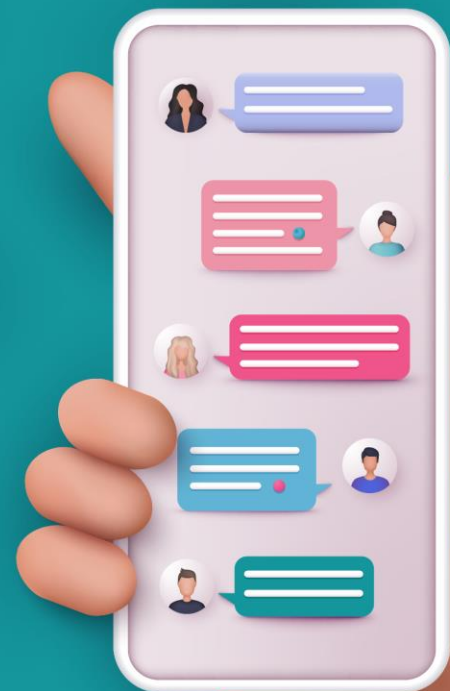




АГЕНТСТВО
ИННОВАЦИЙ
МОСКВЫ



Рынок корпоративных мессенджеров в России: спрос и предложение



Ноябрь 2022

© ГБУ «Агентство инноваций города Москвы»

Гибридный формат работы, при котором часть сотрудников работают в офисе, а часть удаленно, поставил перед [владельцами компаний ряд важных вопросов](#), например:

- Как сделать общение сотрудников эффективным (сократить бесконечные звонки и переписки в многочисленных чатах)?
- Как создать чувство принадлежности и общности в коллективе, члены которого могут никогда не видеть друг друга лично?
- Как при этом сократить расходы на средства коммуникации?

Многие владельцы компаний **используют современные технологии, чтобы адаптировать корпоративное общение к современным вызовам**. Так, [70% директоров по развитию](#) более 200 международных компаний планируют приоритезировать инвестиции в коммуникационные технологии, а 56% сообщили, что уже стали использовать цифровые решения в этой области значительно активнее.

Сегодня **мессенджеры**, как общедоступные типа Telegram и WhatsApp, так и специальные корпоративные, **[значительно опережают по распространенности все остальные инструменты корпоративного общения](#)**. Дополнительным драйвером развития российского рынка может стать уход иностранных провайдеров (например, Slack, Microsoft) и рост спроса на отечественные IT-разработки. Так, по данным [НАФИ](#), треть российского бизнеса планирует полностью перейти на российские разработки, а 25% уже используют только отечественное ПО.

Поэтому мы решили разобраться, что из себя представляет рынок корпоративных мессенджеров в России.

Мы надеемся, что этот отчет

- 1) Поможет российским разработчикам корпоративных мессенджеров создавать более привлекательные решения;
- 2) Даст возможность российским компаниям оценить с разных сторон имеющиеся на рынке продукты и выбрать наиболее подходящий для своих задач.

С уважением,

Команда Аналитического центра.

Мессенджер – якорный инструмент корпоративных коммуникаций

Эффективно выстроенные корпоративные коммуникации определяют привлекательность опыта сотрудников (employee experience), HR-конкурентоспособность компании и эффективность бизнеса в целом.

Последние годы растет спрос на многофункциональные продукты, которые объединяют все инструменты для общения и командной работы. Отличный пользовательский опыт, который создают такие лидеры в сфере коммуникаций как Telegram и WhatsApp, сформировал устойчивый паттерн. Все больше пользователей предпочитают мессенджеры и для рабочей переписки, в т.ч. **специализированные корпоративные мессенджеры, которые отличаются:**

- Кроссплатформенностью;
- Высоким уровнем безопасности;
- Возможностью интеграции с корпоративной IT-архитектурой;
- Дополнительными инструментами для работы, например, менеджером задач.

Ключевые тренды развития корпоративных мессенджеров в мире

Корпоративные мессенджеры начали активно развиваться в 2010-х годах. Изначально основными игроками на рынке были компании-стартапы, для которых это был основной продукт. С 2016 – 2017 годов **интерес стали проявлять крупные компании** – разработчики ПО для бизнеса и интернет-гиганты, например, Google и Meta.

Корпоративные мессенджеры постоянно наращивают функционал – от простого обмена сообщениями до инструментов повышения продуктивности работы, вовлечения и улучшения опыта сотрудников. Поставщики мессенджеров не только сами разрабатывают новые «фичи» продукта, но и выстраивают портфель сервисов через настройку интеграций, партнерские программы и покупку компаний.

Другими особенностями развития корпоративных мессенджеров в мире являются:

- **Унификация и интеграция** – мессенджеры объединяют общение сотрудников (офисных, frontline и удаленных), партнеров и клиентов компаний в одном супер-приложении, которое доступно на всех возможных платформах и совместимо с другими IT-системами компании.
- **Персонализация** – зарубежные мессенджеры предлагают индивидуальные сценарии использования для различных целевых аудиторий (по размеру, отрасли, подразделению компании и др.). Чтобы повысить свою привлекательность и отстроиться от конкурентов мессенджеры часто формулируют практическую ценность своего продукта в виде конкретных экономических и операционных показателей эффективности.
- **Автоматизация бизнес-процессов** с помощью чат-ботов и RPA-инструментов.

Более 20 российских компаний разрабатывают корпоративные мессенджеры

Большинство из них – это мессенджеры «первого поколения», в которых **хорошо развиты базовые функции** – переписка и звонки. Они отличаются высоким уровнем защиты и открытостью для интеграции сторонних сервисов.

Работают по модели **freemium + подписка**. Стоимость подписки увеличивается за счет расширения функционала и уменьшается за счет авансовой оплаты (например, за год).

Российские разработчики мессенджеров преимущественно **не персонализируют ценностное предложение и возможности продукта для различных целевых аудиторий и транслируют схожий набор ценностей**, предлагая пользователям «единое рабочее пространство», «эффективность работы команды» и «безопасность». В отдельных случаях они выделяют в позиционировании крупные компании и некоторые функциональные отделы (HR, продажи).

Спрос в России только начинает формироваться

Уровень развития корпоративных коммуникаций и в целом корпоративной культуры в российских компаниях находится на **начальном этапе**, а существующие на рынке компании не предлагают однозначно привлекательные продукты, которые могли бы стимулировать спрос.

Основные боли и потребности, которые компании решают с помощью корпоративных мессенджеров:

- Контроль рабочих процессов;
- Повышение эффективности внутренней коммуникации;
- Кибербезопасность: риск блокировки иностранных решений, утечки корпоративных данных.

При выборе корпоративного мессенджера компании ориентируются в первую очередь на **базовый функционал и низкую стоимость**. Простой и понятный интерфейс, позволяющий быстро во всем разобраться и начать использовать продукт, является существенным плюсом.

Пользователей в целом устраивает то, как выбранный ими мессенджер решает задачи, ради которых его установили. Однако это оценка «по ощущениям», практически **никто не проводит специальных замеров эффективности нового инструмента и его влияния на бизнес-процессы компании**.

Посмотрите какие компании в Москве разрабатывают программное обеспечение для бизнеса, в т.ч. мессенджеры



Startup Guide

[Навигатор по стартап-экосистеме Москвы](#)

5000+
стартапов и
тех.компаний

250+
разработчиков ПО
для бизнеса

Наиболее значимые функции – мессенджер и таск-менеджер

В целом **российские мессенджеры отстают по функционалу** от зарубежных решений, особенно в части инструментов для улучшения опыта сотрудников и продуктивности работы. При этом российские мессенджеры отличаются более высоким уровнем киберзащиты.

В корпоративном мессенджере российские пользователи, в первую очередь, **хотят видеть функции, которые есть в общедоступных мессенджерах** (переписка, реакции на сообщения и т.п.), личные и групповые чаты (треды), которые можно привязывать к проектам или задачам, адресную книгу, а также **инструменты таск-менеджмента**.

Среди дополнительных полезных для потребителей функций назывался **гостевой доступ** и возможность коммуникации с партнерами / клиентами, а также **сервисы аналитики по проектам**, чтобы, например, оценивать эффективность работы или выполнение KPI.

Рекомендации для российских разработчиков

1. Сфокусироваться на качестве, а не количестве функций.
2. Выбрать «якорную» функцию.
3. Сделать разные форматы продукта для компаний разного размера.
4. Сделать решение гибким, совместимым и легко адаптируемым к изменениям, которые происходят в компаниях.
5. Подумать про автоматизацию бизнес-процессов, как следующий шаг развития функционала.
6. Определиться с целевой аудиторией.
7. Четко сформулировать ценность продукта для каждой целевой аудитории.
8. Четко сформулировать свое преимущество по сравнению с основными конкурентами.
9. Формировать осознанный спрос.
10. Выстраивать технологические партнерства и новые каналы продаж.

- 1** Тренды развития корпоративных коммуникаций и место мессенджеров **стр. 8**
- 2** Российский рынок: сравнительный анализ основных игроков, особенности развития **стр. 17**
- 3** Международный опыт: лучшие практики и особенности развития **стр. 27**
- 4** Анализ спроса и потребностей пользователей на российском рынке **стр. 38**
- П** Приложение: детальный анализ мировых и российских кейсов **стр. 50**



Анализ российских и зарубежных кейсов

Кейсы анализировались по следующим параметрам:

- Базовые метрики (год создания, количество пользователей, выручка и т.д.)
- Целевые аудитории и примеры компаний-клиентов
- Ценностное предложение
- Функционал (по 70+ функциям)
- Модель монетизации и стоимость
- Особенности и отличия от конкурентов



Открытые источники и базы данных

- Отчеты консалтинговых и исследовательских организаций (Gartner, Forrester и др.)
- Базы Crunchbase и Dealroom
- Справочно-информационная система СПАРК

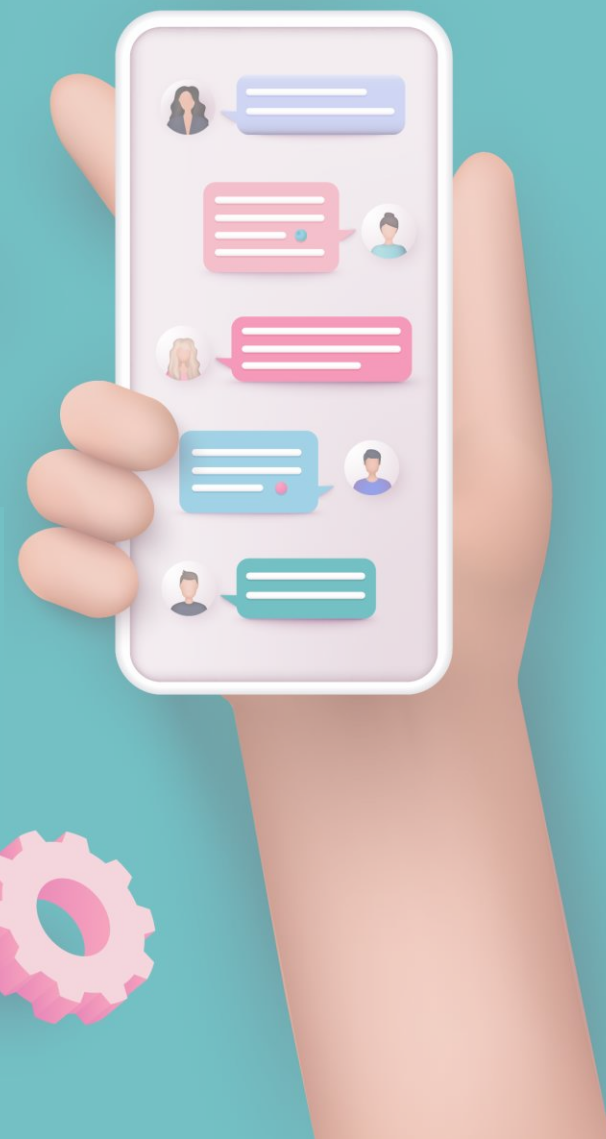


Глубинные интервью и пользовательские истории

- **10 интервью** с российскими компаниями, которые пользуются корпоративными мессенджерами
- **57 историй** компаний-клиентов зарубежных мессенджеров
- **21 история** компаний-клиентов российских мессенджеров

1

Тренды развития корпоративных коммуникаций и место мессенджеров



Привлекательность опыта сотрудников (employee experience) определяет HR-конкурентоспособность компании и эффективность бизнеса в целом. В основе привлекательного опыта сотрудников лежат хорошо выстроенные корпоративные коммуникации.

Составляющие привлекательного опыта сотрудников

Осмысленная работа

- Обязанности соответствуют ценностям сотрудника
- Возможность работать проактивно и автономно
- Время для сфокусированной и инновационной деятельности

Сильный менеджмент

- Прозрачная оценка работы
- Регулярный менторинг
- Четкие цели

Продуктивное рабочее пространство

- Инструменты и процессы эффективно интегрированы
- Гибкое рабочее пространство и часы работы
- Чувство принадлежности к сообществу, признание заслуг

Здоровье и благополучие

- Безопасность всех аспектов рабочих процессов
- ДМС, фитнес-программы, поддержка ментального здоровья сотрудников

Возможности для роста

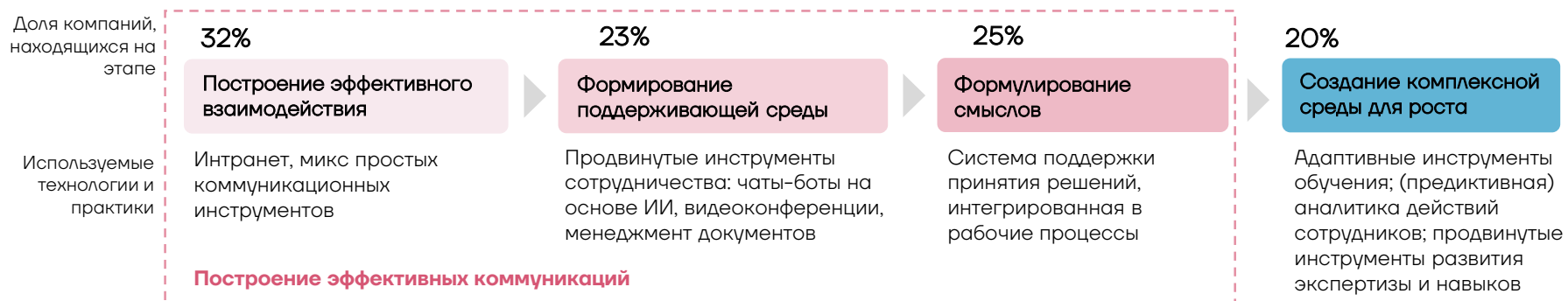
- Открытая и стимулируемая мобильность внутри компании
- Карьерный рост в нескольких направлениях
- Разнообразные возможности для обучения

Вера в организацию

- Миссия и цели помимо финансовой эффективности, в т.ч. CSR
- Прозрачный и эмпатичный стиль управления
- Постоянные инвестиции в сотрудников

Этапы формирования привлекательного опыта сотрудников

На основе анализа практик и опроса 900+ мировых компаний



Ключевой тренд – интеграция большинства инструментов корпоративных коммуникаций на одной платформе. Мессенджер становится одной из возможных основ подобной интеграции.

Типы базовых цифровых инструментов корпоративных коммуникаций

Видеоконференции

Zoom, Webinar, Яндекс.Телемост

Task manager

Jira, Trello, Todoist, Asana

Мессенджеры

Telegram, WhatsApp, Slack, Rocket.Chat

Совместная работа над документами

Miro, Google Drive, Яндекс Диск

Обмен файлами

Dropbox, Google Drive, Яндекс Диск

Корпоративный интранет

Share Point, Liferay, Neon

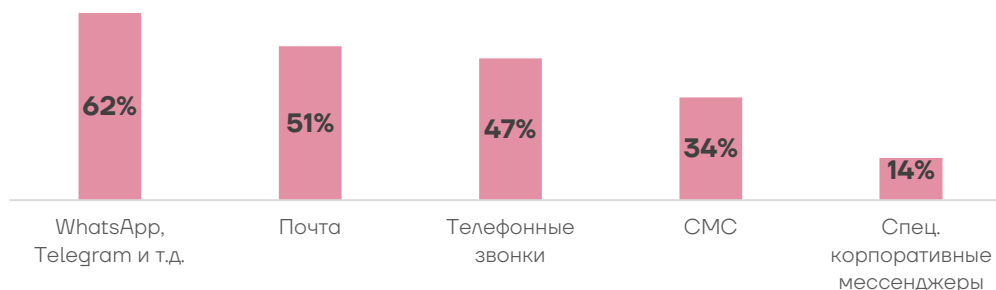
Развитие унифицированных коммуникаций, т.е. объединение основных каналов и платформ связи (голос, видео, чат, электронная почта, совместная работа над документами и др.) – один из ключевых трендов последних лет. Поэтому растет спрос на многофункциональные продукты, которые закрывают различные потребности коммуникации и командной работы и при этом открыты для интеграции со сторонними сервисами.

