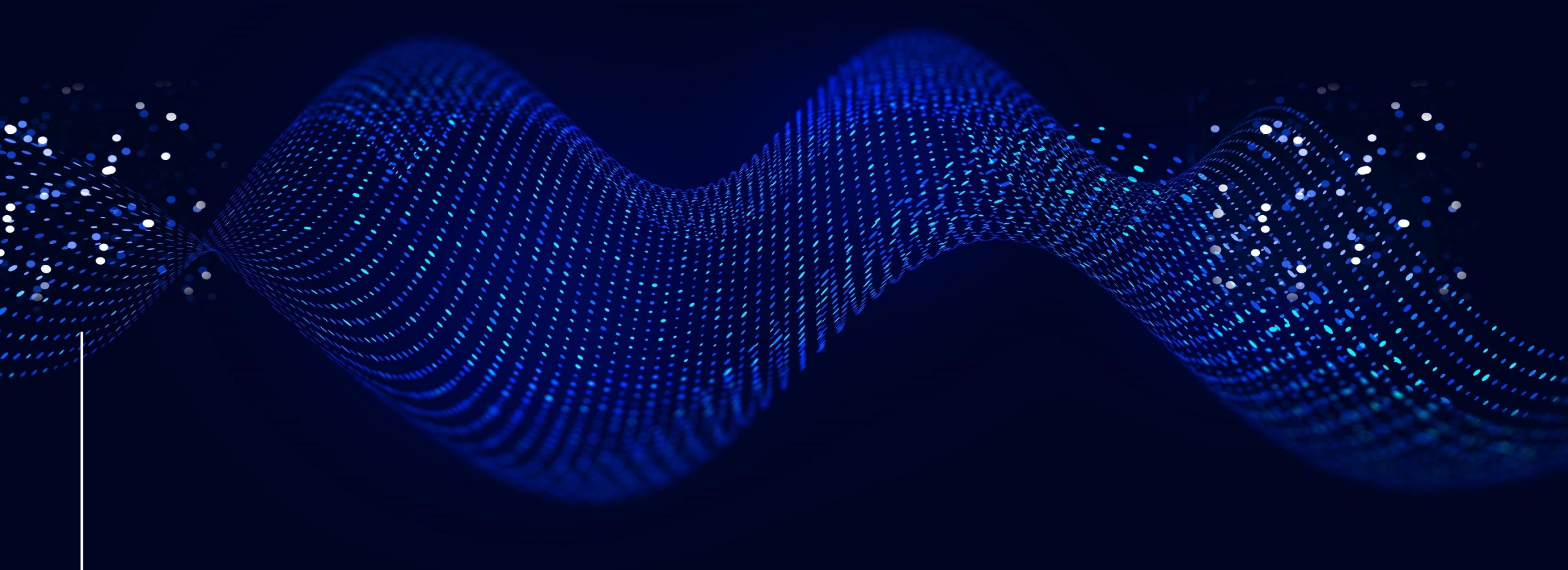
- Напишите в чате, пожалуйста, из какого вы города, какую компанию представляете?

Москва, Экопси

- Вы работаете в функции /подразделении внутренних / корпоративных коммуникаций?

+/-

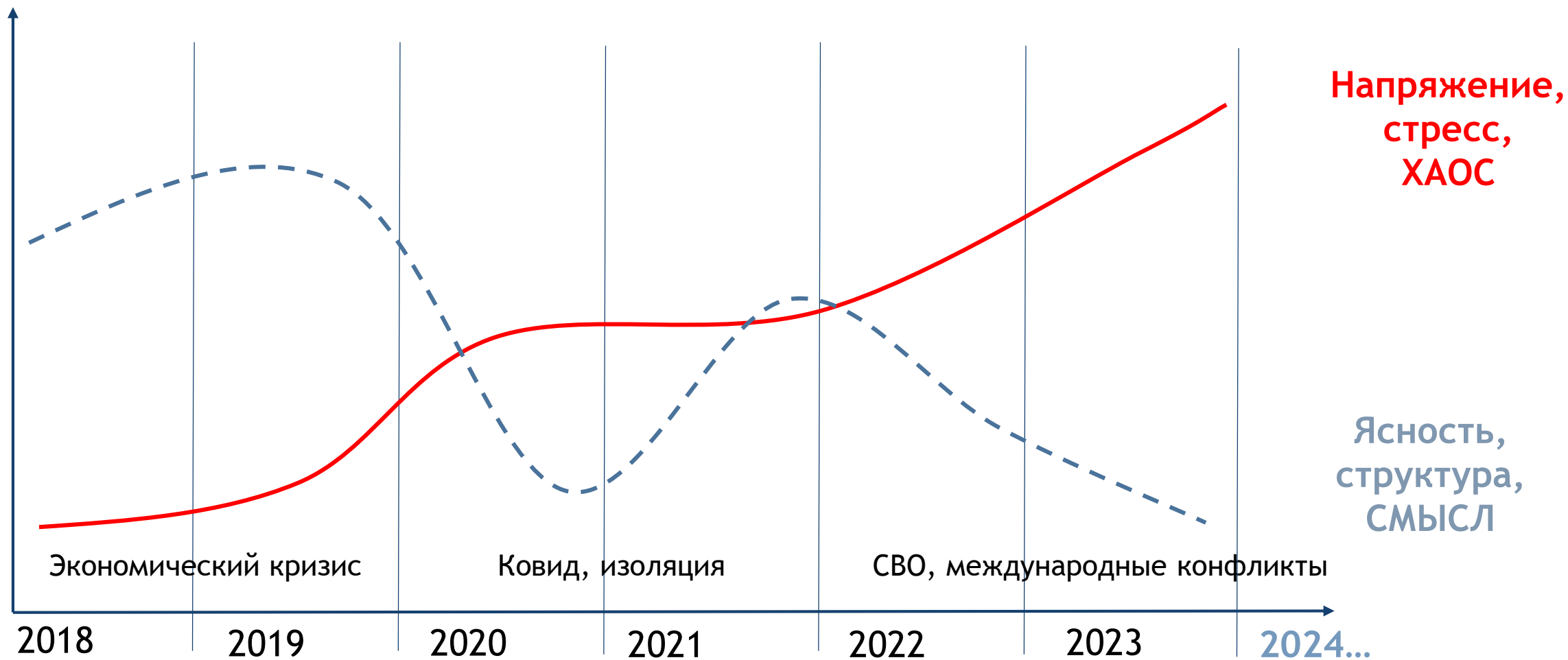




01

Запрос на СМЫСЛЫ

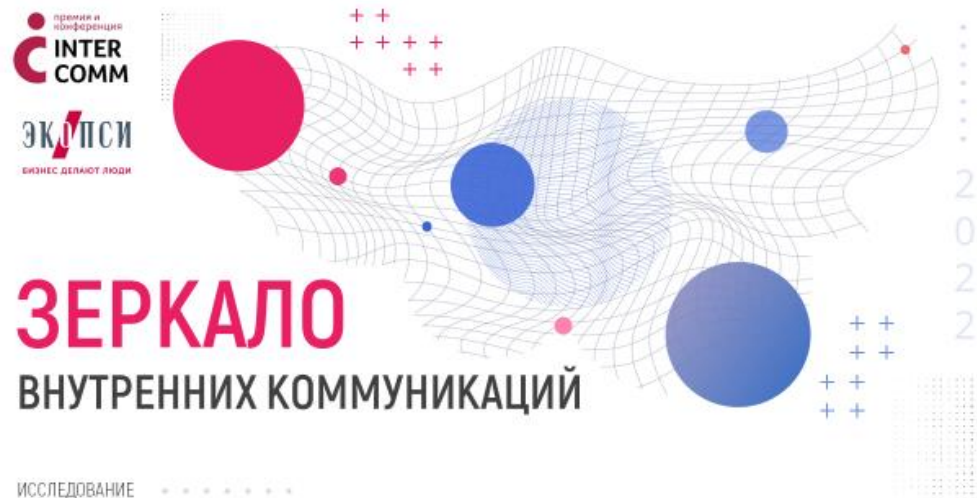
ТРАНСФОРМАЦИЯ МИРА: РАСТУЩИЙ ХАОС, ПОТЕРЯ СМЫСЛА



ПРЕОДОЛЕНИЕ РАЗРЫВА: ЛЮДИ ИЩУТ СМЫСЛЫ В ОТНОШЕНИЯХ И В РАБОТЕ



ГОТОВЫ ЛИ К ТАКОМУ ЗАПРОСУ ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ?



