



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

РГ
РГ-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»

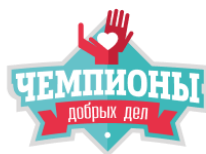
ДЕЛО В ЛЮДЯХ

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%

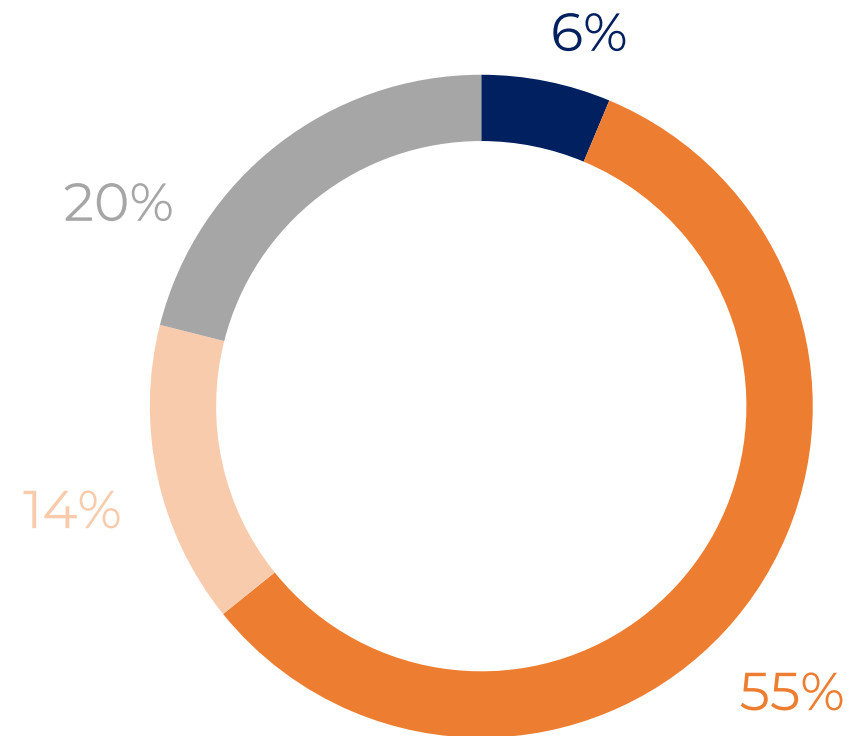
Появился акцент на антикризисных коммуникациях

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%

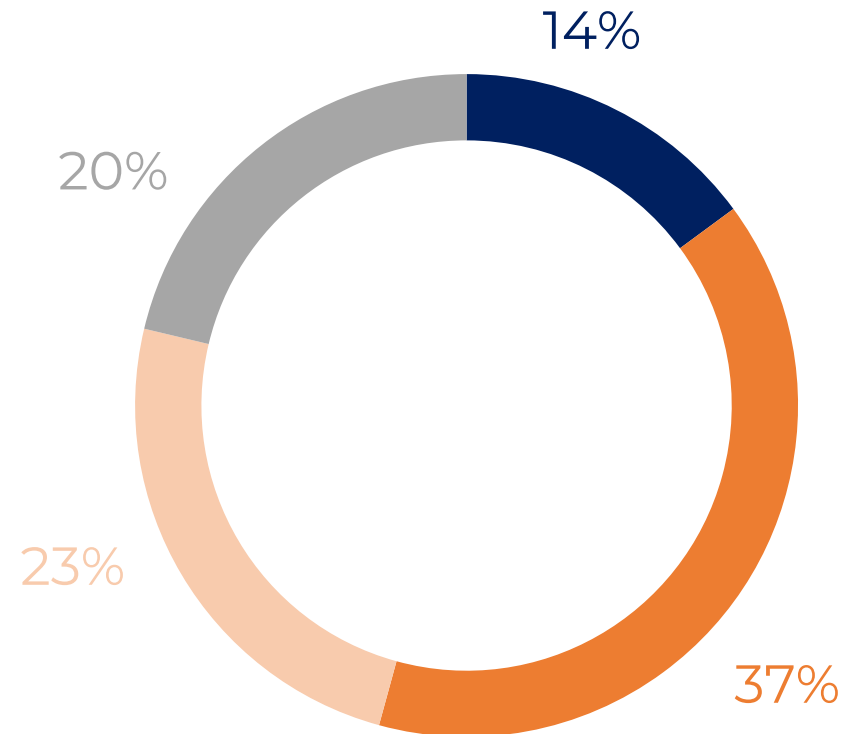
Да, преобладают темы антикризисного характера