Рост популярности мессенджеров как основного средства общения.

Отличный пользовательский опыт клиентов таких лидеров в сфере коммуникаций как Telegram и WhatsApp сформировал устойчивый паттерн. Все больше пользователей предпочитает мессенджеры и для рабочей переписки, в т.ч. специализированные корпоративные мессенджеры.

Каналы коммуникации с коллегами, клиентами, партнерами

[Mobile Communication For Employees, 2021, опрос 6500 человек в 10 странах](#)



Для корпоративных коммуникаций могут использоваться как общедоступные мессенджеры, предназначенные в т.ч. для личного общения, так и специализированные мессенджеры, разработанные для общения в корпоративной среде. Данное исследование фокусируется на особенностях развития рынка корпоративных мессенджеров.

ТИПЫ

Общедоступные мессенджеры

Наиболее популярные во всем мире сервисы для общения. Используются как физлицами, так и компаниями.

Основные функции:

- Обмен текстовыми сообщениями
- Обмен голосовыми сообщениями
- Видеозвонки
- Обмен медиафайлами

КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- Кроссплатформенность – мобильные, десктопные платформы, а также web-версии
- Бесплатные
- Имеют уязвимости в части безопасности

Корпоративные мессенджеры

Помимо функций общедоступных мессенджеров дополнены инструментами для работы, например, менеджер задач, проведение совещаний.

Форматы:

Standalone

Интегрируются в IT-архитектуру компании. Работают как на корпоративных, так и на сторонних серверах.

SaaS

Размещаются в частном облаке провайдера.

- Кроссплатформенность
- Платные
- Высокий уровень безопасности
- Возможна интеграция с корпоративной IT-архитектурой
- Каждый чат администрируется корпоративным администратором

ПРИМЕРЫ



Viber



WhatsApp



Telegram



Корпоративные мессенджеры начали активно развиваться в 2010-х годах. Изначально основными игроками на рынке были компании-стартапы, для которых это был основной продукт. С 2016-2017 годов интерес стали проявлять крупные компании – разработчики ПО для бизнеса / интеграторы и интернет-компании, строящие цифровые экосистемы.

СТАРТАПЫ

Компании, изначально развивают платформу корпоративных коммуникаций как самостоятельный современный цифровой продукт.

Отличительные особенности:

- Платформа корпоративных коммуникаций (мессенджер) – якорный продукт.

ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ

Развивают платформы корпоративных коммуникаций для расширения ценностного предложения своей B2B-экосистемы (по разным вертикалям).

Отличительные особенности:

- Платформа корпоративных коммуникаций (мессенджер) – неосновной продукт.
- Мессенджер может быть как отдельным продуктом, так и включен в состав других продуктов, IT-систем и не продается отдельно (например, Яндекс.Мессенджер включен в Яндекс 360).

IT-КОМПАНИИ

Разработчики ПО для бизнеса и интеграторы, для которых платформы корпоративных коммуникаций являются дополнительным инструментом монетизации.



Изначально мессенджер – это платформа для мгновенного обмена текстовыми сообщениями, аудио и видеозвонков. Развитие корпоративных мессенджеров в мире проходит по пути расширения функционала и экосистемы сервисов – от простой функции общения к сервисам, повышающим продуктивность работы и улучшающим опыт сотрудников.

Мессенджеры 1.0

Общение

Главная функция мессенджеров – коммуникация сотрудников компании и команд.

Функционал мессенджеров:

- Переписка 1-to-1
- Групповые чаты / каналы
- Отправка и обмен файлами (документами, изображениями)
- Редактирование, удаление, пересылка и цитирование
- Отправка голосовых сообщений
- Аудио и видеозвонки
- Комментарии и треды
- Поиск по сообщениям, задачам, контактам
- Гостевой доступ (коммуникация со сторонними партнерами / поставщиками)
- Реакция на сообщение в виде эмодзи
- Управление уведомлениями

Мессенджеры 2.0

Повышение продуктивности работы

Формирование экосистемы сервисов для построения цифрового рабочего места (workspace) и повышения эффективности работы сотрудников компании.

Функционал мессенджеров дополняется:

- Расшифровка голосовых сообщений в текст
 - Автоматический перевод сообщений
 - Ролевые модели (оргструктура, разный доступ к функционалу)
 - Геолокация
 - Видеоконференции, вебинары
- Инструменты для продуктивной работы
- Календарь и управление встречами
 - Управление задачами
 - Превращение сообщений в задачу
 - Привязка целей компании к задачам
 - Чат-боты для автоматизации рутинных задач
 - Аналитические дэшборды по выполненным задачам
 - Инструменты для проектной работы (диаграмма Ганта, спринты, mind map)
 - Управление корпоративным контентом
 - Встроенная электронная почта
 - Управление взаимодействием с клиентами
 - Совместная работа с документами

Мессенджеры 3.0

Вовлечение и опыт сотрудников

Расширение экосистемы сервисов, нацеленных на улучшение опыта сотрудников, повышение их удовлетворенности от работы, чувства сопричастности к компании.

Функционал мессенджеров дополняется:


- Конструктор опросов
- Корпоративный интранет, организация корпоративной базы знаний
- Аналитика сотрудников (например, социо-демографических и поведенческих особенностей для персонализации опыта, отслеживание настроения сотрудников)
- Создание и персонализированная рассылка новостей компании
- Автоматизация процесса адаптации новых сотрудников
- Взаимодействие с бывшими сотрудниками
- Обмен информацией о компании на внешних платформах (в соцсетях)
- Геймификация опыта сотрудников
- Обучение (спец. модуль с библиотекой курсов и LMS-системой)


Для расширения экосистемы сервисов компании либо самостоятельно разрабатывают новый функционал, либо выстраивают систему технологических партнерств в различных форматах. Как правило, используются одновременно обе стратегии.

РАЗРАБОТКА СОБСТВЕННЫХ СЕРВИСОВ

Компании самостоятельно разрабатывают новый функционал мессенджеров. При этом иногда это приводит к появлению отдельного продукта, который можно дополнительно монетизировать.

 Мессенджер Dialog (входит в группу компаний Сбера) использует сервис видеоконференций [Jazz](#), разработанный компания SberDevices (технологическое подразделение Сбера).

 У Битрикс24 есть целый ряд собственных разработок, которыми могут воспользоваться пользователи платформы. Например, Битрикс24.Скрам позволяет выстроить проектную работу небольшими итерациями, а Битрикс24.Сайты – самостоятельно создавать сайты с нуля.

 Компания-разработчик мессенджера «Пачка» создала приложение «Пачка, кто звонит». Благодаря нему при звонке будет высвечиваться вся нужная информация о клиенте, чтобы проще было начать разговор.

РАСШИРЕНИЕ ПОРТФЕЛЯ ПАРТНЕРСКИХ СЕРВИСОВ

Настройка интеграции

Настройка готовых интеграций с наиболее востребованными для работы сервисами обеспечивает возможность входа в сторонние приложения через мессенджер. Наиболее распространенный формат расширения функционала как в России, так и в мире.

Партнерские программы

Дают возможность разработчикам IT-решений разместить свои продукты в каталоге приложений мессенджера и таким образом выйти на более широкую коммерческую аудиторию. Возможна как интеграция уже готового продукта, так и разработка и разработка решений под запрос (например, добавление инструментов аналитики по задачам).

Покупка компаний

Такой подход больше распространен за рубежом, чем в России. Например, Staffbase смог сделать интеграцию с Microsoft 365, когда приобрел компанию Valo Solutions, поставщика решений в области корпоративного интранета на базе Microsoft 365. Некоторые компании для этих целей создают отдельные венчурные фонды, (например, [Slack Fund](#) – создан в 2013 г., более 70 портфельных компаний).

Примеры













ТРЕНДЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И МЕССЕНДЖЕРОВ В МИРЕ (1/2)

Укрупненно выделяется три основных тренда – унификация, персонализация и автоматизация коммуникаций, которые могут по-разному реализовываться в развитии корпоративных коммуникаций, в т.ч. мессенджеров как продуктов.

УНИФИКАЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ

УНИФИКАЦИЯ И ИНТЕГРАЦИЯ

Гибридные рабочие коммуникации

Трансформация рабочего места и развитие альтернативных форм занятости (удаленная работа, распределенные команды, фриланс) приводит к изменению стратегий внутренних коммуникаций и росту спроса на решения, которую учитывают особенности гибридной работы (например, инструменты проведения виртуальных корпоративных мероприятий).

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Интеграция внутренних и внешних коммуникаций

С переходом на дистанционную работу стирается грань между «внешним» и «внутренним» пространством компании. Поэтому растет пользовательский спрос на единую точку входа для коммуникации с коллегами, партнерами и клиентами в рамках одной платформы. С одной стороны, поставщики продуктов для коммуникаций развивают их омниканальность (например, встроенная электронная почта в мессенджере или интеграция корпоративного и общедоступных мессенджеров), а с другой стороны, – возможности для коммуникации с клиентами, например, добавляя в продукт полноценную CRM-систему.

АВТОМАТИЗАЦИЯ

Кроме того, для повышения совместимости использования решений разных производителей в рамках одной системы поставщики средств коммуникаций иницируют собственные доработки программного обеспечения, упрощая доступ к коду (открытый API, SDK) и расширяя возможности интеграции продукта с другими IT-системами компании.

Построение супераппов

Расширение функционала продукта и построение экосистемы сервисов, закрывающих все ключевые потребности клиентов в корпоративной коммуникации и совместной работе. Подробнее см. слайд 13.

Кроссплатформенность

Корпоративные мессенджеры разрабатываются таким образом, чтобы их можно было установить и удобно использовать на любом устройстве и с любой операционной системой.

Помимо базовых компьютер-планшет-смартфон, эти решения могут быть доступны и на носимых устройствах. Например, врачи могут легко просматривать записи пациентов и одновременно общаться с коллегами во время обследования, при этом обе руки остаются свободными.

ТРЕНДЫ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ И МЕССЕНДЖЕРОВ В МИРЕ (2/2)

Укрупненно выделяется три основных тренда: унификация, персонализация и автоматизация коммуникаций, которые могут по-разному реализовываться в развитии корпоративных коммуникаций, в т.ч. мессенджеров как продуктов.

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Формирование индивидуальных пользовательских сценариев

Мессенджеры формулируют возможности своего сервиса в соответствии с потребностями своих целевых аудиторий. Функционал сервиса может упаковываться в различные сценарии, которые отвечают особенностям бизнес-процессов отдельных департаментов или отраслей.

- Ряд мессенджеров фокусируется на «не-офисных» работниках, например, продавцах, прорабах, водителях машин скорой помощи и т.д.

Брендинг

Возможность оформить мессенджер в соответствии с фирменным стилем компании (white-label версия).

Коммуникация на основе данных

Постоянный сбор и анализ данных о пользовательском поведении позволяет сделать внутренние коммуникации и в целом работу сотрудников более эффективными и персонализированными (например, делать персонализированные информационные рассылки, отслеживать уровень продуктивности сотрудников).

Интерактивные коммуникации

Для повышения вовлеченности сотрудников поставщики средств коммуникаций начинают добавлять различные визуальные элементы (шаблоны инфографики и визуальных эффектов), инструменты вовлечения сотрудников в решение задач компании (конструкторы опросов) и инструменты геймификации (включение в неигровой бизнес-контекст элементов игрового дизайна, таких как баллы, достижения и пр.). Популярность подобных сервисов быстро растет.

АВТОМАТИЗАЦИЯ

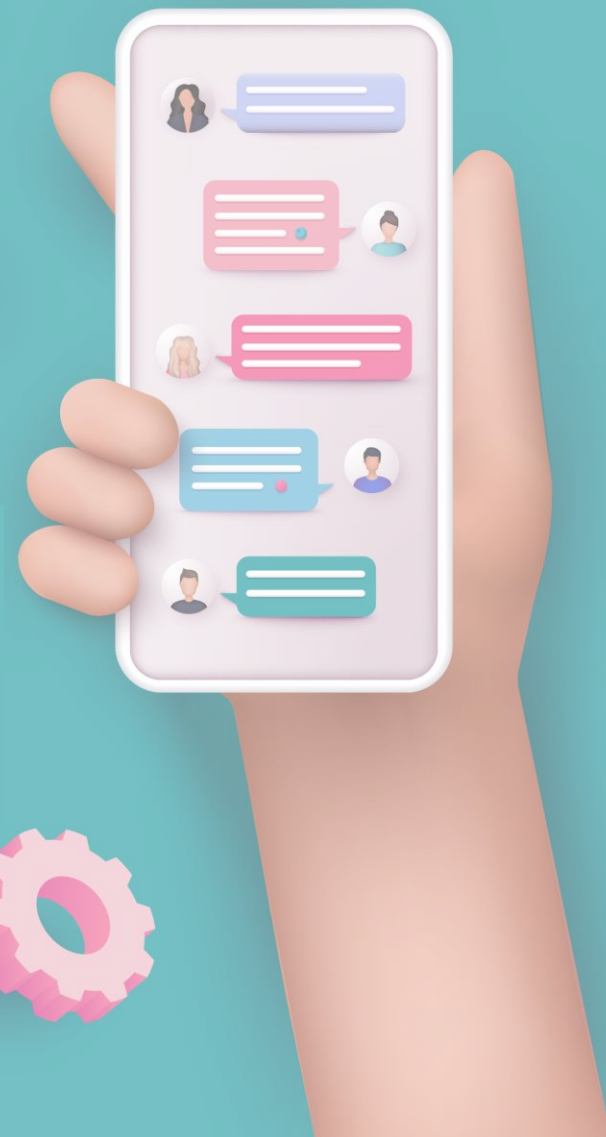
Использование технологий искусственного интеллекта для автоматизации бизнес-процессов

Разработчики мессенджеров активно развивают инструменты для автоматизации бизнес-процессов. Это могут быть как относительно простые решения – чат-боты, которые могут выполнять типовые рутинные операции (оформить отпуск, счет на оплату и т.п.), так и более сложные RPA-инструменты для автоматизации системы взаимосвязанных процессов (например, управление проектом или воронкой продаж по этапам). При этом все решения не требуют навыков кодирования и могут создаваться пользователями самостоятельно.

Автоматизируются не только бизнес-процессы, но и отдельные составляющие продукта. Например, в систему видеоконференцсвязи внедряются голосовые помощники, которые могут вести протокол и делать автоматический перевод в режиме реального времени или помогают найти информацию, относящуюся к вопросу встречи по ключевым словам.

2

Российский рынок: сравнительный анализ основных игроков, особенности развития



Более 20 российских компаний разрабатывают корпоративные мессенджеры. Большая часть – это стартапы и IT-компании, у многих из которых якорным продуктом является CRM-система и инструменты внешних коммуникаций. 70% мессенджеров создано в 2016 – 2020 г.

	Количество компаний, шт.	Средняя выручка 2021	Средний прирост выручки в 2021 г., % 2020 г.	Компании	
				Мессенджер как отдельный продукт	Мессенджер включен в состав других продуктов*
Стартапы	8	54,1 млн руб.	+ 164%		
Цифровые экосистемы	4	н.д.**	н.д.		
IT-компании	8	1,1 млрд руб.	+ 102%		
Прочие компании Компании, которые существуют на рынке более 15 лет. Решения часто со старомодным дизайном	3	1,8 млн руб.	-11%		

* Невозможно приобрести как отдельный продукт

** Нет данных, позволяющих оценить выручку экосистемных игроков от B2B-продуктов

Российские компании преимущественно не персонализируют свое ценностное предложение и возможности продукта для различных целевых аудиторий.

