

**Коммуникативный консалтинг в IT-индустрии (на примере компании CSIT,
Санкт-Петербург)**

Научный руководитель – Кузьмин Алексей Евгеньевич

Притчина Анна Викторовна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: pritchinaanna@gmail.com

Нельзя забывать, что самой новой технологии, разработки или идеи технологического бизнеса недостаточно для конкурентоспособности на рынке. Любому проекту в сфере IT, как и другим компаниям, необходим ряд сопутствующих элементов, не связанных напрямую с предлагаемым товаром/услугой - это документооборот, юридическое, бухгалтерское сопровождение и, конечно же, коммуникации. На практике, специалисты, работающие с техникой, не всегда знают, как грамотно выстроить общение с людьми, чтобы рассказать о целесообразности и выгоде от использования своего проекта. Решением этой проблемы становится обращение в специализированные компании, которые занимаются коммуникативным консалтингом. Но область высоких технологий имеет ряд своих особенностей по составу вовлеченных в нее аудиторий, специфике организации бизнеса, механизмам продаж и критериям построения репутации, что нельзя не учитывать эксперту по коммуникациям в процессе работы. Именно это стало основной гипотезой нашего исследования, которая была построена после сбора эмпирических данных на примере компании системного-интегратора и анализе проблем, стоящих перед ее рг-отделом.

Основной теоретической базой стали работы специалистов в области коммуникаций, таких как Ф. И. Шарков [6], А. М. Блюмин [2]; управленческого консалтинга - Г. И. Маринко [4], А.О. Блинов [1], а также ряда практикующих экспертов коммуникациям в технологических компаниях Ф. Н. Гуров [3]. Р. М. Масленников [5] и др.

Специфика работы заключается в том, что не только сам коммуникативный консалтинг является относительно молодой дисциплиной, но и по предмету ее узкой специализации на данный момент не существует большого количества исследовательских данных и еще не было предпринято попытки составления комплексного исследования, объединяющего все теоретические и практические аспекты поднятой проблемы. Поэтому исследование, которое сейчас находится на начальном этапе, позволит получить исходные данные для дальнейшего более глубокого изучения и поиска путей решения проблемных вопросов в изучаемой области. Также стоит отметить, что многие из имеющихся литературных источников по дате публикации старше 5 и даже 10 лет, и с учетом скорости технологического развития последних лет, постоянно требуют обновления и совершенствования. Работа может несколько поспособствовать и этому.

По результатам проведенного исследования, касательно коммуникационного консалтинга в сфере IT (на примере компании CSIT из Санкт-Петербурга) были сделаны следующие выводы:

1. Существующий теоретический и методологический материал по данной теме сильно устарел и исследования по получению релевантных не теряют актуальность.
2. В общественном и даже научном дискурсе понятия коммуникативного, информационного и IT-консалтинга сильно смешаны, что может вызывать неоднозначность и подмену понятий при работе.

3. Российская IT-индустрия находится в последние несколько лет в переходящей из кризиса в новый виток роста стадии. Постепенно увеличивается экспорт отечественных разработок (хоть и в единицах процентов), медленно растет среднегодовая прибыль и актуализируется как вопрос на повестке дня проблема развития информационных технологий на государственном уровне. Рынок очень неоднороден и по размерам (гиганты и малый бизнес), и по географии (сконцентрирован преимущественно в мегаполисах).

4. Для реализации проектов коммуникативного консалтинга в IT-компаниях подходят все классические приемы PR и консалтинга, но необходимо учитывать характер отрасли, и держать во внимании такие направления работы, как Vendor relations, тест-драйвы, специализированные мероприятия, взаимодействие с профессиональным сообществом и проработку успешных кейсов. Все это обеспечивает контакт с узкопрофильной целевой аудиторией и успех коммуникационной деятельности.

5. Проведенное эмпирическое изучение данных компании Ability показало, что в текущий момент она находится в стадии переходного периода в связи с недавним введением новой торговой марки и перезапуском бренда, в следствие чего сложно делать однозначные выводы по оценке коммуникационных процессов.

6. Ключевая рекомендация относительно применения коммуникативного консалтинга для компании Ability состоит в предложении привлечь дополнительного менеджера или временного консультанта для введения в стабильный оборот новых корпоративных элементов, так как спектр нерешенных коммуникативных задач к данному моменту слишком широк для планомерного выполнения силами имеющегося кадрового состава. В противном случае ребрендинг может растянуться на неопределенный срок и не повлечь желаемого эффекта.

Таким образом, ключевая гипотеза исследования подтвердилась. Коммуникативный консалтинг для IT проектов действительно будет иметь узкую отраслевую специфику, связанную с неразвитостью коммуникативных практик в этой области, ранней стадией развития рынка по сравнению с западными конкурентами и сложностью технической составляющей самого объекта консалтинга. Эти факторы крайне важно учитывать в своей работе при переходе в данную сферу, так как каждый из них требует определенного дополнительного набора знаний и адаптации методов коммуникационного консультирования.

Источники и литература

- 1) Блинов А.О. Управленческое консультирование [Электронный ресурс]: учебник для магистров/ Блинов А.О., Дресвянников В.А.— Электрон. текстовые данные — М.: Дашков и К, 2014 — 212 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24839> — ЭБС «IPRbooks»
- 2) Блюмин А.М. Информационный консалтинг. Теория и практика консультирования. М.: ИТК «Дашков и К», 2013.
- 3) Гуров Ф. Н. PR IT-компаний: Российская практика/ Филипп Гуров. — М.: Альпина Паблишерз, 2011. — 143 с.
- 4) Маринко Г. И . Управленческий консалтинг: Учеб. пособие. – М: ИНФРА-М, 2005.– 381 с
- 5) Масленников Р.М. Конкретный PR. Особенности PR-поддержки для IT // Электронный ресурс. URL: <https://marketing.wikireading.ru/16168> Дата обращения: 8.01.2017.
- 6) Шарков Ф. И. Коммуникология: Коммуникационный консалтинг: Учебное пособие. / Ф. И. Шарков. – М., Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010