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%

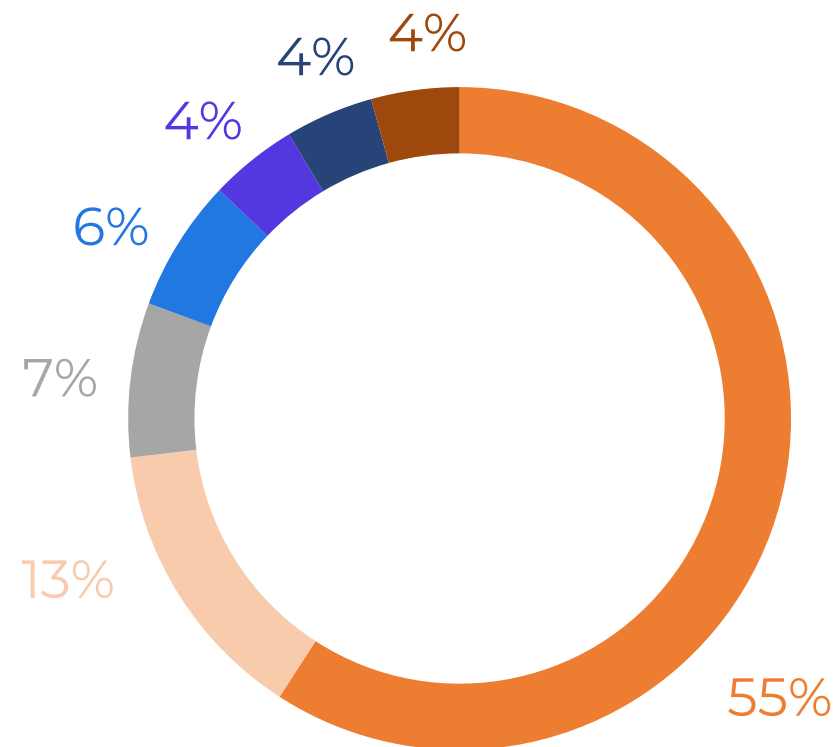
ESG и КСО

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%

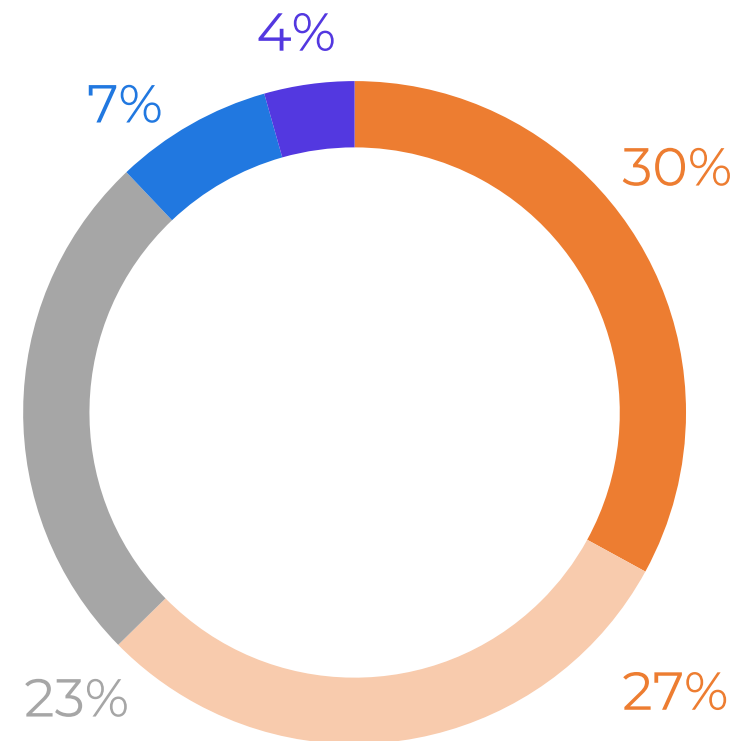
Посты, сториз в социальных сетях

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%

