



АССОЦИАЦИЯ  
МЕНЕДЖЕРОВ

# Тренды корпоративных коммуникаций

 Светлана Баранова

 25 марта, 2025



АССОЦИАЦИЯ  
МЕНЕДЖЕРОВ

**«Ассоциация менеджеров — уникальная структура, объединяющая Профессионалов с большой буквы. Я уверен, что вместе мы сможем добиться успеха!»**

Д.В. Зеленин

Президент Ассоциации менеджеров



# Что такое Ассоциация менеджеров

Ассоциация менеджеров — независимое ответственное межотраслевое кросс-функциональное деловое объединение

Реализуем масштабные мероприятия и проекты: рейтинг и премия «ТОП-1000 российских менеджеров», форум «Корпоративное волонтерство», конкурс и премия «Дело в людях» (ранее People Investor)

Членами Ассоциации являются 250+ российских и международных компаний всех секторов экономики



Подписывайтесь  
на наш Телеграм-канал

## 25+

лет работы Ассоциации менеджеров

## 250+

представителей крупнейших российских и зарубежных компаний

## 3 000+

профессиональных управленцев в сообществе

## 50+

партнеров: СМИ, общественные организации, исследовательские центры, ВУЗы

## 25+

экспертных площадок для обсуждений (комитеты и комиссии)

## 150+

мероприятий в год разных форматов

# Члены Ассоциации менеджеров

ENTERPRISE 360°

Альфа Банк

ВТБ

РОСАТОМ

ГАЗПРОМ  
НЕФТЬ

Северсталь

М Т  
С

НОРНИКЕЛЬ

СТС

PG  
PG-ДЕВЕЛОПМЕНТ

НОВОТРАНС

Б1

ЛЕНТА

Яндекс

kaspersky

Unilever

EVRAZ

hh

ROSTIC'S

МОСКОВСКАЯ  
БИРЖА

X5Group

УРАЛХИМ

LeaderMakers  
LEADERSHIP TO LEGACY

INFOWATCH®

# Комитеты и комиссии Ассоциации менеджеров

- КОМИССИЯ ПО ОХРАНЕ ТРУДА И ЗДОРОВЬЯ ПЕРСОНАЛА
- КОМИТЕТ ПО ЖЕНСКОМУ ЛИДЕРСТВУ
- КОМИТЕТ ПО УПРАВЛЕНИЮ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ
- КОМИТЕТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ
- КОМИТЕТ ПО МАРКЕТИНГУ И КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ
- КОМИТЕТ ПО ОТНОШЕНИЯМ С ОРГАНАМИ ВЛАСТИ
- КОМИТЕТ ПО ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫМ КОММУНИКАЦИЯМ
- КОМИТЕТ ПО КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛЕНИЮ И ИНВЕСТИЦИЯМ
- КОМИССИЯ ПО БИЗНЕС-ЭТИКЕ
- КОМИТЕТ ПО УСТОЙЧИВОМУ РАЗВИТИЮ И ESG
- КОМИТЕТ ПО ПРАВОВОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ БИЗНЕСА
- КОМИТЕТ ПО ФИНАНСАМ И РЫНКАМ КАПИТАЛА
- КОМИТЕТ ПО СМИ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКЕ
- ОТРАСЛЕВАЯ КОМИССИЯ ПО ГОСТИНИЧНОМУ БИЗНЕСУ И ТУРИЗМУ
- КОМИТЕТ ПО УПРАВЛЕНИЮ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
- КОМИТЕТ ПО ЭКОЛОГИИ И ОХРАНЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

# Календарь мероприятий

**ТОП 1000**

РОССИЙСКИХ МЕНЕДЖЕРОВ

Рейтинг  
«ТОП-1000 РОССИЙСКИХ  
МЕНЕДЖЕРОВ»