Целевая аудитория (ЦА), выделяемая в позиционировании компаний

	по размеру	по отрасли	по отделам компании	другое
Im'work			HR, продажи, маркетинг, управление проектами, служба поддержки	<ul style="list-style-type: none"> Удаленные сотрудники Коммерческие организации Гос. компании
Dialog			HR, техподдержка, отдел продаж	<ul style="list-style-type: none"> Удаленные сотрудники Коммерческие организации Гос. компании
Leverice	Стартапы	IT, образование, туризм, юридическая сфера		Распределенные команды
Битрикс24	Крупные компании	Финансы, строительство, автобизнес, страхование, производство, медицина, сельское хозяйство, fashion, мебельная отрасль, государство		
Yougile	Большие команды			
Пачка			Компании, работающие с франчайзи-партнерами	Современные команды
СИБРУС	Корпорации			НКО
eXpress				
Tada.team				
Ато.мессенджер				
VK Teams				
Samoware				
Smarty CRM				

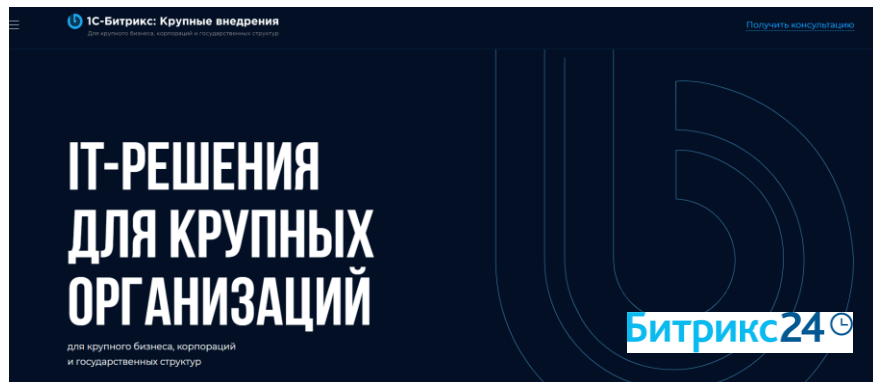
ЦА не выделена

ЦА обозначена несколькими словами или предложениями

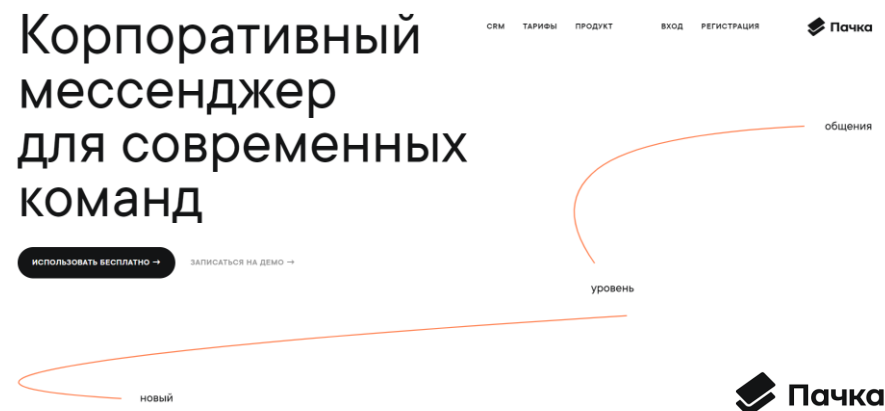
ЦА четко выделена (описаны пользовательские сценарии, есть отдельная страница на сайте, посвященная данной ЦА)

ПРИМЕРЫ ОБРАЩЕНИЯ К ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

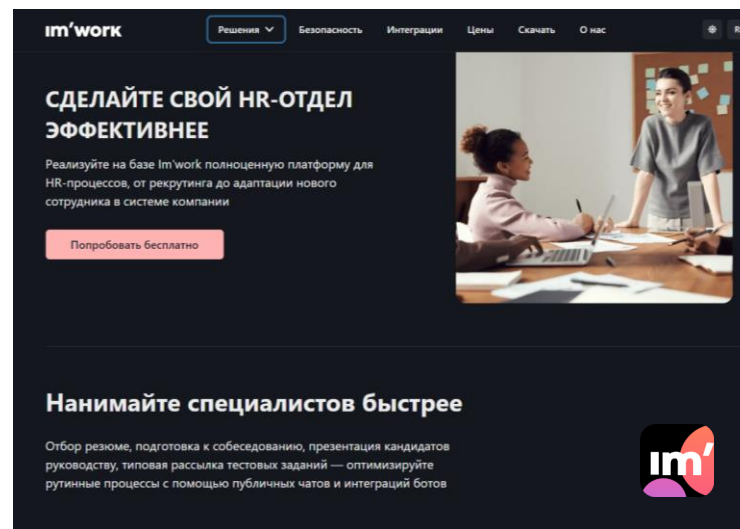
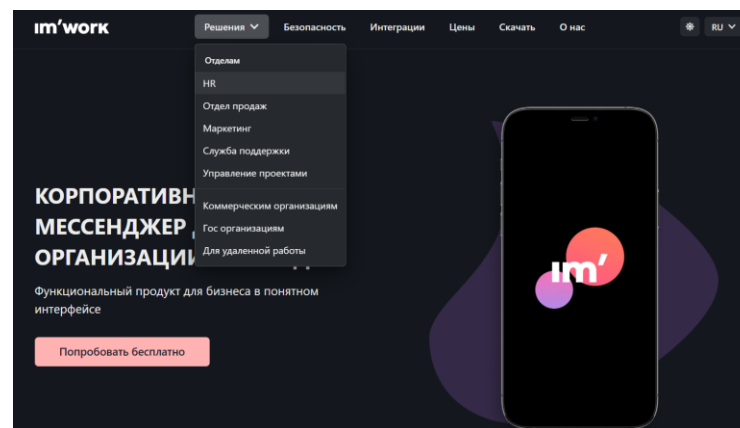
- 1 Отдельный раздел с описанием продукта для крупных организаций, в т.ч. компаний различных отраслей. Описаны возможности решения через «боли», которые оно закрывает, и приведены истории успеха компаний, внедривших решение.



- 2 «Эмоциональное» выделение аудитории по качественному признаку. Для тех, кто считает себя современной командой. Отражено в дизайне.



- 3 Описана польза продукта для каждой целевой аудитории.



ЦЕННОСТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ (1/2)

Российские корпоративные мессенджеры транслируют схожий набор ценностей. «Единое пространство для работы», «эффективность команды» и «безопасность» – наиболее распространенные ценности продуктов.

ЦЕННОСТИ	Leverice	Tada. Team	Dialog	Пачка	VK teams	Samoware	Smarty CRM	amo	Im'work	Yougile	СИБРУС	Битрикс 24	eXpress
Единое рабочее пространство													
Эффективность команды													
Безопасный мессенджер													
Простая и удобная система / упрощает работу													
Управление и контроль													
Поддержка разработчика													
Экономия ресурсов													
Решение адаптируется													
Решение помогает бизнесу													

В отличие от остальных, Leverice формулирует одну ценность в виде трех сообщений, что доносит смысл максимально точно и убедительно.

Наиболее часто встречающиеся ценности

Разработчики недостаточно убедительно формулируют ценность своих решений. В описаниях преобладают общие слова: «простая система», «безопасное решение». Часто ценность продукта сводится к перечислению набора функций.

Российские корпоративные мессенджеры предлагают схожий набор функций (см. слайд 23) на схожих условиях (см. слайд 26). Чтобы заинтересовать пользователя и выделиться на фоне конкурентов, они должны убедительно продемонстрировать свою пользу («ценностное предложение»).

Однако, в 8 из 13 рассмотренных кейсов ценностное предложение неубедительно:

- **Польза сформулирована в общем виде.** Например, описание «простая и удобная система» не дает понять, за счет чего система удобна.
- **Не сформулировано, для кого эта польза.** Например, кому именно нужна «максимальная прозрачность процессов» и нужна ли.
- **Преобладает перечисление функций продукта («фичеризм»)** без пояснения, какую именно пользовательскую потребность эта функция может удовлетворить.

Примеры формулирования ценностей

ЦЕННОСТИ	ОБЩИЕ ФОРМУЛИРОВКИ	«ТОЧНЫЕ» ФОРМУЛИРОВКИ*
Единое рабочее пространство	<ul style="list-style-type: none"> • Вся команда вместе • Единая коммуникационная среда 	<ul style="list-style-type: none"> • Общайтесь, созванивайтесь, работайте и создавайте в мессенджере
Эффективность команды	<ul style="list-style-type: none"> • Помогает командам стать эффективнее 	<ul style="list-style-type: none"> • Позволяет эффективно структурировать коммуникации • Затягивает как социальные сети, но в работу над проектом
Безопасный мессенджер	<ul style="list-style-type: none"> • Защищенное общение • Полная безопасность общения • Надежное контролируемое решение 	-
Простая и удобная система	<ul style="list-style-type: none"> • Простая и удобная система • Простой в использовании инструмент 	<ul style="list-style-type: none"> • Мы делаем упор на очевидность интерфейсов • Удобнее, чем почта
Управление и контроль	<ul style="list-style-type: none"> • Максимальная прозрачность процессов • Сделает работу вашей компании прозрачной 	-
Поддержка разработчика	-	<ul style="list-style-type: none"> • Помощь в любое время дня и ночи • Обучаем внедрению и работе
Экономия ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Экономия на других сервисах и ресурсах 	<ul style="list-style-type: none"> • Сокращение расходов на связь
Решение адаптируется	<ul style="list-style-type: none"> • Адаптация под бизнес-процессы 	<ul style="list-style-type: none"> • Кастомизируйте с помощью чат-ботов
Решение помогает бизнесу	<ul style="list-style-type: none"> • Помогает бизнесу работать 	-

* Данные формулировки «точные» относительно «общих» вариантов. Например, «затягивает в ежедневную работу» наглядно демонстрирует как именно команда станет «эффективнее» – будет погружена в работу ежедневно, не будет отвлекаться. Это не единственно возможный или лучший вариант. Для уточнения можно было бы добавить количественные характеристики, сколько часов офисные работники тратят на проверку разных мессенджеров, планировщиков и т.д.

ФУНКЦИОНАЛ РОССИЙСКИХ МЕССЕНДЖЕРОВ (1/2)

Большинство российских решений – это мессенджеры 1.0, в которых хорошо развиты только базовые функции (переписка, звонки). Они отличаются высоким уровнем защиты и открытостью для интеграции сторонних сервисов, однако набор уже настроенных интеграций пока не большой. Лидер по разнообразию функционала – Битрикс24.

	Битрикс 24	Im'work	Tada.team	Пачка	eXpress	Leverice	VK Teams	СИБРУС	Dialog	yougile	Samoware	Smarty CRM	amo	Среднее
Мессенджер* Групповые чаты/каналы, комментарии, голосовые сообщения	82%	75%	74%	71%	63%	71%	68%	68%	61%	68%	68%	86%	50%	70%
Звонки Аудио и видеозвонки, демонстрация экрана	57%	29%	57%	57%	29%	14%	57%	57%	57%	0%	29%	29%	0%	38%
Продуктивность сотрудников Календарь, доска задач, чат-боты, адресная книга	82%	21%	21%	11%	7%	36%	36%	11%	7%	29%	36%	43%	14%	26%
Вовлечение и опыт сотрудников Конструктор опросов, геймификация	50%	7%	0%	14%	0%	29%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%
Поддержка Поддержка 24/7, обучающие семинары, персональный менеджер	67%	67%	33%	33%	33%	33%	17%	0%	17%	33%	0%	33%	17%	29%
Интеграция Кроссплатформенность, настроенная интеграция с приложениями	100%	80%	40%	80%	81%	60%	40%	60%	70%	80%	60%	20%	40%	63%
Безопасность Шифрование данных, многофакторная аутентификация	67%	83%	100%	50%	100%	67%	83%	100%	67%	67%	83%	50%	50%	75%

Представленность функций по группам: 0% 8 – 19% 20 – 39% 40 – 59% 60 – 79% 80 – 100%

* В каждом кейсе проанализировано 70+ функций (1 – есть, 0,5 – частично, 0 – нет). Функции разделены на семь групп. Максимально возможное число функций в каждой группе принималось за 100%. Не учитывались функции, которые есть в партнерских приложениях, интегрированных с мессенджером. Детальный список функций см. в приложении.

ФУНКЦИОНАЛ РОССИЙСКИХ МЕССЕНДЖЕРОВ (2/2)

Мессенджер	Звонки	Продуктивность сотрудников	Интеграция	Безопасность	Поддержка	Вовлечение и опыт сотрудников
<p>Переписка и групповые чаты</p> <p>Редактирование, удаление, пересылка сообщений</p> <p>Отправка файлов</p> <p>Управление уведомлениями</p> <p>Поиск по сообщениям, файлам</p> <p>Реакция на сообщение в виде эмодзи</p> <p>Адресная книга</p>	<p>Аудиозвонки</p> <p>Видеозвонки</p> <p>Видеоконференции</p>	<p>Календарь (управление встречами)</p> <p>Управление задачами (доска задач)</p> <p>Чат-боты для автоматизации рутинных задач</p>	<p>Кроссплат-форменность</p> <p>Открытый API / SDK / исходный код</p> <p>Настроенная интеграция с приложениями*</p> <p>Интеграция с Active Directory / LDAP</p>	<p>Шифрование данных</p> <p>Двухфакторная аутентификация</p> <p>Корпоративное управление ключами</p> <p>Защита от потери данных</p>	<p>Круглосуточная поддержка</p>	-
<p>Расшифровка голосовых сообщений в текст</p> <p>Ролевые модели (разный доступ к функционалу)</p> <p>Геолокация</p> <p>Комментарии и треды</p> <p>Гостевой доступ</p>	<p>Демонстрация экрана</p>	<p>Превращение сообщений в задачу</p> <p>Привязка задач к стратегическим целям компании</p> <p>Управление продажами и взаимодействием с клиентами</p> <p>Аналитические дашборды по выполненным задачам</p> <p>Инструменты для проектной работы (диаграмма Ганта, спринты, mind map)</p> <p>Встроенные шаблоны</p> <p>Встроенная электронная почта</p> <p>Совместная работа с документами</p> <p>Доска для идей / мозгового штурма</p> <p>Управление корп. контентом, поиск по внутренним ресурсам</p>	-	<p>Интеграция с DLP-системами, антивирусным ПО</p> <p>Размещение внутри контура</p>	<p>Обучающие семинары / вебинары для заказчика</p>	<p>Конструктор опросов</p> <p>Корпоративный интранет, организация корпоративной базы знаний</p> <p>Создание и персонализированная рассылка новостей</p> <p>Автоматизация процесса адаптации новых сотрудников</p> <p>Обучение сотрудников</p> <p>Геймификация опыта сотрудников</p>

Базовые функции (есть у большинства решений)



Уникальные функции (есть у отдельных решений)

* Есть у большинства, но готовых настроенных интеграция немного (обычно до 10). Лидер – Битрикс24 (более 1000 настроенных интеграций).

ВОЗМОЖНОСТЬ ПРОТЕСТИРОВАТЬ ПРОДУКТ ПЕРЕД ПОКУПКОЙ

Возможность протестировать продукт перед покупкой может стать важным фактором принятия решения особенно для крупных компаний. Большинство компаний предлагают бесплатную версию. Пробный период или демонстрация возможностей есть примерно у половины игроков.

	Презентация возможностей	Пробный период	Бесплатная версия
Пачка	есть, личная демонстрация после регистрации	есть, 7 дней или с ограниченными условиями	есть
eXpress	есть, можно скачать на сайте	есть, только для физлиц	есть
Tada.team	нет	приложение бесплатное	
Im'work	нет	есть	есть
Yougile	есть, обучающие видео и личная консультация по запросу	7 дней	первые 10 пользователей всегда бесплатно
Dialog	нет	нет	нет
СИБРУС	нет	есть	есть
Leverice	есть	есть	есть
VK Teams	есть, личная демонстрация после регистрации	н. д.	есть
Ато.мессенджер	есть	нет	есть
Samoware	н. д.	н. д.	есть
Smarty CRM	нет	есть	есть
Битрикс24	есть	есть	есть

Основная модель монетизации российских мессенджеров – это подписка, т.е. регулярная абонентская плата за продукт в расчете на количество пользователей (за месяц или год). Выделяют два варианта оплаты – за каждого пользователя и за диапазон пользователей.

- 1** Большинство российских корпоративных мессенджеров работает по модели **freemium** (бесплатная версия с ограниченным функционалом) + **подписка**.
- 2** Плата за подписку берется за
 - Каждого пользователя.
 - Диапазон пользователей.
- 3** Стоимость подписки
 - **Увеличивается** за счет расширения предоставляемого функционала, например, количества отправленных сообщений, объема облака и т.д.
 - **Уменьшается** за счет авансовой оплаты (за полгода, один или два года)
- 4** Большинство российских мессенджеров предоставляют **особые условия для крупных компаний***.
- 5** Отдельные особенности:
 - Yougile берет плату только с 11-го пользователя – первые 10 всегда бесплатно (без ограничений по функционалу).
 - У Samoware стоимость подписки рассчитывается из: базовой стоимости (минимум на 25 пользователей) + оплата за каждого последующего пользователя.