- › 2022 - глобальное исследование сферы внутренних коммуникаций ЭКОПСИ и InterComm
- › 32 глубинных интервью с экспертами отрасли
- › 426 опрошенных - специалисты по внутренним коммуникациям в компаниях

Какова сейчас в компаниях функция внутренних коммуникаций:
степень зрелости, реализуемые задачи, эффективность?

ВНУТРЕННИЕ / КОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПОКА МАЛО РАБОТАЮТ ИМЕННО СО СМЫСЛАМИ И СТРАТЕГИЕЙ, ОСТАВАЯСЬ НА СЕРВИСНОМ УРОВНЕ



РУКОВОДИТЕЛИ НЕДОСТАТОЧНО ВКЛЮЧЕНЫ В КОММУНИКАЦИЮ

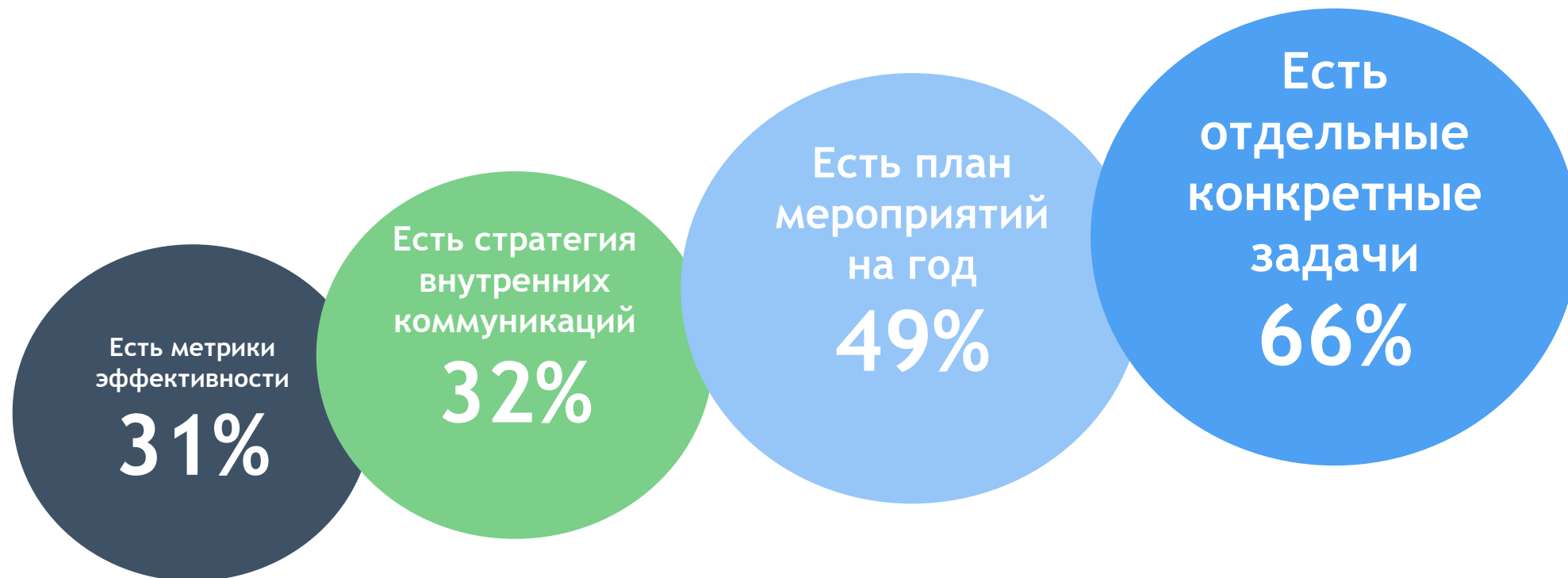
В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ

- › Иницирует отдельные мероприятия, статьи - **75%**
- › Открывает мероприятие, говорит мотивирующую речь, принимает участие в награждении - **75%**
- › Проводит встречи с сотрудниками по стратегическим вопросам - **61%**
- › Принимает участие в формировании стратегии внутренних коммуникаций, её целей и задач - **от 45 до 56%**

НЕ В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ

- › Связывает задачи внутрикома с бизнес-целями и стратегией бизнеса - **от 35 до 40%**
- › Оценивает эффективность внутренних коммуникаций - **36%**
- › Принимает участие в мотивирующих встречах - **35%**
- › Принимает участия в мероприятиях по корп.культуре и ценностям - **58%**

РЕ-АКТИВНОСТЬ, А НЕ ПРОАКТИВНОСТЬ



3 ТРЕКА ИССЛЕДОВАНИЯ В 2024 ГОДУ СТАРТУЕМ В АПРЕЛЕ

ВНУТРИКОМ
как
бизнес-
функция

ЧТО?

- › Модель внутренних коммуникаций
- › Стратегия реализации и развития
- › Метрики эффективности

КТО и КАК?

Руководители функции в компаниях
(экспертные интервью + опрос)

ВНУТРИКОМ
как
профессия

ЧТО?

- › Профиль внутреннего коммуникатора
- › «Стоимость компетенций»
- › Дефициты в навыках

КТО и КАК?

Специалисты по внутренним коммуникациям (опрос)

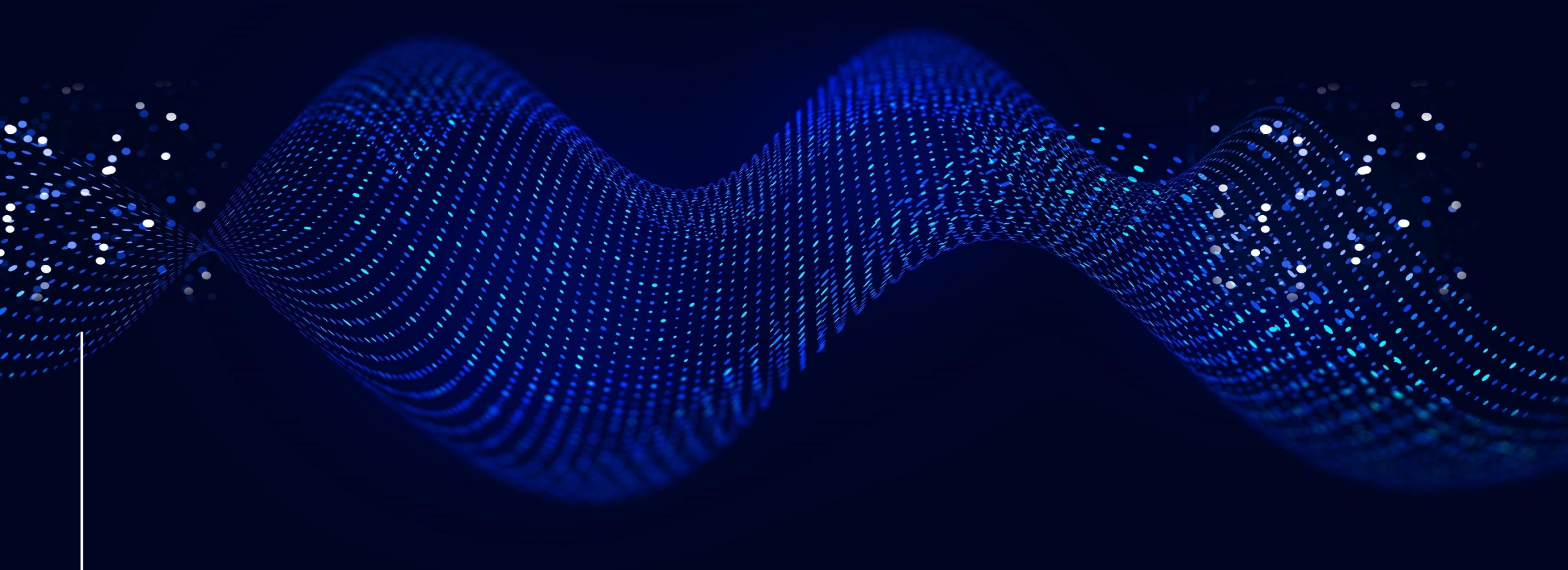
ВНУТРИКОМ
как
образование

ЧТО?