**ДЕЛО В ЛЮДЯХ**

КОМПАНИИ, ИНВЕСТИРУЮЩИЕ В БУДУЩЕЕ

XVIII ежегодный форум и конкурс  
«ДЕЛО В ЛЮДЯХ»

ФОРУМ  
**ЛИДЕРЫ**  
ЭПОХИ ПЕРЕМЕН

Форум  
«ЛИДЕРЫ ЭПОХИ  
ПЕРЕМЕН»



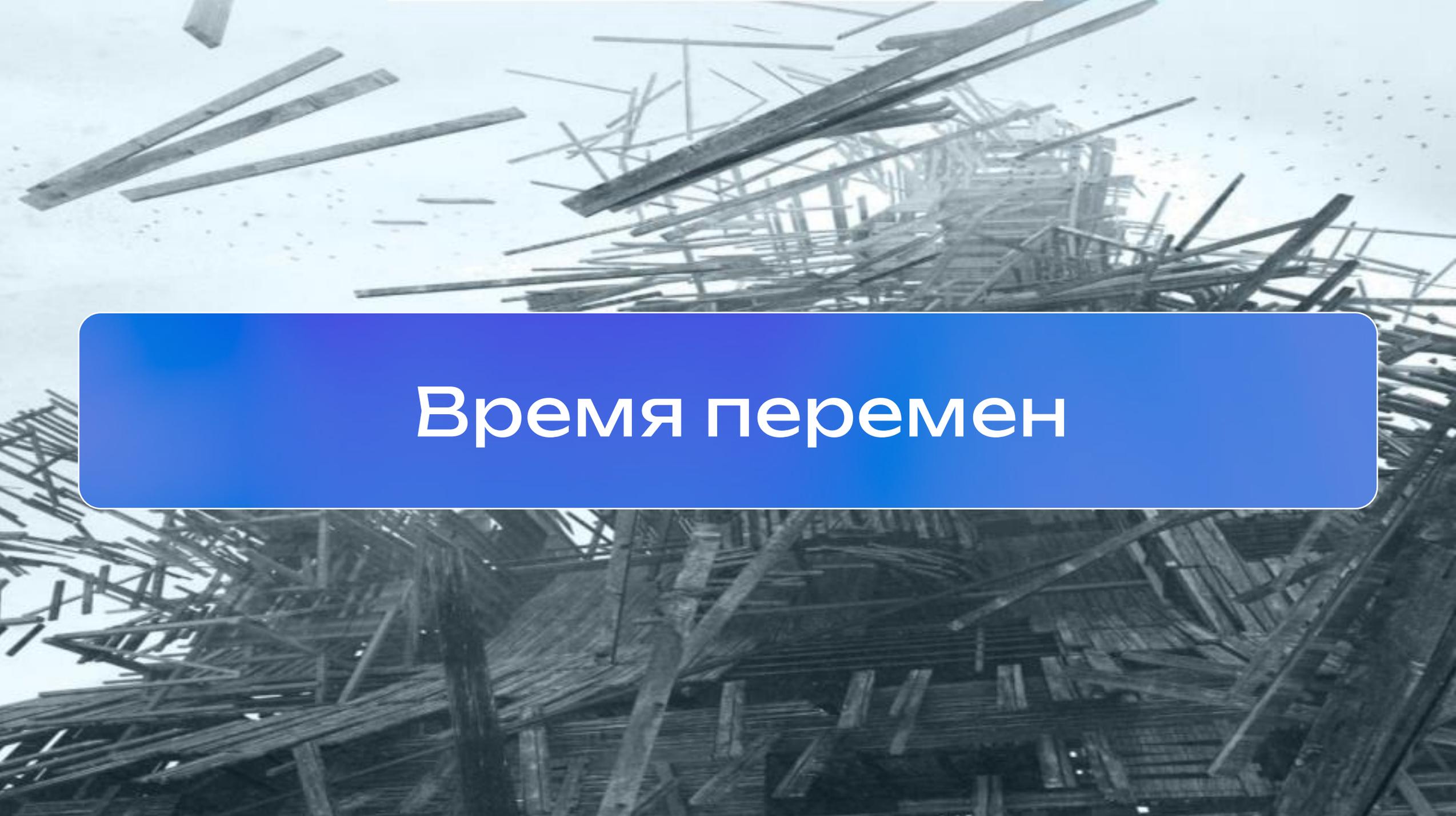
X Конкурс  
«ЧЕМПИОНЫ  
ДОБРЫХ ДЕЛ»