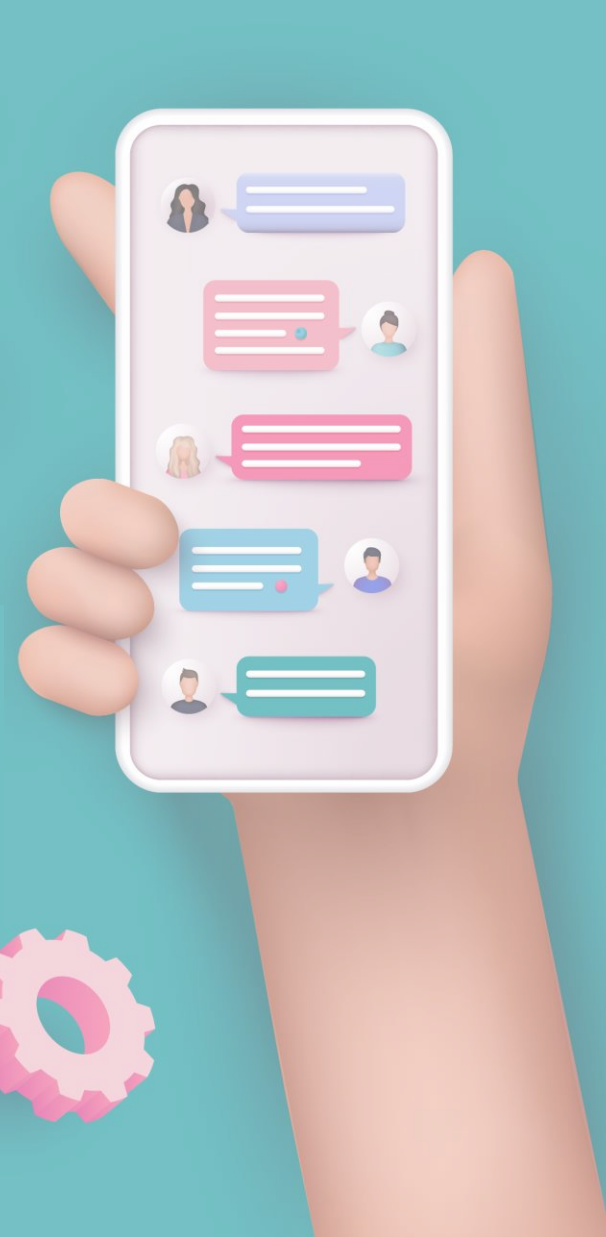
	Средние тарифы, в месяц	
	Минимальный	Максимальный
При оплате за каждого пользователя	234 руб.	859 руб.

- У двух мессенджеров (yougile и Samoware) есть возможность покупки бессрочной лицензии. Техническая поддержка и обновления включены на год. Далее – необходимо продление (~25% от стоимости лицензии).
- У Leverice стоимость подписки за пользователя варьируется в зависимости от диапазона пользователей (до 100 пользователей – 160 руб. на человека, 101-400 – 130 руб. на человека и т.д.).

* Информация предоставляется по запросу























3

Международный опыт: лучшие практики и особенности развития



Критерии выбора

- Популярность, большое количество пользователей
- Разнообразии функционала (разные типы решаемых задач пользователей)
- Объем привлеченных венчурных инвестиций, стоимость компании

	Стартапы	Цифровые экосистемы	IT-компании
Выбранные кейсы*	     		 
Другие кейсы Рассматривались, но не вошли в шорт-лист для детального анализа	         	 	 

* Краткая информация по выбранным кейсам представлена в Приложении

Большинство иностранных мессенджеров отличается четким и диверсифицированным позиционированием своего продукта и выделяют различные целевые аудитории по размеру, отраслевой специфике, подразделению компании.

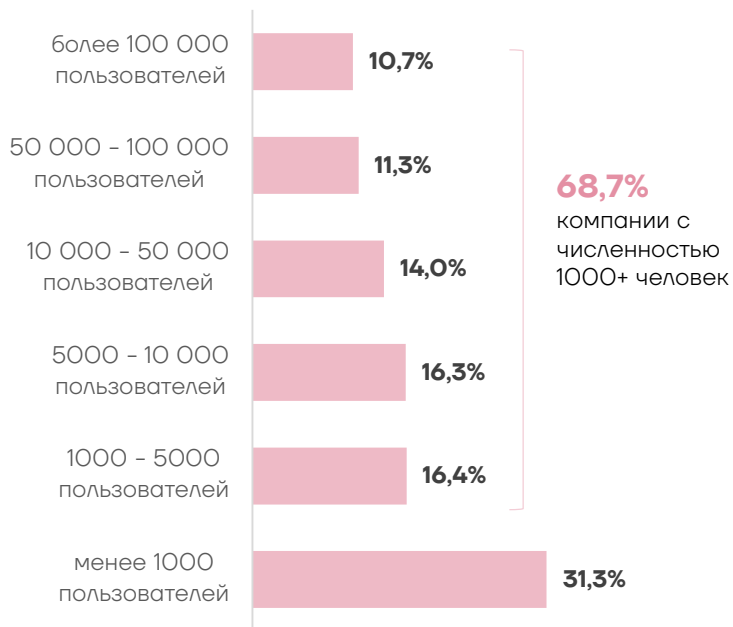
Целевая аудитория, выделяемая в позиционировании компаний*

	Размер компании		Отрасль	Подразделения / отделы внутри компании	Другое
	Стартапы / небольшие команды	Корпорации			
Slack				Разработка, техподдержка, клиентская поддержка, безопасность, продажи, управление проектами, HR, маркетинг	
ClickUp			Образование, здравоохранение, строительство, недвижимость	Развитие, маркетинг, продажи, дизайн, управление проектами, финансы, HR, юристы, клиентская поддержка, PR	<ul style="list-style-type: none"> • НКО • Разные пользовательские сценарии
Microsoft Teams					<ul style="list-style-type: none"> • Госкомпании • Школы, университеты
Microsoft Viva					Госкомпании
Rocket.Chat			Образование, ИТ, здравоохранение, оборонная отрасль, финансы		<ul style="list-style-type: none"> • Госкомпании • НКО
Staffbase			Производство, здравоохранение, логистика, автомобилестроение, торговля, энергетика и ЖКХ	HR, техподдержка, внутренние коммуникации, стратегическое управление	Разные пользовательские сценарии
Crew			Общественное питание, торговля, уход на дому, здравоохранение, lifestyle-услуги (салоны красоты, фитнес-клубы и т.п.)		Frontline-работники (обслуживающий персонал, работники с почасовой ставкой)
Flock				Техподдержка, продажи, маркетинг, HR, клиентская поддержка, разработка продукта	

* Без учета физлиц (есть в некоторых мессенджерах)

За корпоративные коммуникационные системы чаще готовы платить крупные компании с численностью сотрудников более 1000 человек.

Уровень внедрения корпоративных коммуникационных систем в зависимости от размера организаций, % от общего количества платных внедрений
Gartner, Market Guide for Employee Communications Applications, 2021



Отраслевой анализ ценностного предложения косвенно свидетельствует о том, что корпоративные коммуникационные системы наиболее востребованы в индустрии торговли, здравоохранении и производстве для решения HR-задач, техподдержки и поддержки клиентов.

Распространенность позиционирования по отраслям и подразделениям
Анализ 17 кейсов зарубежных мессенджеров (подробнее см. в Приложении)

Уровень распространенности	Отрасли	Подразделения
Более 30% кейсов	<ul style="list-style-type: none"> • Здравоохранение • Торговля • Производство 	<ul style="list-style-type: none"> • HR • Техподдержка (IT) • Клиентская поддержка
10 – 30% кейсов	<ul style="list-style-type: none"> • Транспорт и логистика • Туризм и индустрия гостеприимства • Образование • Государственный сектор • Общественное питание • НКО • Финансы 	<ul style="list-style-type: none"> • Маркетинг • Внутренние коммуникации • Разработка продукта • Управление проектами • Продажи • Стратегическое управление
Менее 10% кейсов	<ul style="list-style-type: none"> • Строительство • Недвижимость • Оборонная отрасль • Энергетика и ЖКХ • Автомобилестроение • Сфера услуг (напр., уход на дому, салоны красоты) • Event-индустрия • Консалтинг 	<ul style="list-style-type: none"> • Внутренняя безопасность • Дизайн • Финансы • Юридическая деятельность • PR

Помимо общих ценностей зарубежные мессенджеры дополнительно формулируют ценности для различных целевых аудиторий, а также прописывают пользовательские сценарии решения наиболее часто встречаемых задач.

- **Верхнеуровневые ценности одинаковы для большинства мессенджеров и сформулированы в общем виде**
«Одно приложение для всего», «все инструменты для работы в одном месте» – ключевые ценности, которую транслируют все зарубежные мессенджеры. Они сформулированы в разном виде («новая цифровая штаб-квартира», «единое пространство для коллаборации и кросс-функциональной работы»), но в целом очень похожи. Некоторые компании идут дальше, позиционируя свой продукт как инструмент управления опытом сотрудников.
- **Четкое позиционирование по целевым аудиториям**
Кроме общего позиционирования, иностранные мессенджеры всегда формулируют ценностное предложение и возможности сервиса для разных целевых аудиторий (по размеру компании, типам команд / подразделениям компании, компаниям различных отраслей).
В описании ценностей фокус делается на наиболее релевантных для работы инструментах (например, для HR – это найм и адаптация новых сотрудников, автоматизация подготовки документов, вовлечение персонала). Некоторые игроки детально прописывают пользовательские сценарии для решения отдельных типовых задач (например, управление сайтом, удаленная работа).

ПРИМЕРЫ ЦЕННОСТНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ОТДЕЛЬНЫХ ЦА

ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ КОМПАНИИ

- **Разработка продукта**

Ускорьте разработку приложений

Быстрее разрабатывайте продукт с помощью agile-инструментов (road map, спринты, бэклоги)

- **HR**

Все инструменты для управления кадрами: от найма сотрудников до построения корпоративной культуры.

All-In-One HR: адаптация сотрудников, управление документами, отслеживание производительности и многое другое

- **Клиентская поддержка**

Отвечайте на вопросы клиентов, ликвидируйте инциденты, пользуясь помощью всех сотрудников вашей организации

Управляйте всеми коммуникациями с клиентами через одну платформу

ОТРАСЛЬ

- **Образование**

Эффективное обучение на одной платформе: классы, встречи, задания, файлы и совместная работа

Цифровая образовательная среда для университетов, заботящихся о конфиденциальности

- **Здравоохранение**

Платформа, соответствующая стандартам безопасности и связывающая вас с пациентами, коллегами и партнерами

Управляйте всей системой здравоохранения: от бюджета и ресурсов команды до приема пациентов.

Важной частью позиционирования зарубежных мессенджеров является выделение своих преимуществ по сравнению с конкурентами / аналогами и формулирование практической ценности в виде конкретных экономических и операционных показателей эффективности.

- Выделение своих конкурентных преимуществ по сравнению с другими мессенджерами

Преимущества сервиса перед конкурентами – важная часть позиционирования в иностранных мессенджерах. Для этого могут указываться продукты (например, Asana, Trello), от которых компания сможет отказаться, т.к. аналогичный функционал есть в мессенджере, или в более явном виде приводится сравнение с основными конкурентами по функционалу и стоимости.

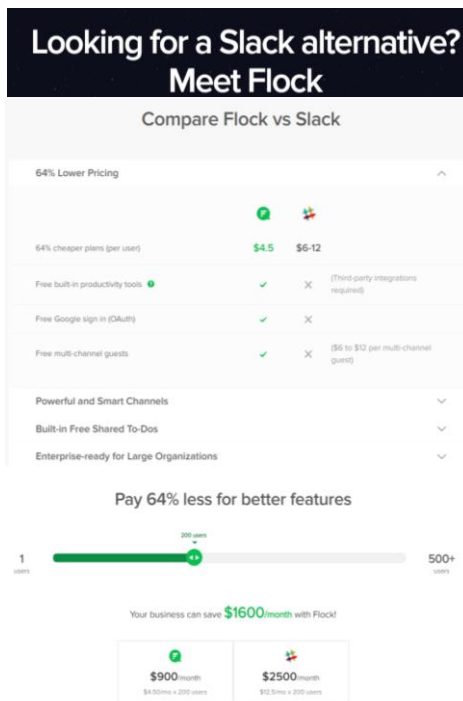
- «Оцифровка» ценностей

Чтобы показать практическую пользу от внедрения решений зарубежные мессенджеры часто дополняют свое ценностное предложение показателями экономической и операционной эффективности (например, экономия бюджета, рентабельность инвестиций, повышение продуктивности сотрудников).

ПРИМЕР:

Flock как альтернатива Slack

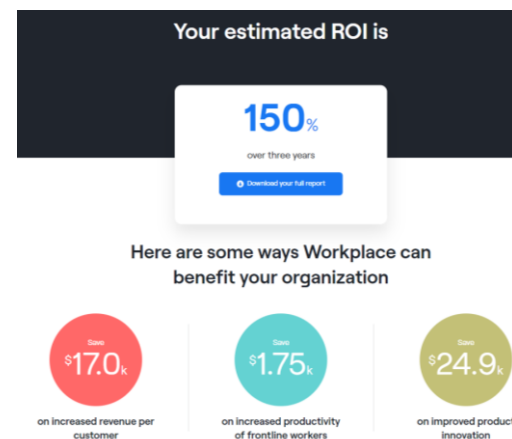
Представлено детальное сравнение по стоимости и функционалу, а также интерактивный калькулятор, который позволяет рассчитать сколько компании / команды разных размеров смогут сэкономить при использовании Flock вместо Slack.



ПРИМЕР:

Калькулятор эффектов Workplace from Meta

После заполнения небольшой анкеты (о направлении бизнеса, количестве сотрудников, выручке и планируемом росте) можно получить информацию об окупаемости инвестиций и экономических эффектах от внедрения коммуникационной платформы.

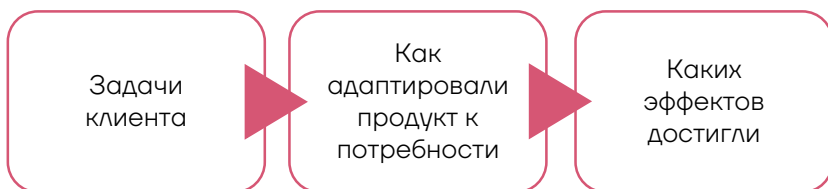


ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (3/3)

Зарубежные мессенджеры активно используют истории клиентов для продвижения своих продуктов. Большинство из них детально описывают задачи и эффекты от внедрения, что стимулирует потенциальных пользователей выбрать этот продукт. Российские разработчики редко используют клиентские истории и формулируют их очень общо.

Клиентские истории (customer stories) – один из маркетинговых инструментов, который позволяет транслировать ценностное предложение.

Как формулируются клиентские истории:



Клиентская история становится убедительной (=эффективный маркетинговый инструмент), если:

- Выделяется специфическая «боль» клиента. Конкретика в описании проблемы клиента помогает будущим пользователям идентифицироваться с проблемой.
- Детально описывается, как именно продукт применялся в каждом отдельном случае: как устанавливали решение, какой функционал использовали.
- Эффекты четко (желательно количественно) сформулированы в соответствии с индивидуальными задачами. Не имеет смысла во всех клиентских историях писать, что корпоративный мессенджер «помог оптимизировать коммуникацию между сотрудниками».

Задачи, которые решали пользователи с помощью корпоративных мессенджеров

Анализ 21 российских и 57 зарубежных историй клиентов, опубликованных на сайтах компаний-разработчиков мессенджеров.

	Российские	Зарубежные
Оптимизировать работу и повысить прозрачность бизнес-процессов	Средняя	Средняя
Структурировать коммуникацию в соответствии с бизнес-процессами и задачами	Средняя	Средняя
Обеспечить безопасность общения	Средняя	Средняя
Развить HR-бренд компании: повысить привлекательность и лояльность к компании	Средняя	Высокая
Объединить сотрудников, работающих удаленно / в разных командах / регионах / frontline	Средняя	Высокая
Контролировать выполнение задач, управлять отчетностью, мониторить эффективность команд	Средняя	Средняя
Перейти на следующее поколение инструментов (dial-in звонков к VOIP, от почты – к мессенджерам)	Средняя	Средняя
Повысить уровень принятия решений линейными сотрудникам	Средняя	Средняя
Оптимизировать процесс найма сотрудников	Средняя	Средняя
Настроить автоматизированную аналитику по работе компании, чтобы быстрее принимать управленческие решения	Средняя	Средняя

Распространенность задачи: Нет кейсов Низкая Средняя Высокая

Большинство зарубежных мессенджеров предсказуемо отличается большим разнообразием функций. Лучше всего развиты базовые функции мессенджера и интеграция со сторонними системами и партнерскими ПО. Якорная функция влияет на специфику продукта (например, у ClickUp лучше всего развиты инструменты для продуктивной работы).