- › Запрос бизнеса - ответ вуза
- › Содержание и форматы обучения
- › Образовательные стандарты

КТО и КАК?

- › Руководители программ (интервью)
- › Студенты (опрос + фокус-группы)



02

Эволюция «внутрикома»



23 февраля,
8 марта,
Новый год

2000



Корпоративные
СМИ +интранет.

2005



Тимбилдинги,
веревочные курсы, бег в
мешках, «ИнтерКомм».
Сообщество внутренних
коммуникаторов.

2010



Вовлеченность,
корпоративная
культура, далее
везде.

2015



Звездный час
внутренних
коммуникаций

2020



?

2024

ВИЗИОНЕРЫ И СТРАТЕГИ ПРОТИВ «ДЕВОЧЕК С ПОМПОНАМИ»

7 фактов о росте интереса бизнеса к функции внутрикома

- 1 резюме на 20 вакансий - неуклонный рост запроса на рынке труда на внутрикомов с опытом, нужны специалисты с видением, стратеги
- 2 Собеседование на должность руководителя/менеджера по ВК проводит CEO-минус 1 компании
- 3 Комитет по внутрикорпоративным коммуникациям Ассоциации менеджеров впервые провел открытые слушания по карте компетенций руководителя функции ВК в компании
- 4 Комитет по внутрикорпоративным коммуникациям Ассоциации менеджеров впервые организовал рейтинг директоров по «внутрикому» - подали заявки 50 специалистов, теперь этот рейтинг в составе ТОП1000 наряду с директорами по HR, PR, маркетингу, финансам и проч.
- 5 Растет запрос на образовательные продукты для внутрикомов
- 6 Крупные промышленные регионально распределенные компании на каждом предприятии теперь имеют не только пиарщика, но и внутрикома
- 7 Активно обсуждается тема стандарта профессии и необходимости сертификации специалистов в ней



Платформа, объединяющая лучшие практики и инструменты в области корпоративных коммуникаций.

Профессиональное комьюнити специалистов и экспертов в области внутрикорпоративных коммуникаций, представителей HR, маркетинговых, PR-департаментов, IT-подразделений компаний, регулярные встречи онлайн и офлайн в InterComm Club.

Ежегодная независимая премия, отмечающая лучшие проекты в сфере корпоративных коммуникаций, и яркое деловое шоу.

Лучшие идеи, кейсы и люди, решающие актуальные задачи бизнеса через построение эффективных коммуникаций с персоналом.

Сайт-медиа, специализированная b2b-площадка, агрегирующая информацию о событиях и персонах российской отрасли корпоративных коммуникаций и корпоративных медиа.

О проекте

INTER COMM

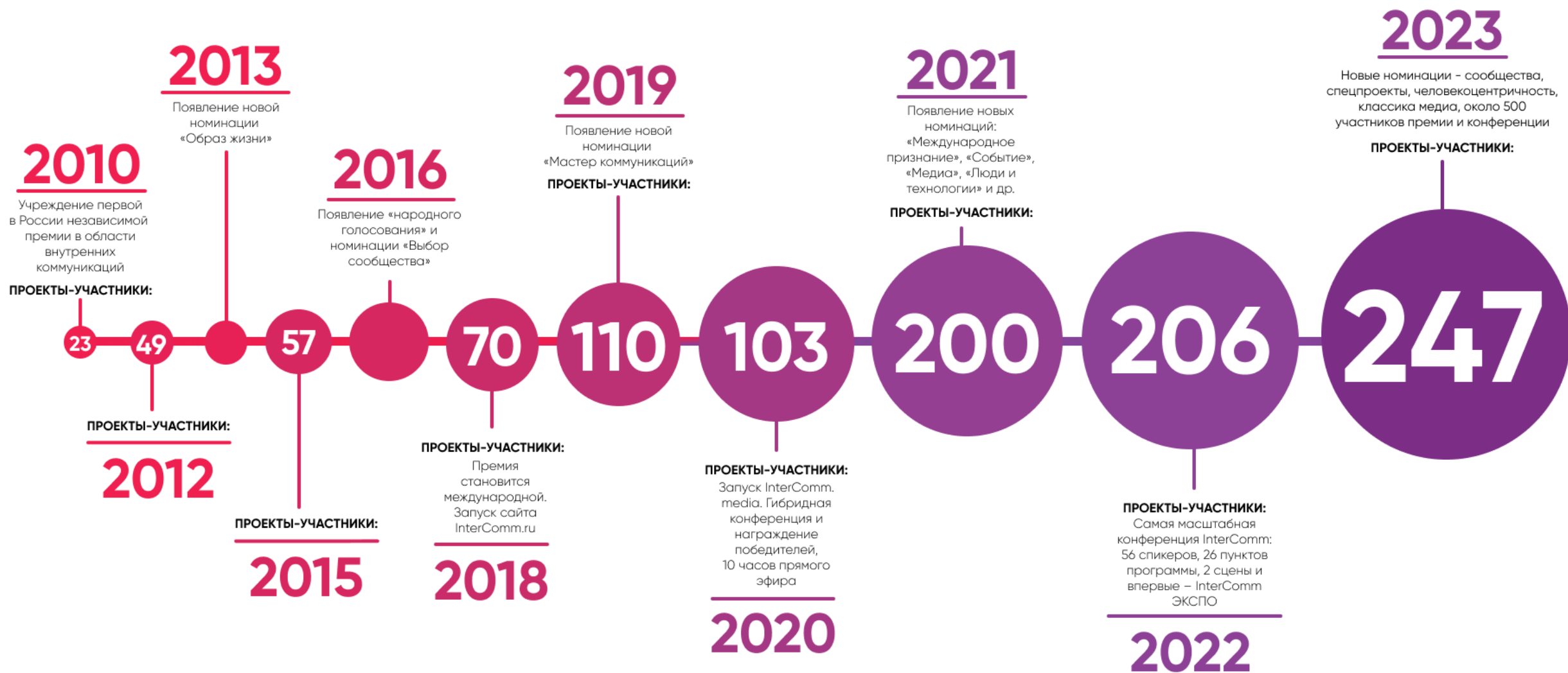
Лариса Рудакова,
председатель оргкомитета
премии InterComm



Сотрудники компаний, их эффективный труд и личное благополучие сегодня – в фокусе внимания топ-менеджеров и владельцев бизнесов.

Задача проекта InterComm – способствовать качественному развитию внутрикорпоративных коммуникаций, а в конечном итоге – росту и процветанию экономики России.

ДИНАМИКА ОТРАСЛИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ПРЕМИИ INTERCOMM



Проектные номинации:

«ТОЧКА РОСТА» 20*

проекты в области обучения персонала

«РАБОТА МЕЧТЫ» 11*

проекты в области развития бренда работодателя

«ЭНЕРГИЯ КОМАНДЫ» 26*

проекты в области повышения мотивации и лояльности персонала

«ОБЩИЙ ЗНАМЕНАТЕЛЬ» 11*

проекты в области создания единой коммуникационной среды

«ЛЮДИ И ТЕХНОЛОГИИ» 13*

цифровые технологии на службе корпоративных коммуникаций

«КЛАССИКА КОММУНИКАЦИЙ» 10*

традиционные корпоративные и отраслевые СМИ на службе внутрикома: газеты, журналы, радио и TV

«СОБЫТИЕ» 20*

проекты в области организации корпоративных мероприятий, в том числе для развития корпоративного спорта и популяризации здорового образа жизни

«ОБРАЗ ЖИЗНИ» 13*

проекты в области well-beingи развития Work & life balance персонала

«ТЕРРИТОРИЯ ДОБРА» 20*

проекты в области корпоративного волонтерства, благотворительности, КСО и ESG

«СООБЩЕСТВА» 13*

проекты по развитию внутренних сообществ и амбассадорства

247*

заявок было
подано на премию
InterComm-2023

«НОВЫЕ МЕДИА» 15*

подкасты, telegram-каналы, блоги и другие цифровые медиа

«СПЕЦПРОЕКТЫ» 34*

самостоятельные проекты, активации и инструменты в корпоративных коммуникациях

Спецноминации:

«МАСТЕР КОММУНИКАЦИЙ» 7*

персональная номинация для лидеров корпоративных коммуникаций

«КОМАНДА ГОДА» 5*

командная номинация для лучшего корпоративного подразделения в области коммуникаций

«ПРОЕКТ ГОДА»

Гран-При Премии InterComm. Присуждается проекту, больше всего впечатлившему жюри

Новинки:

«ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЛЮДИ»

специальная номинация, в которой будут дополнительно рассматриваться проекты, созданные с государственными структурами

«СЕМЕЙНЫЕ ЦЕННОСТИ»

специальная номинация, в которой будут дополнительно рассматриваться семейно-ориентированные проекты.

