



Высшая школа маркетинга
и развития бизнеса

Внутренние коммуникации и внутренний маркетинг как инструменты реализации миссии и стратегии компании

Результаты исследования

Москва, 2013 год



Структура исследования

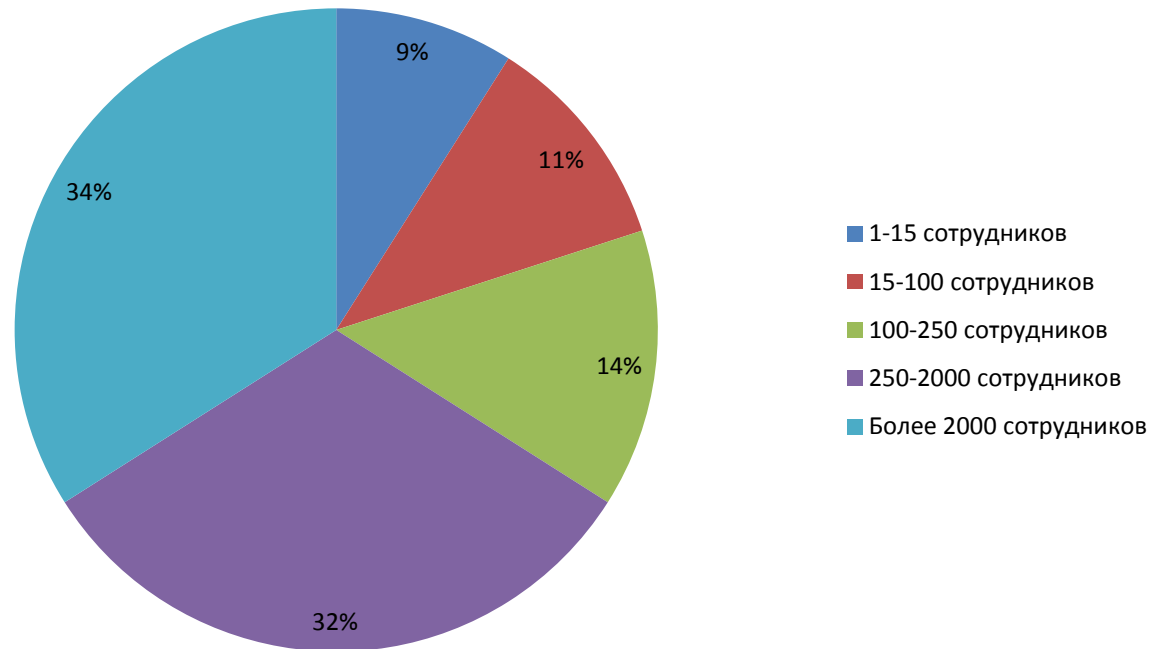
Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

- Исследование руководителей HR
- Более 50 компаний



Количество сотрудников в компании

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса





Какая информация о вашей компании доносится до сотрудников?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Какая информация о вашей компании доносится до сотрудников?

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

Комментарии

- До всех сотрудников доносятся только стратегические цели – 5 %
- Финансовые результаты, информация о новых клиентах, годовой отчет доносятся не до всех сотрудников (высшее и среднее руководство) – 10%



Какая информация о вашей компании доносится до сотрудников?

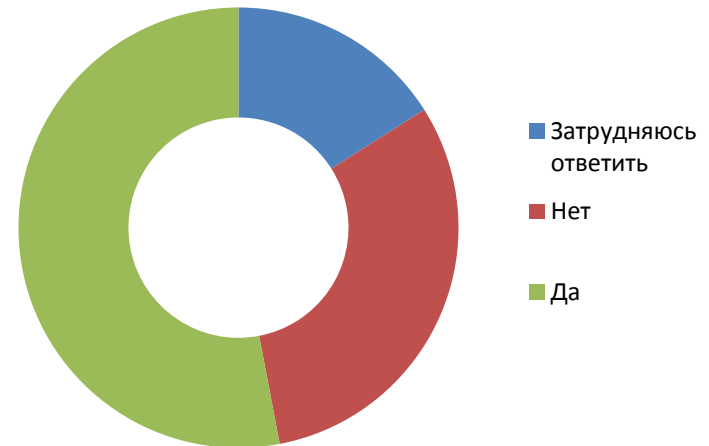
Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

Видят ли сотрудники связь между результатами работы и оплатой труда*

Все сотрудники



Кадровый резерв



*Опрос – Kenexa High Performance Institute e 2011-2012



Какие механизмы обратной связи с сотрудниками вы используете?