	Slack	Microsoft Teams	ClickUp	Rocket.Chat	Microsoft Viva	Flock	Crew	Staffbase	Среднее
Якорная функция	Коммуникации	Коммуникации	Управление проектами и задачами	Коммуникации	Employee Experience	Коммуникации	Коммуникации	Employee Experience	
Мессенджер* Групповые чаты/каналы, редактирование и удаление сообщений, голосовые сообщения	87%	85%	73%	80%	53%	70%	80%	60%	74%
Звонки Аудио и видеозвонки, видеоконференции, демонстрация экрана	57%	93%	0%	57%	0%	57%	14%	0%	35%
Продуктивность сотрудников Календарь, доска задач, чат-боты, совместная работа с документами и др.	43%	36%	86%	36%	21%	36%	36%	14%	38%
Вовлечение и опыт сотрудников Конструктор опросов, корпоративный интранет, адаптация новых сотрудников, геймификация	14%	0%	29%	0%	71%	29%	64%	50%	32%
Поддержка Круглосуточная поддержка, обучающие семинары, персональный менеджер	100%	67%	100%	67%	67%	33%	60%	67%	70%
Интеграция Кроссплатформенность, настроенная интеграция с приложениями, открытый API / исходный код	100%	82%	88%	80%	82%	80%	40%	80%	79%
Безопасность Шифрование данных, многофакторная аутентификация, интеграция с DLP-системами	67%	83%	50%	50%	67%	50%	33%	33%	54%

Представленность функций по группам: 0% 8 – 19% 20 – 39% 40 – 59% 60 – 79% 80 – 100%

* В каждом кейсе проанализировано 70+ функций (1 – есть, 0,5 – частично, 0 – нет). Функции разделены на семь групп. Максимально возможное число функций в каждой группе принималось за 100%. Не учитывались функции, которые есть в партнерских приложениях, интегрированных с мессенджером. Детальный список функций см. в приложении.

СРАВНЕНИЕ РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ МЕССЕНДЖЕРОВ ПО ФУНКЦИОНАЛУ

В целом российские мессенджеры отстают по функционалу от зарубежных, особенно в части инструментов для улучшения опыта сотрудников и продуктивности работы. При этом российские мессенджеры отличаются более высоким уровнем киберзащиты по сравнению с зарубежными конкурентами.

	Уровень развития
Мессенджер	
Звонки	
Продуктивность сотрудников	
Вовлечение и опыт сотрудников	
Поддержка	
Интеграция	
Безопасность	

Функционал российских и зарубежных решений примерно сопоставим

Российские решения отстают от зарубежных

Зарубежные решения отстают от российских

КАКИЕ ФУНКЦИИ СТОИТ ВЗЯТЬ НА ЗАМЕТКУ РОССИЙСКИМ МЕССЕНДЖЕРАМ

Выделены функции, которые активно развиваются в мире, но слабо представлены в России

Мессенджер

- Гостевой доступ и возможность коммуникации не только с коллегами, но и с партнерами, клиентами (есть только в половине рассмотренных росс. кейсов)
- Ролевые модели – разный доступ к функционалу платформы, возможность выстраивания различных сценариев взаимодействия по ролям
- Интернационализация: автоматический перевод сообщений на другие языки – важен, если компания планирует выходить на зарубежные рынки

Продуктивность сотрудников

В российских решениях развиты только базовые функции управления задачами и встречами.

Недостаточно представлены:

- Инструменты проектной работы (например, диаграмма Ганта, mindmap), в т.ч. встроенные шаблоны для различных бизнес-процессов
- Совместная работа с документами
- Встроенная электронная почта
- Аналитика по эффективности работы (например, дашборды с ключевыми показателями по проектам и компании в целом)

Звонки

- Автоматизация аудио- и видео коммуникаций за счет технологий искусственного интеллекта и компьютерного зрения

Вовлечение и опыт сотрудников

- Конструктор опросов (для развития системы обратной связи и вовлечения сотрудников в принятие решений)
- Корпоративный интранет, в т.ч. инструменты создания и персонализированной рассылки новостей компании
- Инструменты сбора и анализа данных о сотрудниках (продуктивности, уровне стресса, мотивации) для развития корпоративной культуры и комплексной системы управления корпоративными коммуникациями

Интеграция

- Расширение настроенных интеграций с партнерскими сервисами

Поддержка

- Обучающие семинары для заказчика
- Обучающие видео по системе, выложенные на сайте

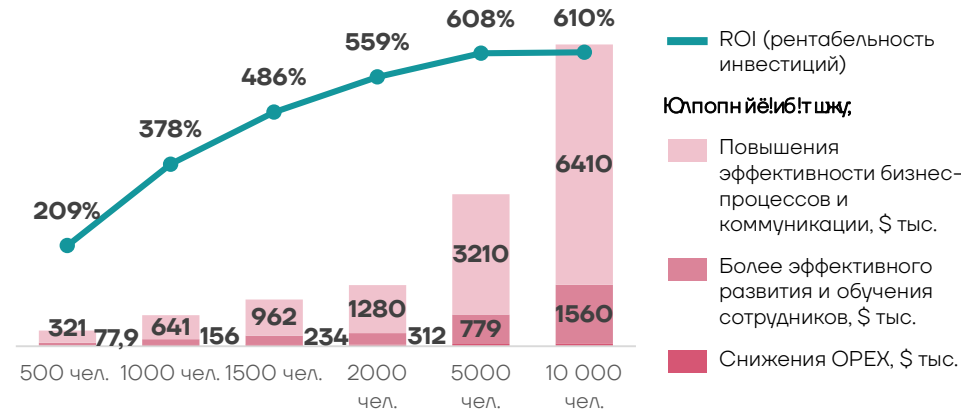
Внедрение корпоративных коммуникационных систем способно повысить эффективность бизнес-процессов и продуктивность сотрудников, сократить операционные расходы компании и повысить ее привлекательность на рынке труда. Масштаб эффектов выше в компаниях с большим количеством сотрудников.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЭФФЕКТЫ

Масштаб эффектов зависит от размера компании, специфики ее деятельности, планируемых темпов роста. Рентабельность инвестиций и экономия бюджета более высокая у компаний с большим количеством сотрудников. Средняя экономия бюджета в расчете на 1 сотрудника – \$820.

Рентабельность инвестиций и экономия бюджета (на период 3 года)

На основе ROI-калькулятора Workplace from Meta, разработанного Forrester Research (для IT-компаний, планирующих расти на 10% в год)



на 20-30%

выше выручка / прибыль организаций, внедривших платформы корпоративных коммуникаций

[Microsoft Viva](#), [Staffbase](#)

6 месяцев

срок окупаемости инвестиций

[Slack](#)

\$90 тыс.

экономия за счет отказа от других цифровых сервисов

[Slack](#)

ПОВЫШЕНИЕ ПРОДУКТИВНОСТИ

За счет унификации коммуникаций, уменьшения количества совещаний и переписок в почте и более оперативного решения вопросов.

на 20%

экономия рабочего времени сотрудника (~8 часов в неделю)

[ClickUp](#)

>80%

сотрудники отмечают рост эффективности коммуникаций и удаленной работы

[Slack](#)

10 раз

ускорение разработки IT-продуктов

[Rocket.Chat](#)

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ДЛЯ ТАЛАНТОВ

Улучшение опыта сотрудников приводит к повышению HR-конкурентоспособности компании на рынке труда.

на 51%

снижение текучки кадров

[Microsoft Viva](#)

5 раз

выше успешность в привлечении и удержании кадров

[Microsoft Viva](#)

NOTE: Для оценки эффективности своих продуктов компании-разработчики мессенджеров заказывают исследования у сторонних консалтинговых компаний или собирают данные с клиентов в рамках «историй успеха».

Основные модели монетизации зарубежных мессенджеров такие же, как и российских – подписка в расчете за пользователя или за диапазон пользователей. Некоторые продукты можно приобретать модулями или докупать дополнительный функционал, не входящий в базовый тариф.

Модель монетизации

- Подписка
- Есть freemium-версия с ограниченным функционалом (для индивидуального использования или небольших команд до 10–20 человек)

Принципы тарифообразования

- Количество (диапазон) пользователей; более распространена плата за пользователя, а не диапазон
- Разный доступный функционал продукта
- Разный объем и уровень техподдержки (время ответа на обращение, наличие персонального менеджера и т.п.)

Некоторые компании предоставляют скидки госкомпаниям и НКО.

Стоимость

Стоимость иностранных продуктов сопоставима с российскими мессенджерами.

	Средняя стоимость за пользователя, месяц	
	Минимальная	Максимальная
Зарубежные продукты	315 руб. (\$5,3)	889 руб. (\$14,8)
Российские продукты	234 руб.	859 руб.

Гибкие условия

Модульность

Некоторые поставщики коммуникационных систем (Staffbase, Microsoft Viva) разделяют свой продукт на модули (в зависимости от функционала – например, модуль аналитики, модуль с инструментами для продуктивной работы) и предоставляют возможность купить продукт не целиком, а отдельными модулями. При покупке нескольких модулей предоставляется скидка.

Некоторые продукты можно приобрести как отдельно, так и в комплексе с другими (например, Microsoft Teams можно купить как часть пакета Microsoft 365).

Базовый продукт и доп фичи

У Rocket.chat есть базовая версия коммуникационной платформы, которая предоставляется по подписке и дополнительные инструменты, которые оплачиваются дополнительно (например, ИИ-ассистент для автоматизации служб поддержки клиентов стоит \$36 в месяц за одного ассистента).

4

Анализ спроса и потребностей пользователей на российском рынке



Выделяется несколько типов компаний, которые предъявляют разные требования к IT-продуктам, в т.ч. корпоративным мессенджерам. Для анализа особенностей спроса мы провели глубинные интервью с российскими пользователями мессенджеров.

Малые и средние компании / стартапы

- Приобретают облачные решения по ежемесячной подписке, так как у них нет необходимости и возможностей содержать собственную IT-архитектуру.
- Ценят гибкость решений и возможность быстро адаптировать их в соответствии с изменениями.

Крупные частные компании / корпорации

- Приобретают Standalone-решения (либо разрабатывают самостоятельно), т.к. более требовательно относятся к (кибер)-безопасности, защите персональных данных.
- Уделяют внимание возможности интеграции с действующими корпоративными IT-системами.

Государственные компании, организации, ведомства / НКО

- Приобретают Standalone-решения (либо разрабатывают самостоятельно), т.к. более требовательно относятся к (кибер)-безопасности, защите персональных данных.
- Ограничены требованиями импортозамещения и информационной безопасности.

Требования к корпоративному мессенджеру будут отличаться в зависимости от отдела (бизнес-функции), например продажи, HR, разработка.

Для данного исследования было проведено 10 интервью с основателями компаний, директорами по развитию, руководителями команд, использующими корпоративные мессенджеры:

- Преобладают малые и средние компании, до 250 чел.
- **Направления:** IT, маркетинг и реклама, финансы, образование, ЖКХ.
- **Основные темы:** какие ключевые «боли» хотели решить с помощью корпоративного мессенджера, кто инициировал внедрение нового инструмента, какие критерии учитывались при выборе, какой функционал наиболее востребован / какого не хватает, как новый инструмент повлиял на эффективность работы компании.

Потребность в эффективных инструментах внутренних коммуникаций только начинает формироваться. Это обусловлено достаточно низким уровнем корпоративной культуры.

Уровень развития корпоративных коммуникаций (и в целом корпоративной культуры) в российских компаниях находится на начальном этапе.

- **Несколько респондентов отметили, что корпоративный мессенджер – это только инструмент.** В первую очередь руководителю необходимо правильно выстроить работу. Если в компании низкая культура общения, то внедрение нового мессенджера не повысит эффективность работы сотрудников.
- **Потребность в единой системе корпоративных коммуникаций не сформирована.** Руководители хотят в первую очередь контролировать бизнес-процессы и чтобы сотрудники не отвлекались. Они практически не думают о построении привлекательного опыта сотрудников (employee experience).
- **Сотрудники не заинтересованы использовать новые инструменты для общения.** Все респонденты отметили, что их команды старались как можно дольше общаться в привычных мессенджерах.
- **Изменения в привычных практиках редко объясняются сотрудникам,** что вызывает сильное сопротивление команды, которая видит только дополнительную нагрузку в переходе на новый инструмент. Некоторые руководители пытаются управлять процессом адаптации команды (проводят обучение, собирают обратную связь), но эти инициативы не дают необходимого результата.

Российские компании уступают зарубежным

Во многих российских компаниях осознание необходимости развития и укрепления своей уникальной корпоративной культуры находится еще на начальном этапе, а опыт практического применения моделей корпоративной культуры только формируется.

Важность инвестиций в корпоративную культуру

PwC, Global Culture Survey 2021



«Сотрудников нужно заставлять – им не нравится, они как старперы, хотя им 30 – 40 лет».

«Основная проблема была в том, чтобы перевести всех сотрудников сюда. Мы готовили почву. Людям не нравится менять привычные вещи, поэтому мы так потихоньку-потихоньку людей готовили».

Существующие на рынке компании не предлагают однозначно привлекательные продукты, которые могли бы стимулировать развитие спроса.

Решения, которые используют компании, не предлагают пользовательский опыт высокого уровня

- **Сложно разобраться в пользовательском интерфейсе.** С особым раздражением респонденты отзывались о «монструозных космолетах» – решениях, в которых есть все возможные функции для корпоративных коммуникаций, но которые невозможно использовать без отдельного IT-специалиста.
- **Функции менее удобные, чем в привычных инструментах.** Так, например, многие фишки мессенджеров, такие как реакции на сообщения, возможность пересылать сообщения, воспринимаются пользователями как само собой разумеющееся. Их отсутствие вызывает ощущение «не-уютности», ограниченности мессенджера.
- **Низкий уровень ожиданий.** Респонденты отметили, что самое важно – это бесперебойность работы мессенджера (уменьшение количества багов), а не большое количество функций.
- **Предпочитают использовать разные инструменты для разных задач.** Пользователям не нужна концентрация всех коммуникационных инструментов в одном приложении, для разных задач они используют разные сервисы и это не вызывает у них неудобств. Хотя возможно это связано с тем, что на рынке еще нет готового продукта, который бы удобным образом интегрировал разные инструменты.

«...они пытаются и мобильное приложение, и чат впихнуть, и CRM, и task. Но это неудобно. По сути, чат должен быть отдельно».

«Мы наверное не освоили правильное его [календаря] использование. Может быть кто-то научился с этим правильно работать, но я пока не до конца освоил».

Другие используемые сервисы

Респонденты активно используют другие инструменты одновременно с корпоративными мессенджерами.

Инструмент	Какой функционал покрывает
Zoom / Google Meet / Яндекс телемост	В корпоративном мессенджере, который они используют, видеозвонки не стабильны, плохого качества, часто прерываются
Telegram	<ul style="list-style-type: none"> • Там осталась переписка с клиентами и подрядчиками • Для некоторых сотрудников он удобнее («уютнее») и респонденты продолжают общаться там • Для одного респондента критична возможность записывать голосовые сообщения • Быстрая коммуникация
Google Sheets	В корп. мессенджере нет функции автоматической выгрузки данных в таблицы
Google data studio	В корп. мессенджере нет функции сложной визуализации данных
Outlook (почта и календарь)	Там удобно, просто и привычно

БОЛИ И ПОТРЕБНОСТИ, КОТОРЫЕ ЗАКРЫВАЮТ МЕССЕНДЖЕРЫ

Компании начинают использовать корпоративные мессенджеры, чтобы лучше контролировать рабочий процесс и сделать общение сотрудников более эффективным (особенно актуально для быстро растущих компаний). Также многие озабочены возможными рисками из-за ухода иностранных провайдеров.

Что использовали раньше

Общедоступные мессенджеры:

WhatsApp, Telegram, Skype, ICQ

Боли, которые хотят решить с помощью рос. корпоративного мессенджера

Руководитель не успевает контролировать рабочий процесс

- Тратит много времени, чтобы отследить статусы по задачам.
- Проблема появляется, когда компания начинает расти (от 15 сотрудников), появляются новые функциональные отделы.

«Нет одного места, где можно зайти и увидеть, что у нас происходит, какие маркетинговые кампании запущены...».

Руководитель считает, что внутренние коммуникации не эффективны

- Сотрудники отвлекаются на личные переписки, в т.ч. с коллегами (поздравляют с праздниками, пересылают мемы).
- Сотрудники не ориентируются во множестве переписок: начинают обсуждать задачу в индивидуальных, а не групповых чатах.
- Сотрудники отвлекаются на уведомления, которые не относятся к их задачам.
- Руководитель раздражается, когда не понимает, кто ему пишет. Например, это новый сотрудник, у которого на аватаре стоит картинка и не понятно, из какого он отдела.
- Руководитель беспокоится, что сотрудники не соблюдают баланс работы и личной жизни (редкая боль).

«Человек у нас увольняется, например. Он может все удалить, то есть компания не владеет историей этой коммуникации, не контролирует ее».