Номинация создана в поддержку Года семьи

«МАРШРУТ В БУДУЩЕЕ»

проекты по работе с детьми сотрудников, школьниками и студентами

Главные тренды 2023



Легкость во всем

ToV, форматы, контент



Тренд на объединение

Поиск чувства «свой среди своих»



Игра в долгую

Работа со школьниками и повышение престижа профессии



Высокая технологичность

Интранеты, приложения, соцсети, сервисы.
Глубокая интеграция нейросетей в работу



Повышение уровня ответственности

Расширение целевых аудиторий



Способность принимать решения быстро и самостоятельно



Решение бизнес-задач, а не только HR-коммуникации



Постоянный рост спектра требуемых компетенций



Человекоцентричность.

Личность, а не функция

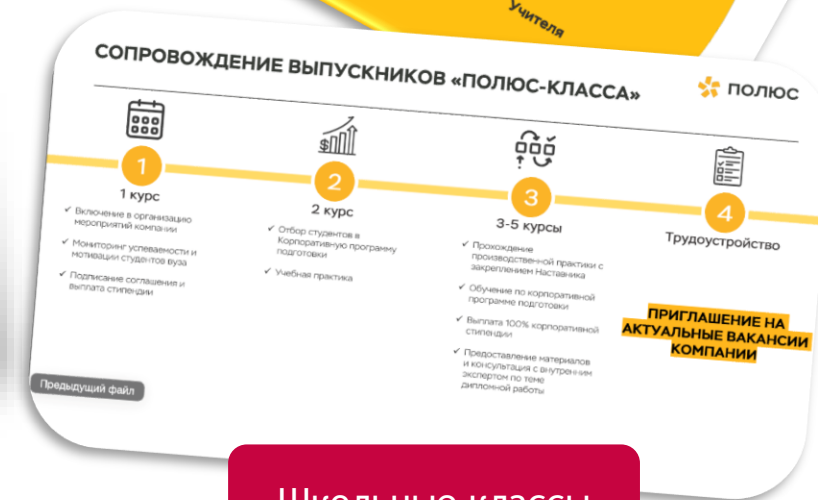
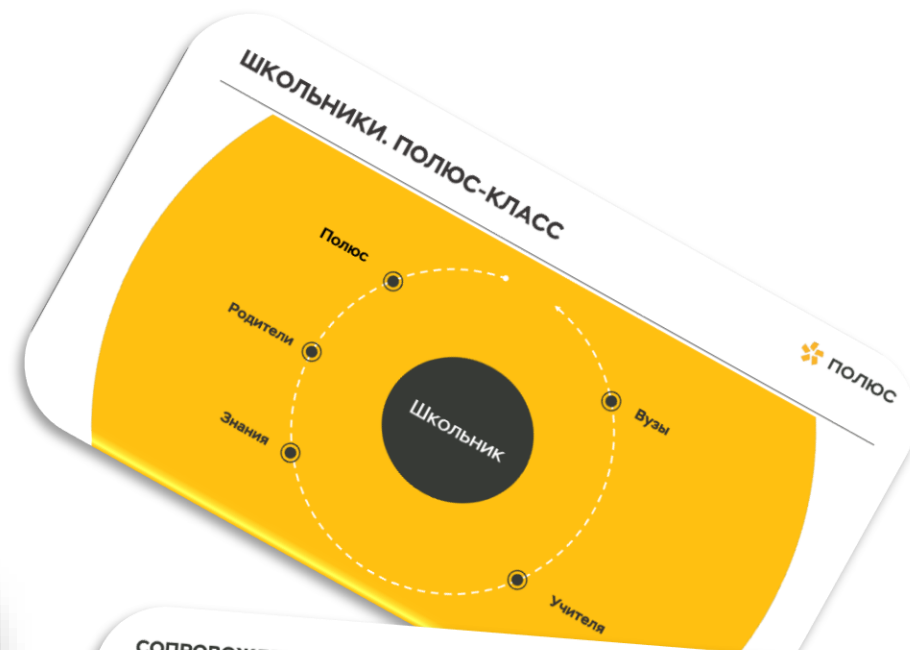
«ИГРА В ДОЛГУЮ»: НАЧИНАТЬ ВОВЛЕКАТЬ В ПРОФЕССИЮ С ДЕТСКОГО САДА



Детские книжки про профессии

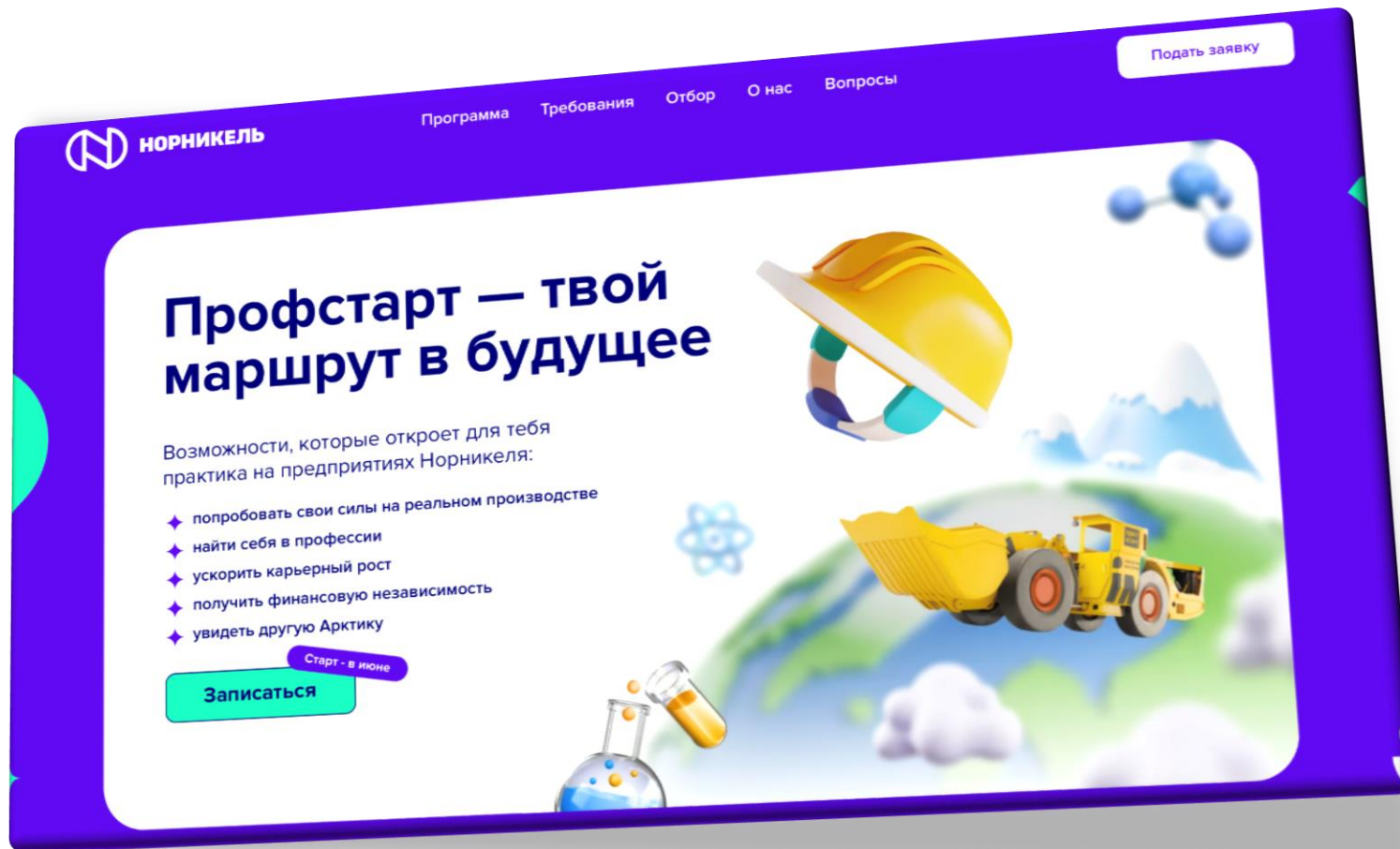


Детские журналы про профессии



Школьные классы

«ИГРА В ДОЛГУЮ»: НАЧИНАТЬ ВОВЛЕКАТЬ В ПРОФЕССИЮ С ДЕТСКОГО САДА



НОРНИКЕЛЬ

Программа Требования Отбор О нас Вопросы

Подать заявку

Профстарт — твой маршрут в будущее

Возможности, которые откроет для тебя практика на предприятиях Норникеля:

- ◆ попробовать свои силы на реальном производстве
- ◆ найти себя в профессии
- ◆ ускорить карьерный рост
- ◆ получить финансовую независимость
- ◆ увидеть другую Арктику

Старт - в июне

Записаться

The screenshot shows a website interface for 'Профстарт' (Profstart) by Norilsk Nickel. The header includes the company logo and navigation links: 'Программа', 'Требования', 'Отбор', 'О нас', 'Вопросы', and a 'Подать заявку' (Apply) button. The main content area features the title 'Профстарт — твой маршрут в будущее' (Profstart — your route to the future) and a list of benefits: 'Возможности, которые откроет для тебя практика на предприятиях Норникеля:' (Opportunities that will open up for you through practice at Norilsk Nickel enterprises:). The list includes: '◆ попробовать свои силы на реальном производстве' (◆ try your strength in real production), '◆ найти себя в профессии' (◆ find yourself in the profession), '◆ ускорить карьерный рост' (◆ accelerate career growth), '◆ получить финансовую независимость' (◆ gain financial independence), and '◆ увидеть другую Арктику' (◆ see a different Arctic). A 'Старт - в июне' (Start - in June) badge and a 'Записаться' (Sign up) button are also visible. The background of the page features 3D illustrations of a yellow hard hat, a yellow mining truck, and laboratory glassware.



"Вуз-Завод" - практикоориентированная программа Иркутской нефтяной компании

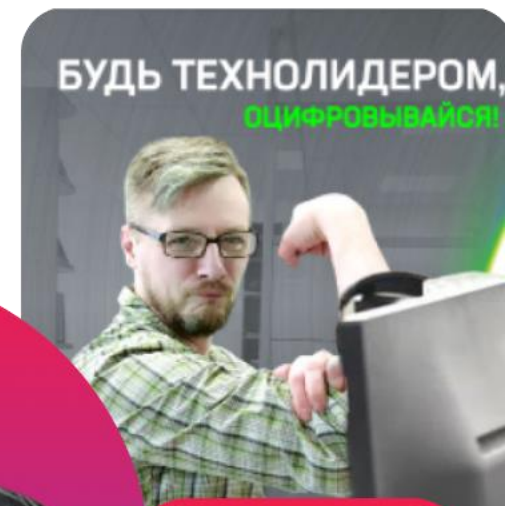
«РЕШЕНИЕ БИЗНЕС-ЗАДАЧ»

Программа внутреннего обучения коллег из функциональных подразделений цифровым компетенциям

Программа реализуется для повышения уровня цифровой грамотности коллег и уменьшения нагрузки на ИТ-подразделение

ИТ-департамент освобождается от рутинных задач, а сроки цикла цифровых продуктов от идеи до запуска сокращаются

«Технолидеры ИЭК»



«РЕШЕНИЕ БИЗНЕС-ЗАДАЧ»

Лаборатория Касперского — «Стальные нервы. Железная хватка»

В службе информационной безопасности разработали специальную платформу для определения уровня компетентности специалистов

В 2022–2023 годах все внутренние сервисы компании должны были пройти сертификацию на соответствие базовой ступени, а затем работать над повышением уровня безопасности

Процесс был геймифицирован: вся компания следила за командами, болела и делала ставки. Лидеры изменений получили специальную награду, а также максимальный уровень признания внутри компании



«РЕШЕНИЕ БИЗНЕС-ЗАДАЧ»

Verme и «М.Видео-Эльдорадо» Маркетплейс рабочего времени «Биржа смен»

«Биржа смен» – это первый автоматизированный шеринг внутреннего персонала в ритейле, реализованный М.Видео-Эльдорадо совместно с Verme

«Биржа смен» соединяет магазины, которым нужны временные сотрудники, и штатных сотрудников, частично занятых на основном рабочем месте, при этом заинтересованных в гибком заработке или новых профессиях

Благодаря «Бирже смен» сотрудники получают выгодную подработку, а компания – квалифицированный временный персонал



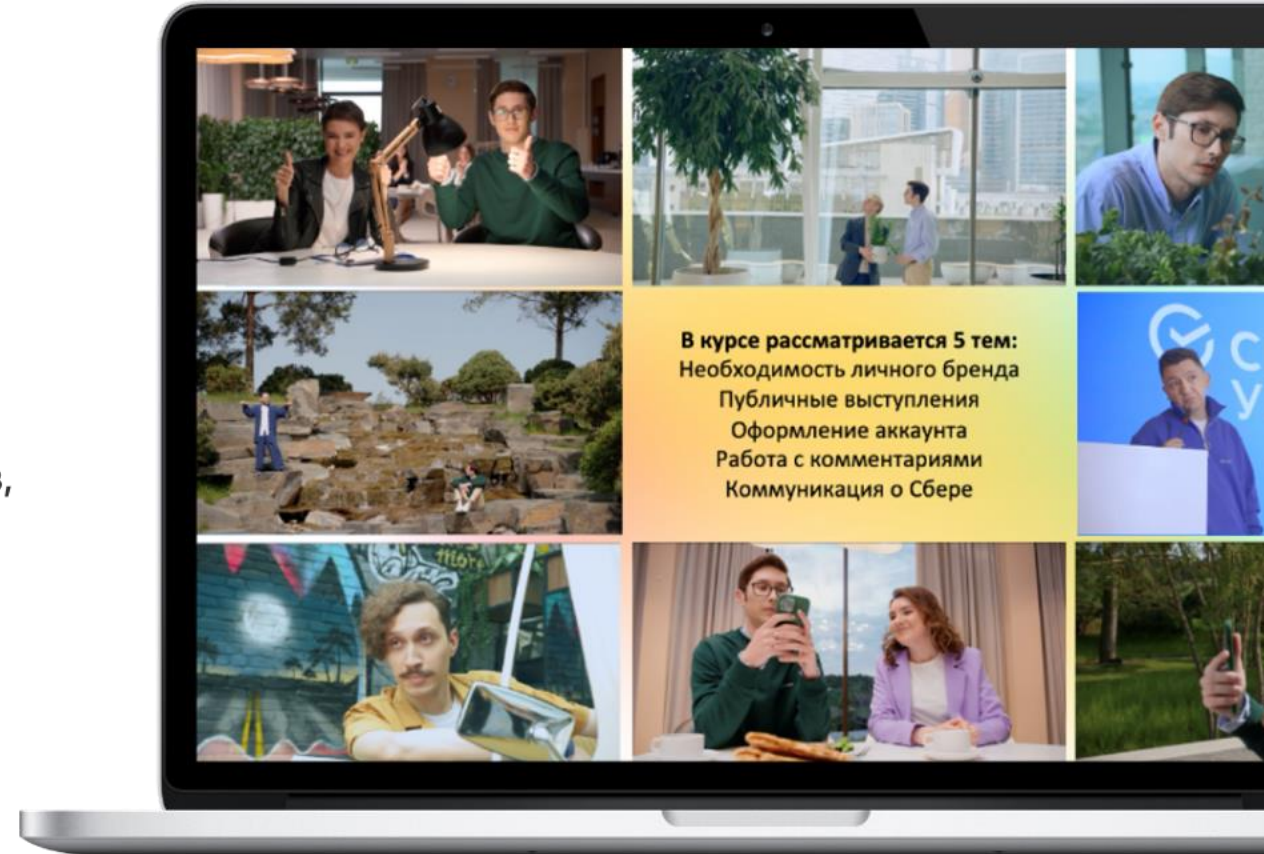
ПОИСК ЧУВСТВА «СВОЙ СРЕДИ СВОИХ»

