

Инtranет в России: опыт 61 компании

Елена Богданова



2017 год

Любое использование материалов исследования
допускается только со ссылкой на автора и Ривелти.Интранет

Хотите принять участие в исследовании в 2018 году,
а также вопросы, предложения и критику отправляйте
Елене Богдановой на e.bogdanova@rivelty.ru



Ривелти.Инtranет
61 компания

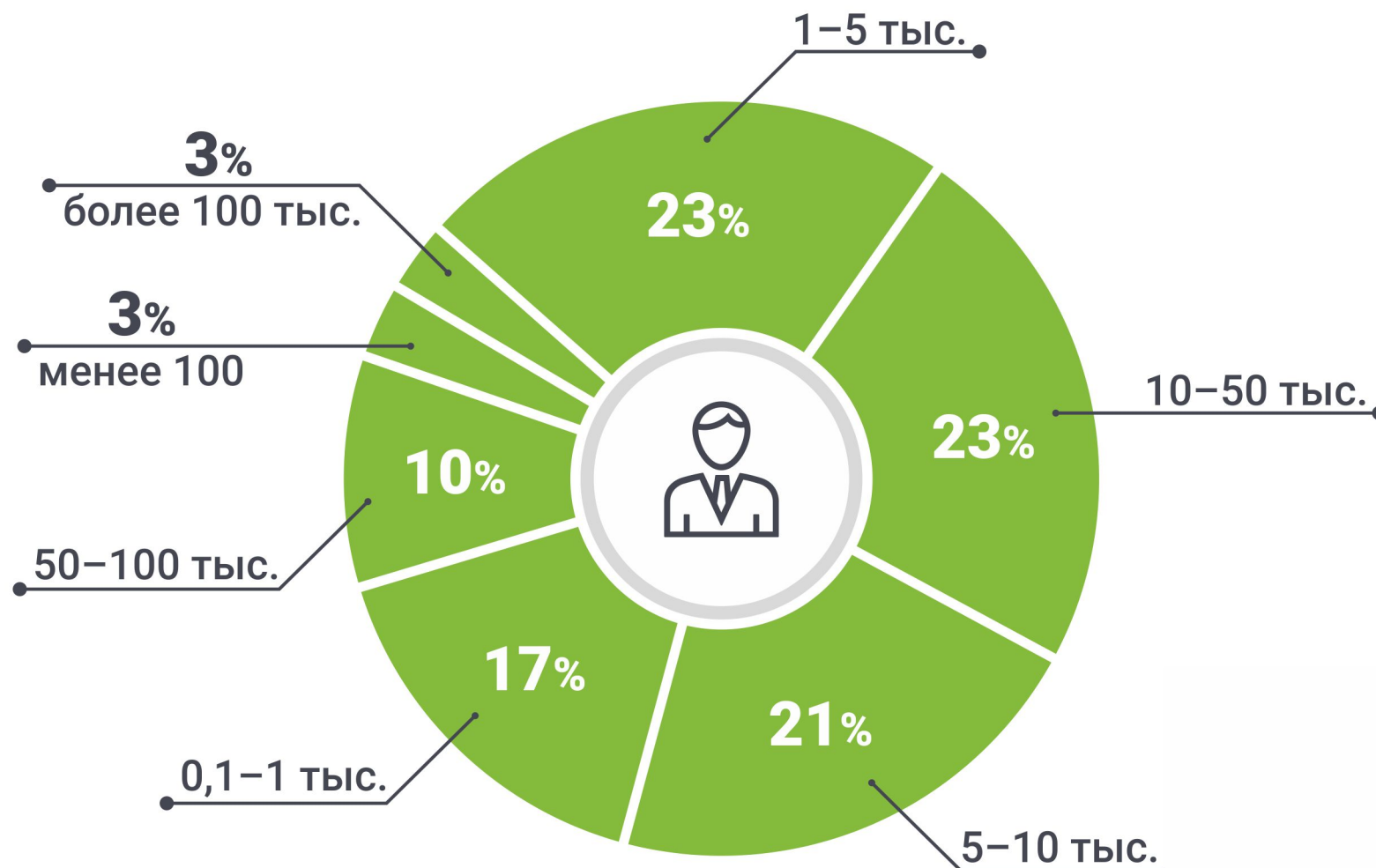


Digital Workplace Group
122 компании

Norman Nielson group
10 лучших интранетов

- В исследовании приняли участие более 60 представителей российских компании и российских офисов международных компаний, в которых есть интранет
- Совпадение участников относительно 2016 года - 40%
- Для сравнения: в международном исследовании Диджитал Воркплейс Групп в 2017 году приняли участие 122 компании со всего мира

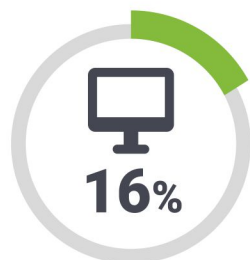
СОТРУДНИКИ



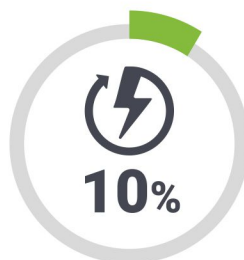
СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



Банки, финансы,
страхование



Информационные
технологии



Энергетика
и нефтегаз



Маркетинг
и реклама



Ритейл



Металлургия



Наука
и образование



Телекоммуникации



Услуги



Химическая
промышленность



Товары народного
потребления



Транспорт,
логистика,
авиация



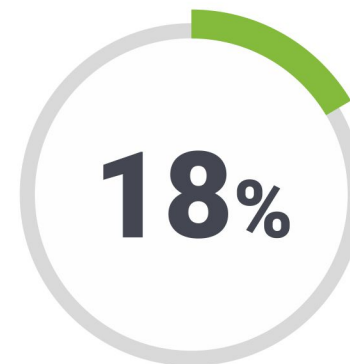
Другое



6–10 лет



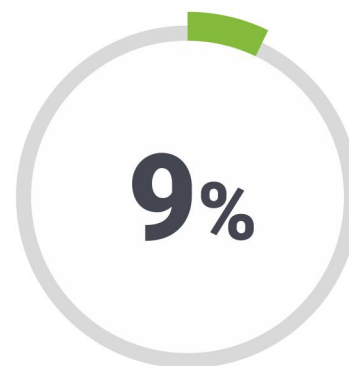
3–5 лет



1–2 года



Более 10 лет



Менее 1 года



80–100%



60–80%



30–60%



менее 30%

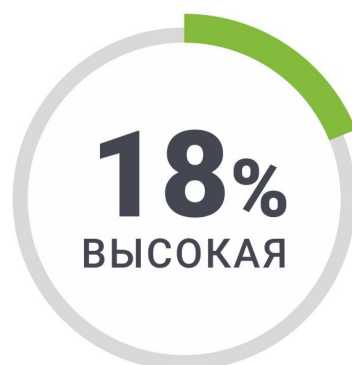
В исследовании приняли участие представители компаний разных размеров, сфер деятельности, с разными возможностями доступа сотрудников к интранету, различным опытом его использования. Это позволяет рассматривать участников исследования как репрезентативную выборку, а результаты исследования считать показательными