«Не могу в чате [Telegram] найти то, что мне нужно. Происходит много ненужных коммуникаций»

Иностранные корпоративные мессенджеры и таск-менеджеры:

Slack, Trello, Microsoft, Notion, Rocket Chat

Руководитель беспокоится о (кибер)-безопасности

- Риск блокировки или ухода из России иностранных решений (данные размещаются на иностранных серверах, невозможность оплатить подписки).
- Риск потерять важные данные или переписки, если сотрудник уволится.
- Риск взлома и утечки корпоративных данных
- Незащищенность от доступа российских спецслужб.

Большая часть компаний не отличается структурированным подходом к выбору корпоративного мессенджера – не проводят детальное сравнение альтернативных продуктов и полагаются на уже известные им решения.

ПОИСК

Кто инициирует

Чаще

Основатели / Руководители отделов

Чаще всего инициируют внедрение корпоративных мессенджеров, т. к. наиболее остро ощущают боли и имеют полномочия принимать такие решения.

Реже

Сотрудники компании

Один из респондентов отметил, что в их компании любой сотрудник может предложить использовать новый корпоративный инструмент.

«Первый раз я его [сервис] увидел, когда участвовал в одном конкурсе. Для меня это была система новая, но в памяти осталась».

«Увидел случайно рекламу, пока был в отпуске, до этого особо не думал».

ОТБОР

Как организован

Чаще

Не сравнивают альтернативы

Рассматривают решения, которые им уже известны (пользовались на других проектах, кто-то посоветовал, попала на глаза реклама и т. д.*). Могут прислушаться к мнению коллег. Выбирают первое, которое подходит под **критерии** (подробнее на слайде 44).

Реже

Постоянный мониторинг рынка и детальное сравнение альтернатив

Подробно рассматривают функционал и оценивают, насколько эффективно он будет решать их задачи, следят за обновлениями. Могут обсуждать с сотрудниками.

«Я несколько дней сидел, искал, изучал рынок, что существует. И в какой-то день на восьмой странице гугл поиска попался [сервис]»

ВНЕДРЕНИЕ

Как происходит

Чаще

Пилотирование выбранного решения

Тестируют среди руководителей или одной команды сотрудников. Используют для этого бесплатную версию с ограниченным функционалом или пробный период.

Реже

Решение принимается единолично и ультимативно

Руководитель не тестирует мессенджер, а сразу делает его использование обязательным для команды.

«Когда я выбираю продукт, которым будут пользоваться я и еще сто человек, мне важно понимать, что семьдесят из них согласны, а вот те тридцать, которые не согласны, например, их возражения не критичны».

* Один респондент выбрал мессенджер, потому что был знаком с основателем.

Самое важное для пользователей при выборе мессенджера – это базовый функционал и низкая стоимость (особенно критична для небольших компаний). Простой и понятный интерфейс, позволяющий быстро во всем разобраться и начать использовать продукт, будет существенным плюсом.

● Есть базовый функционал

Хорошо работающие мессенджер и таск-менеджер – основные значимые для пользователей функции. Остальное (возможность звонков, синхронизация с почтой) рассматривается как приятное, но необязательное дополнение.

(подробнее на слайде 45).

● Легко разобраться самостоятельно

Респонденты отметили, что не хотят разбираться с «монструозными» системами, в которых много функций: у них нет на это времени и бюджета на отдельного специалиста.

● Низкая стоимость

Пользователи зачастую готовы пожертвовать даже частью базового функционала ради низкой стоимости. Тем более, большое число «приятных» функций не стимулирует респондентов платить больше.

● Легко кастомизировать

Под быстро меняющиеся бизнес-процессы в компании или потребности отдельных сотрудников. Мессенджер должен легко интегрироваться с другими сервисами (почтой, CRM-системой и т.д.), когда в этом появится потребность.

● Российский

Для большинства респондентов важно, чтобы мессенджер был российским*. В первую очередь, чтобы избежать риска утечки данных, потери контроля над данными (если хранятся на иностранных серверах), трудностей с оплатой.

! НЕ ИЗ ЧЕГО ВЫБИРАТЬ

Несколько респондентов отметили, что на рынке мало подходящих российских мессенджеров.

«Мы много смотрели. На самом деле, сейчас особого выбора нет».

«В мессенджере, например, ты пользуешься средним уровнем подписки, который тебя устраивает всем. Но тебе не хватает одной маленькой фишки. А это одна фишка включена в премиум подписку, которая дороже очень сильно. Естественно, в премиум подписке куча всего дополнительного, но оно тебе не нужно. Тебе нужна эта одна маленькая фишка, но ты не готов за нее платить в два раза больше».

«Я не знаю через какой промежуток и что с ним [мессенджером] будет дальше, но так как он бесплатный, то нас все более чем устраивает. И мы закрываем глаза на любые минусы».

● Критерии, которые чаще указывались пользователями

* Ситуативный критерий, связанный с текущими экономическими условиями.

В корпоративном мессенджере пользователи, в первую очередь, хотят видеть функции, которые позволяют решить их основные боли – неэффективную внутреннюю коммуникацию и отсутствие контроля над рабочим процессом.

НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫЙ ФУНКЦИОНАЛ

Мессенджер

Адресная книга

Чтобы быстро найти сотрудника по должности, добавить его в чат, подключить к проекту.

Треды

Личные и групповые чаты, которые можно привязывать к проектам или задачам.

Стикерс, эмодзи, реакции, пересылка сообщений

Возможности, к которым пользователи привыкли в «общедоступных» мессенджерах, в первую очередь в Telegram.

Task-менеджер

Проекты, подзадачи и чек-листы

Возможность структурировать работу над проектами по отдельным задачам.

Дедлайны

Возможность назначать и контролировать сроки.

Кросс-задачи

Возможность создавать задачи для нескольких отделов и команд. При этом один отдел видит на каком этапе находится работа у другого отдела.

«Мне удобно общаться с людьми и сразу же в процессе там создавать задачи, таски и следить за их выполнением».

«Очень удобны треды. Когда тредов нет, то сообщения в разной и тут не всегда понятно на какое из предыдущих сообщений ты отвечаешь и реагируешь».

ФУНКЦИОНАЛ, КОТОРОГО НЕ ХВАТАЕТ В ИСПОЛЬЗУЕМЫХ РЕШЕНИЯХ

Общение с клиентами / подрядчиками

Интеграция с CRM / Гостевой доступ

Часть респондентов хотели бы иметь возможность добавлять клиентов в треды по задачам.

Аналитика

Отчеты по проектам

Респонденты хотели бы иметь возможность быстро создавать хорошо визуализированные отчеты по проектам, чтобы, например, оценивать эффективность работы, выполнение KPI.

По мнению респондентов, корпоративный мессенджер успешно решает задачи, ради которых его устанавливали.

ЭФФЕКТЫ

В основном, респонденты не проводят специальных исследований. Эффективность оценивалась «по ощущениям». Один респондент перед интервью собрал обратную связь от сотрудников. Второй – сейчас разрабатывает систему оценки эффективности работы сотрудников с помощью функционала мессенджера, но результатов пока нет.

1 Задачи решаются быстрее

Корпоративный мессенджер сократил ненужные переписки, за счет чего часть задач стала решаться быстрее.

2 Команде проще фокусироваться

Часть респондентов отметили, что сотрудники стали меньше отвлекаться благодаря тому, что

- они получают уведомления, которые касаются только их задач;
- общаются на не-рабочие темы, в т.ч. с коллегами, в отдельных чатах.

3 Руководитель стал ощущать, что контролирует происходящее в компании

Респонденты ценят возможность наглядно видеть происходящие в компании процессы: статусы, ответственных, сроки.

«Мы почувствовали очень положительный эффект. В том плане, что меньше отвлекаются сотрудники на чаты... Когда есть корпоративный мессенджер, тебе лично приходят только те задачи, те сообщения, которые касаются лично тебя. Это очень оптимизирует работу»

Что учитывать российским компаниям-разработчикам

ПРОДУКТ

1. Сфокусироваться на качестве, а не количестве функций

Компании-лидеры в сфере коммуникаций и управления командами, например Telegram и Slack, сформировали высокие пользовательские ожидания. Реакции на сообщения, индивидуальные уведомления, автоматическое добавление в чаты в зависимости от роли в команде – **это база**, на которую рассчитывает пользователь, а не «фишка» или преимущество продукта.

Когда воспринимаемых как само собой разумеющееся функций нет, пользователь чувствует себя **«неуютно»**. Если базовый функционал работает плохо (зависающие видеозвонки, невозможность добавить человека в команду), пользователь быстро переходит к проверенным альтернативам.

2. Выбрать «якорную» функцию

Зарубежные мессенджеры выбирают одну ключевую функцию и развивают ее вглубь. Например, Slack и Microsoft Teams фокусируются на коммуникации (первый развивает мессенджер, а второй – мессенджер и звонки). А Click Up фокусируется в большей степени на управлении проектами и координации работы сотрудников.

К расширению функционала нужно подходить обосновано, и внедрять новые инструменты коммуникации и работы только в случае наличия потребностей у целевой аудитории. Подробнее о том, на какие функции обратить внимание российским мессенджерам см. слайды 35 и 45.

3. Сделать разные форматы продукта для компаний разного размера

- Простое SaaS-решение для небольших компаний, которые ценят возможность быстро и самостоятельно все настроить. У них нет денег на отдельного IT-специалиста, чтобы настраивать и обслуживать продукт.
- Standalone-решение, которое устанавливается во внутреннем контуре компании и обеспечивает большую безопасность, для крупных компаний и государственных организаций.

4. Сделать решение гибким, совместимым и легко адаптируемым к изменениям, которые происходят в компаниях

Современные компании, особенно стартапы, стремительно меняются: растет количество отделов, диверсифицируются функции, открываются представительства в других городах и странах. Внутренние коммуникации усложняются.

Корпоративный мессенджер должен быстро и эффективно перенастраиваться в соответствии с этими изменениями.

Пример:

- Модульность – функции продукта собраны в различные модули, например, по отделам или бизнес-процессам. Компания может купить очередной модуль, когда у нее появляется в этом необходимость (Microsoft Viva).

Что учитывать российским компаниям-разработчикам

5. Подумать про автоматизацию бизнес-процессов, как следующий шаг развития функционала

Автоматизация корпоративных коммуникаций за счет технологий искусственного интеллекта – мировой тренд. Большинство российских продуктов уже предлагает возможность выполнения рутинных операций (например, оформление заявления на отпуск) за счет чат-ботов. Следующий шаг – это автоматизация отдельных бизнес-процессов целиком с учетом потребностей пользователей, которые нужно тщательно изучать. Это не базовая функция продукта, но в перспективе может стать значимым конкурентным преимуществом.

КОММУНИКАЦИИ

6. Определиться с целевой аудиторией

Целевая аудитория может выделяться не только по размеру компании, но и по внутренним бизнес-функциям (подразделениям), отраслевой принадлежности или иным признакам (например, распределенные команды и frontline работники; современные команды; компании, работающие с франчайзи-партнерами).

Более того, проведенные интервью показывают, что часто мессенджер используется не всей компанией в целом, а ее отдельными подразделениями, например HR-службой, службой техподдержки или поддержки клиентов.

NOTE: Harvard Business Review выделяет [пять уровней B2B-ценностей](#), которые разработчики должны использовать, чтобы эффективно отстраиваться от конкурентов.

7. Четко формулировать свое преимущество по сравнению с основными конкурентами

Многие предложения российских компаний выглядят идентично. Потребителю сложно понять, почему он должен выбрать продукт X, а не продукт Y, особенно, если Y более известен. Важно четко выделить своих конкурентов и убедительно отстроиться от них.

Примеры:

- Flock опубликовал детальное сравнение своего функционала и стоимости со Slack под заголовком «Ищите альтернативу Slack? Встречайте Flock».

8. Четко формулировать ценность продукта для каждой целевой аудитории

- Проработать индивидуальные ценностные предложения и прописать пользовательские сценарии для каждого сегмента целевой аудитории.
- Не ограничиваться простым перечислением всех функций.
- Предложить понятные и измеримые «выгоды», которые пользователь получит благодаря продукту (см. слайд 36).

Примеры:

- Калькулятор эффектов (Workplace from Meta)

Целесообразно **не** фокусироваться в основном предложении на «ситуативных» ценностях. Тот факт, что разработка российская и продукт можно оплатить российской картой, привлекателен только в текущий период и для определенного типа компаний.

Что учитывать российским компаниям-разработчикам

СТРАТЕГИЯ

9. Формировать осознанный спрос («растить» потребителя)

Потребность в инструменте для эффективного общения сотрудников есть, но российские компании преимущественно не смотрят на задачу стратегически. Они решают текущие тактические задачи и не занимаются комплексным развитием внутренних коммуникаций как части employee experience.

Что делать? Создавать не инструментальную, а терминальную ценность, привлекательный образ будущего. Для этого:

- Фасилитировать дискуссию в медийном поле / профессиональном сообществе;
- Проводить независимые исследования состояния корпоративных коммуникаций в российских компаниях;
- Разрабатывать инструменты оценки эффективности внутренних коммуникаций в компаниях.

Пример: Slack и его регулярные исследования совместно с независимыми исследовательскими и консалтинговыми организациями, например, [Reinventing work: New imperatives for the future of working](#).

10. Выстраивать технологические партнерства и новые каналы продаж

С кем можно выстраивать партнерства:

- **Дистрибьютор (реселлер)** – для расширения прямых продаж продукта.
- **Интегратор** – включение мессенджера в состав комплексных решений или предустановленного программного обеспечения (например, на компьютере или планшете).
- **Консультанты, бизнес-тренеры** – продвижение мессенджера среди корпоративных клиентов (например, если в ходе консалтингового проекта были выявлены проблемы с корпоративными коммуникациями, то будет рекомендоваться мессенджер-партнер)
- **Разработчики ПО и приложений** – могут разместить свои продукты в каталоге настроенных интеграций мессенджера и таким образом расширить его функциональные возможности.

Для каждого типа партнерства целесообразно разработать отдельную программу, продумать систему мотивации и обучения партнеров.

Приложение



БАЗОВЫЕ

Мессенджер

- Переписка 1-to-1
- Групповые чаты / каналы
- Отправка и обмен файлами
- Редактирование, удаление, пересылка и цитирование
- Комментарии и треды
- Отправка голосовых сообщений и их расшифровка в текст
- Управление уведомлениями
- Ролевые модели (разный доступ к функционалу)
- Поиск файлов и сообщений в чатах
- Гостевой доступ (коммуникация со сторонними партнерами / поставщиками)
- Реакция на сообщение в виде эмодзи
- Геолокация
- Хранилище файлов
- Автоматический перевод сообщений (на другие иностранные языки)
- Адресная книга

Звонки

- Аудиозвонки
- Видеозвонки
- Видеоконференции, вебинары
- Автоматическое протоколирование / транскрибирование
- Автоматические субтитры
- Интеллектуальные видеорекамеры (распознающие эмоции)
- Демонстрация экрана

ПРОДВИНУТЫЕ

Продуктивность сотрудников

- Календарь (управление встречами)
- Управление задачами (доска задач)
- Постановка целей компании и привязка к ним задач
- Превращение сообщений в задачу
- Чат-боты для автоматизации рутинных задач
- Аналитические дэшборды по выполненным задачам и целям (по отдельным сотрудникам, в целом по компании)
- Инструменты проектной работы (диаграмма Ганта, спринты, mind map)
- Встроенные шаблоны (составления плана работ, проведения тестирования продукта и т.п.)
- Встроенная электронная почта
- Совместная работа с документами
- Общая доска для идей / мозгового штурма
- Управление корпоративным контентом, поиск по всем внутренним ресурсам и системам
- Запись коротких видео (напр., своего экрана)
- Управление продажами и взаимодействием с клиентами

Вовлечение и опыт сотрудников

- Конструктор опросов
- Аналитика по сотрудникам (отслеживание настроения, продуктивности и др.)
- Корпоративный интранет, база знаний
- Создание и персонализированная рассылка новостей
- Автоматизация процесса адаптации новых сотрудников
- Обучение (библиотека курсов, LMS-система)
- Геймификация опыта сотрудников

ТЕХНИЧЕСКИЕ

Поддержка

- Круглосуточная поддержка
- Обучающие семинары / вебинары для заказчика
- Персональный менеджер / администратор

Безопасность

- Шифрование данных
- Двухфакторная аутентификация
- Интеграция с DLP-системами, антивирусным ПО
- Корпоративное управление ключами
- Защита от потери данных
- Размещение внутри контура

Интеграция

- Кроссплатформенность
- Открытый API / SDK / исходный код
- Настроенная интеграция с приложениями (в т.ч. количество настроенных интеграций)
- Интеграция с Active Directory / LDAP

РОССИЙСКИЕ МЕССЕНДЖЕРЫ: КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ (1/2)