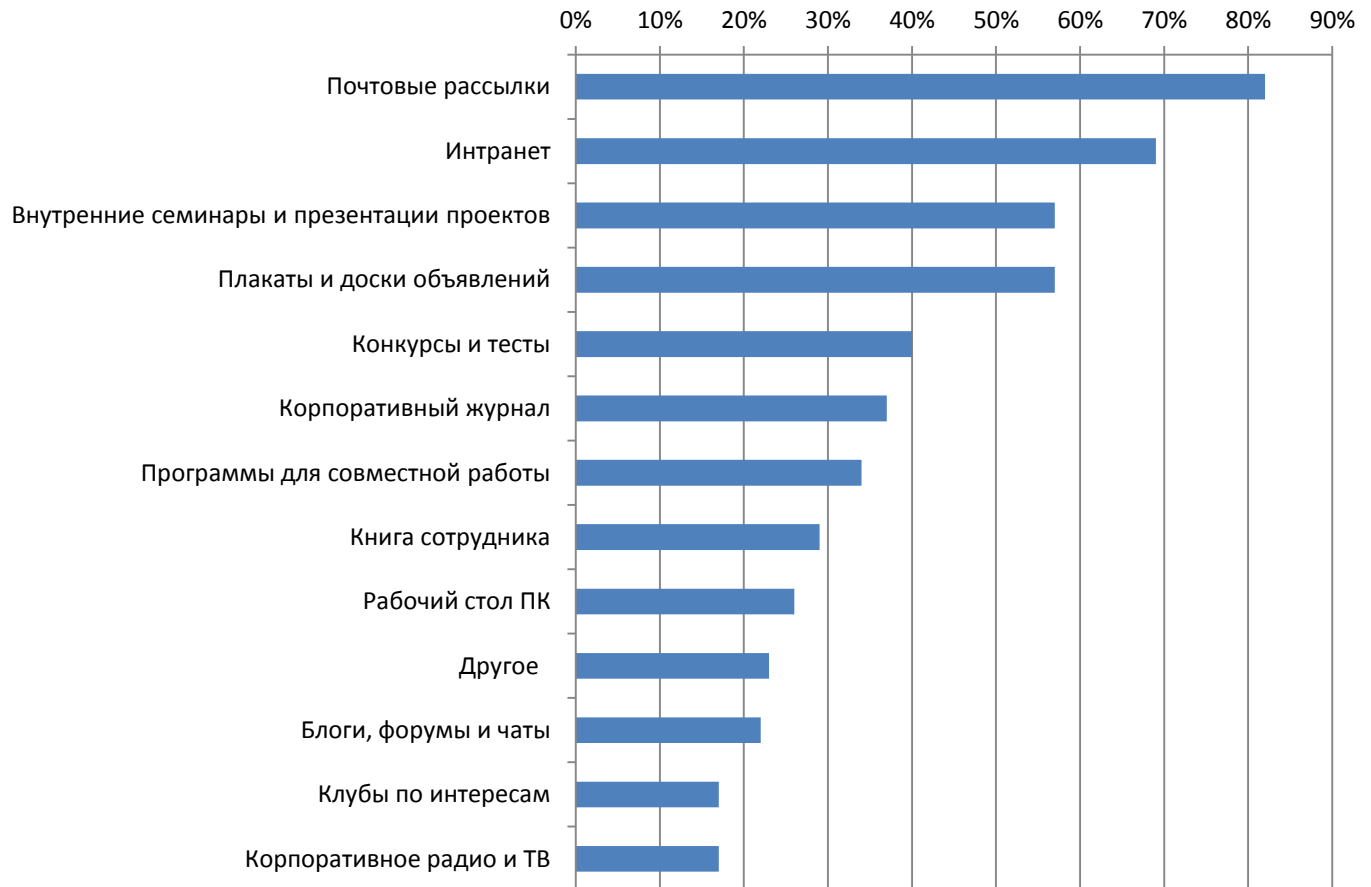
Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Какие инструменты внутренних коммуникаций вы используете?