Корпоративное  
волонтерство

XIII ежегодный форум и конкурс  
«КОРПОРАТИВНОЕ  
ВОЛОНТЕРСТВО: БИЗНЕС  
И ОБЩЕСТВО»

**ТОП 1000**  
РОССИЙСКИХ МЕНЕДЖЕРОВ

Ежегодная премия  
«ТОП-1000 РОССИЙСКИХ  
МЕНЕДЖЕРОВ»



Время перемен



АССОЦИАЦИЯ  
МЕНЕДЖЕРОВ

Исследование



# Коммуникационная политика компаний в современных реалиях

В исследовании приняли участие 212 компаний – членов  
Ассоциации менеджеров

# Изменилась ли коммуникационная политика в вашей компании за последние три года?



82% Да



8% Нет

# Какие именно изменения в коммуникационной политике вашей компании произошли за прошедшие годы

**55%**

Поменялись ключевые темы внешних коммуникаций, была пересмотрена коммуникационная стратегия

**20%**

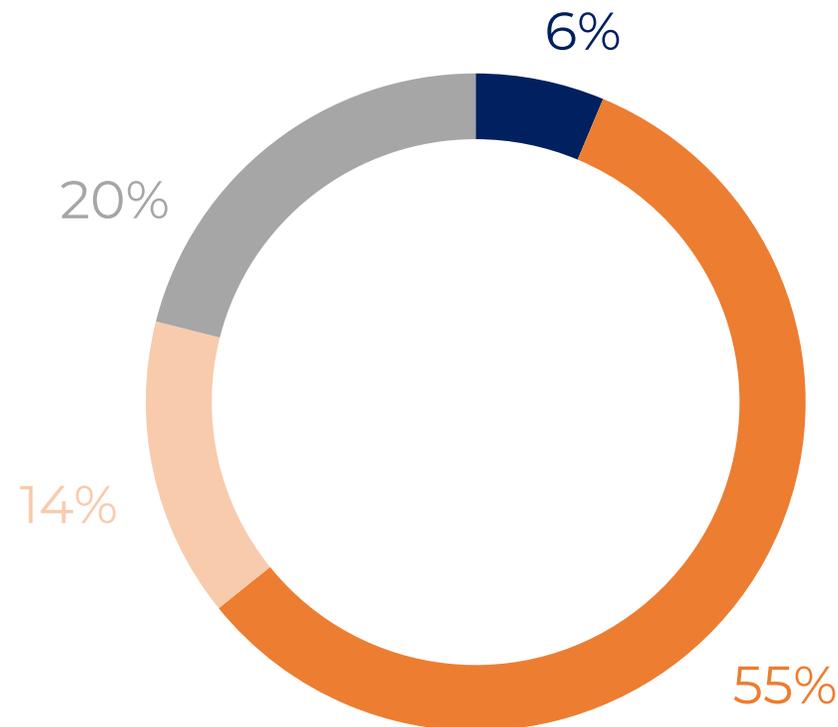
Появился акцент на антикризисных коммуникациях

**14%**

Сократились внешние коммуникации

**6%**

Коммуникационная политика осталась без изменений



# Изменились ли темы, транслируемые компанией во внешних коммуникациях, за прошедшие три года?

**37%**

Да, усилился акцент на социальной тематике (HR, КСО, ESG, здравоохранение и другие)

