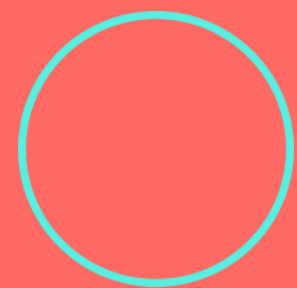


iComms_



Raport z Badania Komunikacji Wewnętrznej w Polsce 2022

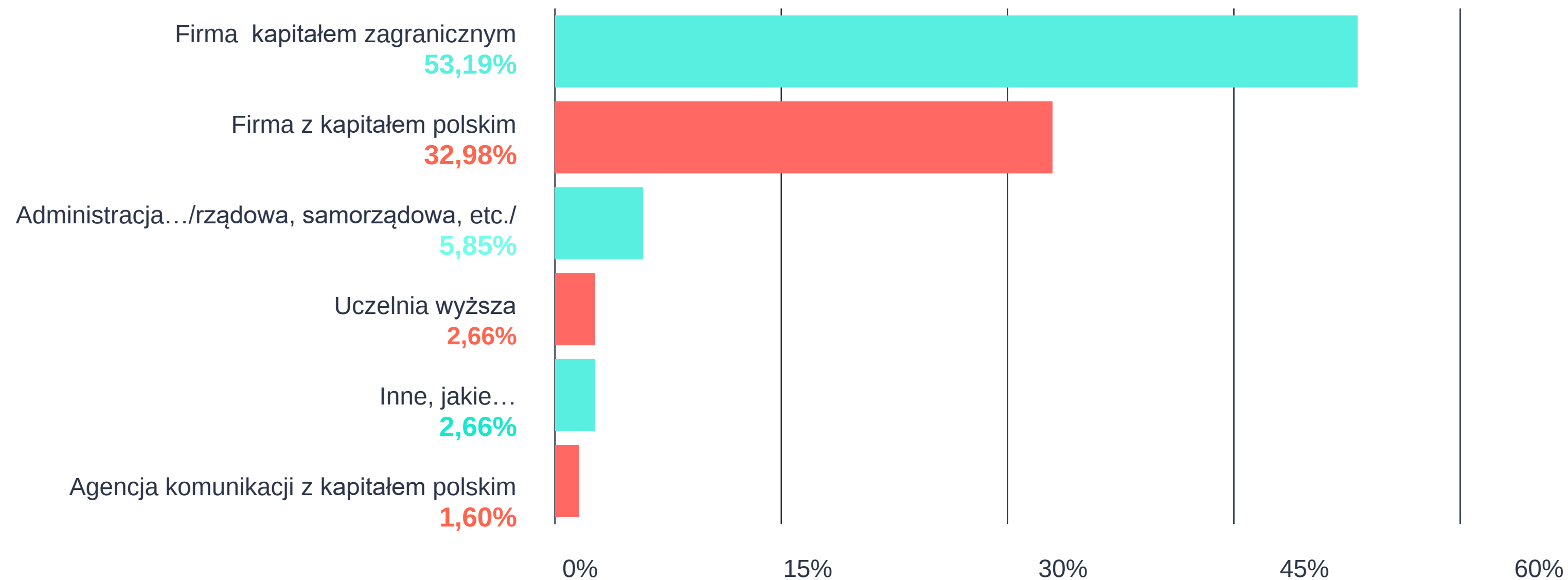


Marzec 2022

Uczestnicy badania

Badanie zostało przeprowadzone w lutym 2022 drogą ankiety internetowej.
W badaniu udział wzięło 188 respondentów reprezentujących 30 branż i 9 typów organizacji:

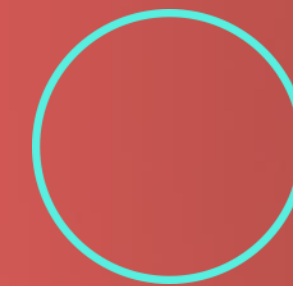
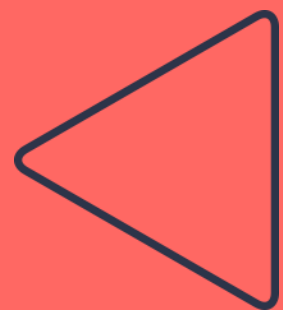
PYTANIE: W jakiej organizacji pracujesz?



**Respondenci wg.
wielkości organizacji:**

>10 000	16%
3001 – 10 000	14%
1001 – 3000	25%
501 – 1000	16%
101 – 500	17%
11 – 100	10%
<10	2%

Podsumowanie roku 2021



Zmieniająca się rola i zadania komunikacji wewnętrznej

Ostatnie lata i wzmożona komunikacja związana z sytuacją pandemiczną wywarły mocny wpływ na rolę i znaczenie komunikacji wewnętrznej w większości organizacji.

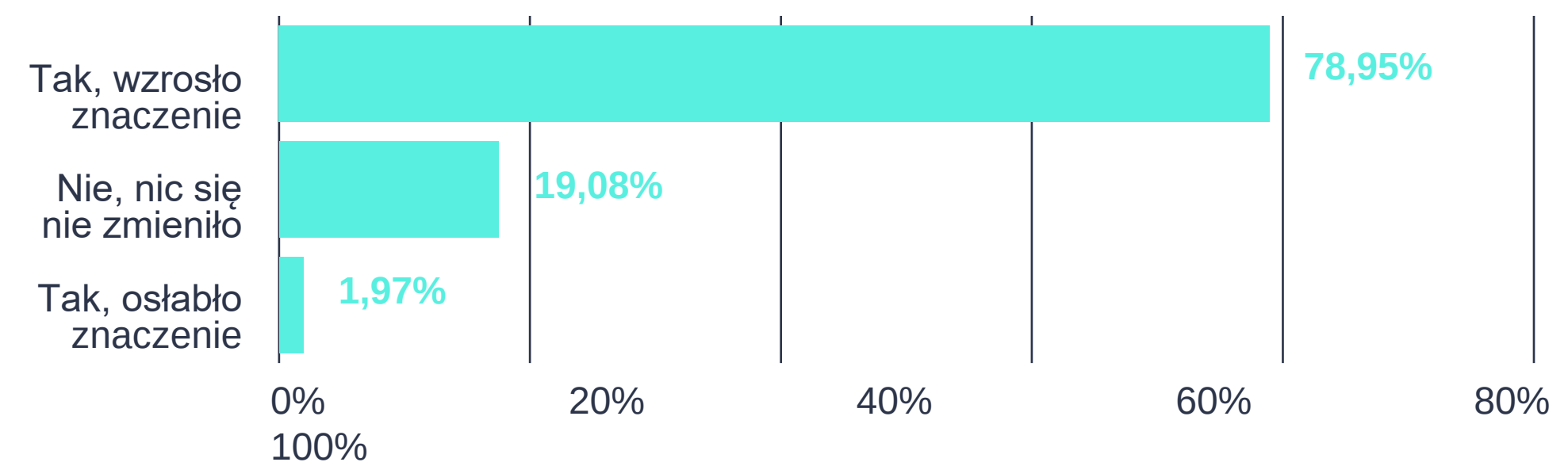
Jedynie mniej niż **2%** respondentów zadeklarowało osłabienie roli komunikacji wewnętrznej (przekrojowo przez wszystkie wielkości organizacji).

Za rosnącym wpływem komunikacji na organizację, wzmożił się wpływ komunikacji na działania członków zarządu oraz kadry zarządzającej, jednak nie jest on tak silny.

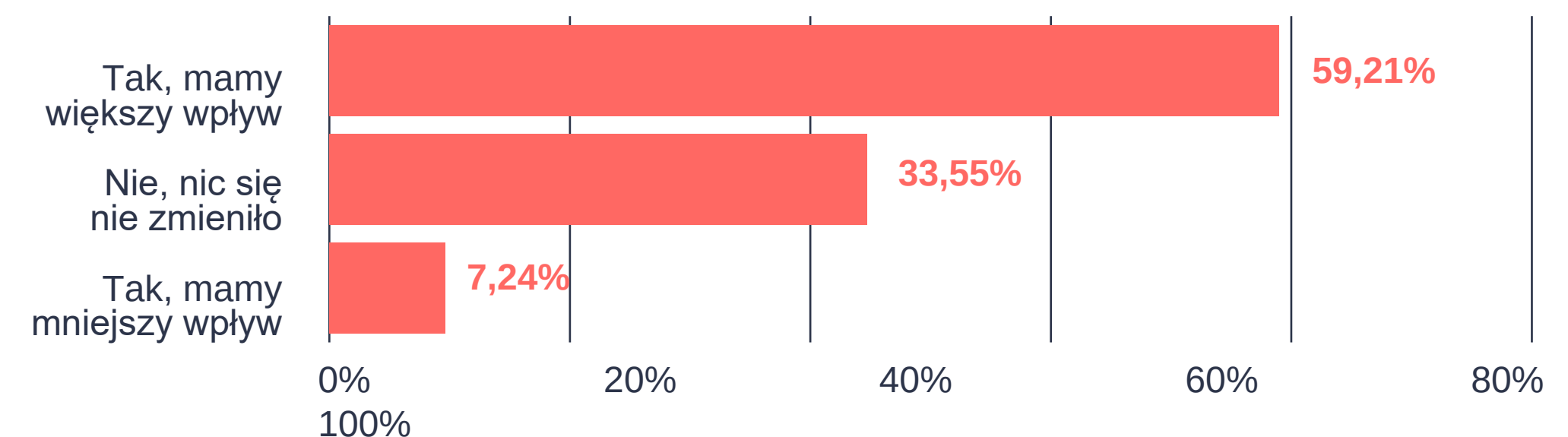
Tutaj w ponad **33%** firm wpływ komunikacji wewnętrznej na działania kadry zarządzającej nie uległ zmianie, a w siedmiu przypadkach osłabił się.

To pokazuje, że nie udało nam się w pełni wykorzystać zmian do przekonania zespołów zarządzających do kluczowej dla biznesu roli i zadań komunikacji wewnętrznej, jest tutaj wciąż przestrzeń do działań.

PYTANIE: Czy w ubiegłym roku w Twoim odczuciu wzrosła rola komunikacji wewnętrznej w Twojej organizacji?

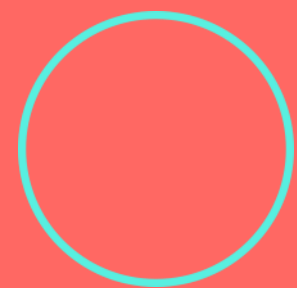


PYTANIE: Czy pandemia koronawirusa zmieniła to, w jaki sposób komunikacja wewnętrzna wpływa na kadrę zarządzającą/ członków zarządu?



iComms_

Trendy
2022



TOP 5 trendów na 2022 rok

PYTANIE: Które z poniższych trendów Twoja organizacja będzie rozwijać w 2022 roku? /zaznacz maksymalnie 5 odpowiedzi/

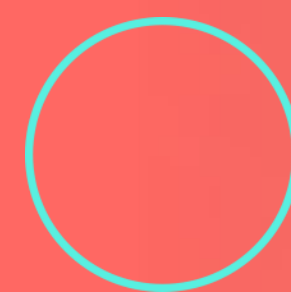
Wśród trendów dominujące jest podejście strategiczne oraz działania w obszarze dobrostanu pracowników (**47%**).

Na trzecim miejscu znalazło się wzmocnienie zaangażowania menadżerów w komunikację z zespołami (**42%**).

Najslabszym trendem wskazanym przez respondentów jest usprawnienie procesu akceptacji kampanii i treści wewnętrznych (**10%**) oraz wykorzystanie podcastów (**8%**).

Bardziej strategiczne planowanie komunikacji wewnętrznej	47,37%
Zwrócenie większej uwagi na zdrowie psychiczne i dobre samopoczucie pracowników	47,37%
Zwiększenie zaangażowania managerów liniowych w komunikację z zespołami	42,76%
Zwiększenie inwestycji kanałów cyfrowych i rozwój digital workplace	40,79%
Uproszczenie języka w komunikacji wewnętrznej	35,53%
Mocniejsze akcentowanie znaczenia głosu pracownika i feedbacku	33,53%
Wykorzystanie video w komunikacji wewnętrznej	30,26%
Zwiększenie autentyczności w przekazach firmy/większa wiarygodność komunikacji	26,32%
Zwrócenie większej uwagi na aspekty różnorodności i inkluzyjności wśród pracowników	23,68%
Lepsza komunikacja w sytuacjach kryzysowych	19,74%

Rola kadry menadżerskiej w komunikacji wewnętrznej



Rola kadry zarządzającej w procesie komunikacji wewnętrznej

Blisko **70%** respondentów deklaruje wsparcie kadry zarządzającej dla realizacji celów komunikacji wewnętrznej.

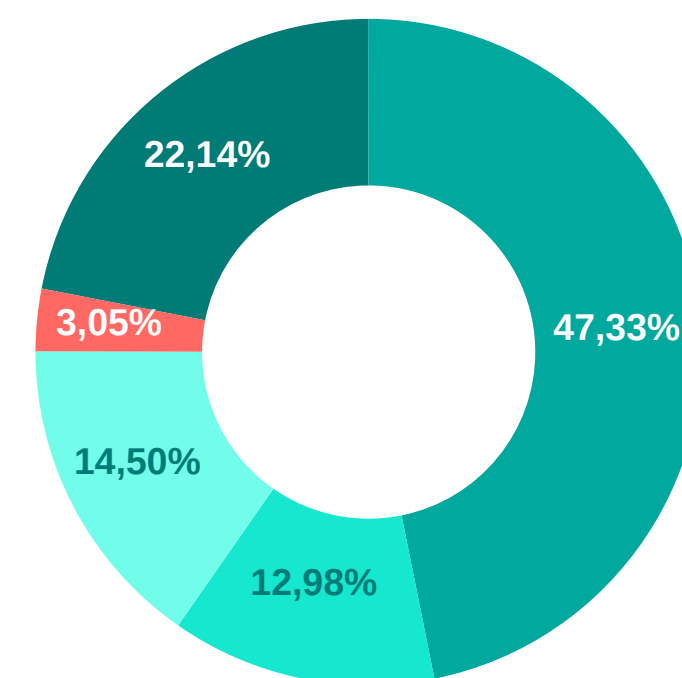
Ponad **65%** respondentów twierdzi, że to komunikacja wewnętrzna odgrywa kluczową rolę w budowaniu dialogu w organizacji.

Ponad połowa (**59%**) uważa, że kadra zarządzająca postrzega osoby odpowiedzialne za komunikację wewnętrzną jako zaufanych doradców.

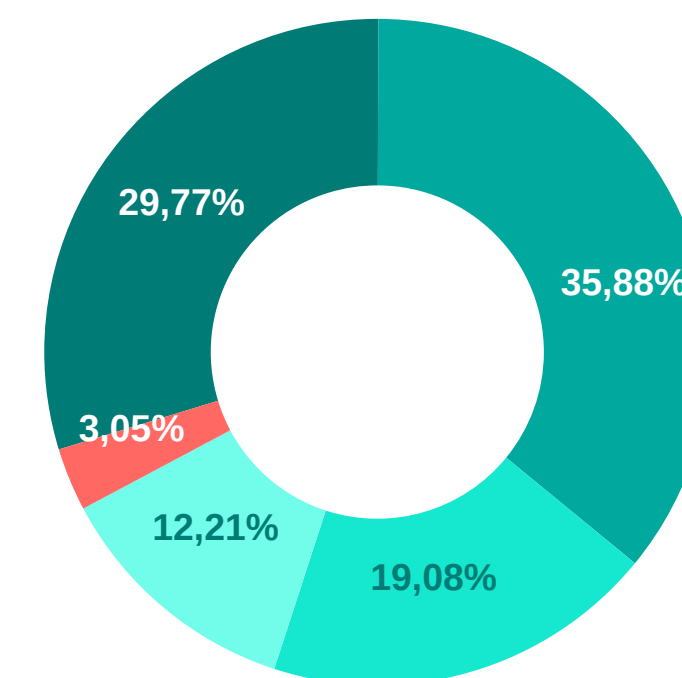
Pomimo wysokiej oceny współpracy i roli komunikacji wewnętrznej, tylko **46%** respondentów deklaruje, że reprezentanci kadry zarządzającej korzystają ze wsparcia komunikacji wewnętrznej w opracowywaniu biznes planów/ strategii/ projektów.

42% badanych zadeklarowało brak współpracy kadry zarządzającej z komunikacją wewnętrzną przy tych działaniach.

PYTANIE: Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami dotyczącymi komunikacji wewnętrznej w Twojej organizacji?