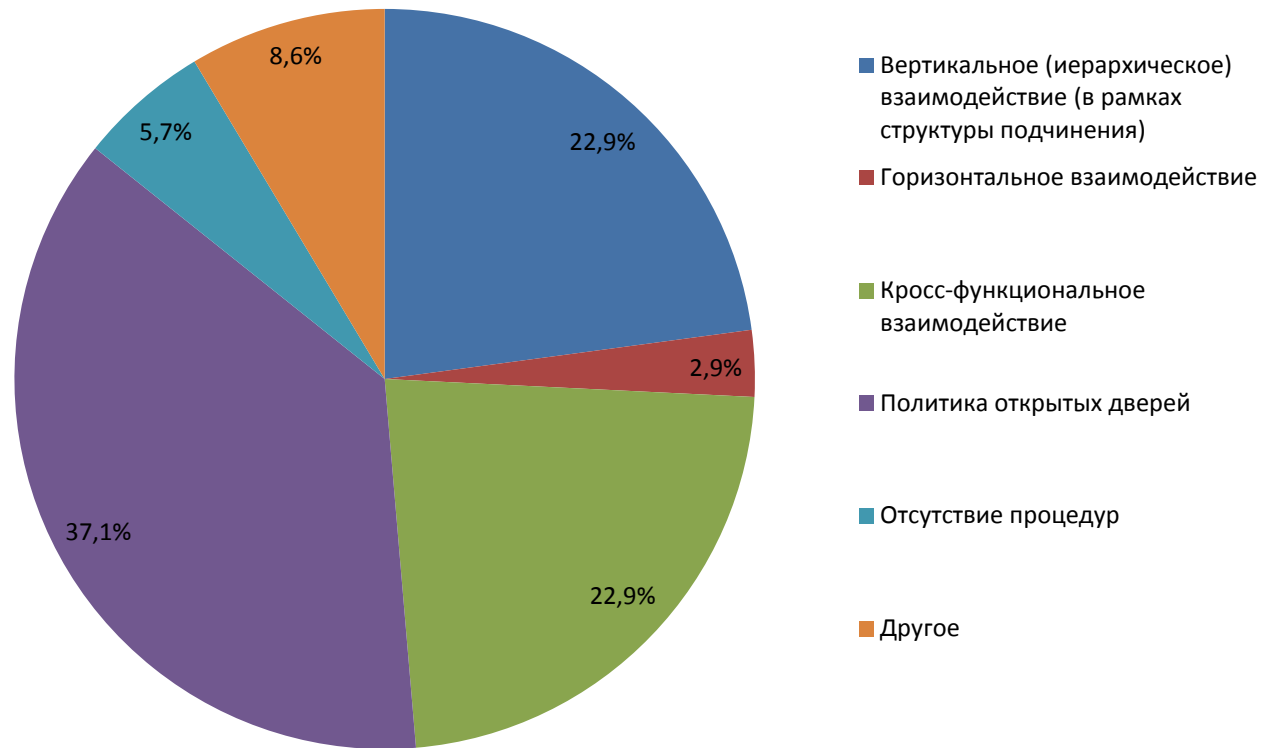
Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Какие процессы взаимодействия приняты в вашей компании?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Какие процессы взаимодействия приняты в вашей компании?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