**23%**

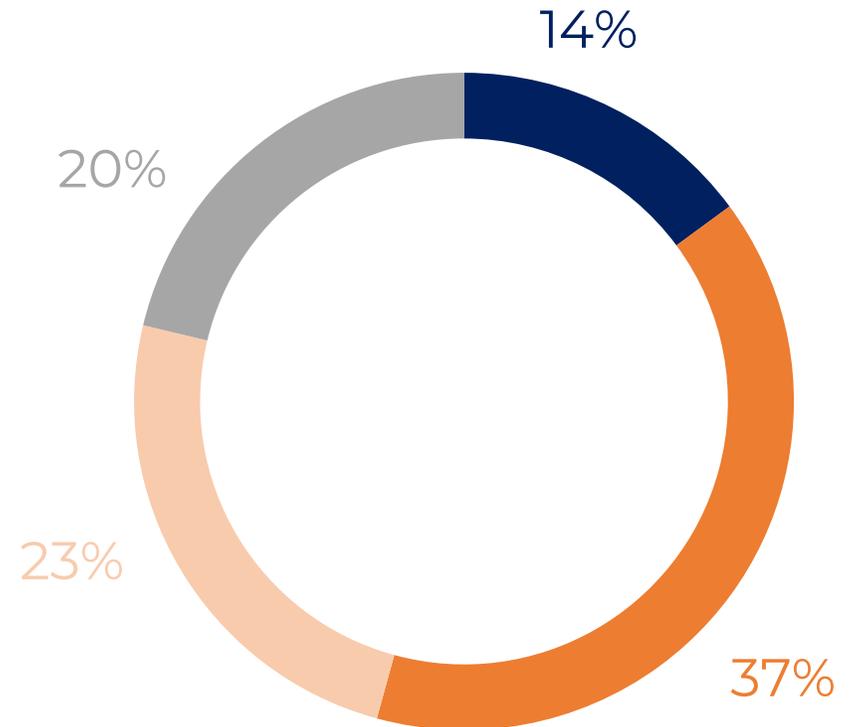
Да, преобладают темы антикризисного характера