Название	Год создания продукта	Формат	Якорная функция	Мессенджер поставляется как ...	Аудитория	Выручка 2021, тыс. руб.	Прирост выручки в 2021 г., % к 2020 г.	Оценка в Appstore
eXpress	2019	Standalone / SaaS	Коммуникации	Отдельный продукт	н.д.	129 217	503%	4,4
yougile	2017	Standalone / SaaS	Управление проектами и задачами	Отдельный продукт	н.д.	30 920	66%	3,9
Tada.team	2016	Standalone / SaaS	Не выделяется	Отдельный продукт	20 000+ пользователей	2 151	-76%	4,3
Im'work	2017	Standalone / SaaS	Не выделяется	Отдельный продукт	50 000+ пользователей	н.д.	н.д.	5
СИБРУС	2016	Standalone / SaaS	Коммуникации	Отдельный продукт	н.д.	н.д.	н.д.	3,9
Reddy	2020	SaaS	н.д.	Отдельный продукт	н.д.	н.д.	н.д.	4,5
Leverice	2020	Standalone / SaaS	Коммуникации	Отдельный продукт	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
СЕРАФИМ	2016	Standalone / SaaS	Коммуникации	Отдельный продукт	н.д.	н.д.	н.д.	2,9
VK Teams (ранее MyTeams)	2019	Standalone / SaaS	Не выделяется	Отдельный продукт	н.д.	-*	-	4,8
Яндекс. Мессенджер (входит в состав Яндекс 360)	2017	SaaS	Коммуникации	Часть другого продукта	н.д.	-	-	3,0
Мобильное предприятие (ранее Staply, входит в Билайн бизнес)	2016	Standalone	Не выделяется	Часть другого продукта	н.д.	-	-	3,9
Dialog	2016	Standalone / SaaS	Коммуникации	Отдельный продукт	250 тыс. сотрудников Сбера	19 458	-94%	3,2

* Невозможно оценить выручку мессенджера, т.к. он разрабатывается внутри корпорации
Источники: сайты компаний, СПАРК

РОССИЙСКИЕ МЕССЕНДЖЕРЫ: КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ (2/2)

Название	Год создания продукта	Формат	Якорная функция	Мессенджер поставляется как ...	Аудитория	Выручка 2021, тыс. руб.	Прирост выручки в 2021 г., % к 2020 г.	Оценка в Appstore
Пачка	2022	SaaS	Коммуникации	Отдельный продукт	10 000 + компаний	100 261	-8%	4,3
Samoware	2019	Standalone	Коммуникации	Отдельный продукт	н.д.	79 129	-11%	2,5
Апо. Мессенджер	2019	SaaS	Коммуникации	Отдельный продукт	н.д.	71 586	426%	3,7
Битрикс24	2014	SaaS / Standalone	Не выделяется	Отдельный продукт	10 млн компаний в 20+ странах	858 209	11%	3,3
Mango Talker	2017	SaaS	Коммуникации	Часть другого продукта	55 000+ компаний-клиентов у Манго Телеком	-*	-	3,6
smartyCRM	2013	Standalone / SaaS	Не выделяется	Отдельный продукт	60 000+ пользователей в 180 странах	н.д.	н.д.	3,8
Колибри (часть мобильной операционной системы «Аврора»)	2022	SaaS	Коммуникации	Часть другого продукта	Операционная система находится на этапе бета-тестирования	0	0	н.д.
P-7 Команда	2020	Standalone / SaaS	Коммуникации	Часть другого продукта	н.д.	-	-	4,4
Интранетус (разработан студией Артемия Лебедева)	2020	SaaS	Коммуникации	Отдельный продукт	н.д.	-	-	4,4
borup messenger	2000	Standalone	Коммуникации	Отдельный продукт	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
Commfort	2010	Standalone	Коммуникации	Отдельный продукт	190 000+ пользователей из более чем 3 000 компаний в России, Белоруссии и Казахстане	1 803	-11%	н.д.

* Невозможно оценить выручку мессенджера, т.к. он разрабатывается внутри корпорации
Источники: сайты компаний, СПАРК

Название	Модель монетизации	Мин и макс стоимость в месяц*	Тарифы
VK Teams	Freemium, подписка (плата за диапазон пользователей)	1 690 – 83 900 руб. (при оплате за год)	Тарифы по диапазону пользователей: 1) 0 – 300 чел., 2) 31 – 100 чел., 3) 101 – 300 чел., 4) 301+ чел. Может входить в тарифные планы с облачными диском (VK Work Disk), почтой (VK Work Mail и др.).
Dialog	Н.д.	Н.д.	Н.д.
eXpress	Freemium, подписка (плата за пользователя)	250 руб. (при оплате за год)	Отличаются набором функций: 1) Индивидуальный пользователь, 2) Компания, 3) Корпорация
СИБРУС	Freemium, подписка (плата за пользователя)	179 – 267 руб.	1) Старт – бесплатно для команд до 10 чел., 2) Офис – до 150 чел., 3) Предприятие – нет ограничений по количеству пользователей.
Leverice	Freemium, подписка (плата за пользователя)	160 руб. (при оплате за год, до 100 пользователей)	1) Стандарт – различная стоимость за пользователя в зависимости от диапазона пользователей (например, если больше 400 пользователей, то стоимость составит 100 руб. / чел.). 2) Бизнес (цена по запросу). Для образовательных организаций предоставляется скидка в размере 85%.
Tada.team	Бесплатный	-	-
Im'work	Freemium, подписка (плата за пользователя)	249 руб. (при оплате за год)	1) Free, 2) Plus, 3) Enterprise
yougile	Freemium, подписка (плата за пользователя), бессрочная лицензия	333 – 579 руб. (при оплате за год)	Тарифы для облачной версии: 1) Бесплатный (до 10 пользователей) 2) Подписка с 11-го пользователя. Тариф для коробочной версии – всегда подписка. Есть скидки при оплате за 6 мес., 1 год, 2 года. Есть возможность приобрести бессрочную лицензию.
Samoware	Freemium, подписка (годовая, плата за пользователя), бессрочная лицензия	Подписка – 3 125 руб. (на 25 чел.) Лицензия – 93 750 руб.	Минимальное количество участников в рамках подписки – 25 чел. (дальше стоимость рассчитывается по количеству пользователей). Продление лицензии (техподдержка + обновления) – 25% от стоимости лицензии.
amo. мессенджер	Freemium, подписка (плата за диапазон пользователей)	990 – 9 990 руб. (при оплате за полгода)	Отличаются по функционалу и количеству пользователей: 1) до 12 пользователей бесплатно, 2) до 24 пользователей, 3) до 50 пользователей, 4) до 200 пользователей.
Smarty CRM	Freemium, подписка (плата за диапазон сотрудников)	5 190 руб.	Отличаются по функционалу: 1) Basic, 2) Business, 3) Premium
Пачка	Freemium, подписка (плата за пользователя)	159 – 399 руб. (при оплате за год)	Отличаются набором функций: 1) Начало – бесплатно, до 2000 сообщений в месяц, 2) Компания, 3) Корпорация. Отдельный тарифный план для франшиз.
Битрикс24	Freemium, подписка (плата за диапазон пользователей)	2 490 – 9 990 руб.	1) Базовый – до 5 чел. в команде, 2) Стандартный – до 50 чел., 3) Профессиональный – до 100 чел., 4) Энтепрайз – более 250+ чел.

* Приводятся только тарифы, указанные на сайте (во многих случаях стоимость тарифа для крупных компаний присылается по запросу). Также стоимость указывается за пользователя или диапазон пользователей, в зависимости от конкретного решения



VK Teams, <https://teams.vk.com/>

Корпоративный мессенджер является частью экосистемы B2B-сервисов VK WorkSpace (ранее назывался MyTeam). На базе VK Teams был создан корпоративный мессенджер для региональных чиновников в рамках импортозамещения WhatsApp, Zoom, Google Docs.

Год создания продукта: 2019

Ценностное предложение:

- Вся коммуникация на одной платформе: от переписки до постановки задач.

Особенности продукта:

- Встроенные мини-приложения для автоматизации рабочих задач. Например, сотрудники могут бронировать оборудование и переговорные, планировать командировки, получать документы из бухгалтерии, отслеживать ход выполнения проекта и др.

Примеры клиентов: Финансовый Университет при Правительстве РФ, ЦИК, Минцифры



Dialog, <https://dlg.im/ru/>

Компания с 2018 года входит в контур Сбера. Крупнейшее внедрение – СберЧат для более чем 250 тыс. сотрудников. В планах – усиление интеграции с экосистемой Сбера.

Год создания продукта: 2016

Ценностное предложение:

- Единая коммуникационная среда (легко найти нужного человека и общаться с ним в чате).
- Сокращение расходов на связь (за счет объединения разрозненных инструментов в одном решении).
- Защищённое общение.

Особенности продукта:

- Ценностное предложение выделено отдельно для коммерческих и государственных организаций, для удаленной работы и по отделам (HR, техподдержка, отдел продаж).
- Собственный встроенный сервис для видеоконференций Jazz.
- Есть White Label версия (возможность изменить оформление элементов интерфейса в соответствии с фирменным стилем бренда заказчика).



eXpress, <https://express.ms/>

Дважды становился корпоративным мессенджером года по версии TAdviser. Единственный мессенджер в России, который получил сертификат ФСТЭК 4-го уровня доверия.

Год создания продукта: 2019

Ценностное предложение:

- Высокие стандарты безопасности.
- Единая сеть корпоративного общения: внутри компании, с подрядчиками, партнерами и клиентами.

Особенности продукта:

- Расширенный список настроенных интеграций – с более 70 партнерскими приложениями и ПО (SAP, Dropbox, 1С, Битрикс, Communicate Pro и др.).
- Не только внутренние, но и внешние коммуникации (с подрядчиками, партнерами, клиентами).
- Высокий уровень безопасности.

Примеры клиентов: РЖД, Росатом



СИБРУС, <https://cybrus.ru/>

Год создания продукта: 2016

Ценностное предложение:

- Безопасная платформа для совместной и продуктивной командной работы со всем необходимым.

Особенности продукта:

- Преимущественно функционал классического мессенджера (переписка, звонки, конференции), также есть органайзер, позволяющий планировать задачи, связанный с календарем, и сервис заметок.
- Доступны голосовые звонки «внешним» абонентам (при подключении «Сибрус» к корпоративной системе IP-телефонии).
- Специальные условия покупки (скидки) для некоммерческих организаций.
- [Партнерская программа](#) с несколькими вариантами: дистрибьютор (реселлер), интегратор, поставщик услуг, разработчик / поставщик ПО.

Примеры клиентов: ФГБУ НИИ «Восход», Русский музей, Департамент информационных технологий ХМАО.



Leverice, <https://leverice.ru/>

Год создания продукта: 2020

Ценностное предложение:

- Платформа для обмена сообщениями с глубокой вложенностью каналов и структурой, в которой эффективно общаются, работают и автоматизируют бизнес-процессы.
- Эффективно структурированные коммуникации.
- Помогает отфильтровать ненужное и сфокусироваться на важных вопросах.

Особенности продукта:

- Позиционирует себя как российская альтернатива Slack (есть отдельная страница с сравнением и объяснением преимуществ). Есть прописанное ценностное предложение для разных подразделений компании.
- Одно из преимуществ продукта — возможность создания каналов любого уровня вложенности, в т.ч. из отдельных сообщений / задач.
- Расширенные возможности у бесплатной версии: безлимитная история сообщений, неограниченное количество проектов и пользователей. Но в этой версии есть ненавязчивая реклама.
- Международные амбиции: приложение доступно на английском и немецком языках.
- Открытая гибкая архитектура, позволяющая настроить платформу под нужные бизнес-процессы. Также есть ряд уже готовых приложений собственной разработки: для онлайн-обучения, организации онлайн-мероприятий, работы с клиентами и проведения онлайн-встреч.

Примеры клиентов: ConstellR, GP Solutions, Mediapark Group, Affeld Grivakes



Tada.team, <https://tada.team/>

Год создания продукта: 2019

Ценностное предложение:

- Все рабочие коммуникации в одном удобном приложении.
- Бесшовная организация рабочей среды.
- Управление эффективностью сотрудников и адаптация под рабочие процессы.
- Максимальная прозрачность процесса для руководителей.
- Клиент полностью контролирует инструменты и данные.

Особенности продукта:

- Высокий уровень технической и управленческой безопасности.
- Бесшовный переход от общения к решению задач: любое сообщение из чата можно превратить в задачу, выделить в переписке самое важное, зафиксировать новые идеи и следить за их реализацией.
- Расшифровка аудиосообщений в текст.

Примеры клиентов: Tumo Moscow, Профилум, Инком



Im'work, <https://im.work/>

Год создания продукта: 2017

Ценностное предложение:

- Функциональный продукт для бизнеса в понятном интерфейсе.
- Полная безопасность общения.
- Кастомизация и подключение чат-ботов.

Особенности продукта:

- Одно из наиболее четких позиционирований продукта по целевым аудиториям по сравнению с другими российскими мессенджерами (в т.ч. есть сценарии работы для разных отделов компании).
- Возможность white-label разработки: кастомизация функций под заказчика и создание фирменного стиля организации.
- Приложение переведено на английский, испанский и китайский языки.



Yougile, <https://ru.yougile.com/>

Год создания продукта: 2017

Ценностное предложение:

- Система управления проектами для больших команд.
- Полная прозрачность совместной работы: затягивает как в социальные сети, но в работу над проектом.

Особенности продукта:

- В первую очередь task-менеджер, а не мессенджер. Предлагает широкий набор инструментов для agile-управления проектами: to-do списки, таймер для выполнения задач, перенос задачи между досками и др.
- Есть настройка ролей для каждого проекта с разными правами и уровнями доступа.
- Возможность автоматического построения отчетов об изменениях как по отдельным проектам / отделам, так и в целом по компании. В коммуникации обращаются к руководителям: «Быстрый контроль за работой всех подразделений».
- Библиотека обучающих видео с примерами, которая регулярно обновляется.

Примеры клиентов: Копирка, Додо, ПИК, Норникель, Россети, Eurasian Bank, Numedy



Samoware, <https://www.samoware.ru/>

Год создания продукта: 2016

Ценностное предложение:

- Все бизнес-коммуникации в одном приложении.

Особенности продукта:

- Решение создано на основе платформы [CommuniGate Pro](#), крупного разработчика ПО в области интегрированных коммуникаций. Для работы приложения требуется установленный сервер CommuniGate Pro.
- Есть возможность работать в офлайн-режиме.
- Решение адаптировано под большое число российских операционных систем: Astra Linux, ROSA, Base ALT, РЕД ОС.
- Есть встроенная электронная почта с возможностью подписывать и шифровать письма, календарь.
- Широкие возможности голосовых коммуникаций: помимо традиционных функций есть автоответчик, голосовое меню (IVR), автосекретарь.
- Возможность управления корпоративным контентом: поиск файлов по внутренним ресурсам и системам компании, передача ссылок на файлы и т.п.

Монетизация: Freemium / продажа через партнеров

Примеры клиентов: ФНС, МВД, Госдума, Вертолеты России, Воронежский государственный университет



Amo.messenger, <https://amo.tm/>

Якорный продукт компании – CRM для взаимодействия с клиентами, вышедшая на рынок в 2015 году ([вторая по узнаваемости CRM](#)-система после Битрикс24). Мессенджер был разработан позднее. В 2016 году фирма «1С» приобрела 51% компании.

Год создания продукта: 2019

Ценностное предложение:

- Главный рабочий инструмент и единое рабочее место для всей команды

Особенности продукта:

- Только базовые функции мессенджера (чаты и переписка). Нет функционала аудио и видеозвонков, управления задачами и др.
- Интеграция с amoCRM: можно общаться с клиентом и коллегой в одном чате, а все переписка по сделке сразу попадет amoCRM.
- [Кабинет партнера](#): возможность создавать собственные платные продукты для дальнейшей интеграции в мессенджер.

Примеры клиентов: Teraline Telecom, ЦИАН, клиника HFE, ИНГРУППА, Промаспирация



Smarty CRM, <https://smartycrm.ru/>

Год создания продукта: 2013

Ценностное предложение:

- Рабочее пространство вашей компании: продажи, проекты и корпоративные коммуникации в одной системе.

Особенности продукта:

- Расширенный функционал для управления проектами: разбивка проектов по группам и этапам, структурирование задач в рамках проектов, привязка задач к целям компании и др.
- Структурирование работы компании: можно связывать друг с другом сообщения, чаты, задачи, проекты, встречи, контакты и другие объекты системы, а также привязывать задачи и проекты к верхнеуровневым целям компании.
- Управление продажами и взаимодействием с клиентами, в т.ч. интеграция с общедоступными мессенджерами (Telegram и др.) для общения с клиентами и партнерами.
- Инструменты тайм-менеджмента и учета загрузки сотрудников.
- **Партнерская программа:** любой желающий (компания или физлицо) может дополнительно зарабатывать за счет привлечения новых клиентов или поддержки внедрения Smarty CRM, а также предоставления дополнительных услуг для текущих компаний-клиентов (по созданию сайта, настройке телефонии и т.п.).