Сбер — «Академия амбассадоров Сбера»

Академия амбассадоров Сбера – двухуровневый курс по развитию личного бренда для сотрудников Сбера

На первом этапе участники знакомятся с основами поведения в медиа пространстве, учатся рассказывать о себе и своей компании. На втором прокачивают личный бренд, а затем выбирают блогерский или экспертный трек для получения более глубоких знаний. Все выпускники попадают в сообщество амбассадоров, где есть все возможности для реализации собственных проектов и активного участия в жизни Сбера

Среди результатов – увеличение коллабораций и кросс-функциональных проектов с дочерними организациями и бизнес-юнитами в 4 раза



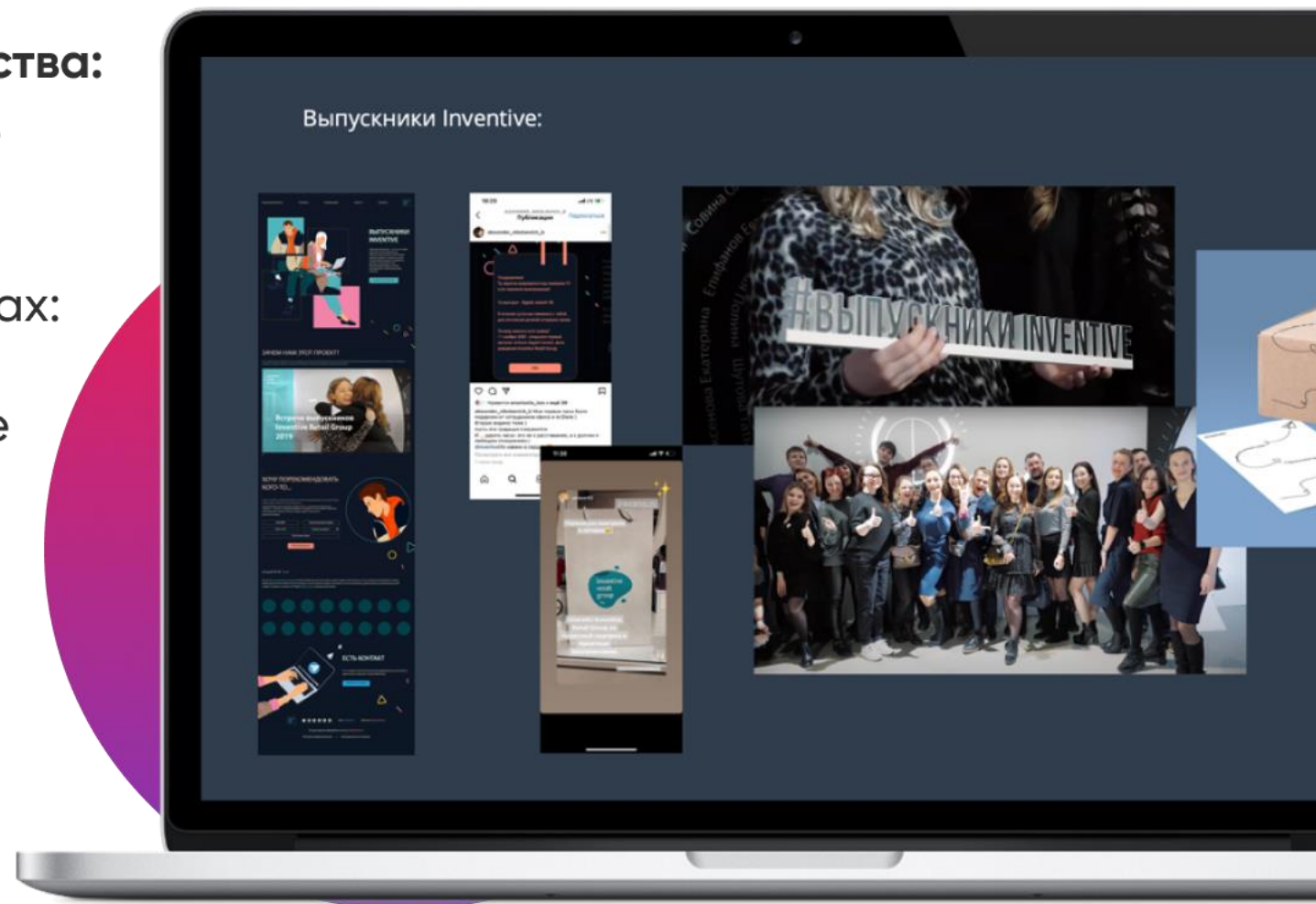
ПОИСК ЧУВСТВА «СВОЙ СРЕДИ СВОИХ»

«Выпускники Inventive — сообщество бывших сотрудников компании»

В трёх смыслах цель данного сообщества:
Обратная связь. Имидж и репутация.
Лояльность и вовлечённость

Сообщество существует в 3-х форматах:

- закрытая группа в Telegram канале
- открытый лендинг
- очная встреча



ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОСТЬ: ЛИЧНОСТЬ, А НЕ ФУНКЦИЯ

«Самокат 5.0: Исследуй город ценностей»

Участникам было предложено поэтапно открыть для себя новый город и исследовать его – исследовать районы, соответствующие ценностям, увидеть, как они работают на практике, а также познакомиться с другими жителями города – разными командами и их задачами

В соответствии с креативным решением онлайн-платформа представляла собой виртуальный город, наполненный понятным аудитории и увлекательным контентом

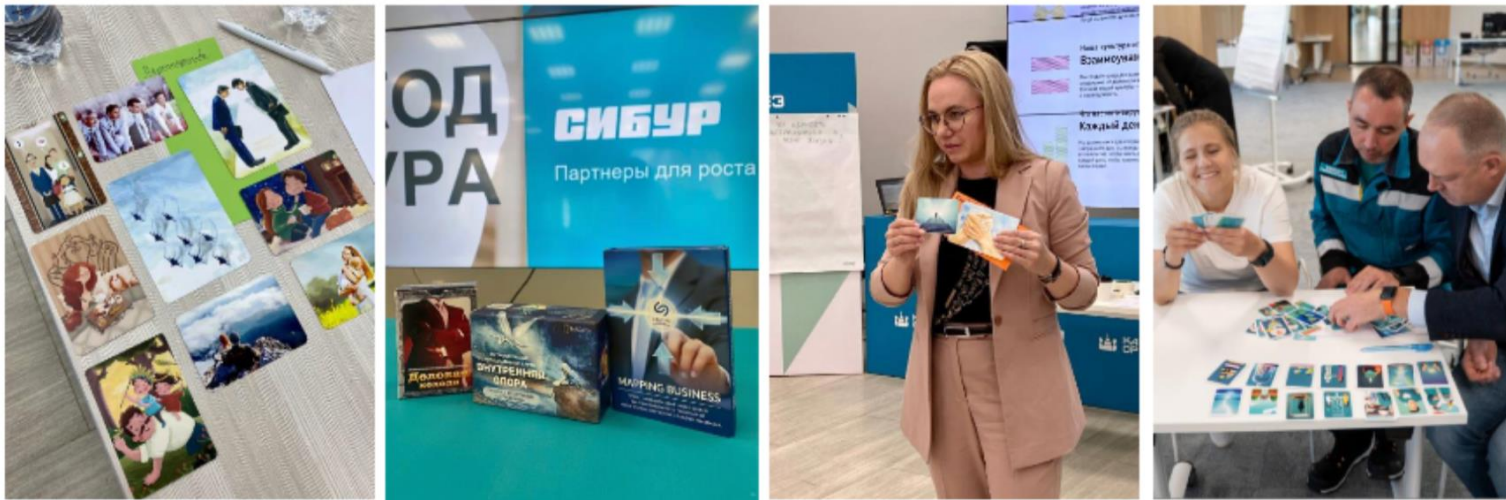


ЧЕЛОВЕКОЦЕНТРИЧНОСТЬ: ЛИЧНОСТЬ, А НЕ ФУНКЦИЯ

ПЛАН СЕССИИ ПО ЦЕННОСТЯМ. ЧАСТЬ 2

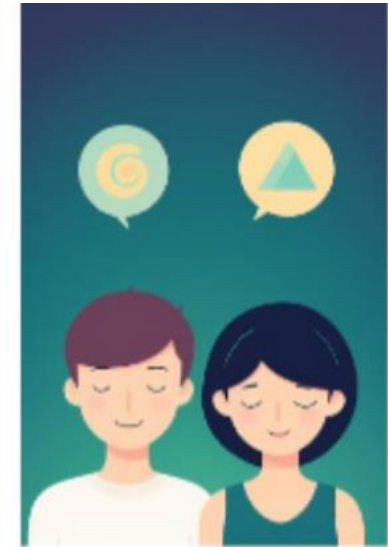
Работа в команде с метафорическими картами

Ценности — это то, с чем вы соприкасаетесь ежедневно в жизни и не работе.
Выбрать те карты, на которых изображено, как эта ценность работает/встраивается в мою жизнь.