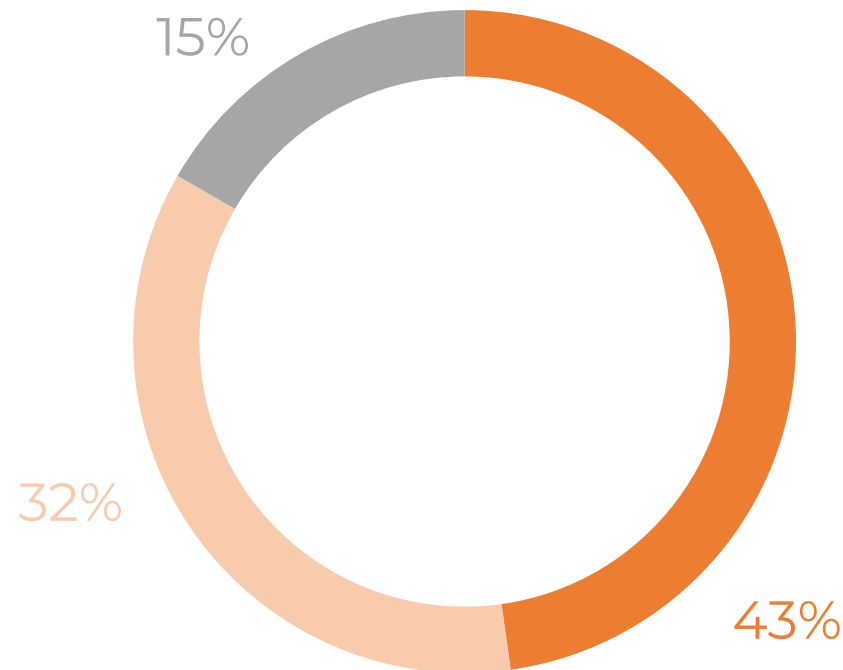
За содействием в интеграции в различные отраслевые и бизнес-мероприятия

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%

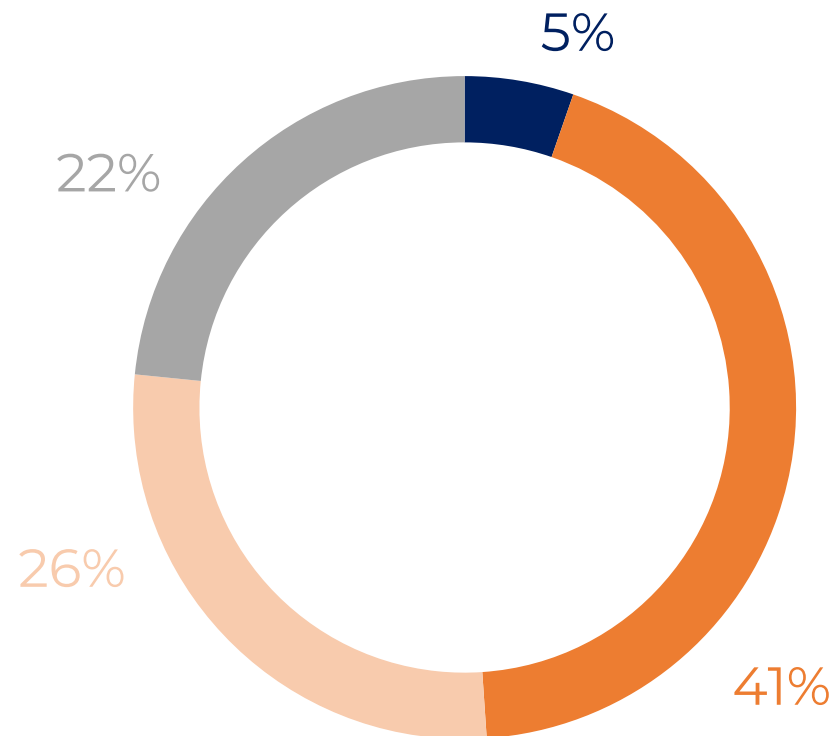
Возможность продвигать компанию и ее спикеров на целевую аудиторию