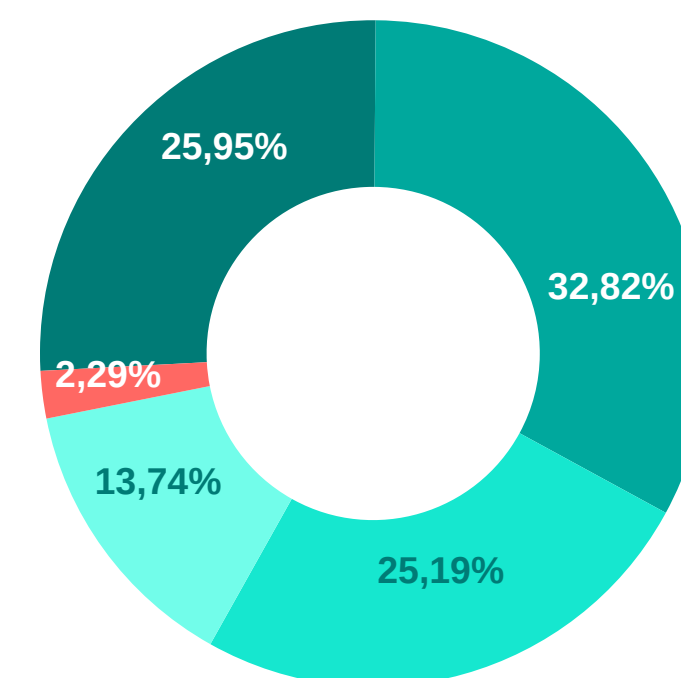


Kadra zarządzająca wspiera realizację celów komunikacji wewnętrznej

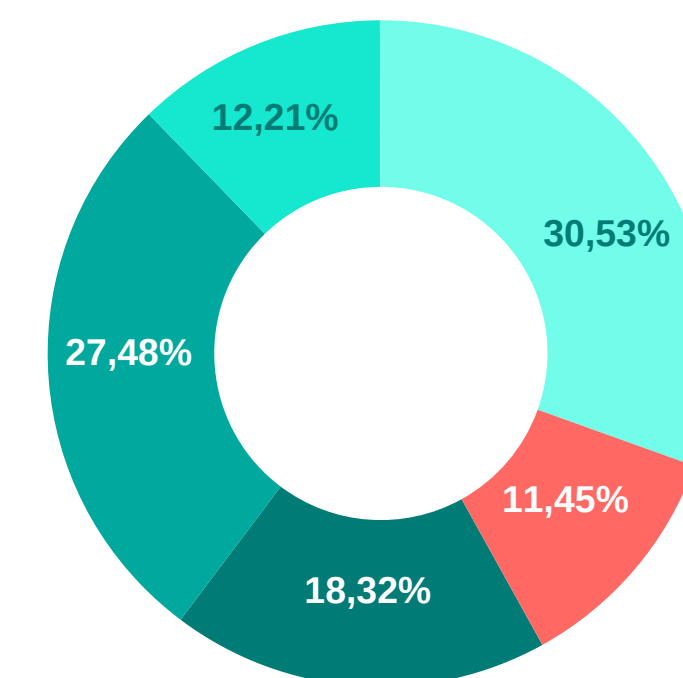


Komunikacja wewnętrzna odgrywa kluczową rolę w zbieraniu i rozpowszechnianiu opinii pracowników /dialog organizacji/

Kadra zarządzająca postrzega osoby odpowiedzialne za komunikację wewnętrzną jako zaufanych doradców



Kadra zarządzająca korzysta ze wsparcia komunikacji wewnętrznej w opracowywaniu biznes planów / strategii / projektów



■ Zdecydowanie się zgadzam
 ■ Raczej się zgadzam
 ■ Trudno powiedzieć
 ■ Raczej się nie zgadzam
 ■ Zdecydowanie się nie zgadzam

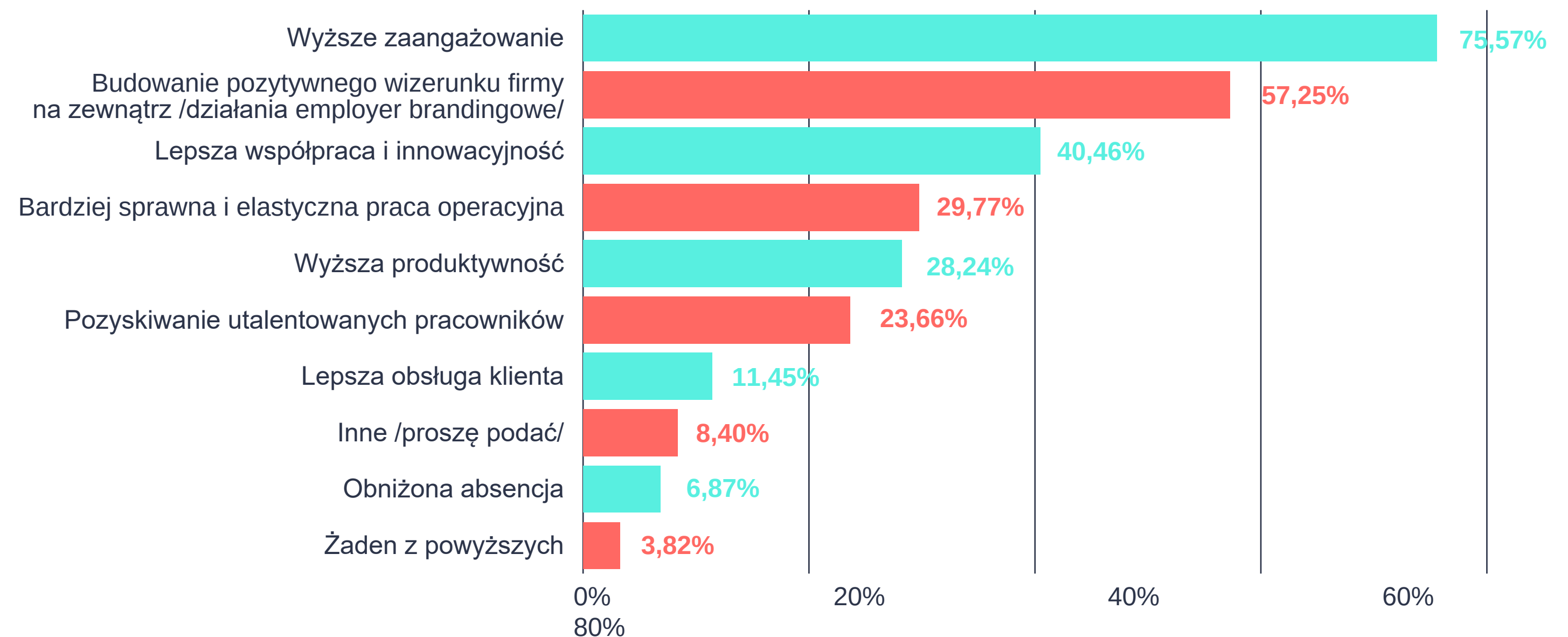
Argumentowanie korzyści z działań komunikacji komunikacji wewnętrznej

Spośród wszystkich wskazanych argumentów wspierających budowanie roli komunikacji wewnętrznej w zespole zarządzającym, najczęściej wskazywanym jako skuteczny jest odwołanie się do wpływu działań komunikacji wewnętrznej na wyższe zaangażowanie pracowników (**76%**).

Budowanie pozytywnego wizerunku firmy na zewnątrz (działania employer brandingowe), to drugi w kolejności argument, który wskazuje na korzyści działań w obszarze komunikacji wewnętrznej (**57%**).

Wpływ komunikacji wewnętrznej na lepszą obsługę klienta oraz obniżoną absencję nie są wciąż kluczowymi argumentami sprzyjającymi angażowaniu zespołów zarządzających w działania komunikacji (odpowiednio **12%** oraz **7%**).

PYTANIE: Które z poniższych argumentów najbardziej przemawiają do członków zarządu przy rozmowach o korzyściach płynących z działań komunikacji wewnętrznej? /zaznacz dowolnie wiele odpowiedzi/

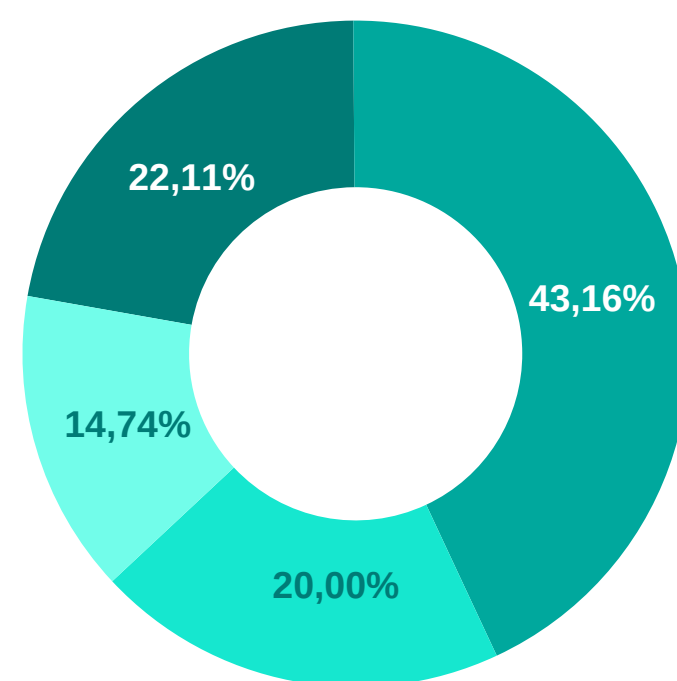


Argumentowanie korzyści z działań komunikacji

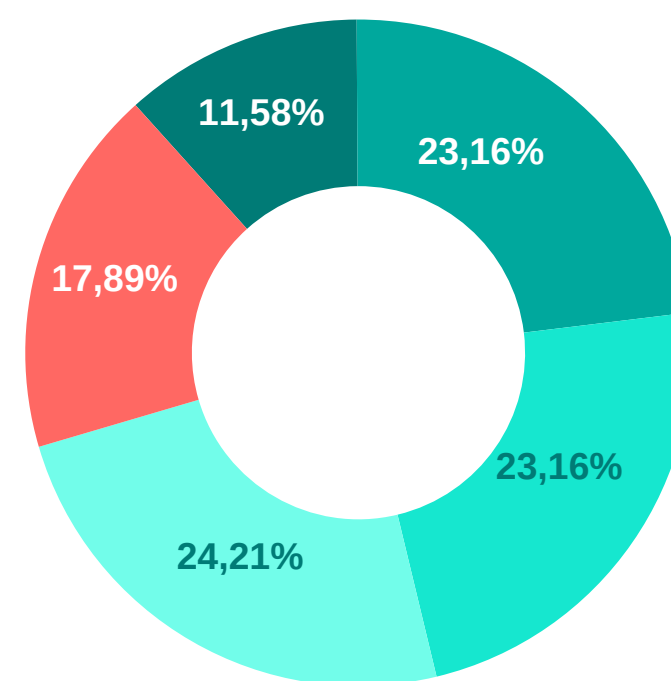
komunikacji wewnętrznej

PYTANIE: Daj nam znać na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami dotyczącymi komunikacji menadżerów liniowych w Twojej organizacji:

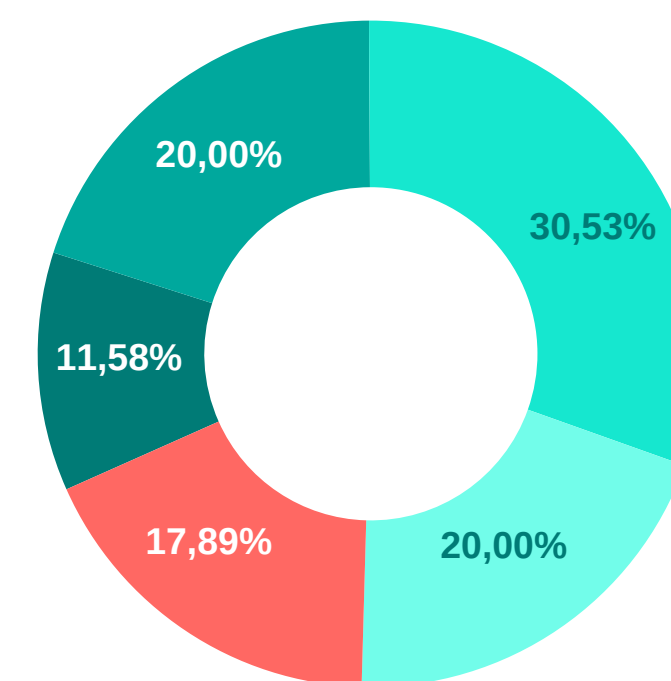
Managerowie liniowi traktowani są jako oddzielny kanał komunikacyjny



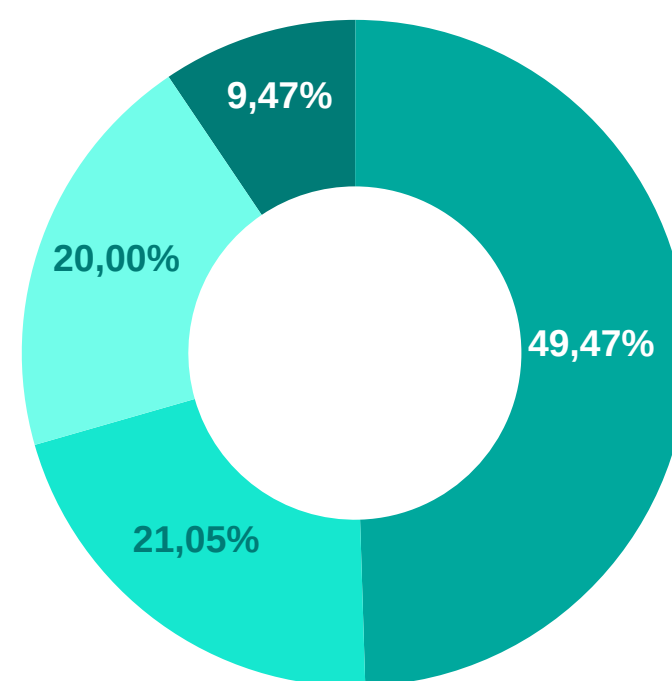
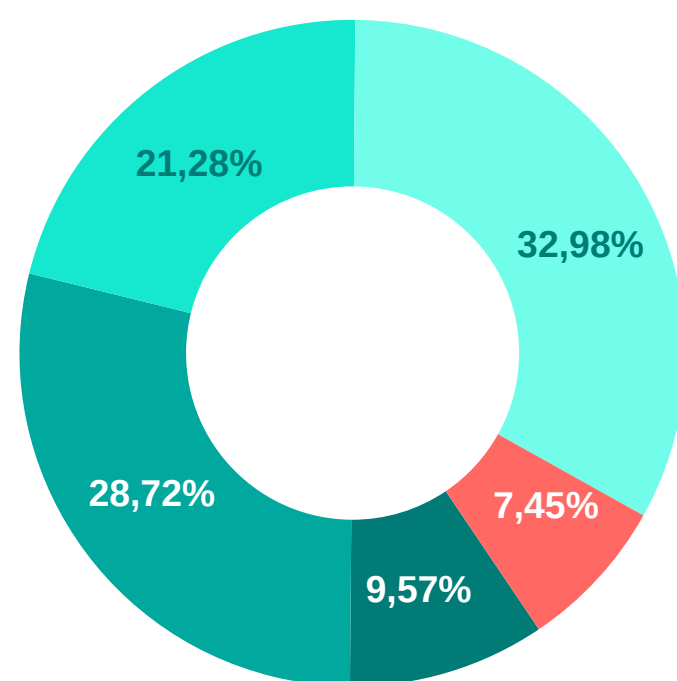
Managerowie liniowi mają dostęp do szkoleń w zakresie komunikacji



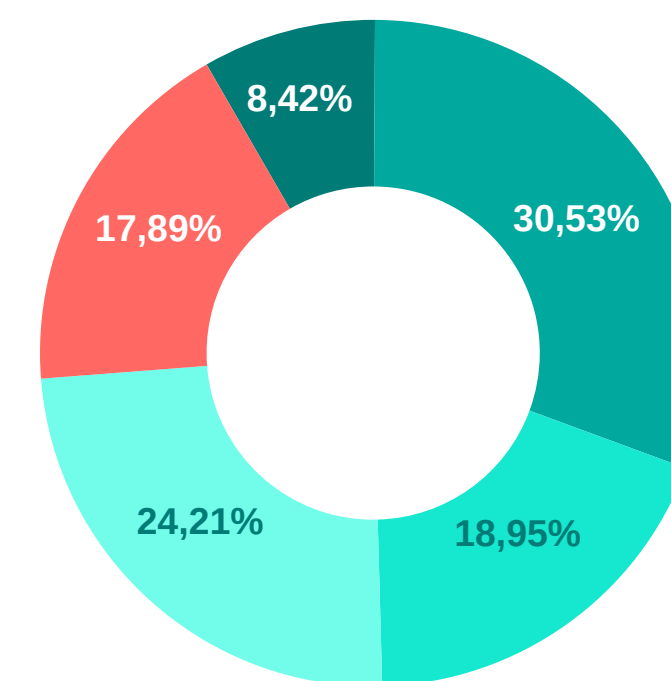
Ułatwiamy managerom liniowym dotarcie do feedbacku od członków ich zespołów



Managerowie liniowi posiadają plany/narzędzia komunikacyjne, by sprawnie przekazywać informacje



Managerowie liniowi dzielą się ze swoimi zespołami informacjami dotyczącymi organizacji / aktywnie biorą udział w procesie kaskady informacji



Managerowie liniowi posiadają dodatkowe uprawnienia w kanałach cyfrowych /mogą tworzyć własne grupy, strony, etc./

■ Zdecydowanie się zgadzam
 ■ Raczej się zgadzam
 ■ Trudno powiedzieć
 ■ Raczej się nie zgadzam
 ■ Zdecydowanie się nie zgadzam

Argumentowanie korzyści z działań komunikacji komunikacji wewnętrznej

Komunikacja liderka stała się w ostatnich latach kluczowym kanałem komunikacji wewnętrznej. Jednak z racji tego, że w dużej mierze zależy od kompetencji komunikacyjnych liderów, jej wpływ na pracowników bardzo się różni nawet w ramach jednej organizacji.

Aż **70%** firm deklaruje, że korzysta z systemu kaskadowego w komunikacji, jednak mniej bo **56%** zadeklarowało, że menadżerowie liniowi są w procesie komunikacji wewnętrznej traktowani jako osobny kanał komunikacji a **59%** deklaruje, że dzielą liderzy się informacjami ze swoimi zespołami.

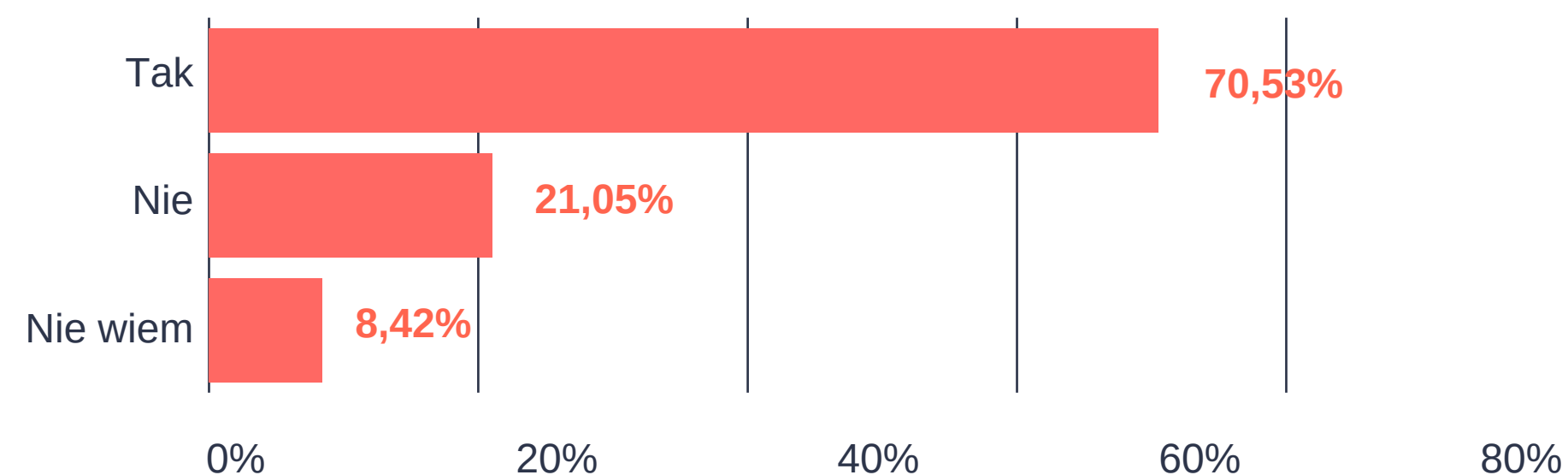
To może wskazywać na niepełne wykorzystanie potencjału komunikacji liderskiej.

W mniej niż połowie ankietowanych firm, menadżerowie posiadają dodatkowe uprawnienia w kanałach cyfrowych (**39%**) oraz posiadają plany narzędzia komunikacyjne by sprawnie przekazywać informacje (**38%**).

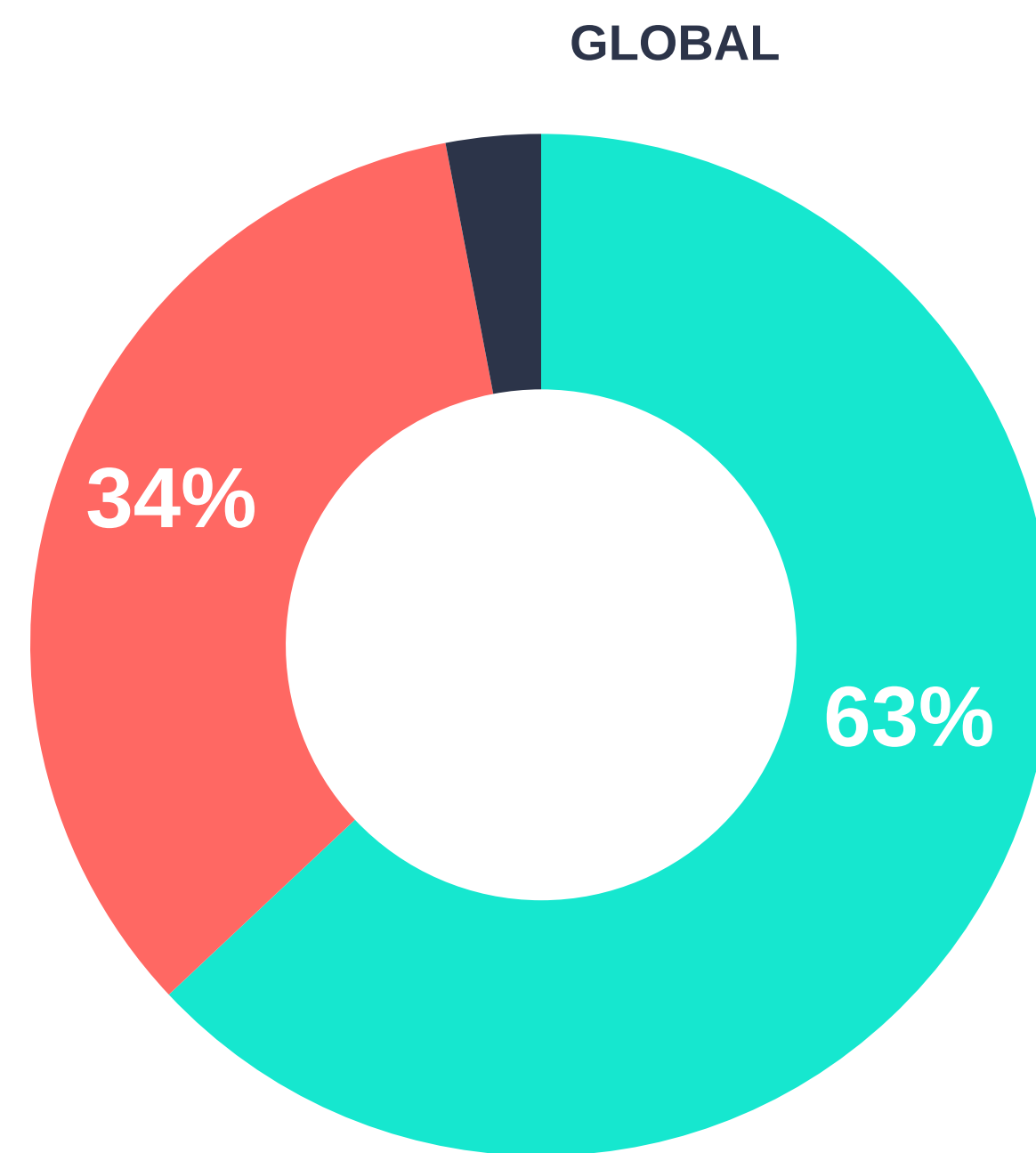
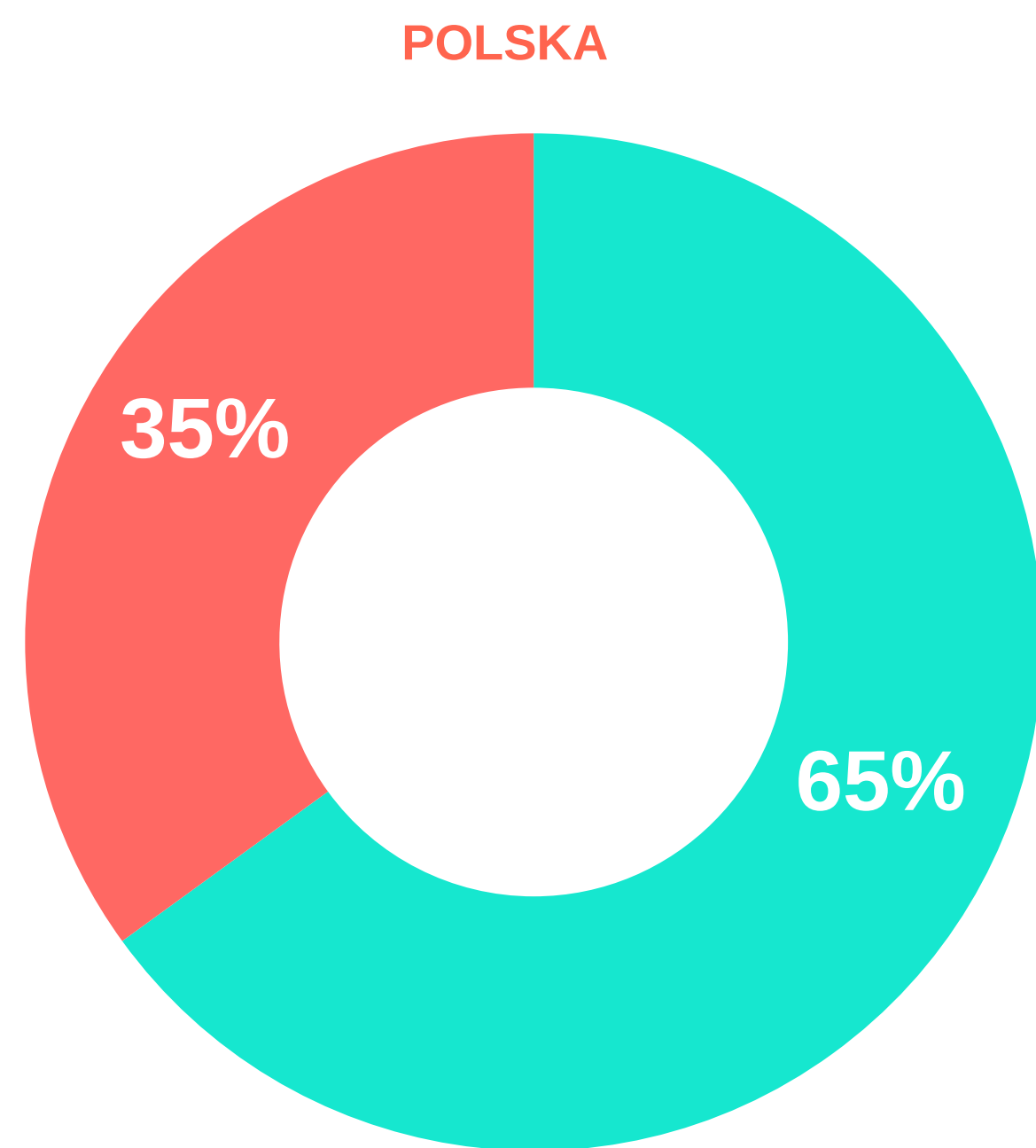
Jedynie **35%** respondentów zadeklarowało dostępność szkoleń z zakresu komunikacji dla menadżerów, co w zestawieniu z **70%** firm deklarujących korzystanie z systemu kaskadowego wskazuje na dużą lukę w budowaniu kompetencji komunikacyjnych vs zadania komunikacyjne liderów.

Jedynie **32%** uczestników ułatwia managerom liniowym dotarcie do feedbacku od członków ich zespołów. Feedback jest kluczowy do oceny poziomu kompetencji oraz ich wzmacniania.

PYTANIE: Czy Twoja organizacja korzysta z systemu kaskadowego w komunikacji z pracownikami?



Rola liderów Polska vs Global



Managerowie liniowi
traktowani są jako
oddzielny
kanał komunikacyjny

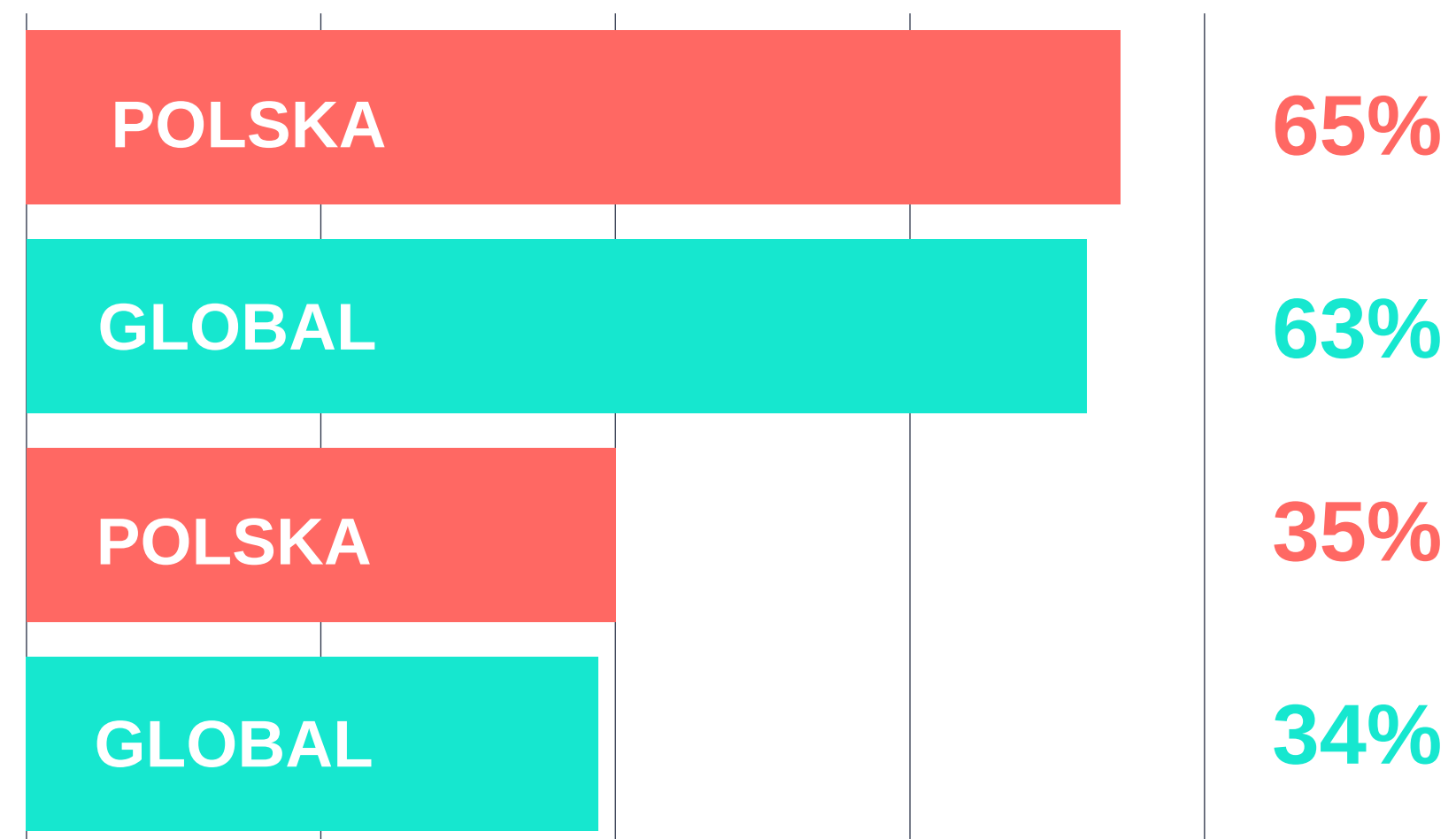
Managerowie liniowi
mają dostęp do szkoleń
w zakresie komunikacji

Rola liderów

Polska vs Global

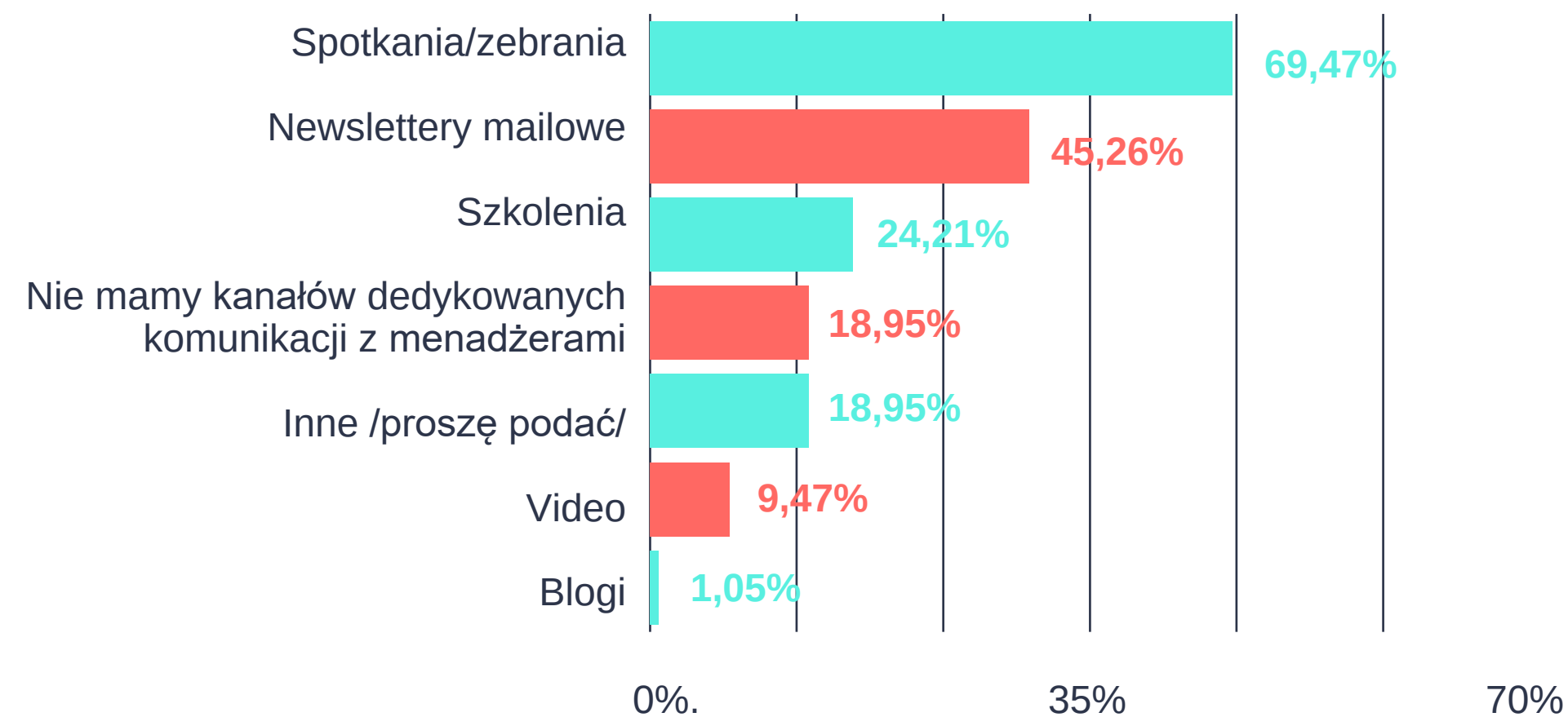
Managerowie liniowi
traktowani są jako
oddzielny
kanał komunikacyjny

Managerowie liniowi
mają dostęp do szkoleń
w zakresie komunikacji

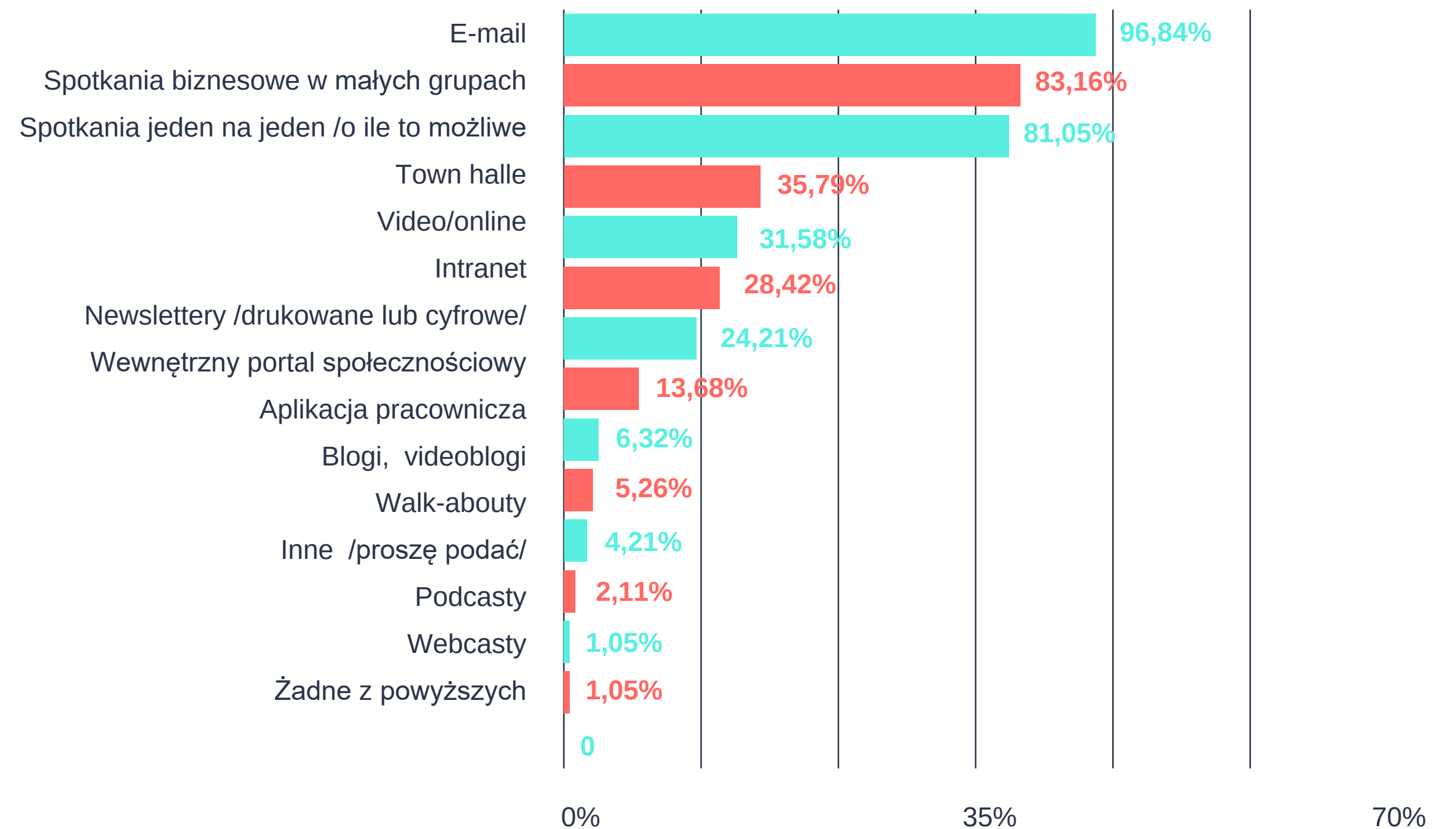


Narzędzia wspierające komunikację leaderską

PYTANIE: W jaki sposób komunikujesz się z menadżerami?
/zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi/

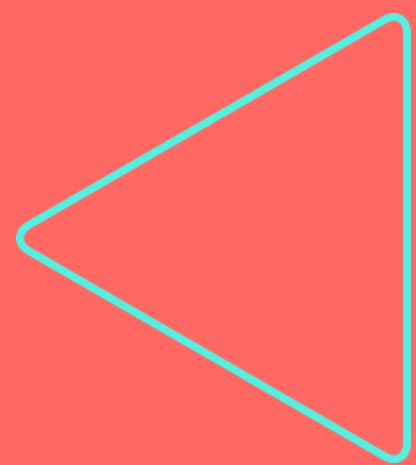


PYTANIE: Które z poniższych kanałów wykorzystują w Twojej organizacji menadżerowie w komunikacji z pracownikami? /zaznacz dowolnie wiele odpowiedzi/



iComms_

Współpraca Z innymi departamentami



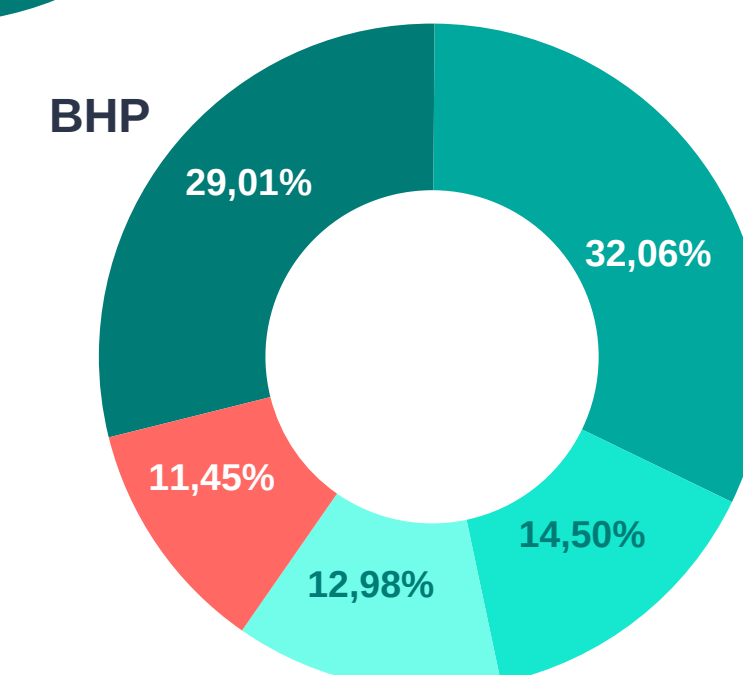
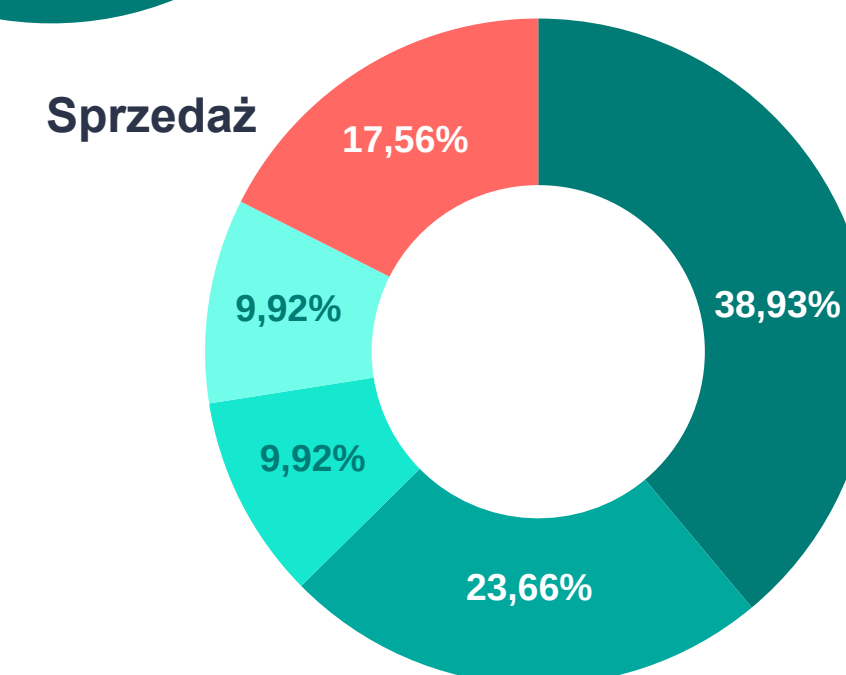
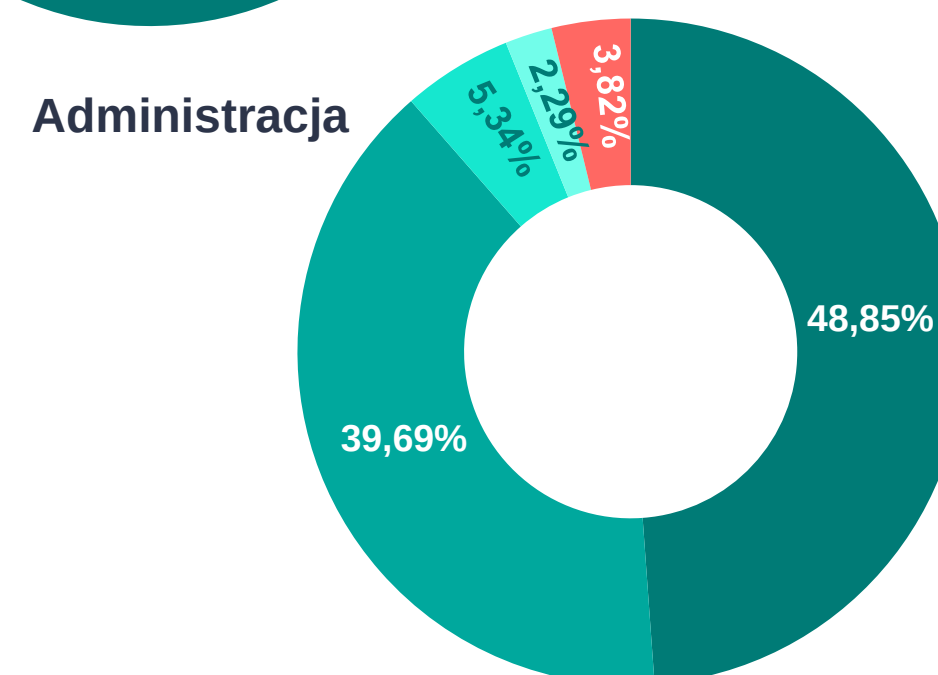
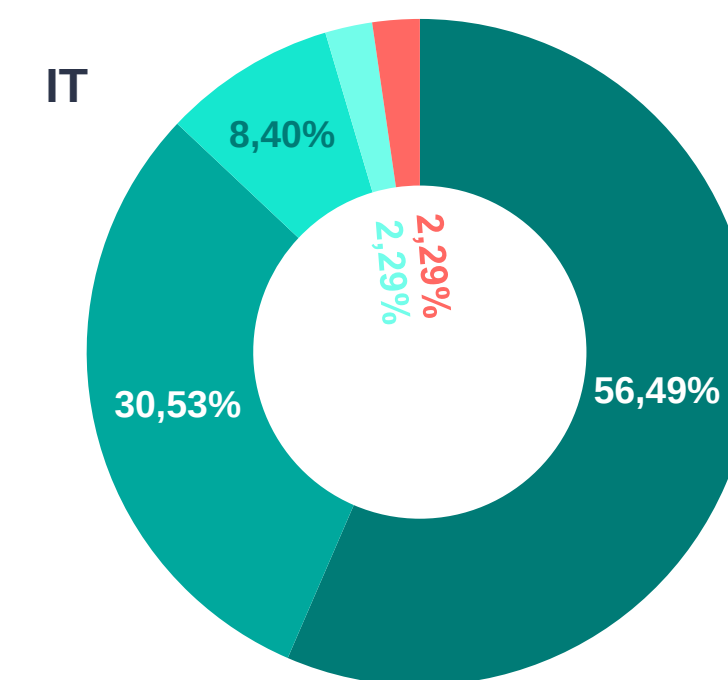
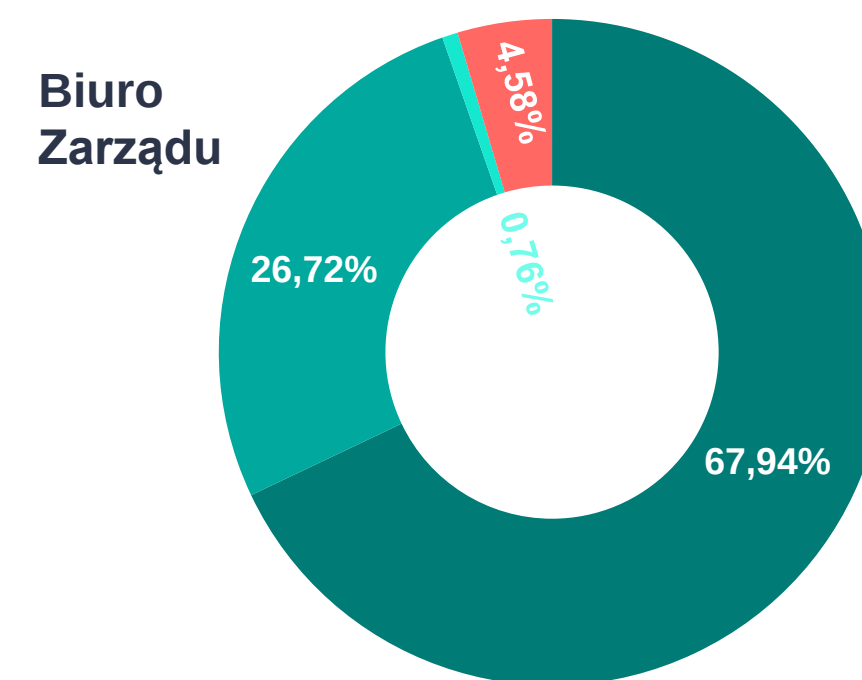
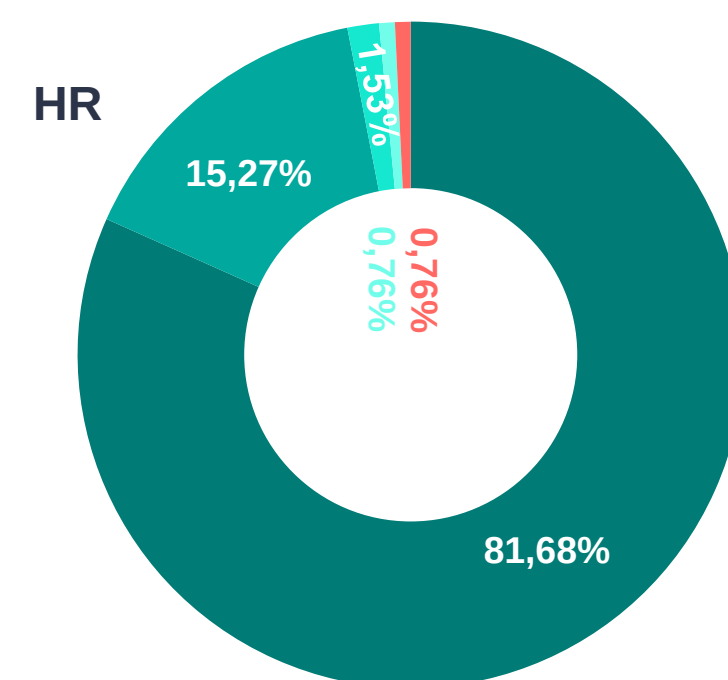
Współpraca z innymi departamentami

Wśród działów, z którymi najczęściej współpracują zespoły komunikacji wewnętrznej najczęściej wskazywane są zespoły HR – blisko **82%** badanych zadeklarowało bardzo częstą (min. 2 x w miesiącu) współpracę.

Jednocześnie wśród tych, którzy współpracują, blisko **85%** deklaruje, że współpraca przebiega pozytywnie.

Drugą w kolejności najczęściej współpracującą z zespołem komunikacji komórką jest Biuro Zarządu – blisko **95%** badanych współpracuje często lub czasami. Tutaj ponad **80%** badanych ocenia współpracę pozytywnie.

PYTANIE: Z jaką częstotliwością (jeśli w ogóle) współpracujesz z poniższymi działami w Twojej organizacji?



■ Bardzo często
 ■ Czasami
 ■ Bardzo rzadko
 ■ W ogóle
 ■ Nie dotyczy

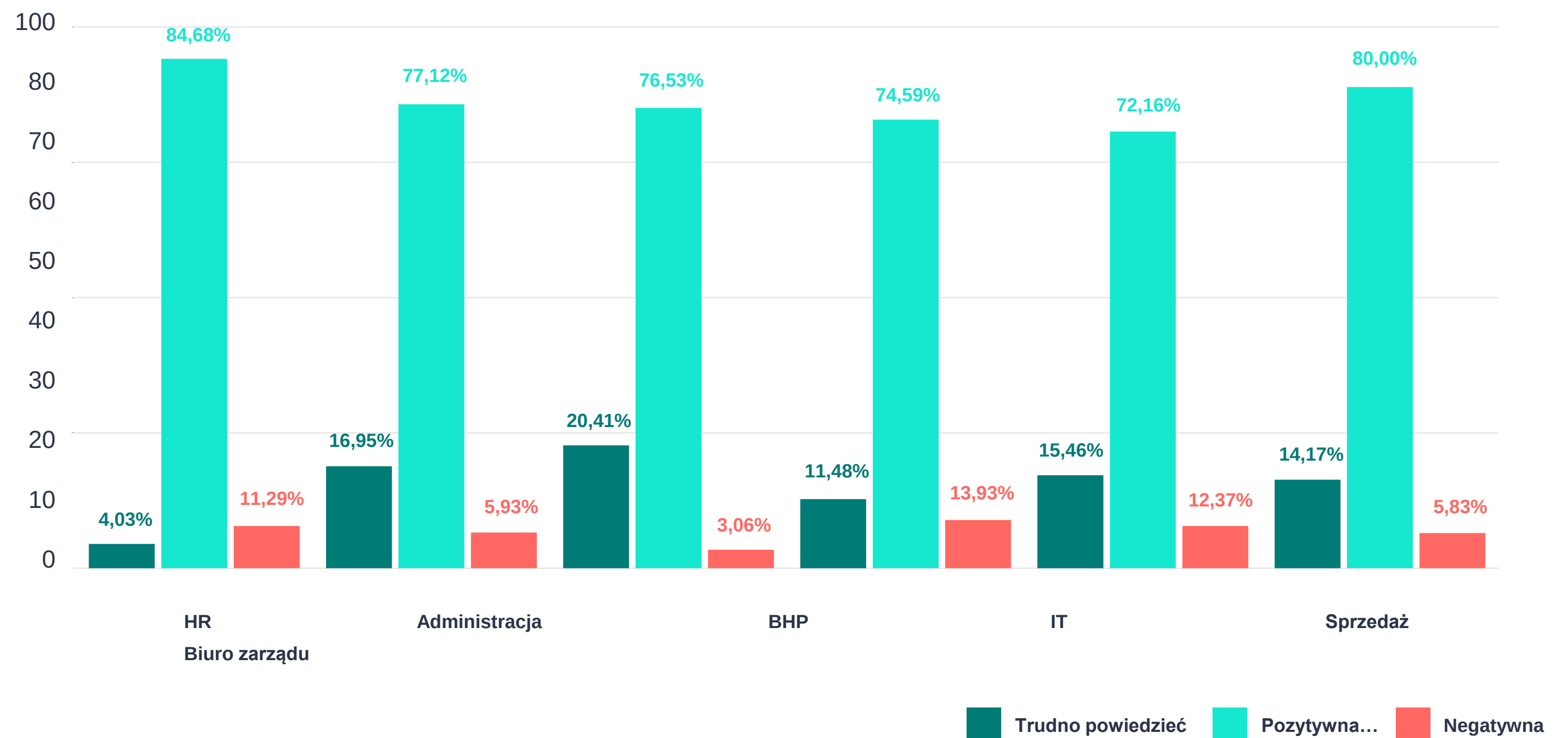
Współpraca z innymi departamentami

Mniejsza częstotliwość występuje we współpracy z działami IT oraz Administracji (odpowiednio **56,49%** i **48,85%** współpracuje bardzo często, a **30,53%** i **39,69%** współpracuje czasami).

Zespołami, z którymi współpraca została wskazana przez respondentów jako najrzadsza lub w ogóle nie ma współpracy jest Sprzedaż (**ok. 20%**) oraz BHP (**27%**).

Jednocześnie z każdym z zespołów jakość współpracy jest oceniana pozytywnie - średnia ocena to **75%**.

PYTANIE: Jak oceniasz jakość współpracy z poniższymi działami w Twojej organizacji:



Komunikacja zmian w organizacji

Komunikacja zmian jest jednym z kluczowych zadań komunikacji wewnętrznej, jednak z naszego badania wynika, że jakość komunikacji jest mocno zależna od tematyki.

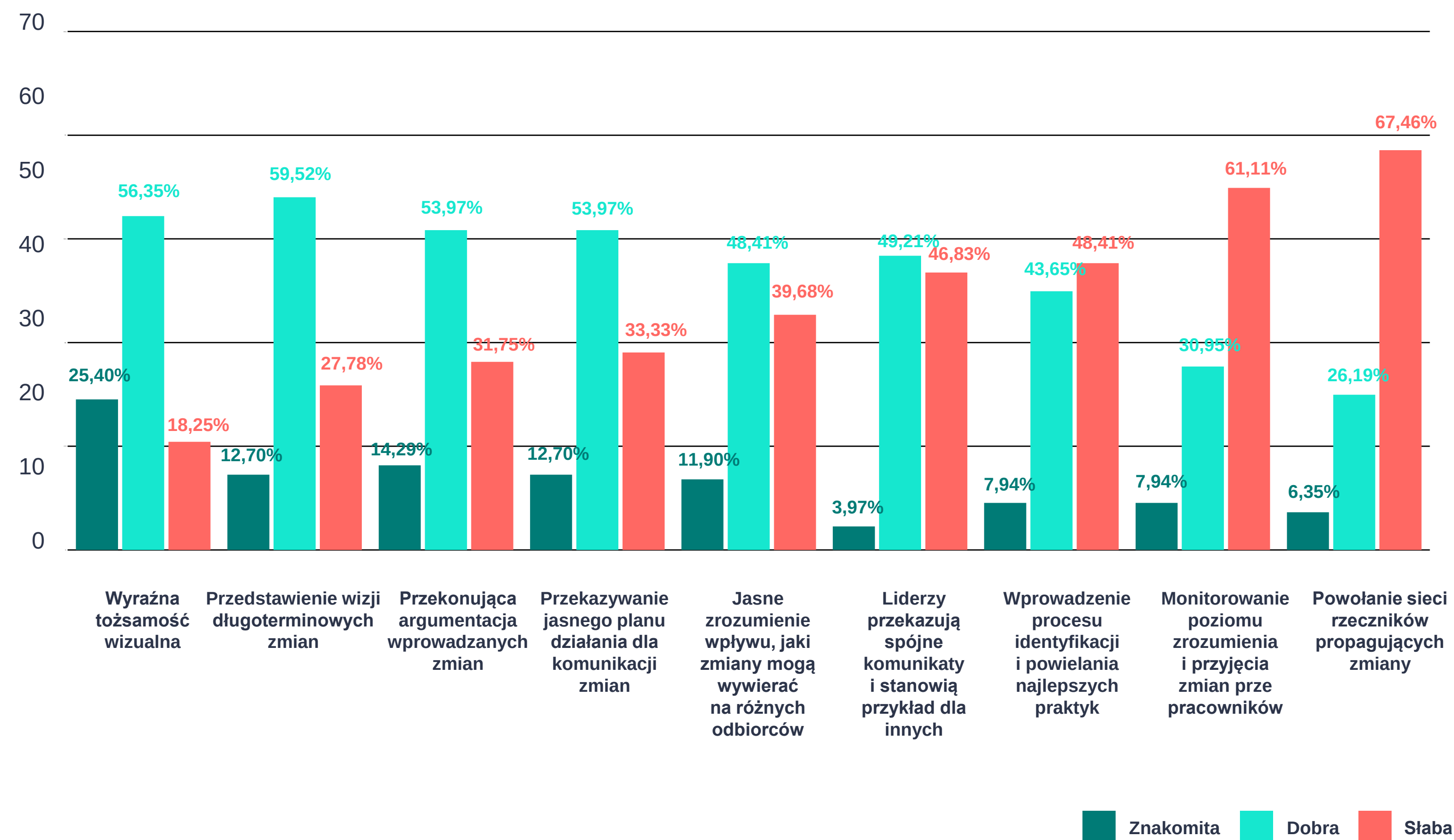
Top 3 obszary, w których pozytywnie oceniamy potencjał organizacji w komunikacji zmian:

- Wyraźna tożsamość wizualna (81,75% pozytywnych ocen)
- Przedstawienie wizji długoterminowych zmian (72,22% pozytywnych ocen)
- Przekonująca argumentacja wprowadzanych zmian (68,26% pozytywnych ocen)

Najsłabiej oceniamy zdolność naszych organizacji do komunikacji zmian w obszarze:

- Monitorowania poziomu zrozumienia i przyjęcia zmian przez pracowników (61,11% deklaruje słaby potencjał)
- Powołanie sieci rzeczników propagujących zmiany (67,46%)

PYTANIE: Jeśli chodzi o komunikację zmian, jak ocenił(a)byś zdolność Twojej organizacji do komunikacji poniższych zmian?



Co ogranicza efektywność komunikacji?

Wśród ograniczeń najczęściej wskazywana jest zbyt dużo działań organizacji w jednym czasie (**66,13%**), brak danych do określenia sytuacji w organizacji (**49,19%**) oraz brak udziału zespołu komunikacji w podejmowaniu decyzji strategicznych (**45,97%**).

35% badanych wskazało braki kadrowe jako jedno z ograniczeń wpływających na efektywność działań komunikacji wewnętrznej.

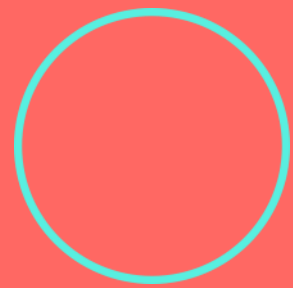
4% respondentów zadeklarowało brak jakichkolwiek ograniczeń w prowadzeniu efektywnych działań komunikacji.

PYTANIE: Na jakie ograniczenia napotykasz w osiągnięciu efektywnej komunikacji? /zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi/



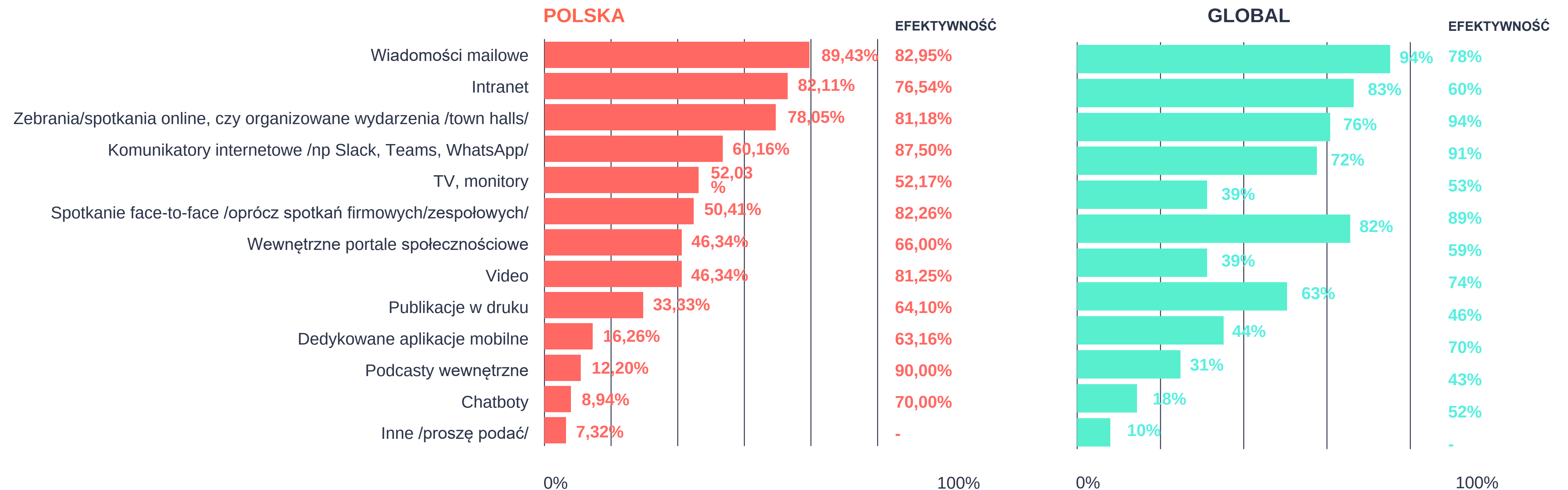


Wykorzystanie i efektywność kanałów i narzędzi komunikacji wewnętrznej



Najczęściej wykorzystywane kanały komunikacji wewnętrznej

PYTANIE: Które z poniższych kanałów komunikacji są wykorzystywane w procesie komunikacji wewnętrznej Twojej firmy? /zaznacz dowolnie wiele odpowiedzi/



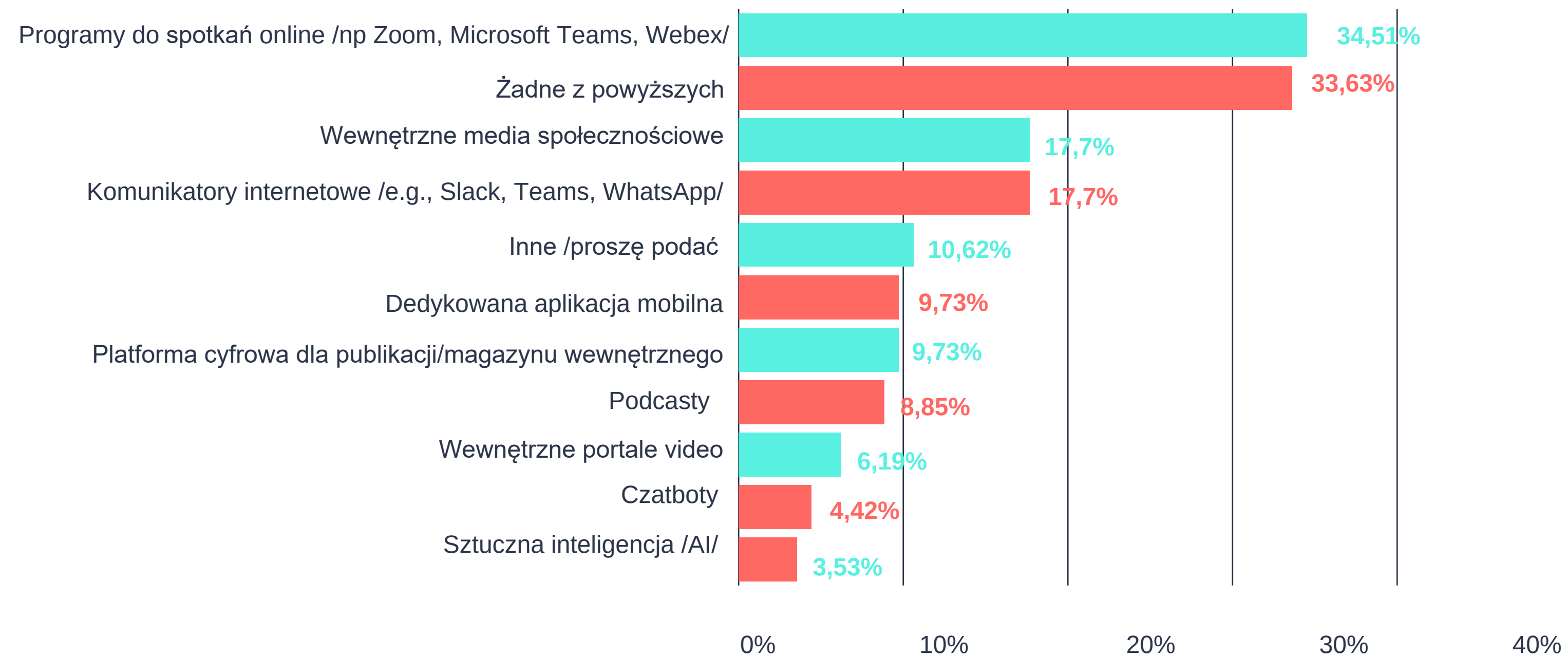
Nowe kanały komunikacji wewnętrznej

Rok 2021 nie był czasem intensywnych wdrożeń nowych form komunikacji, aż **34%** badanych zadeklarowało, że nie wdrożyło nowych narzędzi komunikacji (spośród wymienionych w badaniu).

Najwięcej wdrożeń dotyczyło technologii wspierających spotkania zdalne (**35%**), znacznie mniej firm wdrożyło wewnętrzne media społecznościowe czy komunikatory internetowe.

Najrzadziej wdrażaliśmy chatboty oraz sztuczną inteligencję, które niewątpliwie należą do najtrudniejszych wdrożeń.

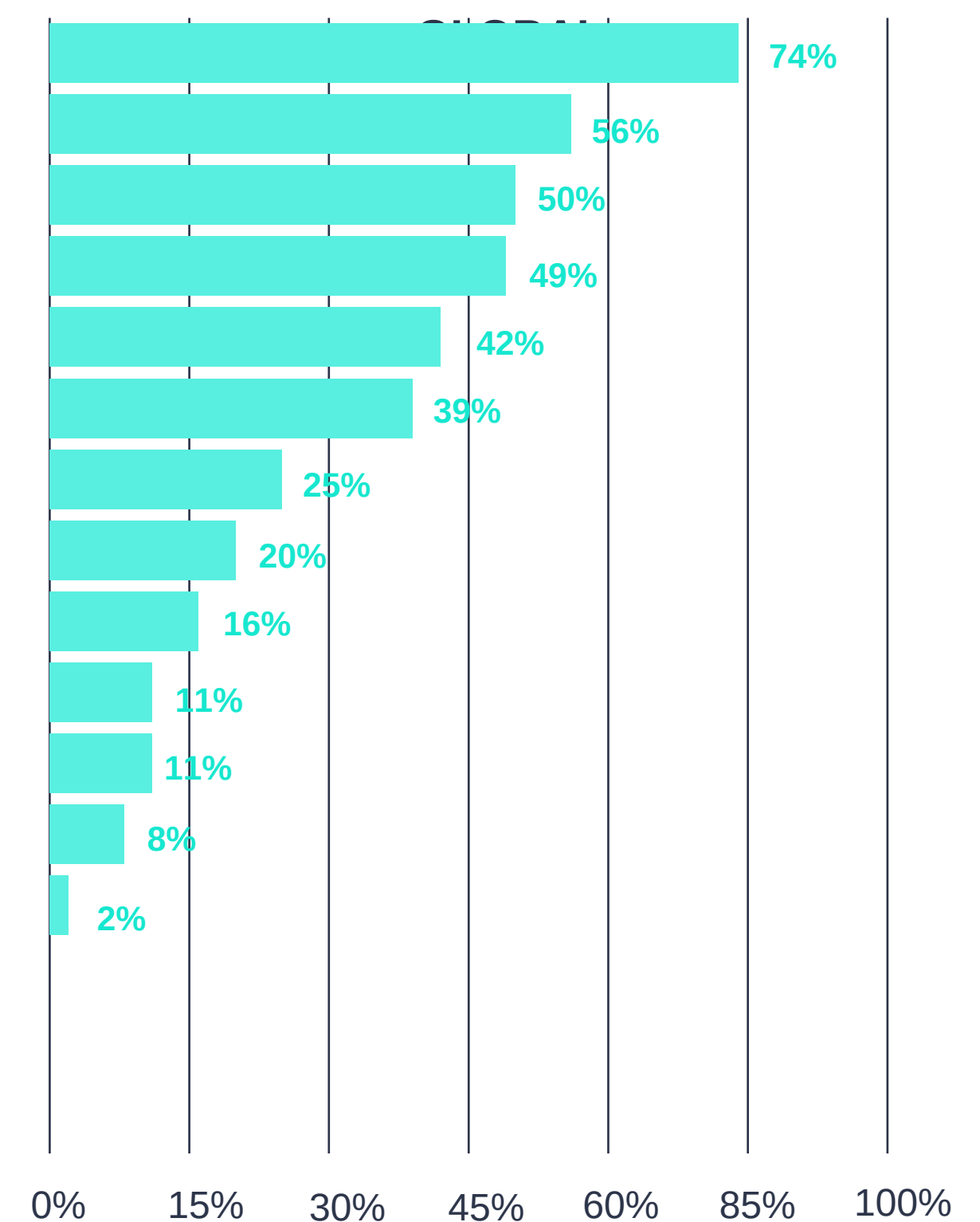
PYTANIE: Jakie nowe kanały lub narzędzia wdrożyłeś/aś lub zastosowałeś/łaś w roku 2021? /zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi/



Zbieranie opinii pracowników

PYTANIE: Które z poniższych narzędzi komunikacji wykorzystałeś/łaś w ostatnich 12 miesiącach w celu zebrania opinii od pracowników? /zaznacz dowolnie wiele odpowiedzi/

POLSKA



Zbieranie opinii pracowników

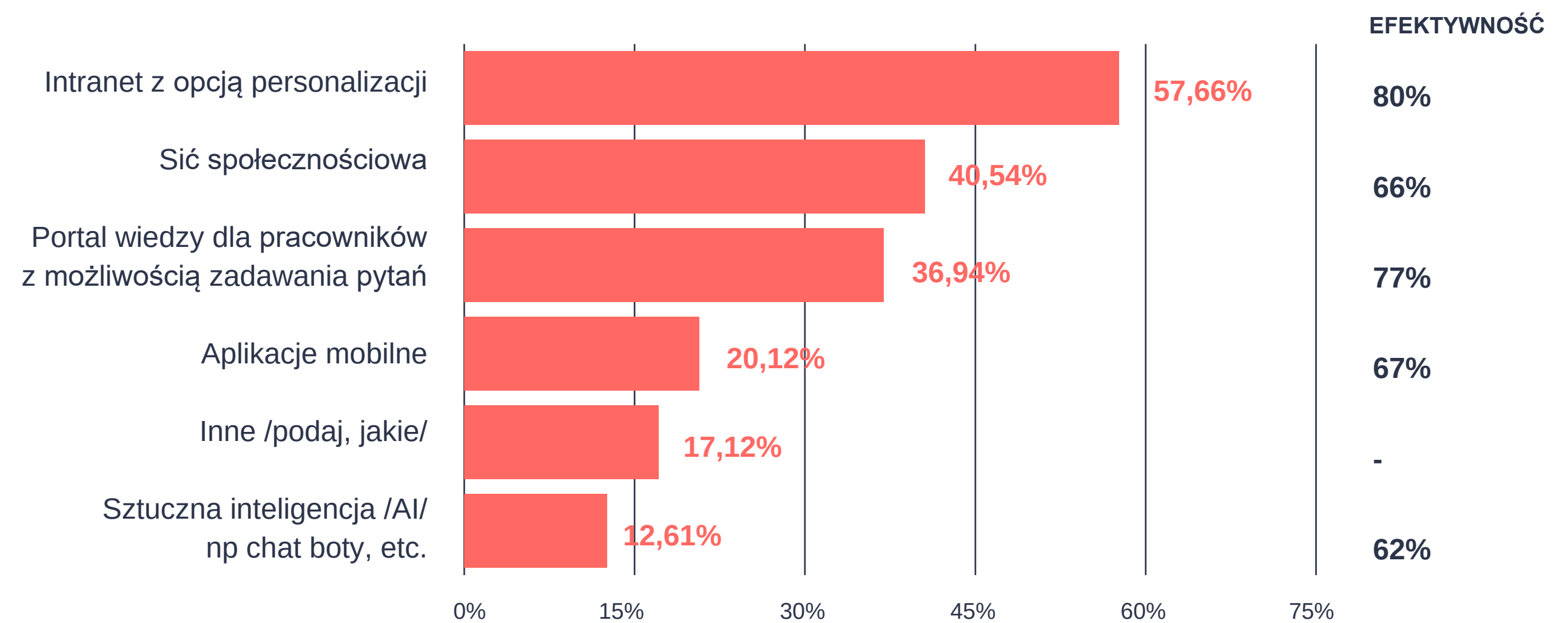
Wśród kanałów samoobsługowych, czyli takich, które pozwalają pracownikowi na samodzielne poszukiwanie potrzebnych informacji, Intranet jest najszerszej dostępny i jednocześnie jego efektywność jest wskazywana jako najwyższa (**80%** respondentów zadeklarowało, że jest całkiem lub bardzo efektywny).

Jako wysoce efektywne zostały także wskazane portale wiedzy (**77%**), jednocześnie są one dostępne jedynie w **38%** organizacji.

Trend budowania procesów opartych na łatwym dostępie do informacji, w sposób asynchroniczny, jest bardzo silny i mocno odpowiada na problem z przebudowywaniem pracowników.

Stąd tego typu rozwiązania, w zespołach pracujących zdalnie lub hybrydowo, mogą być w przyszłości kluczowe dla współpracy i szybkiego przepływu informacji.

PYTANIE: Do których z poniższych kanałów samoobsługowych mają dostęp pracownicy w Twojej organizacji? /zaznacz dowolnie wiele odpowiedzi/

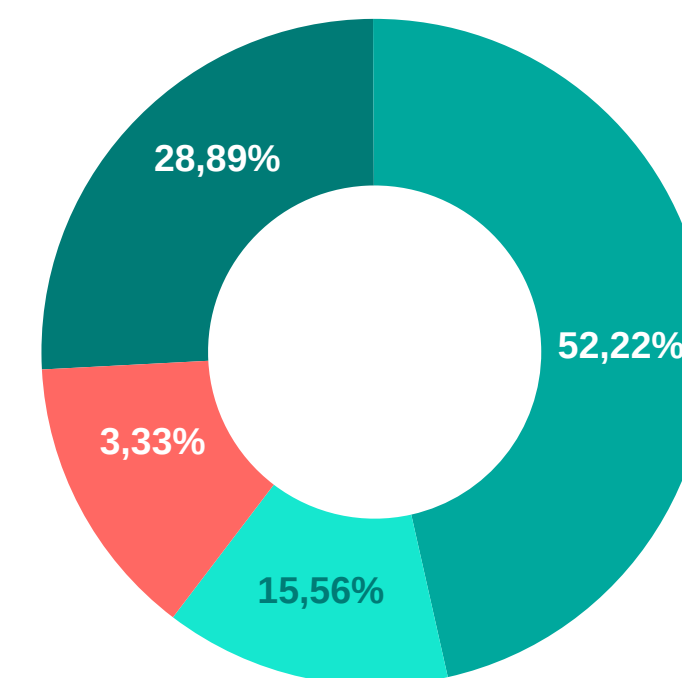


Skuteczność kanałów cyfrowych

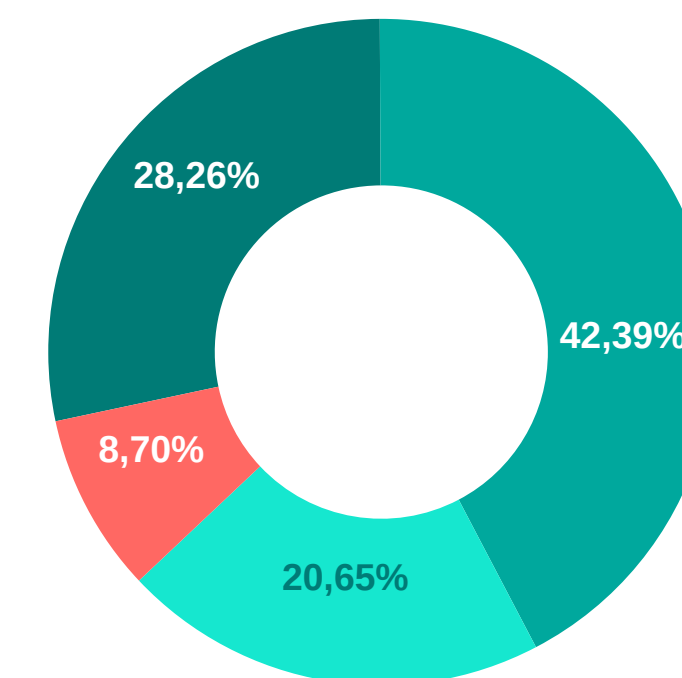
Zdecydowana większość respondentów deklaruje wysoką skuteczność kanałów cyfrowych w budowaniu dialogu w organizacji.

Wyrażanie własnych opinii oraz nawiązywanie utrzymywanie współpracy to obszary wskazywane jako nieskuteczne w odpowiednio **29%** oraz **22%** badanych firm.

PYTANIE: Na ile skutecznie Twoim zdaniem dostępne w Twojej organizacji kanały cyfrowe wspierają pracowników w(e) ...

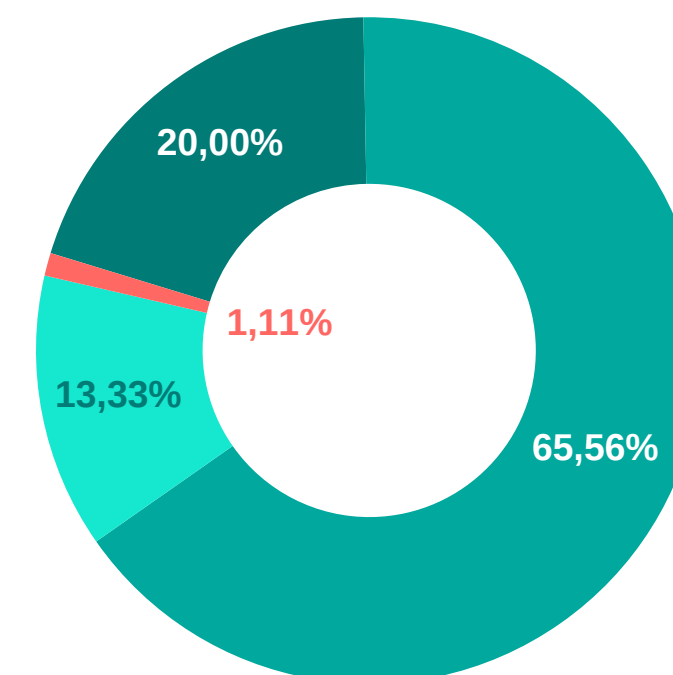


Aktywnym angażowaniu się w sprawy organizacji

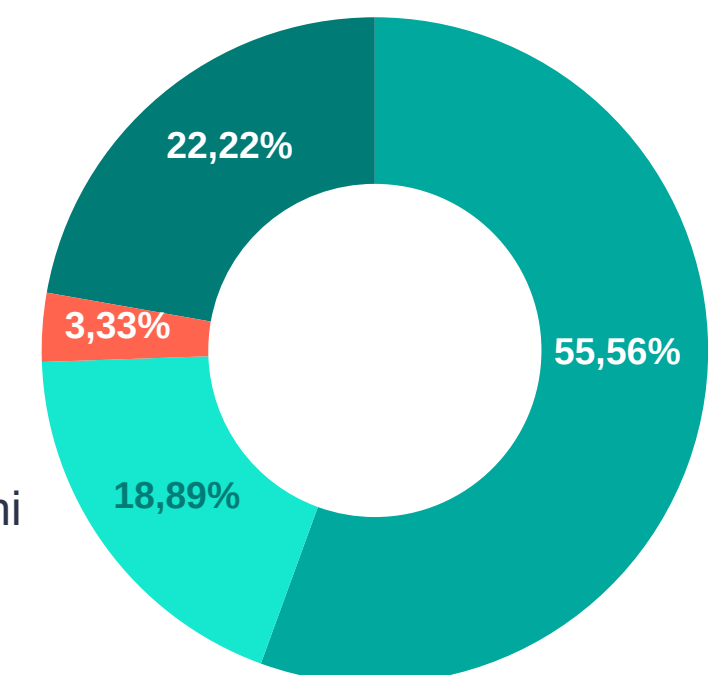


Wyrażaniu własnych opinii

Współpracy



Nawiązywaniu utrzymywaniu relacji ze współpracownikami



■ Zdecydowanie wspierają ■ Raczej wspierają ■ Raczej nie wspierają ■ Zupełnie nie wspierają

Kanały wspierające współpracę

Narzędzia, które efektywnie wspierają współpracę są dzisiaj, w dobie pracy hybrydowej i zdalnej, kluczowe.

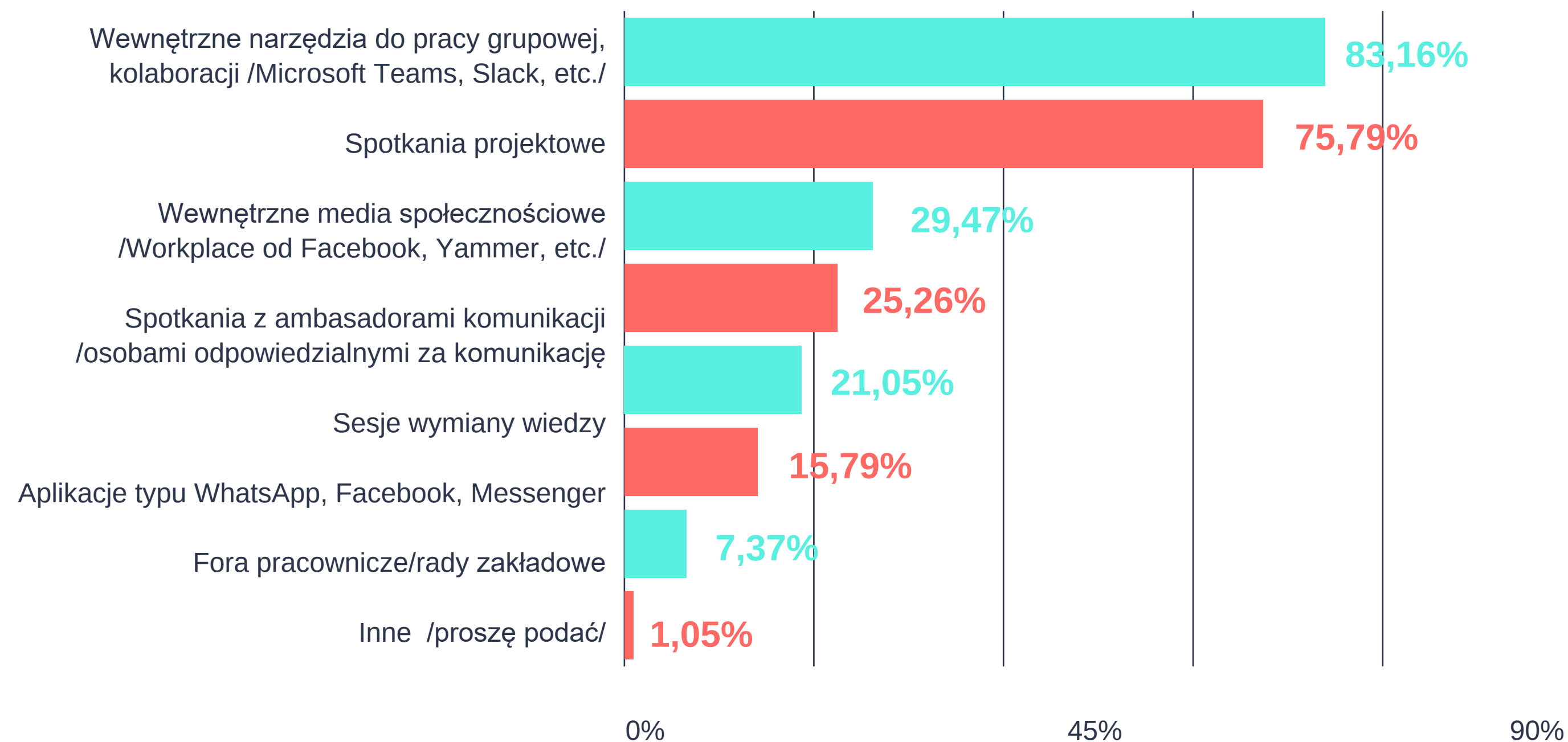
Właściwie dobrane i wdrożone, będą miały duży wpływ na skuteczną realizację celów biznesowych.

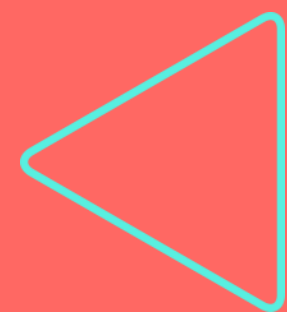
83% firm deklaruje wykorzystywanie narzędzi do pracy grupowej, na drugim miejscu są spotkania projektowe (**76%**).

Pozostałe wskazane kanały są już znacznie rzadziej wykorzystywane.

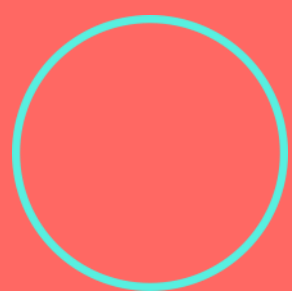
Ponad **15%** firm deklaruje wykorzystywanie aplikacji zewnętrznych do współpracy zespołowej, co może rodzić obawy o bezpieczeństwo danych i informacji wewnętrznych.

PYTANIE: Które z podanych kanałów do współpracy międzypespółowej są obecnie wykorzystywane w Twojej organizacji? /zaznacz dowolnie wiele odpowiedzi/





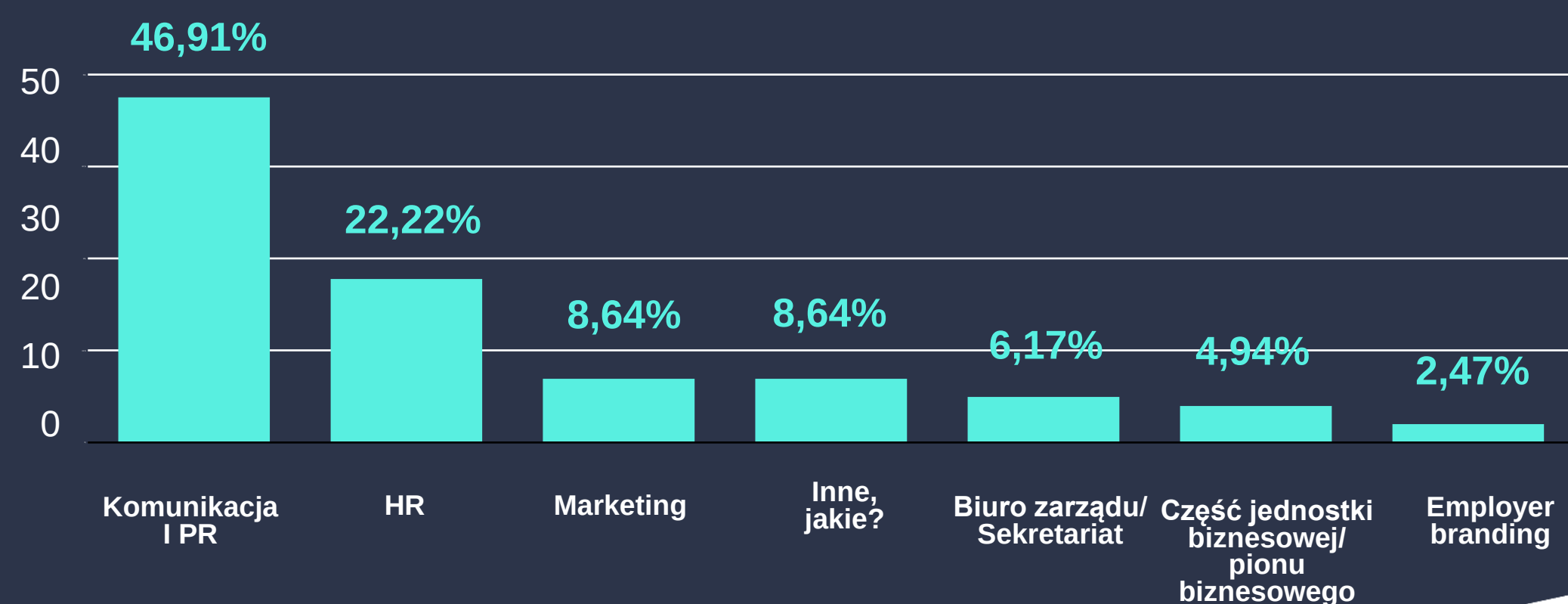
Role i zadania zespołów komunikacji wewnętrznej



Struktura i rola w organizacji

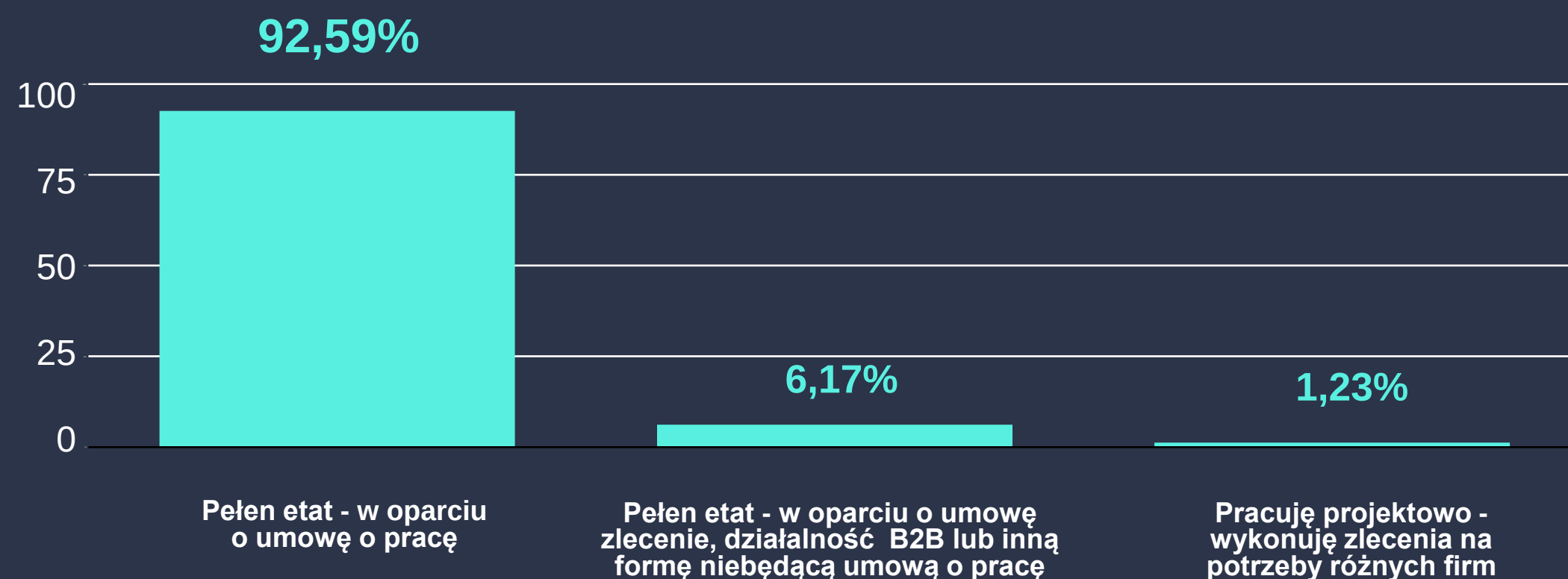
Umiejscowienie w strukturze

PYTANIE: W jakim dziale/zespole pracujesz?



Forma zatrudnienia

PYTANIE: Jaką masz formę zatrudnienia?



Struktura i rola w organizacji

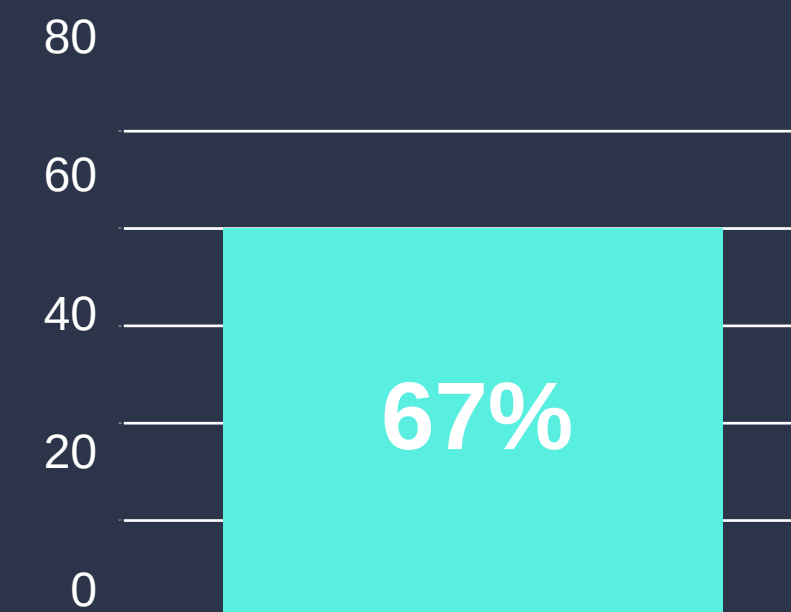
Typ komunikacji w organizacji

PYTANIE: Jaki rodzaj komunikacji funkcjonuje w Twojej organizacji?



Średni Czas pracy dedykowany na zadania związane z komunikacją wewnętrzną

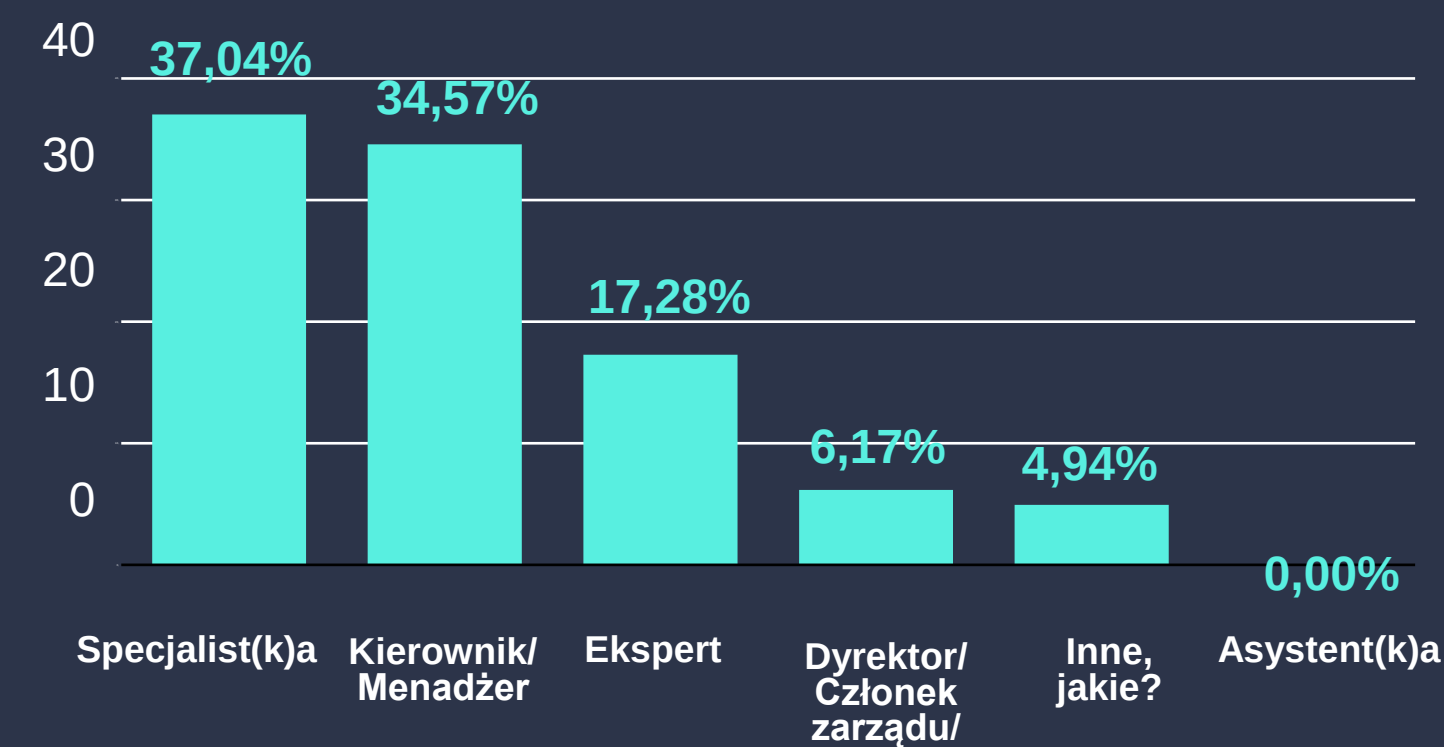
PYTANIE: Jaki procent twojego czasu pracy pochłaniają Ci zadania związane z komunikacją wewnętrzną?



Zespoły odpowiedzialne za komunikację

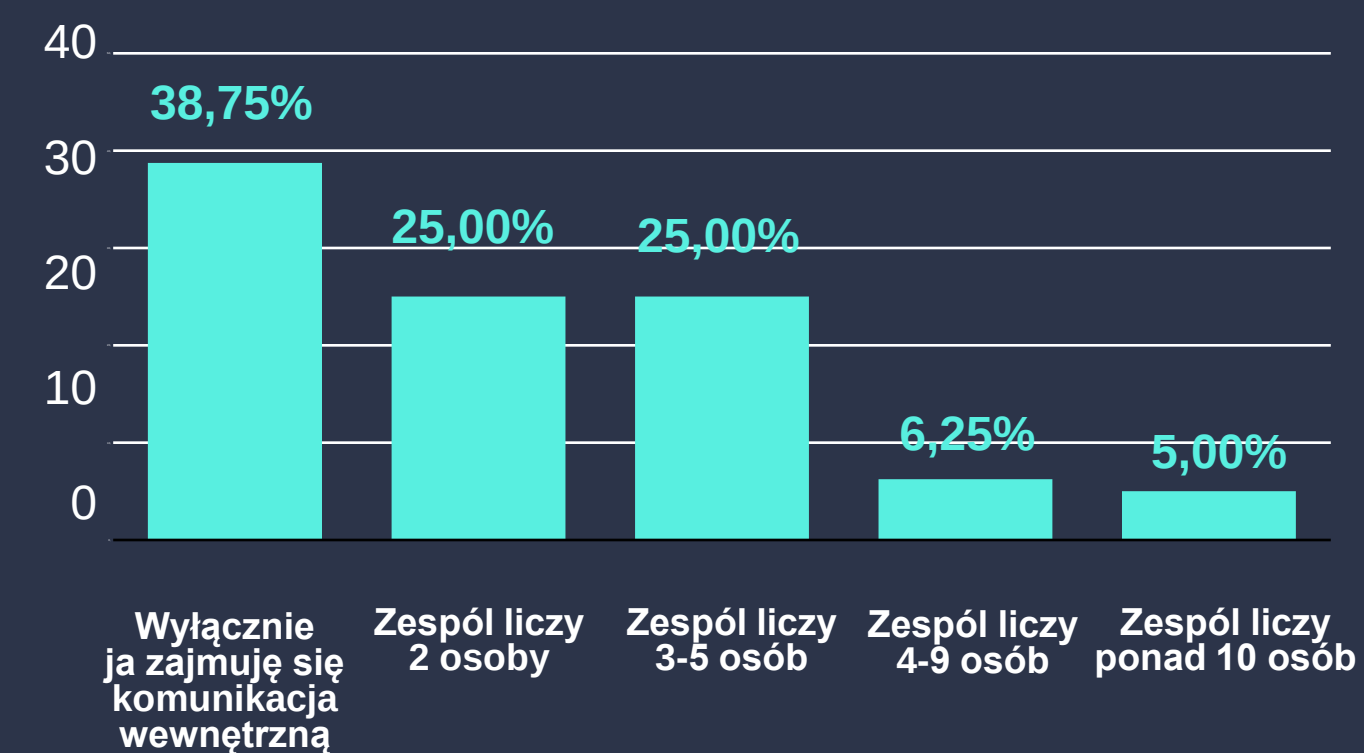
Poziom stanowiska

PYTANIE: Jaki poziom stanowiska zajmujesz?



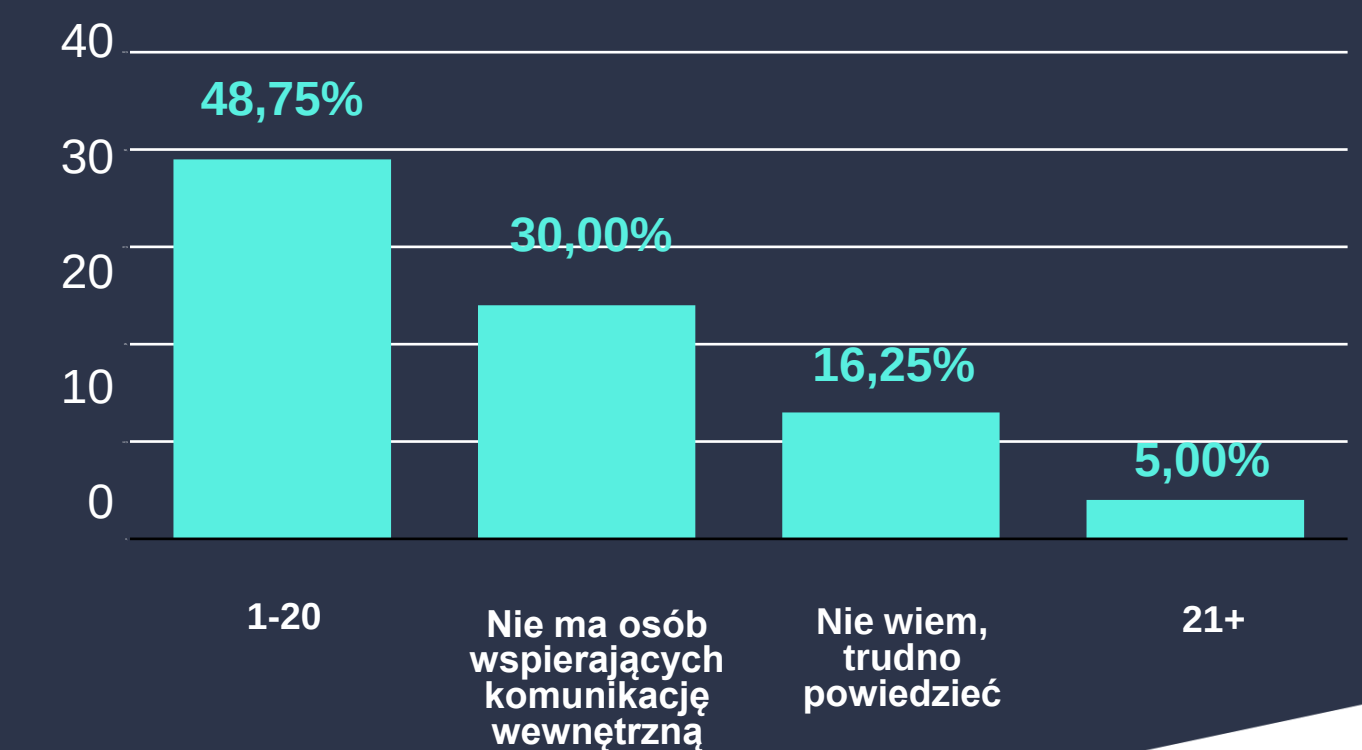
Liczebność zespołu komunikacji

PYTANIE: Ile osób zajmuje się komunikacją wewnętrzną w Twojej organizacji? (ma rolę w firmie oficjalnie powiązaną z komunikacją wewnętrzną)



Ambasadorzy komunikacji wspierający zespoły komunikacji wewnętrznej

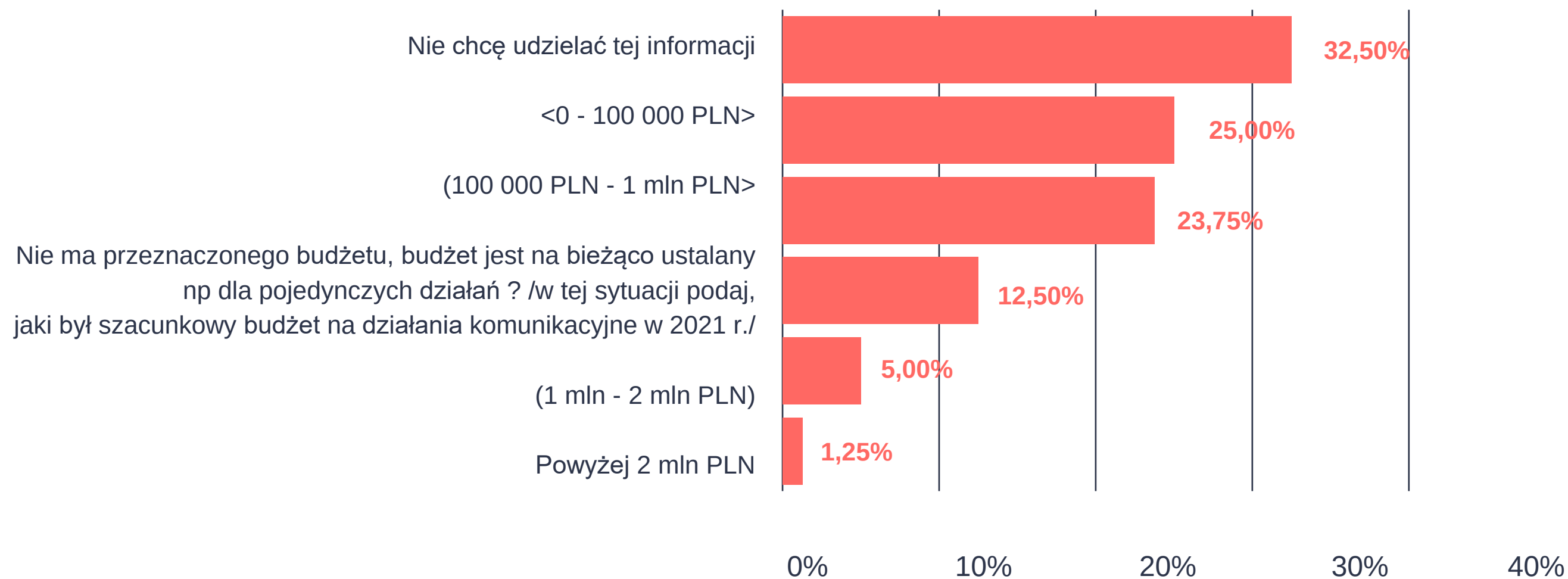
PYTANIE: Ile innych osób wspomaga komunikację wewnętrzną w Twojej organizacji? (ambasadorzy komunikacji, zespoły asystenckie, etc.)



Komunikacja w Polsce vs Global

PYTANIE: Które z poniższych narzędzi komunikacji wykorzystałeś/łaś w ostatnich 12 miesiącach w celu zebrania opinii od pracowników? /zaznacz dowolnie wiele odpowiedzi/

BUDŻET POLSKA

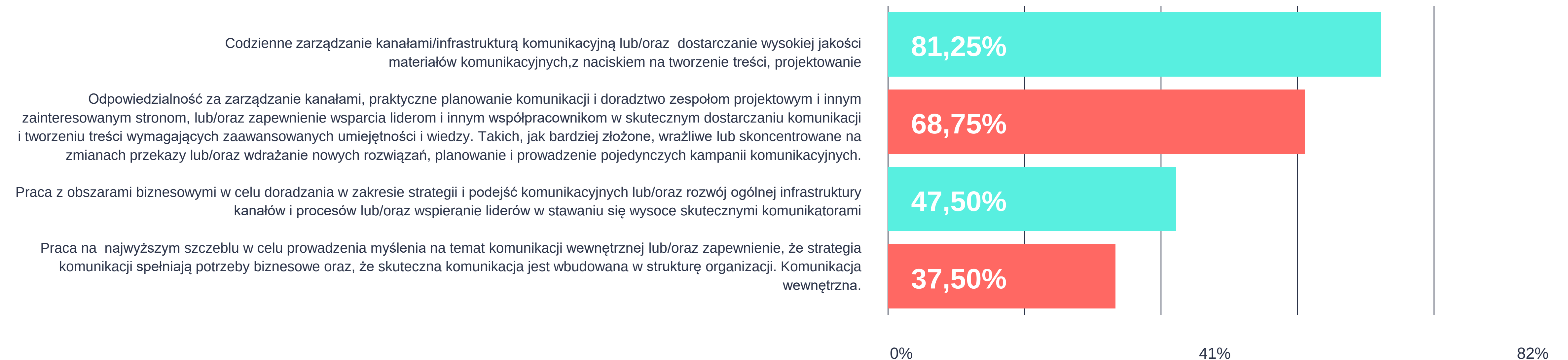


BUDŻET GLOBAL

Number of Employees	Low spend 2022	Low spend 2021	High spend 2022	High spend 2021
1-499	\$ 28 000	\$ 35 500	\$ 60 000	\$ 74 100
500-2 499	\$ 76 500	\$ 54 100	\$ 126 300	\$ 107 500
2 500-9 999	\$ 200 000	\$ 107 700	\$ 326 400	\$ 182 800
10 000-49 999	\$ 342 000	\$ 192 650	\$ 440 900	\$ 295 500
50 000+	\$ 660 000	\$ 442 300	\$ 779 800	\$ 522 600

Komunikacja w Polsce vs Global

PYTANIE: Za jakie działania komunikacji odpowiadasz? /zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi/



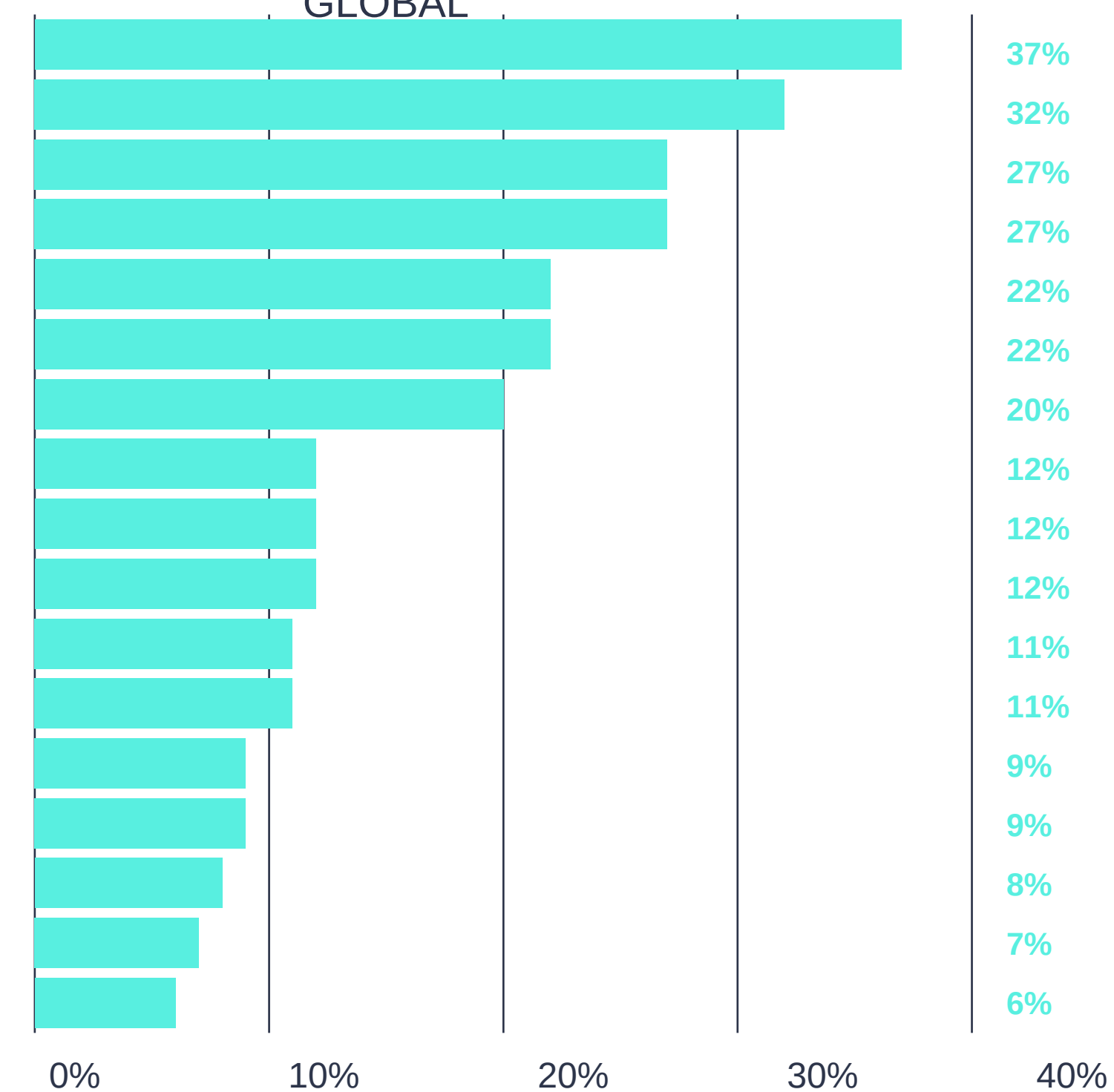
TOP wyzwania w komunikacji wewnętrznej

PYTANIE: Z jakimi trzema wyzwaniami przyjdzie Ci się zmierzyć w roku 2022? /zaznacz maksymalnie trzy odpowiedzi/

POLSKA



GLOBAL



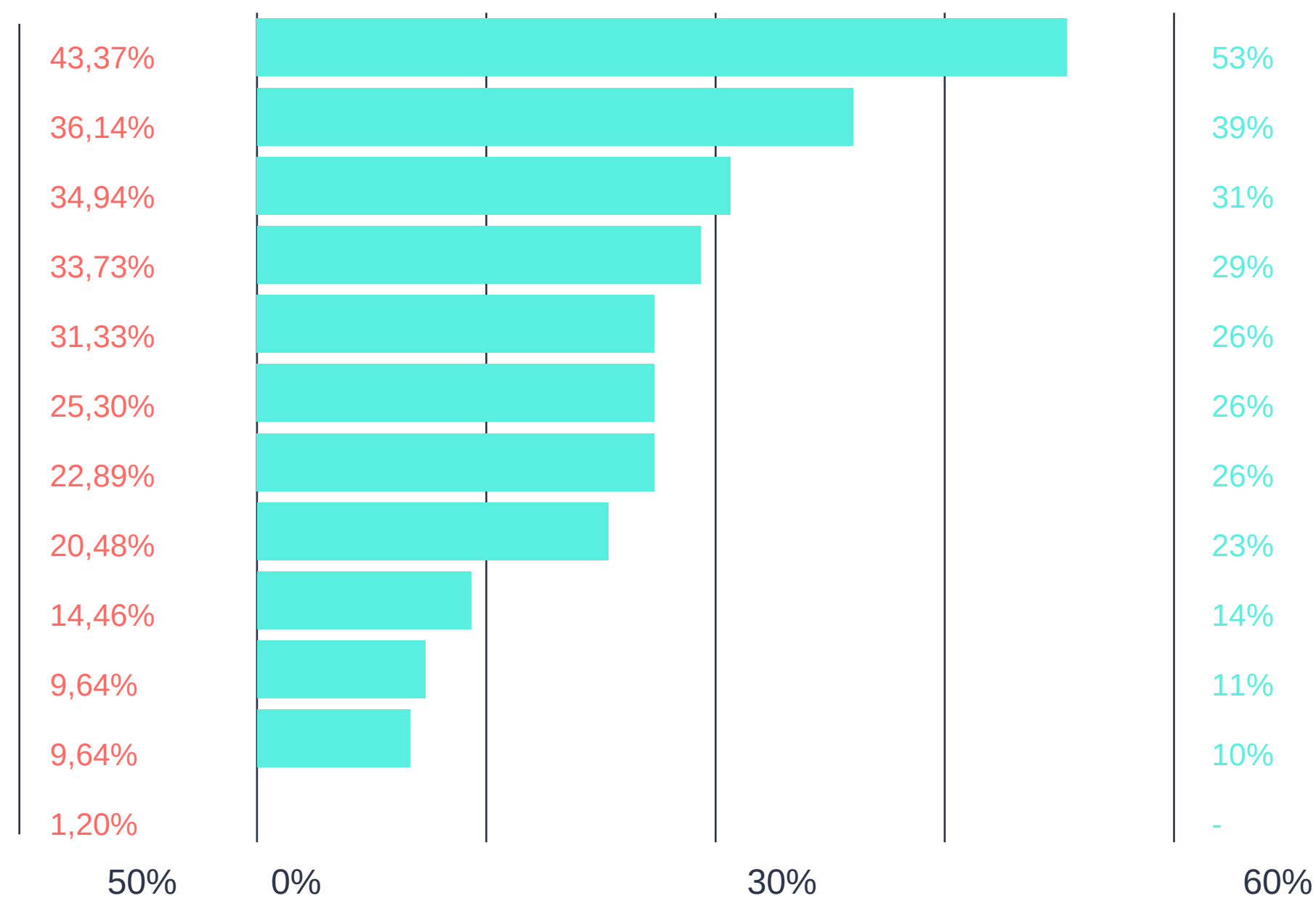
Priorytety dla komunikacji wewnętrznej na rok 2022

PYTANIE: Jakie są Twoje trzy priorytety na rok 2022? /zaznacz maksymalnie trzy odpowiedzi/

POLSKA

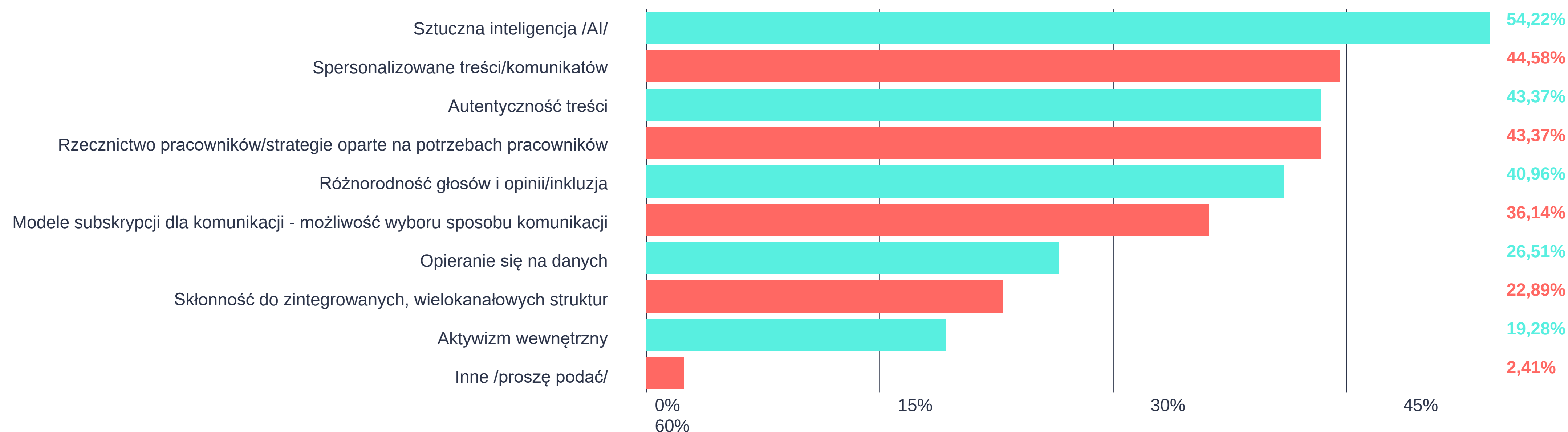


GLOBAL



TOP trendy dla komunikacji wewnętrznej w Polsce na najbliższe 2-5 lat

PYTANIE: Wybiegając 2-3 lata w przyszłość, jakich największych trendów rynkowych możemy się spodziewać? /zaznacz dowolnie wiele odpowiedzi/



Dziękuję :) iComms_