**20%**

Да, стало больше новостей о компании и первых лицах

**14%**

Нет, в коммуникациях компании преобладают те же новостные повестки, что и ранее



# Какие ключевые темы теперь преобладают во внешних коммуникациях вашей компании сегодня?

**55%**

Новости о компании и ее продуктах

**7%**

IT и технологии

**4%**

Экономика и финансы

**4%**

Наука и инновации

**13%**

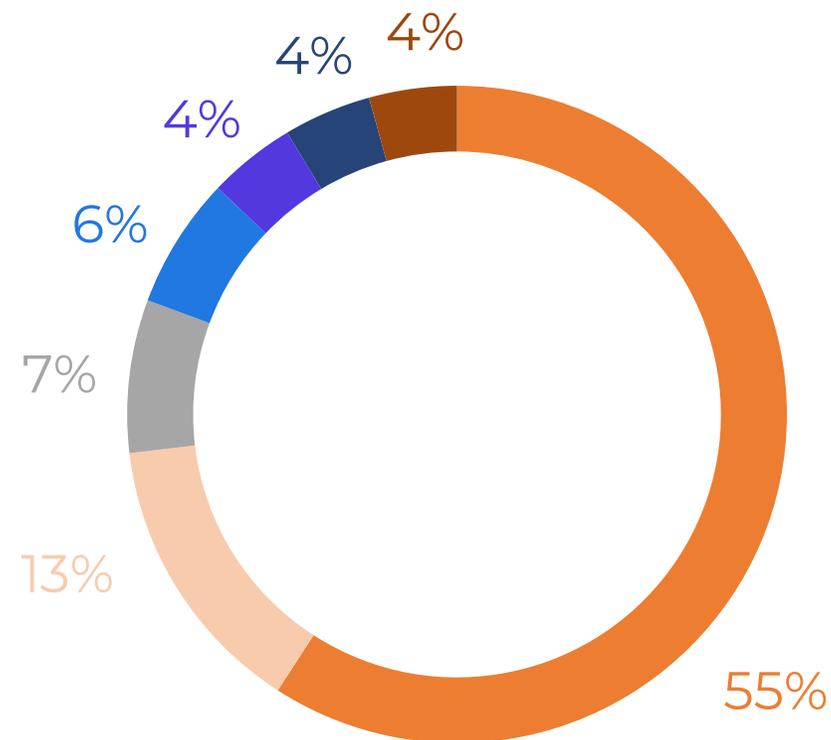
ESG и КСО

**6%**

Информация о первых лицах компании

**4%**

HR и менеджмент



# Какие маркетинговые форматы и активности вы используете наиболее часто для коммуникаций с целевой аудиторией?

**30%**

PR-публикации в СМИ

**27%**

Бизнес и отраслевые мероприятия с участием компании и ее спикеров

**23%**

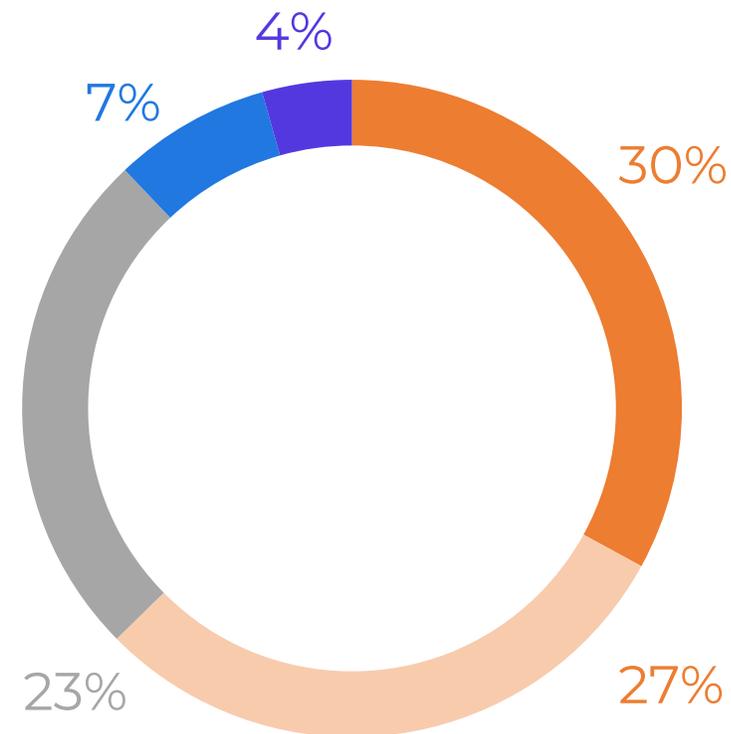
Посты, сториз в социальных сетях

**7%**

E-mail рассылка

**4%**

Неформальные мероприятия с участием компании и ее спикеров



Используете ли вы возможности сотрудничества с ассоциациями для внешних коммуникаций, продвижения компании и ее спикеров?