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%

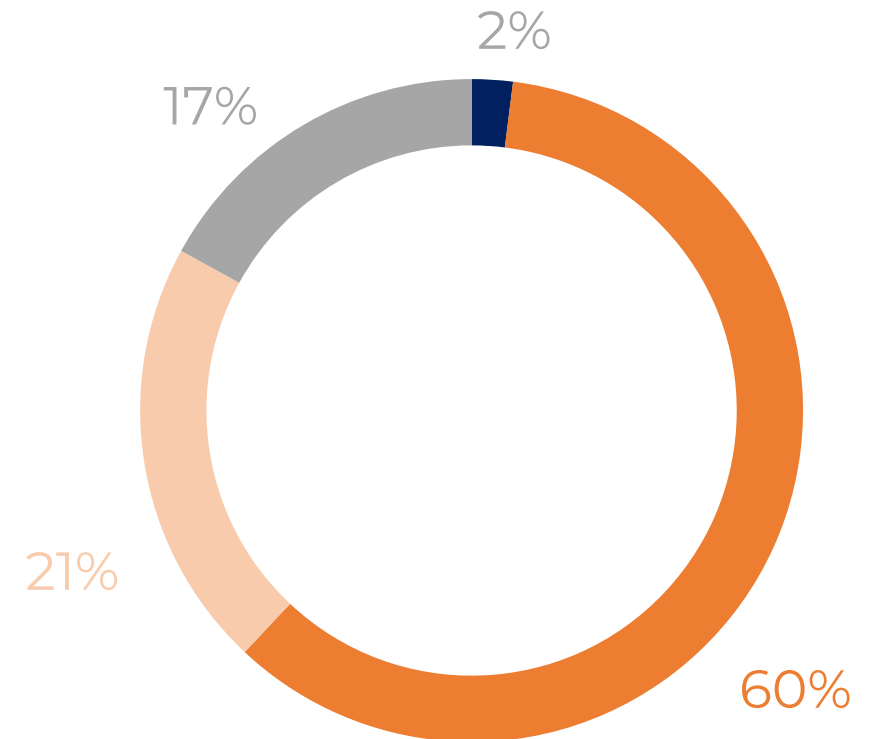
Да, проводили ребрендинг

17%

Да, проводили ренейминг и ребрендинг

2%

Да, проводили ренейминг



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

29%

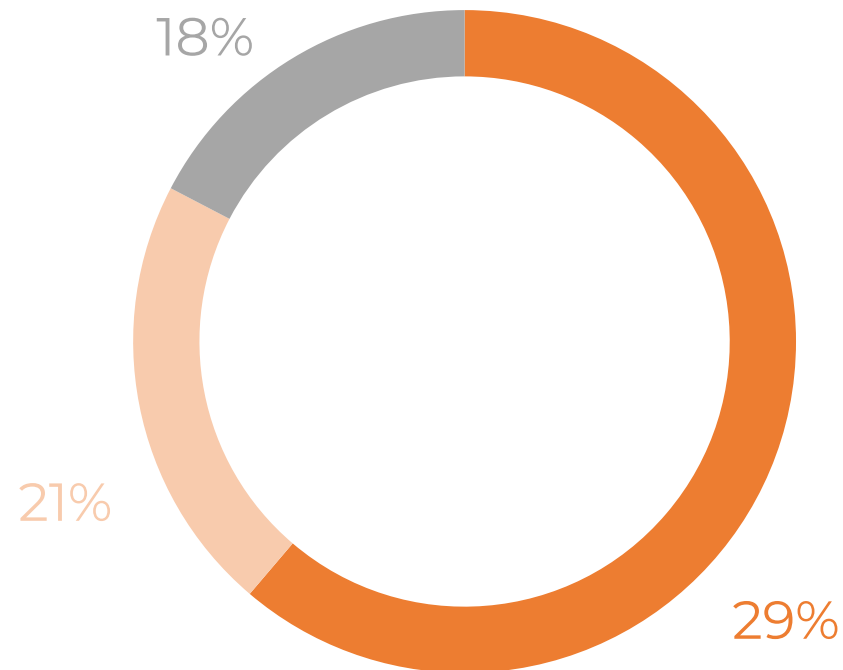
В связи с изменением позиционирования компании и ее продуктов

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 такие 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