Наиболее популярные задачи, которые решает интранет в компании: коммуникации, поиск сотрудников и документов, сбор обратной связи



Более 51%



40–50%



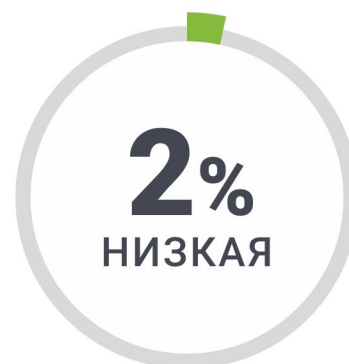
30–40%



20–30%



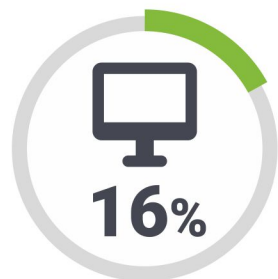
10–20%



Менее 10%

- В 37% компаний более половины сотрудников посещают интранет каждый день
- В 55% компаний высокая посещаемость (свыше 40% уникальных пользователей ежедневно)

КОМПАНИИ С ВЫСОКОЙ ПОСЕЩАЕМОСТЬЮ (40–50% и более 51%)



Информационные
технологии



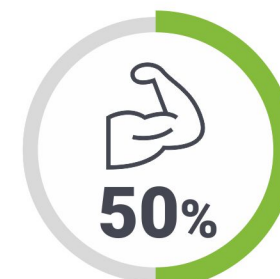
Финансы



Возраст интранета:
от 3 до 10 лет



С помощью подрядчика



Своими силами

Развитие и поддержка
интранета



Ресурсы на развитие



От 1000 до 10 000
сотрудников

Высокие показатели посещаемости преобладают в компаниях размером от 1 до 10 тысяч сотрудников и возрастом интранета от 3 до 10 лет. Подтверждается тезис по результатам исследования 2016 года: стабильных высоких показателей посещаемости проще достичь в компаниях не гигантах и для этого нужно время



НАГРАДЫ

ИНТРАНЕТ-НАГРАДЫ



36%
Есть

25% Best Intranet Russia



64%
Нет

- В 36% компаний интранет получал награды в российских и международных конкурсах
- В 25% компаний есть награда конкурса «Best Intranet Russia»
- Менее 5% компаний имеют международные награды

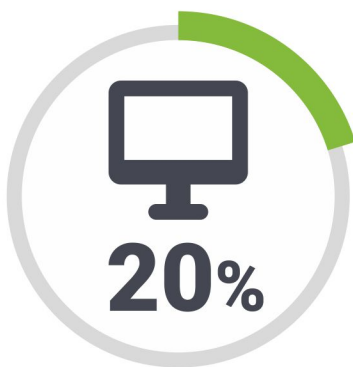
ПОРТРЕТ ПОБЕДИТЕЛЕЙ



Возраст интранета
более 3 лет



Финансовая отрасль



Информационные
технологии



Телекоммуникации

- Чаще всего награды получают интранеты компаний, в которых корпоративный портал уже более 3 лет
- Преимущественно это финансовые, ИТ и телекоммуникационные компании

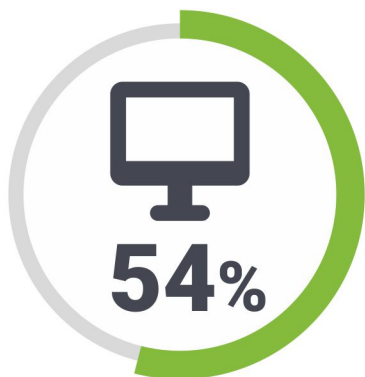


ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ
КОНТЕНТА



- 26% компаний используют персонализацию контента: по географии, площадке, должности или роли пользователя. В сравнении с прошлым годом наблюдается отрицательный тренд (в 2016 году 36% компаний использовали персонализацию)
- Если сравнивать с международным опытом, то в 2016 году отставание составляло всего 10%, в 2017 – уже 30%. В мире наблюдается активный тренд к персонализации контента, в России пока преобладает единый контент для всех

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ КОНТЕНТА



Информационные
технологии,
финансы



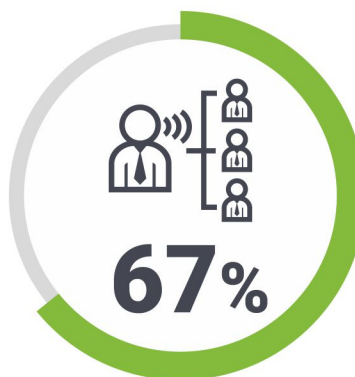
Металлургия



До 5 тысяч
сотрудников



MS Sharepoint

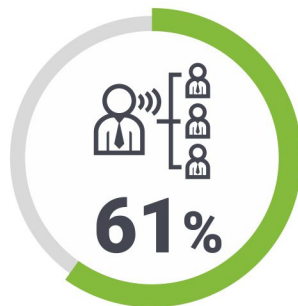


Внутренние
коммуникации

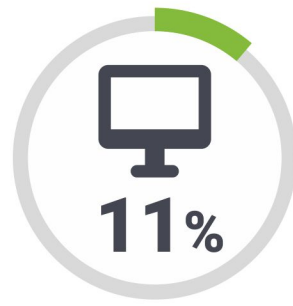
Персонализацию контента чаще всего используют компании, в которых сотрудник работает с компьютером (ИТ и финансовые компании – 54%), а также производственные компании. В 73% случаев – это компании размером до 5 тысяч сотрудников



ИНТРАНЕТ-КОМАНДА



Внутренние
коммуникации



Информационные
технологии



Маркетинг



Управление
персоналом



Управление
знаниями

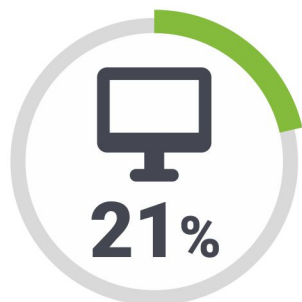


Другое

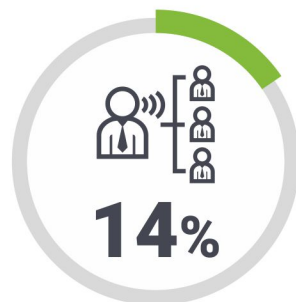


Проектный офис

- Наиболее популярным владельцем интранета в России, как и в мире, являются подразделения, отвечающие за коммуникации
- В 61% российских компаний основной владелец интранета - внутренние коммуникации, на втором месте по популярности – ИТ, на третьем – маркетинг, на четвертом – проектный офис



Информационные
технологии



Внутренние
коммуникации



Управление
персоналом



Бизнес-подразделение



Маркетинг



Совладельцев нет



Управление
знаниями

- Чаще всего совладельцем интранета выступает ИТ-подразделение (21%), на втором месте – внутренние коммуникации (14%)
- Только в 5% компаний совладельцем интранета является бизнес-подразделение. Интранет будет решать задачи бизнеса, если в него активно вовлекать бизнес-подразделения (пусть не на роль основного владельца, но в качестве одного из совладельцев)

СОСТАВ ИНТРАНЕТ-КОМАНДЫ

ответили 93% 

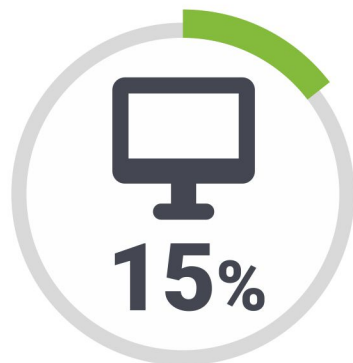


- В 70% компании в составе интранет-команды есть ИТ-администратор
- В 48% компаний есть интранет-менеджер. Можно предположить, что в остальных компаниях его роль выполняют PR- или HR-специалисты

КОМПАНИИ, В КОТОРЫХ ЕСТЬ ИНТРАНЕТ-МЕНЕДЖЕР



Финансовая отрасль



Информационные
технологии



Нефтегазовая
отрасль



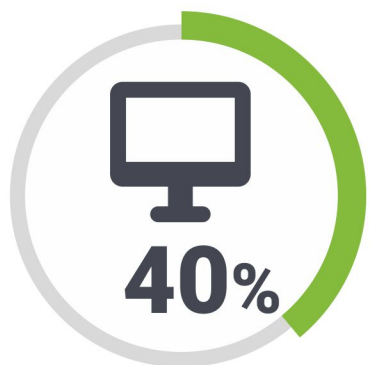
Возраст интранета:
более 3 лет



От 1 000 до 50 000
сотрудников

- Интранет-менеджер чаще всего встречается в финансовых, ИТ и нефтегазовых компаниях
- В 69% случаев интранет-менеджер есть в компаниях, в которых интранету больше 3 лет. Можно предположить, что нужно время для понимания необходимости интранет-менеджера в команде

КОМПАНИИ, В КОТОРЫХ ЕСТЬ ЮЗАБИЛИСТ



Информационные
технологии



До 1 тыс.
сотрудников



Возраст интранета:
более 6 лет

- Специалист по юзабилити есть только в 11% компаний, несмотря на то, что ключевым приоритетом в развитии является удобство интранета (62%, раздел «Приоритеты развития»)
- Юзабилист есть преимущественно в ИТ-компаниях, а также в компаниях небольшого размера: до 1 тысячи сотрудников, где интранету уже больше 6 лет. В ИТ-компаниях в команде сегодня всегда есть юзабилити-специалист, поэтому его не сложно привлечь и в интранет-проект. В маленьких компаниях уделяют внимания деталям больше, чем в больших

2017 год



Средняя загрузка



Есть персонализация
контента



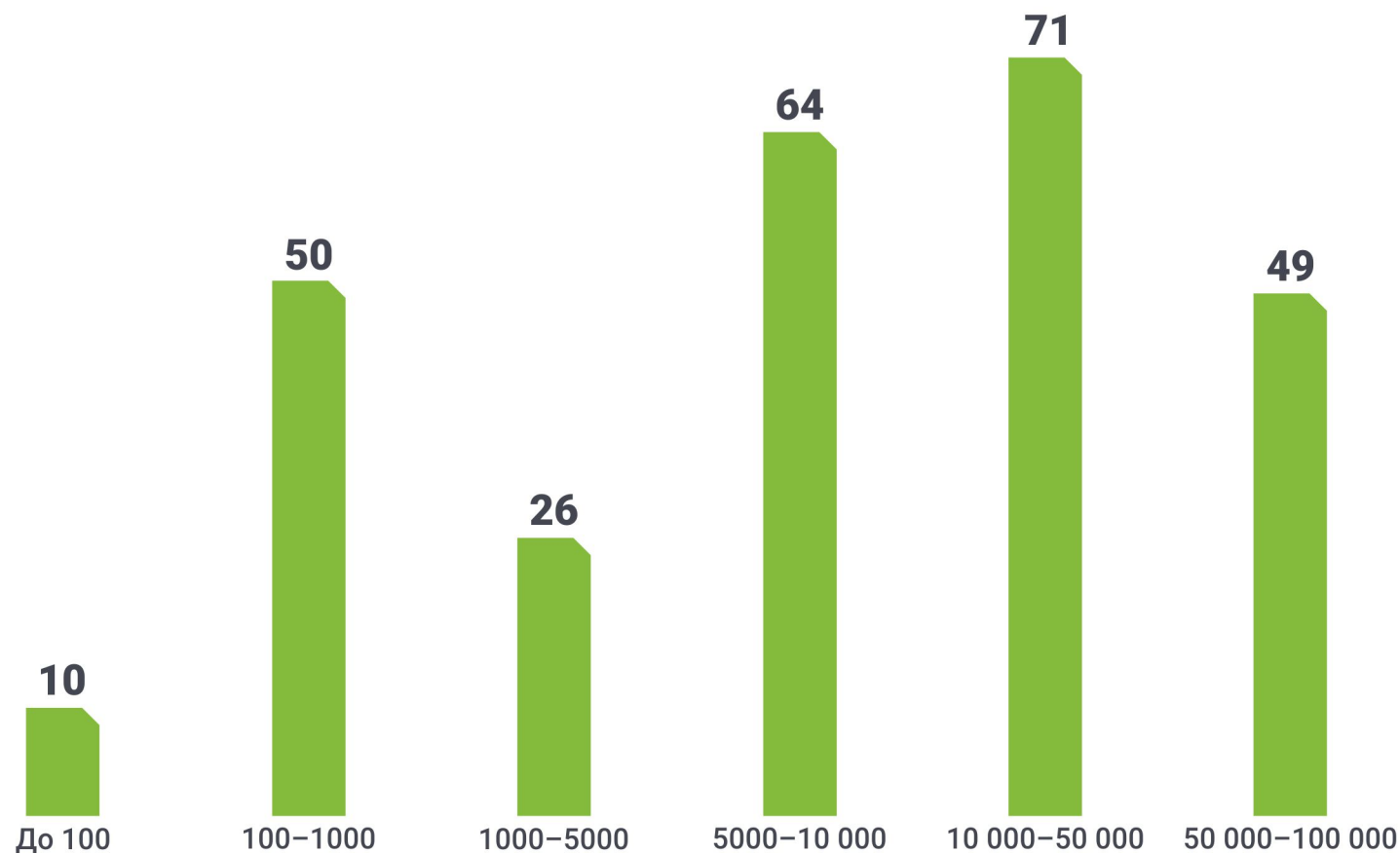
Посещаемость
более 51%

2016 год



- На поддержку и развитие интранета компании в среднем тратят 50 часов в неделю
- В компаниях, где есть персонализация контента – 60 часов в неделю, там, где высокая посещаемость интранета – 70 часов в неделю

Среднее количество часов



- Больше всего времени на поддержку и развитие интранета инвестируют в компаниях размером от 10 до 50 тысяч сотрудников
- Независимо от размера компании, в среднем в России размер интранет-команды – не более 2 штатных единиц

РАЗМЕР ИНТРАНЕТ-КОМАНДЫ

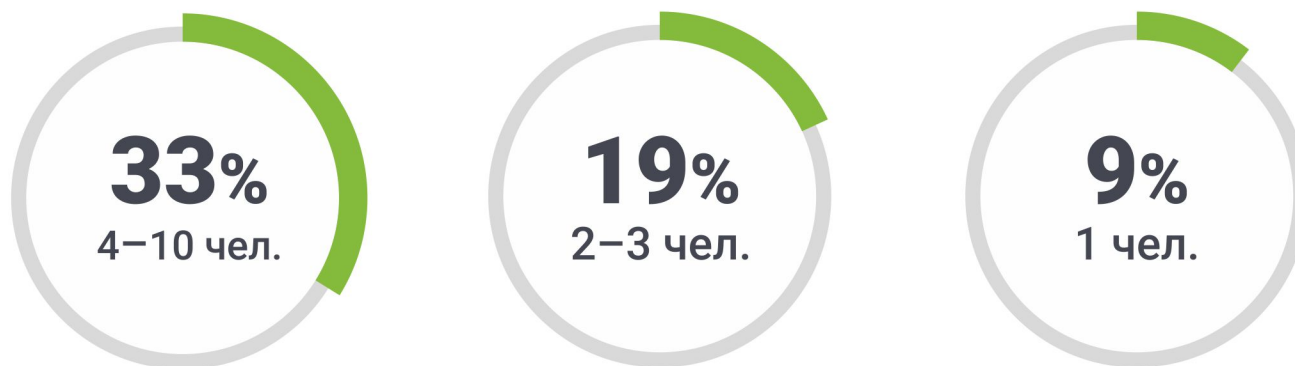


10 Best Intranets by NN/Group 2001-2017



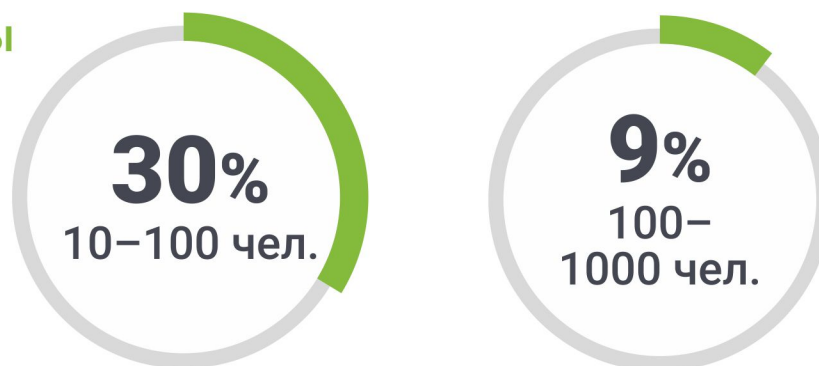
- Если сравнивать с международным опытом, то отличие в размере команд колоссальное. В мире для компаний размером от 10 до 100 тысяч сотрудников размер интранет-команды – около 13 штатных единиц, в России – 2 штатные единицы
- По данным исследования Nielsen Norman Group «10 Best intranets» средний размер интранет-команды – 12 штатных единиц

Централизованное сопровождение

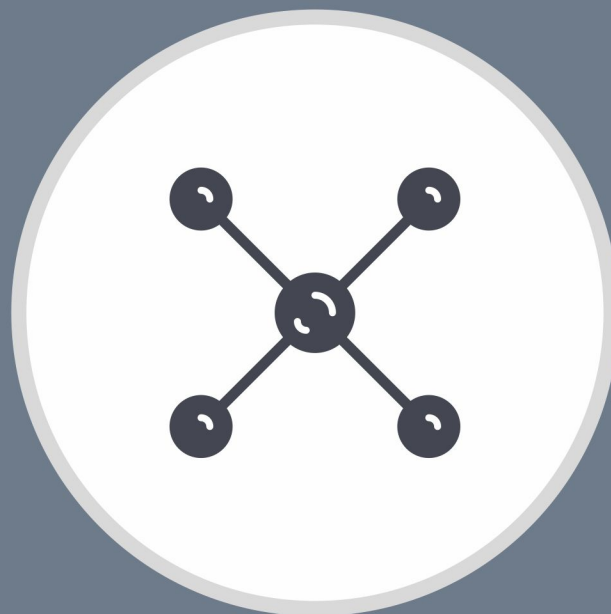


Распределенное сопровождение

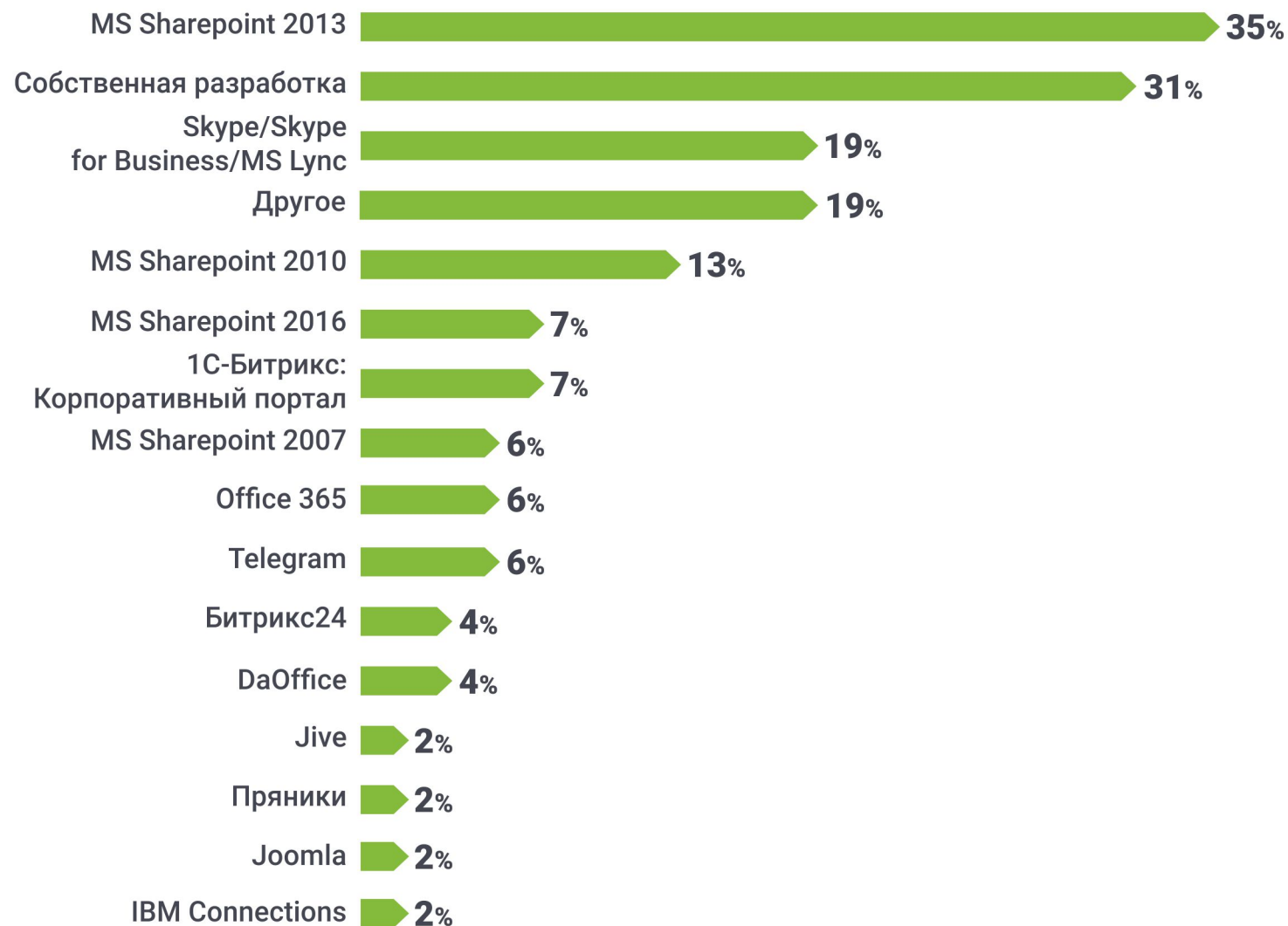
27% финансы



- В России в 60% компаний используют централизованную публикацию контента, в 39% – используется распределенное сопровождение
- Распределенное сопровождение чаще всего встречается в финансовом секторе

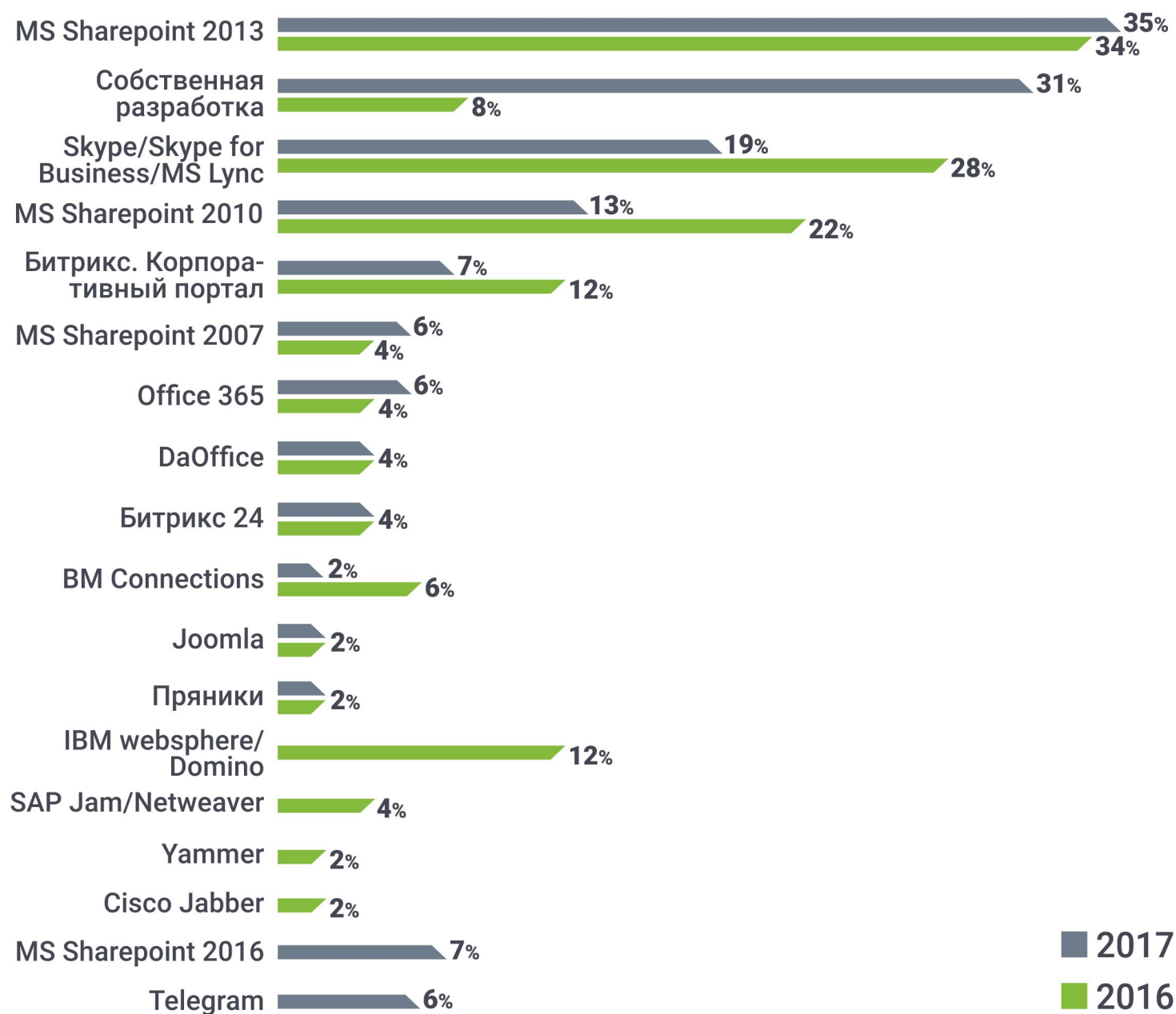


ТЕХНОЛОГИИ



- На первом месте по популярности среди ИТ-решений для интранетов, как и в 2016 году, продукты компании Microsoft (разные версии MS SharePoint)
- На втором месте – собственная разработка (31%). Здесь наблюдается существенный рост по сравнению с 2016 годом (8%)
- На третьем месте – продукты 1С-Битрикс

ТЕХНОЛОГИИ



- Частота использования MS SharePoint в качестве ИТ-решения для интранета близка к данным 2016 года
- Облачное решение Office365 занимает всего 6% рынка (есть небольшой положительный тренд в сравнении с 2016), в мире в три раза чаще – 18%
- Использование в качестве корпоративного мессенджера Skype/ Skype for Business/ MS Lync в мире составляет 80%, что в 4 раза чаще, чем в России
- Новые решения относительно 2016 года: MS SharePoint 2016 (7%) и использование в качестве корпоративного мессенджера Telegram (6%)
- В 2017 году отсутствуют компании, в которых внедрен IBM Websphere



МОБИЛЬНАЯ ВЕРСИЯ



23%

Есть



77%

Нет

**В 14% компаний
мобильная версия
запрещена СБ**

- 23% компании используют мобильную версию интранета, в остальных – мобильной версии нет
- В 14% компании мобильная версия запрещена Службой безопасности

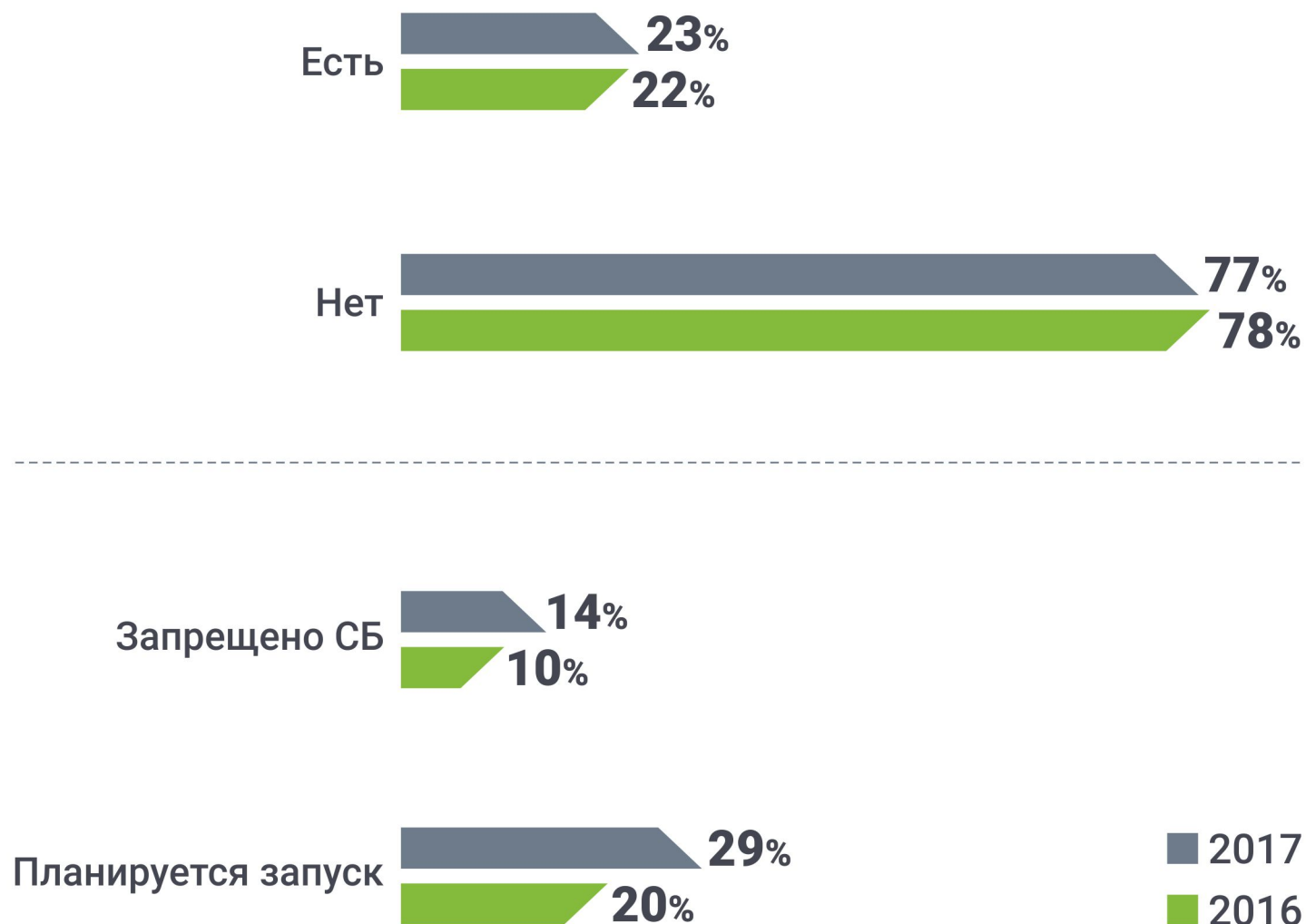
ЗАДАЧИ МОБИЛЬНОЙ ВЕРСИИ ИНТРАНЕТА

ответили 20% 



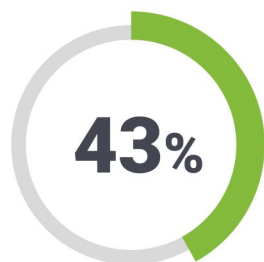
Наиболее популярные задачи, которые решает мобильная версия интранета, похожи с наиболее популярными задачами интранета в компании: коммуникации (67%), поиск сотрудников (50%) и сбор обратной связи (42%)

ТЕНДЕНЦИИ СОЗДАНИЯ МОБИЛЬНОЙ ВЕРСИИ ИНТРАНЕТА

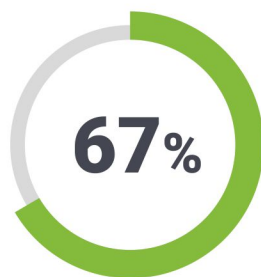


- Наблюдается небольшой положительный тренд (1%) в создании мобильных версий интранета относительно 2016 года
- В 2017 году на 10% больше компаний планируют запустить мобильную версию интранета в перспективе 1,5 лет. Так, через 1,5 года более 50% компаний будут иметь мобильную версию интранета

КТО ПЛАНИРУЕТ СОЗДАНИЕ МОБИЛЬНОЙ ВЕРСИИ ИНТРАНЕТА



Более 10 тыс.
сотрудников



Посещаемость
до 40%



Посещаемость
более 40%

- Запустить мобильную версию интранета планируют чаще всего в финансовом секторе (29%) и в ИТ-компаниях (19%)
- Большую долю (45%) занимают компании, в которых сотрудники не работают за компьютером и не имеют постоянного доступа к интранету (металлургия, нефтегазовая отрасль, ритейл, образование, общественное питание, телекоммуникации)

МОБИЛЬНАЯ ВЕРСИЯ ЗАПРЕЩЕНА СЛУЖБОЙ БЕЗОПАСНОСТИ



Нефтегазовая
отрасль



Более 50 тыс.
сотрудников



Высокая
посещаемость
(более 51%)

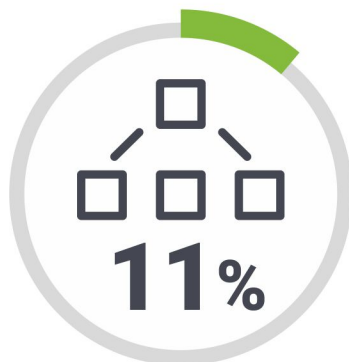
Мобильная версия интранета чаще всего запрещена в нефтегазовой отрасли (38%), в компаниях с высокой посещаемостью интранета (50%) и размером более 50 тысяч сотрудников (38%)



ИНСТРУМЕНТЫ
ДЛЯ ТОП-МЕНЕДЖЕРОВ



Дашбоард



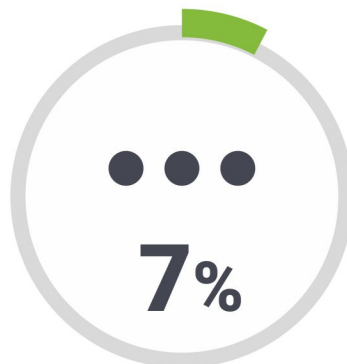
Проектное
управление



Работа
с коллегиальными
органами

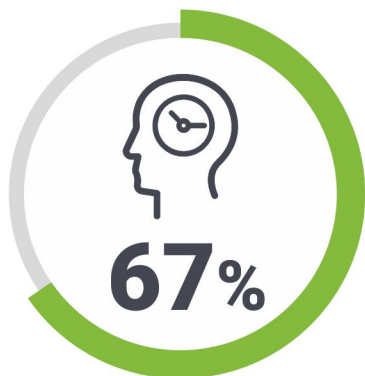


Нет таких
инструментов

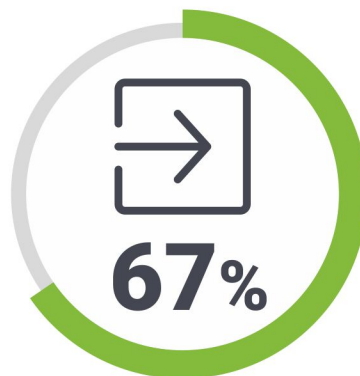


Другое

- В 68% компаний в интранете нет никаких инструментов для топ-менеджеров
- В 16% компаний в интранете есть дашборд с показателями деятельности компании, в 11% - инструмент для работы с проектами, в 2% компаний – инструмент для работы коллегиальных органов



Возраст интранета:
более 6 лет



Доступ к интранету
более 80%



Финансовая отрасль

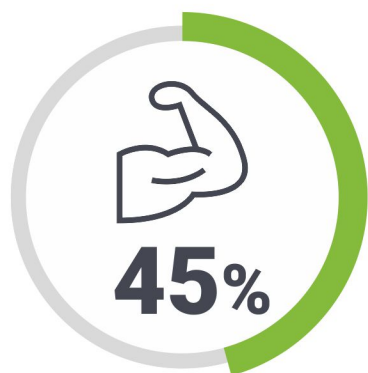


Более 10 тыс.
сотрудников

- В 67% компаний, где есть дашборд, интранету уже более 6 лет. Чаще всего это финансовый сектор: здесь умеют работать с показателями и цифрами
- В 56% случаев это компании размером более 10 000 сотрудников: дашборд дорогое и комплексное решение, поэтому позволить его могут чаще всего компании класса Enterprise



РАЗВИТИЕ ИНТРАНЕТА



Своими силами



Своими силами +
подрядчик

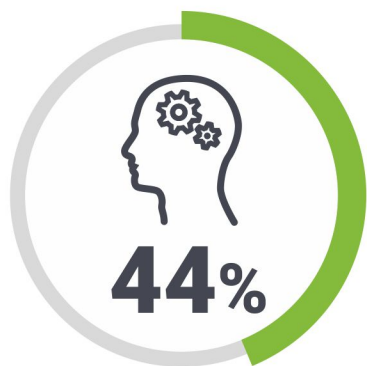


С помощью
подрядчика

- Почти половина компаний развивает интранет своими силами, другая половина – привлекает подрядчика
- Показатели близки к цифрам 2016 года, есть небольшой тренд (+2%) в сторону привлечения подрядчика

РАЗВИТИЕ ИНТРАНЕТА САМОСТОЯТЕЛЬНО

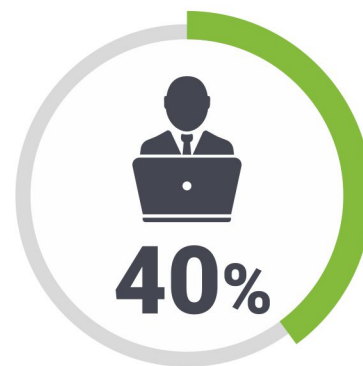
Чаще всего интранет самостоятельно развивают
ИТ и финансовые компании



Собственная
разработка



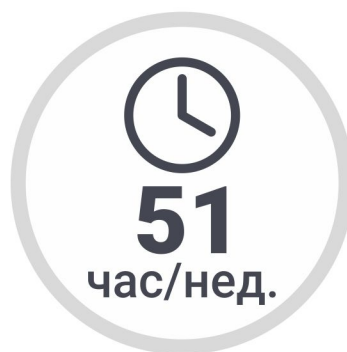
В компании
менее 5 тыс. чел.



Есть интранет-
менеджер



Возраст интранета:
более 6 лет



Ресурсы
на развитие

- Самостоятельно развивают интранет компании, в которых интранет-платформа разработана собственными силами (44%), размер компании - менее 5 тысяч сотрудников, а интранету более 6 лет
- Можно предположить, что исторически была выбрана собственная платформа, как результат – развитие интранета тоже собственными силами. Также можно предположить, что для небольших компании дешевле разработать самим максимально под свои нужды, чем приобрести дорогостоящее промышленное решение. Такой подход чаще всего встречается в ИТ и финансовых компаниях

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДРЯДЧИКА



Инtranету
более 3 лет



Есть
инtranет-менеджер



Ресурсы
на развитие



В компании
более 5 тыс. чел.

Преимущественно финансовые
и нефтегазовые компании,
а также страхование и химическая отрасль

Привлекают подрядчика для
развития интранета чаще всего
компании размером
более 5 тысяч сотрудников.
Преимущественно компании
из финансовой, химической,
нефтегазовой отрасли



1 раз
за всю историю

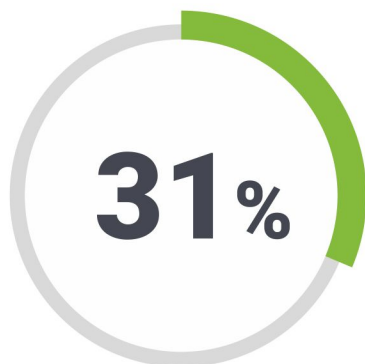


1 раз
в 3 года



1 раз
в 5 лет

69% компаний минимум 1 раз полностью
перезапускали интранет



Не было

69% компаний хотя бы раз
за всю историю проводили
реновацию интранета

ПЕРЕЗАПУСК / РЕНОВАЦИЯ ИНТРАНЕТА



- В сравнении с 2016 годом количество компании, в которых реновация проводится раз в три года увеличилось в два раза
- Можно говорить о том, что есть тренд сокращения срока жизни одной версии интранета в компании до 3 лет. После – меняются задачи бизнеса, растут ожидания и потребительский опыт пользователей, меняется интранет-менеджер



ПОДРЯДЧИК

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОДРЯДЧИКА



- В сравнении с 2016 годом привлекать подрядчика стали на 10-20% реже
- Сохранились практически неизменными по частоте привлечения подрядчика: разработка, техническая поддержка и создание видео контента. Это можно объяснить специфичностью этих задач: требуются узконаправленные знания и навыки, высокая стоимостью сотрудников для работы в штате
- На задачу разработки концепции интранета привлекают 17% компаний, на задачу аудита интранета – 13%

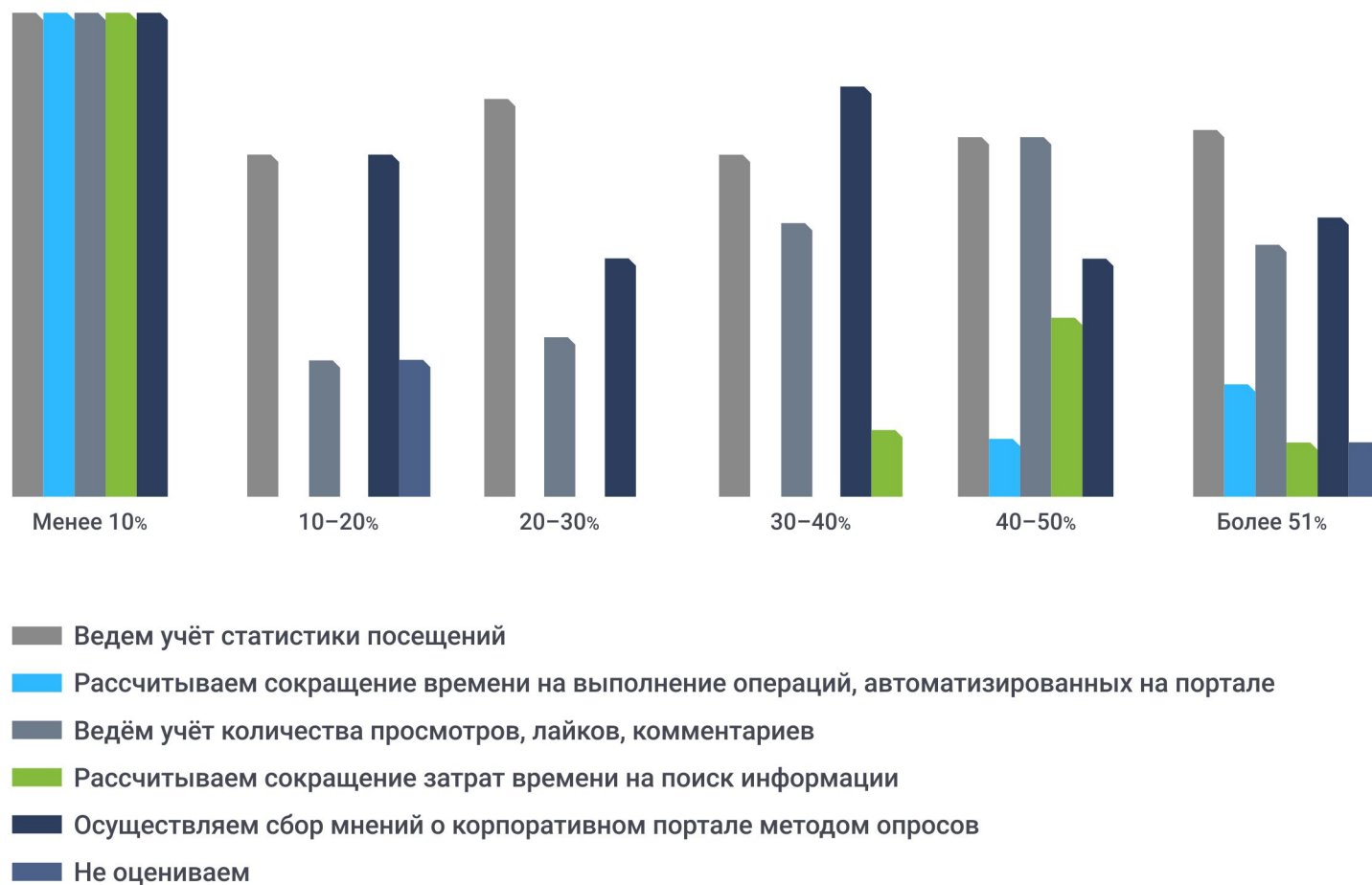


ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ



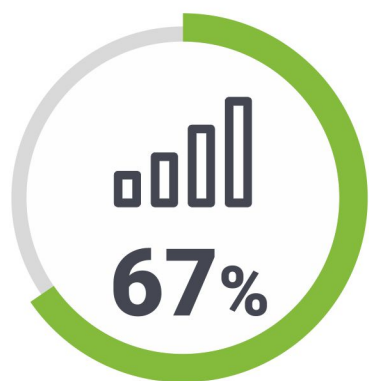
- Для оценки эффективности 70% компаний ведет учет статистики, 60% – собирают мнения пользователей, 50% – ведут учет количества просмотров, лайков, комментариев
- Только 14% считают сокращение затрат времени за счет автоматизации рутинных операций, 11% – считают сокращение времени на поиск информации

ПОСЕЩАЕМОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ



- В компаниях с более высокой посещаемостью считают экономическую эффективность интранета
- Можно предположить, что в компаниях, где интранет создается для решения бизнес-задач, считают какую экономическую выгоду он принесет. А интранет, который решает бизнес-задачи, всегда имеет более высокую посещаемость

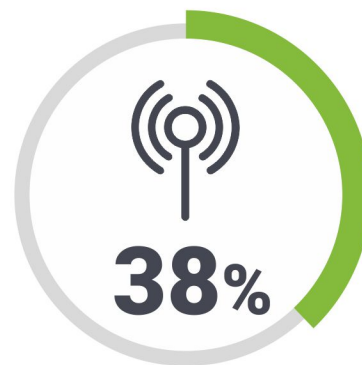
КОМПАНИИ, В КОТОРЫХ СЧИТАЮТ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ



Высокая
посещаемость
(более 51%)



Возраст
интранета:
более 6 лет



Телекоммуникации

Экономическую эффективность считают в компаниях с высокой посещаемостью (67%), где интранету более 6 лет, чаще всего - это телекоммуникаций



ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ НА 1,5 ГОДА

ответили 92% 



- Ключевой приоритет в развитии интранета для 62% компаний (в 2016 году - 73%) – это доработка интранета в части удобства
- Приоритет №2 по популярности – это создание Digital workplace (33%)
- Приоритет №3 по популярности – разработка мобильной версии. В ближайшие 1,5 года почти 30% компании планируют запустить мобильную версию. Если учесть тех, у кого уже есть, через 18 месяцев более 50% компаний будут иметь мобильную версию
- Планируют мигрировать в облака 0% компаний
- Активно использовать видео в интранете планируют только 11%. В мировой практике использование видео в интранете является такой же обычной практикой, как наличие текстового контента. В России видео в интранете часто используется в качестве развлекательного контента

Инtranет должен быть для пользователя:

Удобство пользователя — приоритет №1.

Ключевые тренды в развитии: Digital workplace, персонализация интранета и мобильная версия

Инtranет должен экономить деньги компании:

Инtranет должен решать бизнес-задачи сотрудников, тогда посещаемость будет высокой



Ривелти.Инtranет

e.bogdanova@rivelty.ru

in Muratshina

f Elena.Muratshina

Елена Богданова

intranet.rivelty.ru