

«Корпоративный блоггинг: перспективы в Рунете».

Часть I

Исследование русскоязычных корпоративных блогов.

«Контора пишет»

– О. Бендер

Компанией NetMind было исследовано чуть более ста корпоративных русскоязычных блогов. Нас интересовали основные характеристики русскоязычных корпоративных блогов и, в целом, использование компаниями этого инструмента PR. Исследование показало, что, начиная с середины 2006 года, наблюдается резкий рост количества корпоративных блогов на русском языке.

На первом этапе исследования была поставлена задача количественной оценки русскоязычного корпоративного блоггинга. Таким образом, мы не оценивали качество и эффективность существующих блогов.

Второй и третий этапы исследования (с использованием экспертных групп) будут посвящены оценке эффективности и особенностям восприятия корпоративного блоггинга в Рунете.

Нас интересовали следующие параметры корпоративных блогов: отрасль, в которой работает компания, «возраст» блога, количество блоггеров, формат ведения блога.

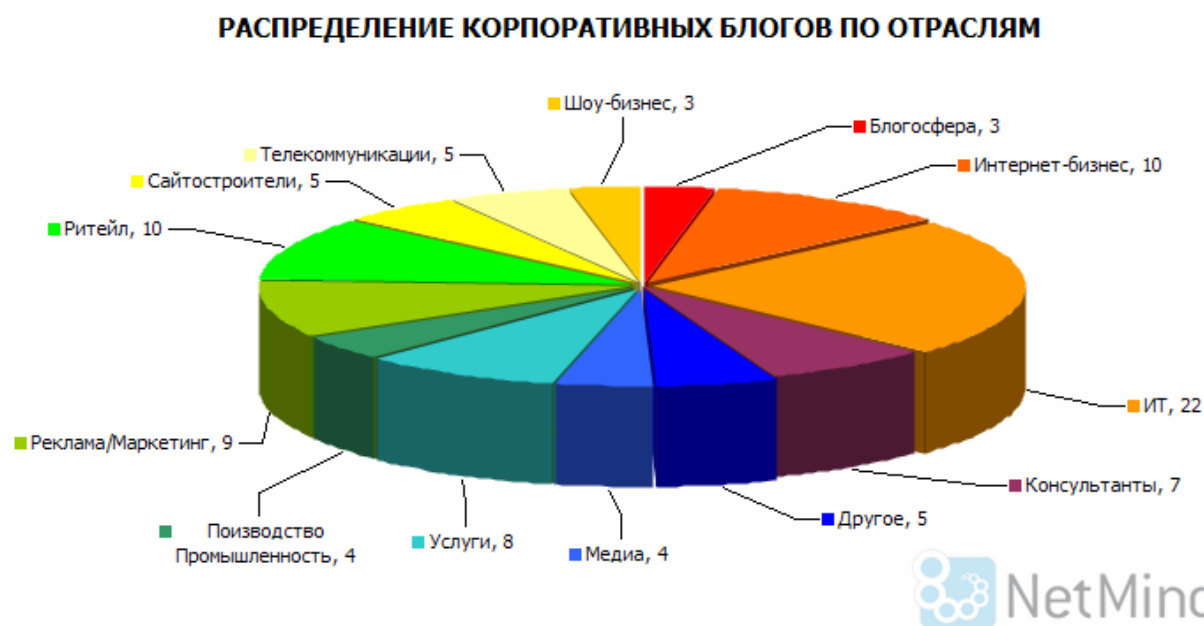
Типичный корпоративный блог принадлежит компании, работающей в сфере информационных технологий, авторами такого блога являются сразу несколько сотрудников компании, которые ведут его как дополнение к существующему корпоративному сайту.

К положительным результатам исследования можно отнести следующие тенденции:

- Рост количества корпоративных блогов свидетельствует о постепенном внедрении нового инструмента корпоративных коммуникаций;
- Сравнительно небольшой процент «ухода со сцены», прекращения ведения блогов. Известно, что одной из важных черт корпоративного блоггинга, как и блоггинга вообще, является постоянство и непрерывность. Среди русскоязычных блогов всего 7% являются неподдерживаемыми, и только 4% блогов были вовсе закрыты;
- «Выход на тропу» корпоративного блоггинга компаний из новых отраслей. Корпоративные блоги начинают активно вести не только Интернет – деятели, веб-разработчики и вездесущие консультанты, но участники, если угодно, «реальных» секторов экономики.

Русскоязычные корпоративные блоги по отраслям

(по состоянию на апрель 2007 г.)



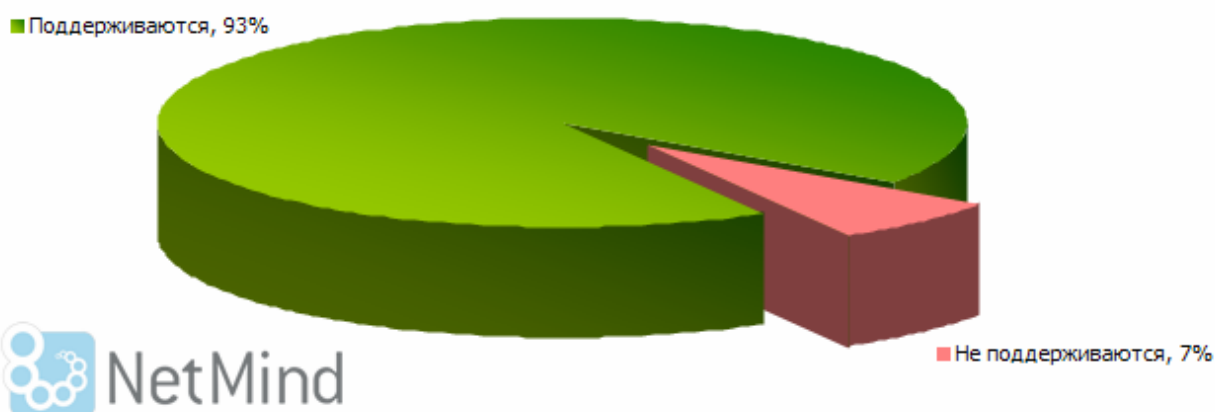
***Рост количества русскоязычных
корпоративных блогов.***



Процент «ухода со сцены»

Неподдерживаемые блоги – 7% от общего количества (не было обновлений больше полугода). Не было обновлений за первые 3 месяца 2007 года – у **11%** блогов.

АКТУАЛЬНОСТЬ КОРПОРАТИВНЫХ БЛОГОВ



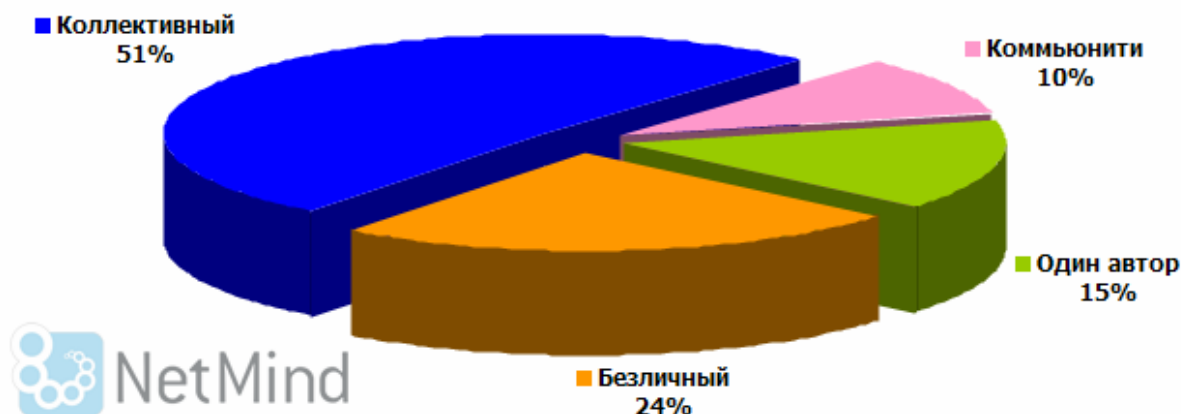
Наличие корпоративного сайта

У подавляющего большинства компаний блог является дополнением к традиционному сайту компании. В то время как официальная информация о компании и услугах размещается на веб-сайте, записи в блоге посвящены текущей работе, новостям компании и пр. Тем не менее, появилось некоторое число компаний, для которых корпоративный блог – единственный канал коммуникаций в Интернете. Необходимо отметить, что все 100% корпоративных блогов, которые для компании являются единственным каналом коммуникации в Интернете, появились в 2007 году.

Формат ведения корпоративного блога

Преобладающее количество корпоративных блогов ведется коллективно – сотрудниками компании. Второй по популярности формат – «обезличенный» блог, когда записи в блог делаются от абстрактного аккаунта – от лица компании. Наименее популярен формат корпоративного сообщества, когда несколько сотрудников ведут свои блоги на корпоративной платформе.

ФОРМАТЫ ВЕДЕНИЯ БЛОГА



Информация об исследовании

Данное исследование проведено PR-агентством NetMind. Информация, представленная в первой части исследования была получена из открытых источников, путём мониторинга блогосферы с использованием доступных на сегодняшний момент инструментов.

Публикация полных или частичных результатов исследования возможна без внесения изменений в фактические данные, с указанием авторства исследования и с сохранением форматирования изображений и графиков.

За дополнительными материалами и комментариями Вы можете обратиться в компанию NetMind.

Компания «NetMind»

+7 916 205-8413

www.netmind.ru

info@netmind.ru