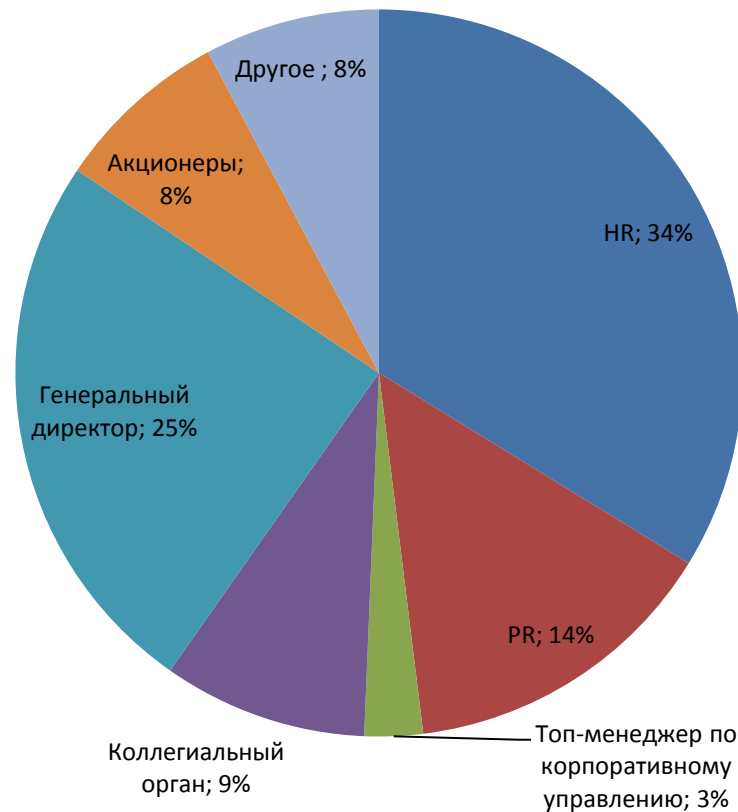
Комментарии

- Вертикальное, горизонтальное или кросс-функциональное взаимодействие на разных уровнях



Кто отвечает за принятие решений в области внутренних коммуникаций?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Кто отвечает за принятие решений в области внутренних коммуникаций?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

Комментарии

- HR при активном содействии PR
- По важным вопросам – управляющая компания, представляющая интересы акционеров



Что вы считаете элементами внутреннего маркетинга в вашей компании?

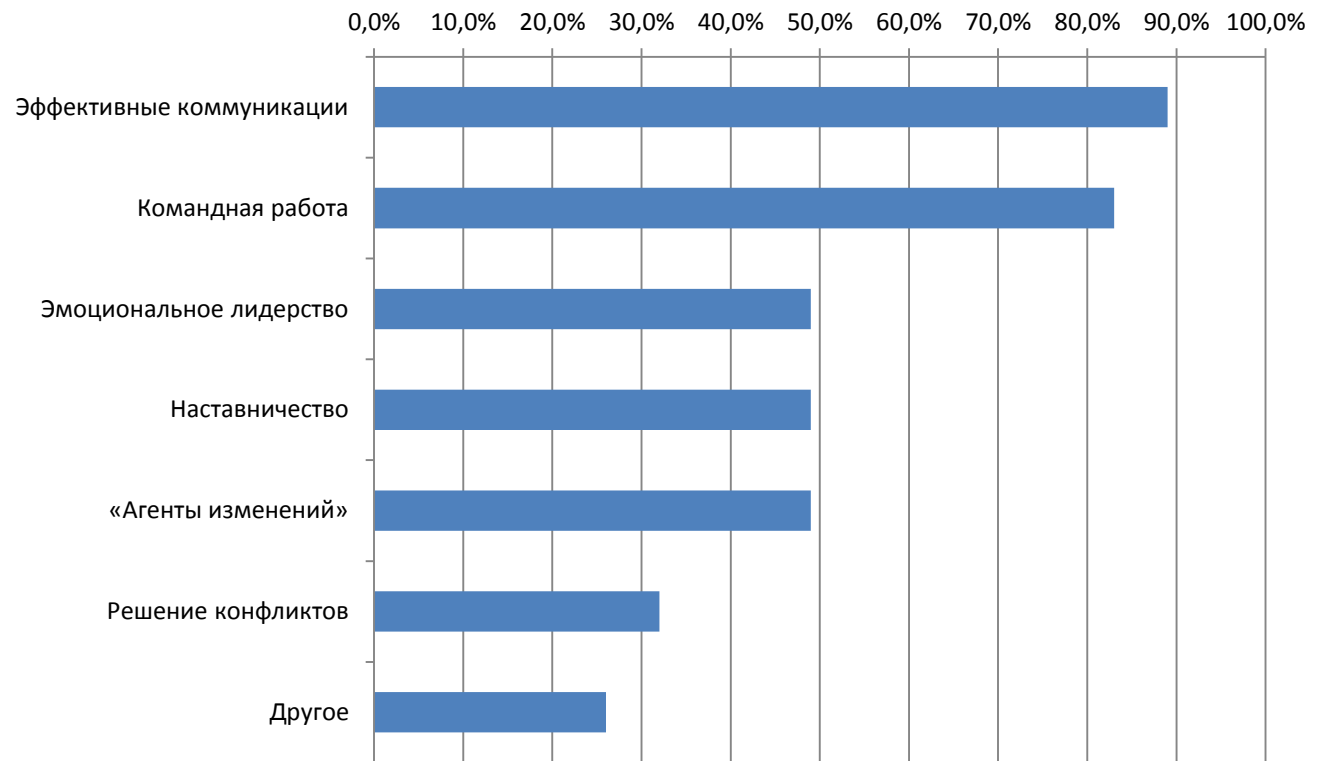
Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Компетенции в рамках системы внутреннего маркетинга

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Компетенции в рамках системы внутреннего маркетинга

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

Комментарии

- Предвосхищение конфликтов, в том числе конфликтов интересов
- Понимание бизнес стратегии компании



Внутренний маркетинг – HR методами маркетинга

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

- Внутренние исследования
- Внутренняя сегментация
- Создание ценности для внутренних клиентов (**в целях ориентации на внешних клиентов**)
- Внутренние коммуникации
- KPI
- Внутреннее обучение
- Кружки качества – инструмент «непрерывного совершенствования»



Какие механизмы обучения вы используете?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Какие механизмы обучения вы используете?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

Комментарии

- Стажировки
- Взаимное обучение
- Коучинг

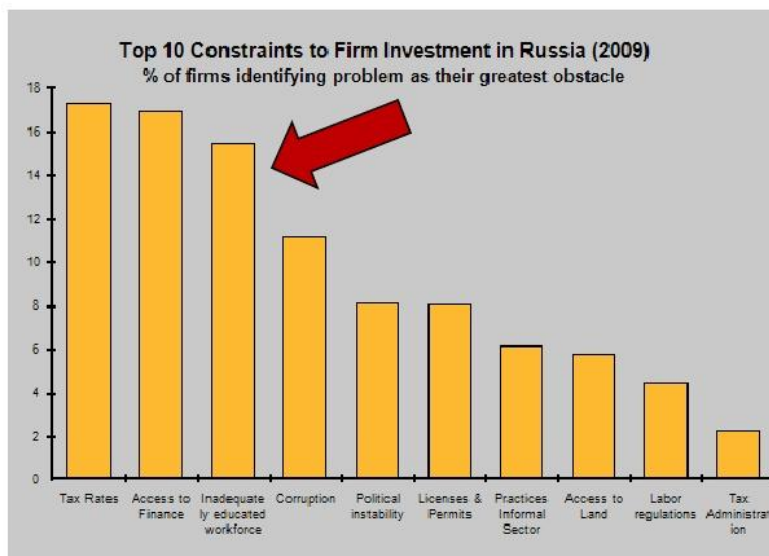


Обучение через всю жизнь

Высшая школа маркетинга и развития

Россия на 66 месте в рейтинге за 2013г. по уровню и качеству жизни населения
ИЧР в России в 2013 году – 0,843

Барьеры для инвестиций





Обучение через всю жизнь

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

% работающего населения , получившего необходимые для работы знания и умения в рамках дополнительного обучения*

- ЕС – 85%
- Австрия – 85%
- Дания- 80%
- Швеция – 71%
- Финляндия – 77%

*По данным ЮНЕСКО



Обучение через всю жизнь

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

- Овладение технологиями
- Мобильность
- Растущие потребности в человеческом капитале



Работоспособное население

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

Страна	Прирост 2010 -2030 (тыс.)*
Индия	241, 146
Польша	- 3, 967
Украина	- 6, 071
Россия	- 16, 997
Германия	- 8, 124

*Hays, Oxford economics, UN 2011



Обучение через всю жизнь

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

Корпоративные затраты на обучение

- **Общепринятые нормативы** – 2.6% от общей суммы заработной платы, гарантированных 40 часов в год на сотрудника
- **Мировые лидеры** – 4% от общей суммы заработной платы, гарантированных 65 часов в год на сотрудника
- **Компания Pfizer** - 14% от общей суммы заработной платы
- **Компания Morrison Management** – 400 часов в год на сотрудника



Какие факторы влияют на лояльность сотрудников?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса





Какие факторы влияют на лояльность сотрудников?

Высшая школа маркетинга и развития бизнеса

Комментарии

- Компенсационный пакет ?
- Возможности карьерного роста
- Корпоративная культура
- Стабильность компании
- Управление по ценностям



Что такое истинная лояльность?

Высшая школа маркетинга и развития
бизнеса

- Делать правильные вещи
- Обсуждать проблемы
- Радоваться успеху коллег
- Не скрывать несогласия
- Поддерживать компанию перед третьими сторонами
- Подготовить собственный уход