Пачка, <https://www.pachca.com/>

IT-компания, разрабатывающая различные продукты для бизнеса. С 2013 года создавала облачное хранилище с встроенным мессенджером, но позже сконцентрировалась на разработке CRM для малого и среднего бизнеса. В начале 2022 года в связи с уходом зарубежных продуктов компания решила еще раз запустить корпоративный мессенджер.

Компания разработала продукт для Билайн – CRM «Мобильное предприятие» и Ростелекома – «Бизнес драйв Академия».

Год создания продукта: 2022

Ценностное предложение:

- Общайтесь, созванивайтесь, работайте и создавайте в мессенджере.
- Мессенджер для современных команд.

Особенности продукта:

- Доступно 8 интеграций (Tilda, GitLab, Webflow) и 400+ сервисов через Альбато.
- Есть специальная версия продукта для компаний, работающих с франчайзи-партнёрами. Позволяет быстрее открывать и управлять новыми точками, контролировать качество работ и сбор роялти, а также обучать персонал франчайзи-партнеров.
- Открытые планы разработки: есть [дорожная карта](#) развития продукта на несколько месяцев.

Примеры клиентов: Sneakfresh, LaserLove, ЧебурекМИ

Битрикс24

Битрикс24, <https://www.bitrix24.ru/>

IT-компания, созданная в 1998 году. В 2007 году 50% компании было куплено фирмой «1С». Имеет множество наград и занимает первые места во многих рейтингах (например, с 2017 года входит в «20 самых дорогих компаний Рунета» по версии Forbes; Битрикс24 входит в топ-10 CRM мира по версии журнала PC Magazine). Два ключевых продукта – «1С-Битрикс: Управление сайтом» и «Битрикс24». Компания поставляет продукты в более чем 20 стран мира.

Год создания продукта: 2012

Ценностное предложение:

- Помогаем бизнесу работать

Особенности продукта:

- Наиболее обширный функционал и количество настроенных интеграций по сравнению с другими российскими кейсами.
- Общий облачный диск, на котором можно организовать систему папок, хранить и работать с документами, в т.ч. сформировать корпоративную базу знаний компании.
- Инструменты для повышения вовлеченности сотрудников: конструктор опросов для сотрудников, элементы геймификации (например, в профиле сотрудника можно посмотреть его уровень активности, уровень стресса, узнать об интересах и достижениях).
- Более сложная, чем в остальных мессенджерах, роботизация бизнес-процессов. Можно настроить не только выполнение отдельных операций (например, оформление заявления или счета), а целый бизнес-процесс по определенной методологии (например, туннели продаж или канбан в CRM).

- Большое количество встроенных шаблонов для отдельных типов документов и рабочих процессов.
- Встроенная CRM для продаж: ведение клиентской базы, звонки из CRM и возможность организации контакт-центра, автоматизации продаж.
- Много инструментов по управлению проектами (например, есть отдельный продукт Битрикс24.Скрам, позволяющий выстроить работу небольшими итерациями).
- Инструменты для быстрого создания сайтов, в т.ч. для интернет-магазинов.
- Подписка «Битрикс24.Маркет Плюс» предоставляет доступ к более чем 1000 настроенным интеграциям с приложениям и ПО для работы (Zoom, Microsoft Power BI, Google Data Studio, СДЭК, Авито и др.).
- Есть партнерская программа для разработчиков, позволяющая использовать Битрикс24 как инструмент дополнительной монетизации. Кроме того, есть сеть из более 20 000 партнеров, которые помогают настроить и запустить Битрикс24 в компаниях-клиентах.

Примеры клиентов: Учи.ру, Роснефть, НЛМК, Aventus IT, Сэльвин.

МИРОВЫЕ КЕЙСЫ: КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Название	География	Формат	Якорная функция	Аудитория	Примеры компаний-клиентов	Стоимость компании	Объем венчурных инвестиций
Slack	США	SaaS	Коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> 169+ тыс. оплачиваемых пользователей 65 компаний из списка Fortune 100 > 150 стран 	Lonely Planet, Uber, Netflix, Expedia, US Department of Veteran Affairs, One Medical	<u>\$26 500</u> млн	\$1 400 млн
ClickUp	США	SaaS	Управление задачами и проектами	<ul style="list-style-type: none"> 800 тыс. команд 	Samsung, IBM, Booking, Zynga, Belmond	\$4 000 млн	\$537,5 млн
Microsoft Teams	США	SaaS	Коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> <u>145</u> млн пользователей, 270+ тыс. образовательных организаций 	Humana, Marks & Spencer, Toyota Motor North America	-	-
Microsoft Viva	США	SaaS	Employee experience	<ul style="list-style-type: none"> <u>10 млн</u> пользователей в месяц 1000+ корпоративных клиентов 	Toyota, PayPal, Humana	-	-
Rocket.Chat	Бразилия	SaaS, Standalone	Коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> 12+ млн пользователей в 150 странах 	The World Bank, The US Navy, Credit Suisse, Audi, Deutsche Bahn AG	\$76 – 114 млн	\$26,9 млн
Staffbase	Германия	SaaS	Employee experience	<ul style="list-style-type: none"> 2000+ компаний, в которых работает 13 млн сотрудников 	Samsung, DHL, Sephora, 3M, IKEA, Adidas, Volvo	\$ 1100 млн	\$307,1 млн
Crew	США	SaaS	Коммуникации	Более 1 млн пользователей	Taco Bell, Harps, Wendy's	\$140 – 210 млн	\$58 млн
Flock	Индия	SaaS	Коммуникации	30 000+ компаний	Unacademy, Sodexo, Namecheap, The Times of India	\$68 – 102 млн	\$45 млн

МИРОВЫЕ КЕЙСЫ: ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПО ОТРАСЛЯМ

	Click Up	Staffbase	Rocket. Chat	Crew	Microsoft Teams	Microsoft Viva	Chanty	Beekeeper	Teamwire	Talkspirit	Workjam	Mango Apps	Korbyt	Итого
Здравоохранение														9
Торговля														8
Производство														6
Транспорт и логистика														5
Туризм и индустрия гостеприимства														5
Образование														4
Гос. сектор														4
Общественное питание														4
НКО														4
Финансы														4
Строительство														2
Недвижимость														2
Оборонная отрасль														2
Энергетика и ЖКХ														1
Автомобилестроение														1
Сфера услуг														1
Event-индустрия														1
Консалтинг														1

МИРОВЫЕ КЕЙСЫ: ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМ КОМПАНИИ

	Slack	Click Up	Flock	Staffbase	Chanty	Workjam	LumApps	FWI Poppulo	Korbyt	Итого
HR	■	■	■	■		■	■	■		7
Техподдержка	■		■	■		■	■	■		6
Клиентская поддержка	■	■	■			■			■	5
Маркетинг	■	■	■		■					4
Внутренние коммуникации				■		■	■	■		4
Разработка продукта	■	■	■		■					4
Управление проектами	■	■								2
Продажи		■				■				2
Стратегическое управление				■				■		2
Внутренняя безопасность	■									1
Дизайн		■								1
Финансы		■								1
Юридическая деятельность		■								1
PR		■								1

ФУНКЦИОНАЛ ИНОСТРАННЫХ МЕССЕНДЖЕРОВ

Мессенджер	Звонки	Продуктивность сотрудников	Интеграция	Безопасность	Поддержка	Вовлечение и опыт сотрудников
<p>Переписка и групповые чаты</p> <p>Редактирование, удаление, пересылка сообщений</p> <p>Отправка файлов</p> <p>Управление уведомлениями</p> <p>Поиск по сообщениям, файлам</p> <p>Гостевой доступ</p> <p>Реакции на сообщение</p> <p>Комментарии и треды</p> <p>Ролевые модели (разный доступ к функционалу мессенджера)</p>	<p>Аудиозвонки</p> <p>Видеозвонки</p> <p>Видеоконференции</p> <p>Демонстрация экрана</p>	<p>Управление встречами в календаре</p> <p>Управление задачами (доска задач)</p> <p>Чат-боты для автоматизации рутинных задач</p> <p>Встроенная электронная почта</p> <p>Совместная работа с документами</p> <p>Общая доска для идей / мозгового штурма</p>	<p>Кроссплатформенность</p> <p>Настроенная интеграция с приложениями</p> <p>Возможность для собственных интеграций (открытый API, SDK, открытый исходный код)</p> <p>Интеграция с Active Directory / LDAP</p>	<p>Шифрование данных</p> <p>Двухфакторная аутентификация</p> <p>Защита от потери данных</p>	<p>Круглосуточная поддержка</p> <p>Обучающие семинары, вебинары для заказчика</p>	<p>Конструктор опросов</p>
<p>Расшифровка голосовых сообщений в текст</p> <p>Геолокация</p> <p>Автоматический перевод сообщений на другие языки</p>	<p>Автоматическое протоколирование</p> <p>Автоматические субтитры</p> <p>Интеллектуальные камеры, распознающие эмоции</p>	<p>Аналитические дашборды по выполненным задачам и целям</p> <p>Управление корп. контентом, поиск по внутренним ресурсам</p> <p>Превращение сообщений в задачу</p> <p>Привязка задач к стратегическим целям компании</p> <p>Инструменты проектной работы (диаграмма Ганта, mind maps, спринты и др.)</p> <p>Встроенные шаблоны</p> <p>Управление продажами и взаимодействием с клиентами</p> <p>Тайм-менеджмент</p>		<p>Корпоративное управление ключами</p> <p>Размещение внутри контура компании</p>	<p>Персональный менеджер или администратор</p>	<p>Корпоративный интранет / база знаний</p> <p>Аналитика по сотрудникам (отслеживание настроения, продуктивности и др.)</p> <p>Создание и персонализированная рассылка новостей</p> <p>Автоматизация процесса адаптации новых сотрудников</p> <p>Геймификация опыта сотрудников</p> <p>Обучение сотрудников</p>

Базовые функции (есть у большинства решений)



Уникальные функции (есть у отдельных решений)

Название	Модель монетизации	Стоимость, чел./ месяц*	Тарифы
Slack	<ul style="list-style-type: none"> Freemium Подписка (плата за пользователя) 	\$6,67 – 12,5 (при внесении оплаты за год)	1) Free, 2) Pro, 3) Business+, 4) Enterprise Grid (для крупных корпораций, поддерживает до 500 тыс. пользователей)
ClickUp	<ul style="list-style-type: none"> Freemium Подписка (плата за пользователя) 	\$5 – 19	1) Free – для личного использования, 2) Unlimited – для небольших команд, 3) Business – для средних команд, 4) Business+ – для нескольких команд, 5) Enterprise – для крупных компаний
Microsoft Teams	<ul style="list-style-type: none"> Freemium Подписка (плата за пользователя) 	\$4 – 12,5	Тарифы для дома и бизнеса. В каждой группе есть бесплатная версия. Тарифа для бизнеса делятся на: 1) Microsoft Teams базовый, 2) Microsoft 365 бизнес базовый и 3) Microsoft 365 бизнес стандарт (в двух последних тарифах мессенджер идет как часть пакета Microsoft 365)
Microsoft Viva	<ul style="list-style-type: none"> Freemium Подписка (плата за пользователя) 	\$4 – 6 (один из модулей) \$12 – 15 (все модули)	Возможна покупка отдельных модулей или комплекса: 1) Microsoft Viva suite – включает все модули продукта, 2) Microsoft Viva с настройкой Glint (проведение опросов сотрудников, разработка рекомендаций по улучшению опыта)
Rocket.Chat	<ul style="list-style-type: none"> Freemium Подписка (плата за пользователя) 	\$7,2	Тариф Community – для небольших команд, бесплатно. В тарифе Enterprise есть несколько модулей, приобретаемых отдельно: 1) подписка на мессенджер (для команды от 25 человек), 2) подписка на ИИ-ассистент для автоматизации служб поддержки клиентов – \$36 в месяц за одного ассистента (минимум 5 ассистентов); 3) дополнительные модули, не включенные в базовую комплектацию.
Staffbase	<ul style="list-style-type: none"> Подписка (плата за диапазон пользователей – до 10 чел., 10–25 чел. и др.) 	Н.д.	Есть три модуля (в каждом модуле 3 тарифных плана). При покупке нескольких модулей предоставляется скидка. Можно купить модули отдельно
Crew	<ul style="list-style-type: none"> Freemium Подписка (плата за диапазон пользователей) 	\$30 <u>на компанию</u> до 50 чел.	1) Free – бесплатно для команд до 10 человек, 2) Pro – для компаний до 50 чел. в одной локации, 3) Enterprise – для компаний с большим количеством распределенных команд в разных локациях.
Flock	<ul style="list-style-type: none"> Freemium Подписка (плата за пользователя) 	\$4,5	1) Free – бесплатно для команд до 20 человек, 2) Pro – для компаний размером до 100 чел., 3) Enterprise – для компаний от 100+ чел.

* Учитываются тарифы Pro / Бизнес. По тарифам Enterprise (для крупных компаний) информации о стоимости нет в открытом доступе.



Slack, США, <https://slack.com/>

Компания вышла на Нью-Йоркскую биржу в июне 2019 г., а в 2021 году была куплена компанией Salesforce (разработчиком автоматизированных систем управления взаимоотношениями с клиентами) за \$27,7 млрд.

Год создания продукта: 2013

Ценностное предложение:

- Новая цифровая штаб-квартира: все, что нужно для эффективной работы, теперь в одном месте.
- Убийца Skype и корпоративной электронной почты
- Место, где кипит работа: здесь совершают сделки, публикуют код, нанимают сотрудников, помогают клиентам, сообщают новости

Целевая аудитория: малый и средний бизнес, крупные частные компании (65 компаний из списка Fortune 100).

Особенности продукта:

- Более 2400 встроенных приложений и ПО для повышения продуктивности работы (GitLab, Zenefits, Intercom, InVision, SiSense и др.). У Slack есть собственный венчурный фонд, который инвестирует в компании, которые могут стать частью экосистемы сервисов.
- Открытые профессиональные сообщества (по аналогии каналов в Телеграме).
- Прописанные сценарии и возможности использования Slack в разных подразделениях компании-клиента (IT, кадры, маркетинг и др.).



ClickUp, США, <https://clickup.com/>

Компания нацелена на рост 1% в день. Важные элементы культуры – высокая скорость итераций и еженедельное предоставление клиентам новых возможностей. На сайте выложена подробная [дорожная карта](#) с планом на год.

Год создания продукта: 2017

Ценностное предложение:

- Одно приложение, заменяющее остальные. Все для работы в одном месте: задачи, чаты, документы, цели и др.
- Экономия времени работы сотрудников (на один день в неделю)

Целевая аудитория: стартапы, крупные частные компании, некоммерческие организации.

Особенности продукта:

- ClickUp – это скорее платформа для управления задачами и проектами, чем мессенджер. Среди функций отсутствует возможность проведения аудио- и видеозвонков, при этом много инструментов для совместной проектной работы (канбан-доска, диаграмма Ганта, Mind Maps, привязка задач к целям компании и дашборды для отслеживания достижения целей и задач и др.).
- Для каждого функционала продукта указано какие сторонние сервисы он замещает (например, Asana, Trello)
- 35 собственных и более 1000 встроенных партнерских приложений и ПО для повышения продуктивности работы
- Есть партнерская и реферальная программы (скидки или 20% с транзакций за привлеченных пользователей)
- Ценностное предложение прописано не только для ключевых целевых аудиторий, включая подразделения компании, но и по разным пользовательским сценариям (напр., удаленная работа, личное использование, управление проектами).



Корпоративные коммуникации от Microsoft, США

Microsoft Teams, <https://www.microsoft.com/ru-ru/microsoft-teams/log-in>

Платформа, объединяющая в рабочем пространстве чат, встречи, заметки и вложения.

Год создания продукта: 2016

Ценностное предложение: Творите удивительные вещи вместе: дома, на работе, в школе.

Целевая аудитория: физлица, малый бизнес, крупные частные и государственные компании, образовательные организации (школы, университеты).

Особенности продукта:

- Решение полезно для команд, которым требуются только базовые функции мессенджера: обмен файлами, чат, аудио-видеозвонки.
- Более 250 партнерских интегрированных приложений и служб (например, Atlassian Confluence, SAP Sales Cloud, Salesforce). Независимые поставщики программного обеспечения могут [продавать](#) свои приложения через Microsoft Teams.
- Много собственных встроенных приложений (офисный пакет, Skype и др.).
- