

Каждая компания заботится о своей репутации во внешней среде. Но далеко не все уделяют должное внимание имиджу внутри организации, формированию корпоративной культуры и созданию положительного восприятия компании персоналом. Между тем если работник не будет воспринимать цели организации как собственные, достичь их будет сложно.

Для решения этих задач компании используют несколько каналов коммуникации. При этом и сегодня одним из ключевых инструментов выстраивания коммуникаций внутри компании остаются корпоративные СМИ. Исследование «Рынок корпоративных медиа-2018» (проводилось КГ "МедиаЛайн" ГК "ЛюдиPeople") показало, что самыми популярными корпоративными СМИ (из классических) в 2018 году являлись:

- Печатная газета (32,99%);
- Электронное издание на основе портала (27,92%);
- Печатный журнал (21,32%).