73% Да



27% Нет

# Для каких целей вы обращаетесь к сотрудничеству с ассоциациями?

43%

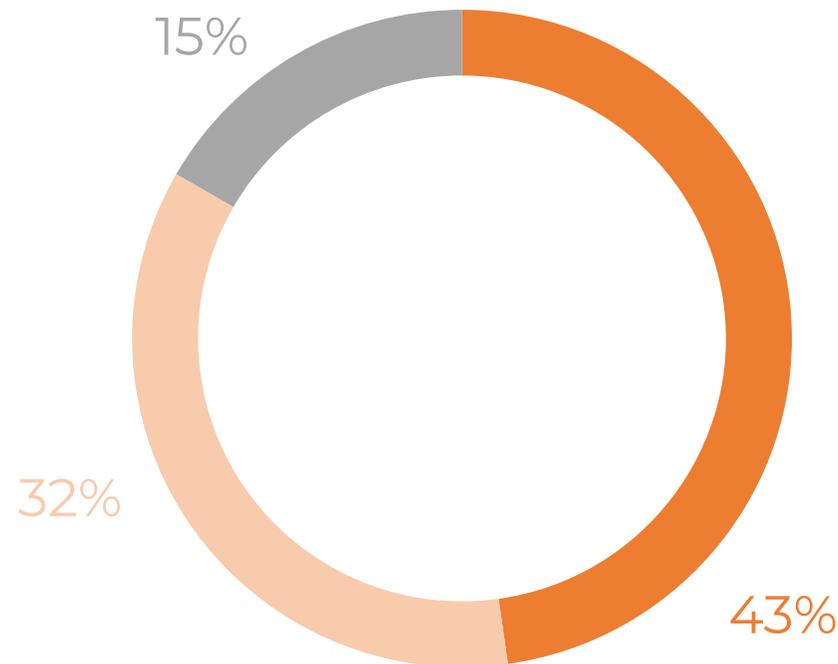
За содействием в интеграции в различные отраслевые и бизнес-мероприятия

32%

Для донесения позиции компании целевым группам (в том числе для GR целей)

15%

За экспертизой в продвижении компании и ее спикеров



# В чем именно вы видите пользу от сотрудничества с ассоциациями

41%

Возможность доносить позицию компании на внешнюю аудиторию и решать бизнес-задачи

26%

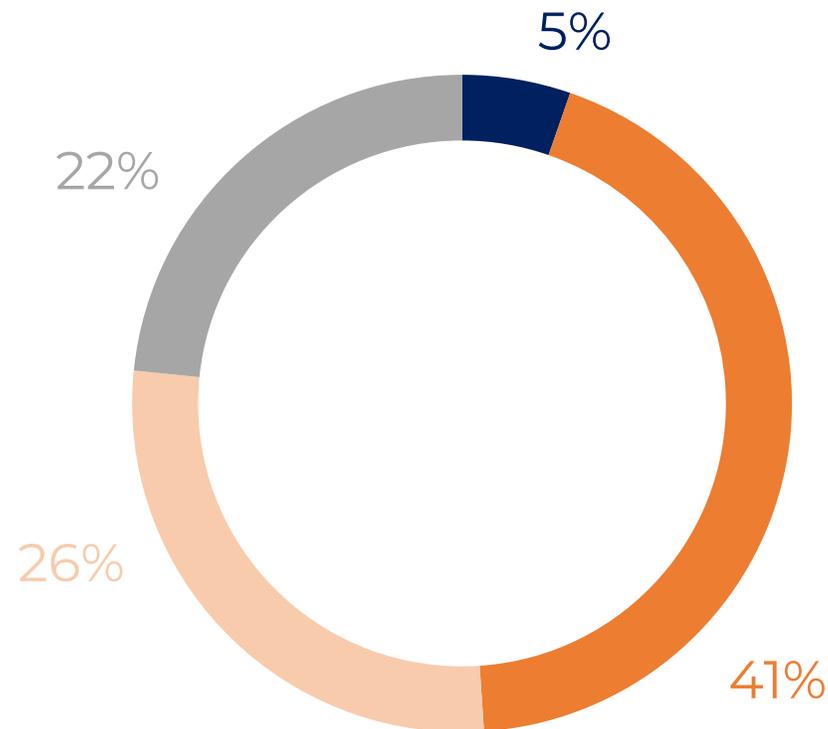
Возможность продвигать компанию и ее спикеров на целевую аудиторию

22%

Возможность коммуницировать с аудиторией, когда компания не может этого делать напрямую

5%

Не видим особой ценности для компании в сотрудничестве с ними



# Проводили ли вы ребрендинг или ренейминг в вашей компании за прошедшие три года?

**60%**

Нет, не проводили

**21%**

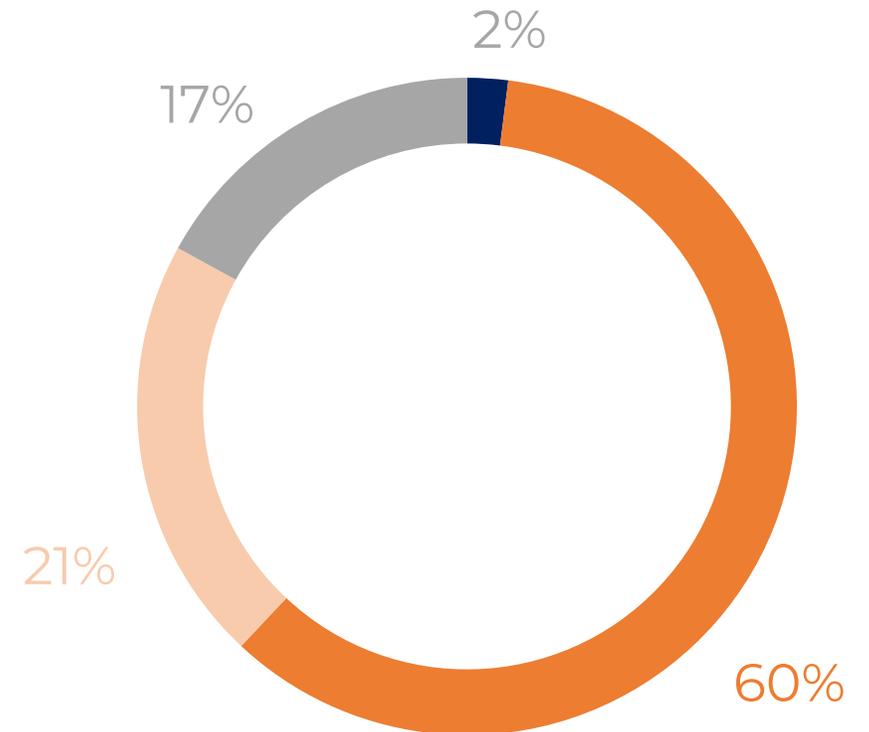
Да, проводили ребрендинг

**17%**

Да, проводили ренейминг и ребрендинг

**2%**

Да, проводили ренейминг



# В связи с чем был проведен ребрендинг или ренейминг в вашей компании?

29%

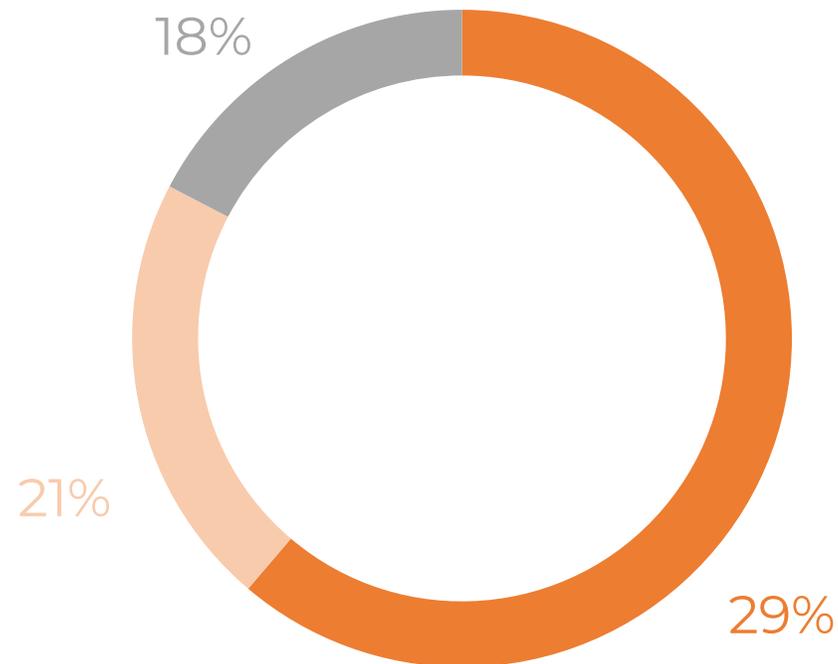
В связи с изменением  
позиционирования компании  
и ее продуктов

21%

В связи с внешней повесткой

18%

В связи с новыми  
маркетинговыми планами  
и задачами компании



# Что дает членство в отраслевых ассоциациях компаниям



## PR-присутствие в топовых бизнес и отраслевых СМИ

- Новости и инициативы компаний
- Мнения наших экспертов
- Участие в исследованиях
- Развитие HR-бренда



## Развитие карьеры

- Доступ к знаниям и практикам от лучших управленцев страны
- Экспертная деловая площадка с постоянной активностью
- Развитые форматы представления: пресс-подходы, комментарийная программа, аналитические справки, сборники кейсов, бизнес-книги



## Нетворкинг

- Личное знакомство с участниками делового рынка
- Участие в формальных и неформальных мероприятиях
- Расширение деловых связей
- Обмен опытом
- VIP-клуб



## Продвижение бизнеса

- Участие в партнерских мотивационных программах
- Доступ к сегментированной целевой аудитории



## Участие в социально-значимых проектах

- Программы корпоративного волонтерства
- Проекты устойчивого развития/ ESG /KCO
- Поддержка благотворительных инициатив



## GR-представительство

- Организация встреч с представителями органов власти
- Формирование и представление позиции членов Ассоциации в органах власти

# Выводы на основе результатов исследования

В последние **3 года** у компаний во внешних коммуникациях усилился акцент на темах КСО, ESG, здравоохранение и HR

Почти у четверти **23%** компаний преобладает акцент на антикризисных коммуникациях

Более **70%** используют возможности отраслевых Ассоциаций для внешних коммуникаций, продвижения компании и ее спикеров

Наиболее активно компании используют такие маркетинговые форматы как PR— публикации в СМИ, бизнес— и отраслевые мероприятия, а также посты и сториз в соц. сетях

**У более чем половины** опрошенных компании поменялись ключевые темы для внешних коммуникаций

Для **22%** сотрудничество с Ассоциациями является возможностью коммуницировать с ЦА не напрямую, что бывает актуально для компании в нынешних условиях

Среди **ТОП-3** тем во внешних коммуникациях: новости о компании и ее продуктах, ESG и КСО, IT и технологии **37%**

# Основные тренды в коммуникациях 2025

Благодаря алгоритмам ИИ рекламные рекомендации будут ориентированы на очень узкую аудиторию. От этого ожидания потребителей и рекламодателей значительно вырастут

Автоматизация рекламы — ИИ берет на себя планирование рекламных кампаний, управление бюджетами и таргетинг, повышая их эффективность

Алгоритмы продолжают совершенствоваться, обеспечивая точное таргетирование и эффективное медиапланирование

Бренды всё чаще обращаются к нишевым лидерам мнений и креаторам для расширения охвата

Бренды активно используют стриминговые платформы для интеграции рекламы в форматах шоу и контента

Бренды чаще склоняются проводить свои медиакампании в тех СМИ и платформах, которые придерживаются целей устойчивого развития

В 2025 году коллаборации станут важнейшим инструментом для достижения бизнес-целей и привлечения внимания



АССОЦИАЦИЯ  
МЕНЕДЖЕРОВ

# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



## Светлана Баранова

Директор департамента по связям  
с общественностью Ассоциация менеджеров

105005, г. Москва, ул. Радио, д. 24, корп. 2

+7 (495) 902-52-32 +7 (926) 271-01-69

[s.baranova@amr.ru](mailto:s.baranova@amr.ru)