**Сначала мы использовали покупные метафорические карты, но... Почему бы не создать свои, подумали мы, и воспользовались ИИ*

СИБУР



ПОСТОЯННЫЙ РОСТ ТРЕБУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Основной дефицит 2023 года:

ресурсность

Нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое быстрее!

Л. Кэрролл

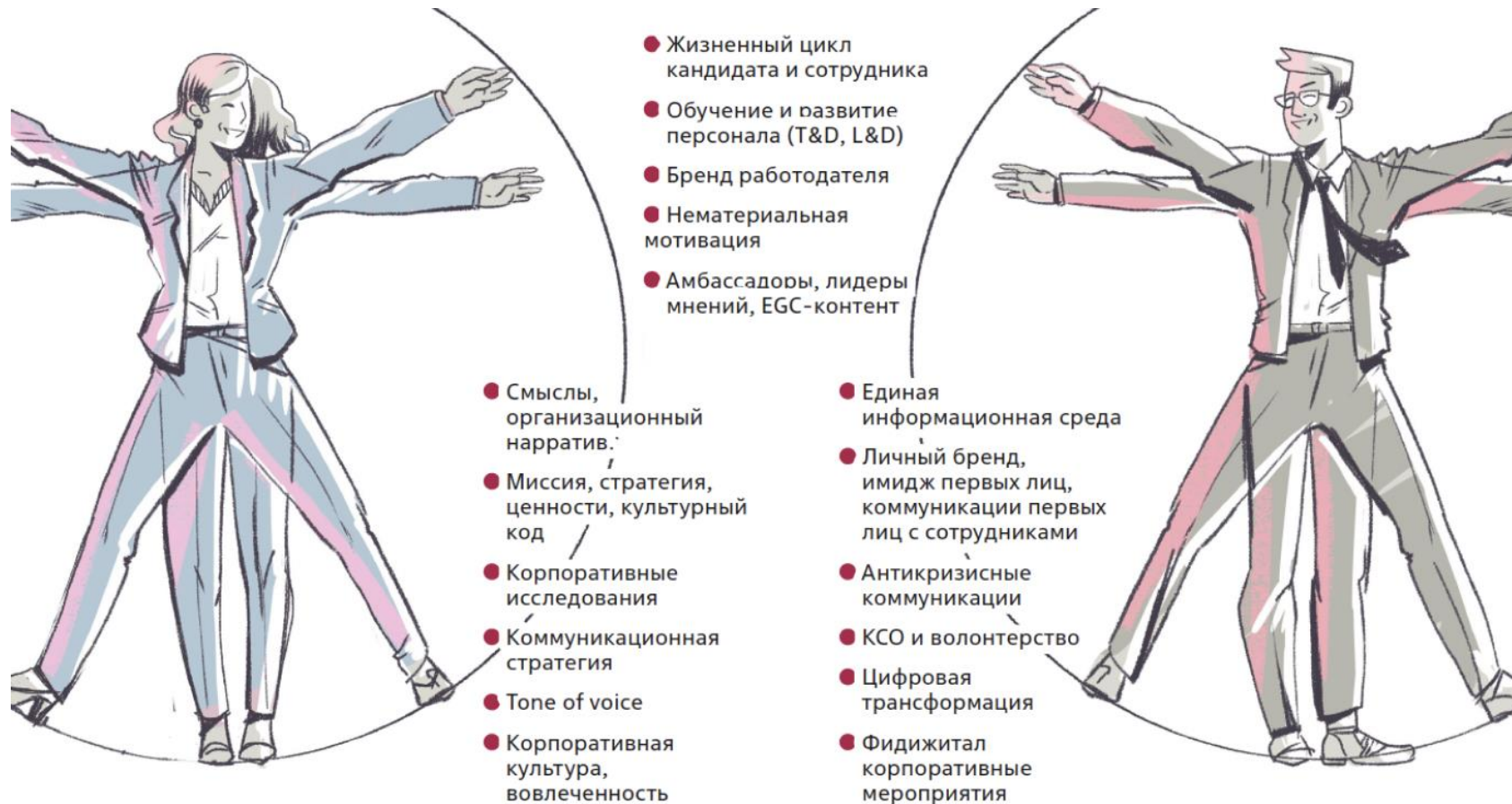
- Кризис – больше не период, а общий фон
- Прогнозировать результаты практически невозможно
- У бизнеса изменился запрос к внутрикому (стал в разы серьезнее)

И при этом:

- Все также един в трех (тридцатитрех) лицах
- Бюджеты сокращаются
- Годных кадров на рынке нет
- Ныть – нельзя
- Остановиться – нельзя

А силы брать **ГДЕ?**

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ/ РАСШИРЕНИЕ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ



Внутренний коммуникатор по версии 2023 года

Подавай заявку на премию



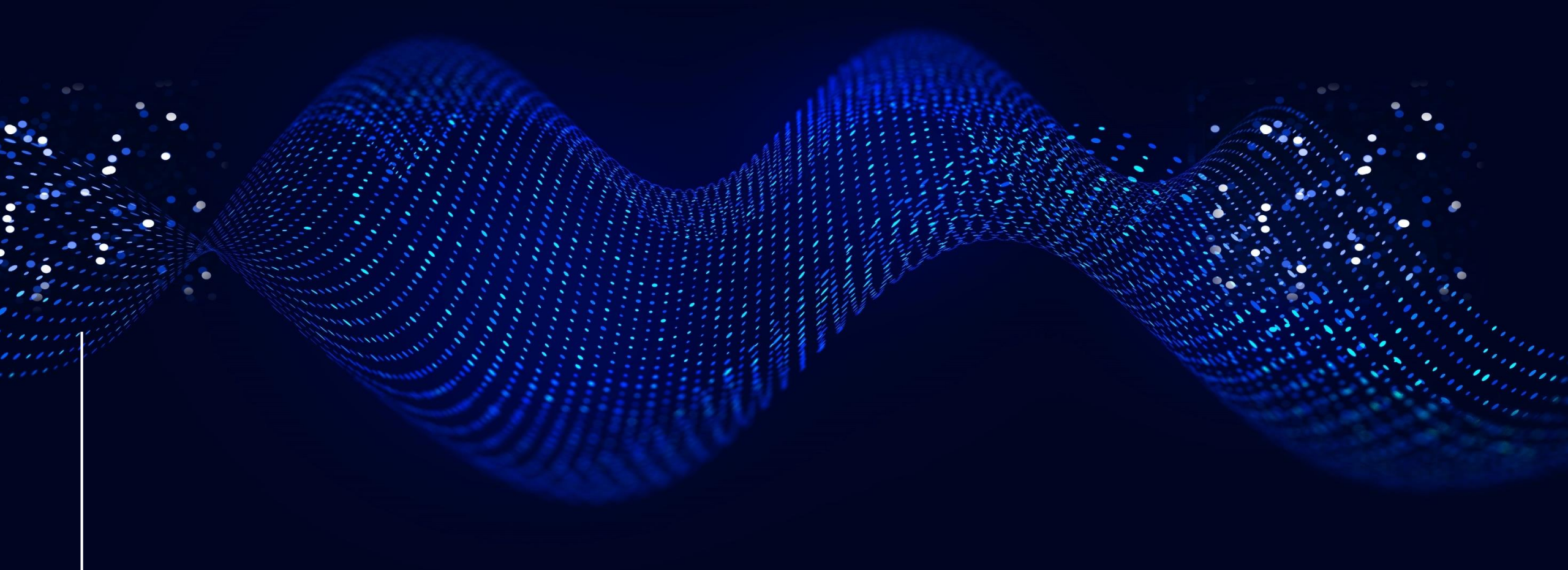
vnutricom.ru



Telegramm



Премия



03 Шаги к стратегичности функции

КАК РАЗВИВАТЬ ФУНКЦИЮ ВНУТРИКОМА В КОМПАНИИ?

Можно выделить 3 компонента, на которые надо обязательно обратить внимание



ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ

Каковы ключевые смыслы для компании?

Какие бизнес-цели и бизнес-процессы мы приоритетно обеспечиваем/поддерживаем коммуникацией?



ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Как именно мы работаем со смыслами, что у нас есть?

Каковы метрики эффективности нашей работы?

Какие действия нам нужны?



ЛЮДИ

Кто основной «целеполагатель и смыслогенератор»?

Кто для нас ЦА? С кем и как мы коммуницируем?

Кто работает во «внутрикоме»?
Какие требования к этим людям?



ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ

Зачем? Почему? Кто?
*Стратегическая концепция
внутренних коммуникаций*



ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ

Каковы ключевые смыслы для компании?

Какие бизнес-цели и бизнес-процессы мы приоритетно обеспечиваем/поддерживаем коммуникацией?



БИЗНЕС-СТРАТЕГИЯ

Что хочет компания и в каком горизонте?
Что должно измениться?
Что должны знать работающие в ней люди?



ТОП-РУКОВОДСТВО

Какие ключевые смыслы в существовании компании (на данном этапе) видит ее руководство?
Что ждет от людей?



КТО ВЛАДЕЛЕЦ КОММУНИКАЦИИ В КОМПАНИИ?

Кто определяет коммуникационные задачи и приоритеты?
Кто управляет процессами?



ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Как именно? Когда? Где?
Коммуникационный аудит



ИНСТРУМЕНТАРИЙ

Как именно мы работаем со смыслами, что у нас есть?

Каковы метрики эффективности нашей работы?

Какие действия нам нужны?



КАНАЛЫ

Какие каналы коммуникации есть в компании?
Что нужно еще?
Как ими управлять?



КОНТЕНТ

Как развернуть ключевые смыслы на конкретные темы?
Как транслировать так, чтобы поняли?
Кто эксперт в теме?



МЕТРИКИ

Как понять результат коммуникации?
Как понять, что вас поняли?
Как понять, что изменилось?



ЛЮДИ

Кто и как? ToV? ОС?

Описание ЦА

+ профкомпетенции команды



ЛЮДИ

Кто основной «целеполагатель и смыслогенератор»?

Кто для нас ЦА? С кем и как мы коммуницируем?

Кто работает во «внутрикоме»?
Какие требования к этим людям?



ЛИДЕР

Как топ-руководитель и его команда участвуют в коммуникациях?



ЦА

Кто ЦА? Каковы их потребности, ожидания и интересы?

Как вовлечь в диалог? Как сделать соавторами?



«ВНУТРИКОМЫ»

Какие навыки нужны для реализации стратегии?

Как собрать команду?



ЛЕГКО СКАЗАТЬ, НО ТРУДНО СДЕЛАТЬ ...

- › Если нет смыслов - все сводится к освещению рутины, у людей нет поддержки в кризисе
- › Топ-менеджеры - генераторы смыслов. Если они не участвуют в коммуникации системно и осознанно - в ней остается только сервисная составляющая
- › При кризисе люди находят опору в ценностях, именно ценности компании должны быть в фокусе коммуникации
- › Востребованный контент коммуникации возникает только при понимании, какие смыслы в данный момент важны для компании и её сотрудников
- › Интересный формат коммуникации спасет от общей бессмысленности только временно

ИНФОРМАЦИЯ О КУРСЕ

Внутренние коммуникации

Старт обучения: идёт набор в группу, стартуем 28 марта

Продолжительность курса: 6 недель + бонусный трек с внешним экспертом

Формат: онлайн в Zoom

Примерная учебная нагрузка: 3 часа в неделю (с подготовкой)

Время занятий: с 17:30 до 19:00



Качественный состав участников и нетворкинг

Живое общение с экспертом и коллегами. Прикладные и актуальные знания, ничего лишнего

Собственные исследования и разработки в области внутренних коммуникаций

Успешный опыт в реализации проектов в сфере внутренних коммуникаций

Внутренние коммуникации – обучающий курс от компании Экопси. (ecopsy.ru)

ИНФОРМАЦИЯ О КУРСЕ

Эффективная внутренняя коммуникация влияет на лояльность сотрудников, их целеустремленность и преданность организации, что напрямую сказывается на бизнес-результатах.

МОДУЛЬ 1

Определение внутренних коммуникаций как бизнес-функции

МОДУЛЬ 2

Роли во внутренних коммуникациях

МОДУЛЬ 3

Основные элементы внутренних коммуникаций

МОДУЛЬ 4

Коммуникационное сопровождение HR-процессов и проектов

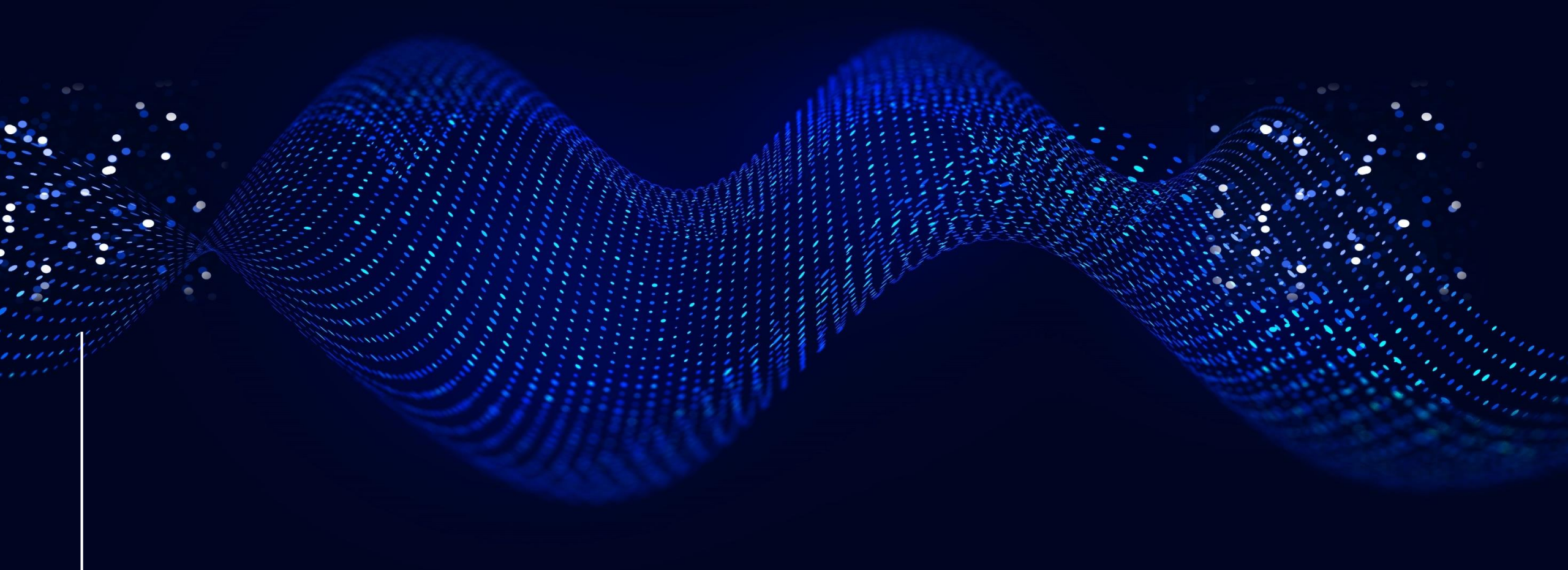
МОДУЛЬ 5

Эффективность системы внутренних коммуникаций

МОДУЛЬ 6

Актуальные тренды в корпоративных коммуникациях





?

ВОПРОСЫ УЧАСТНИКОВ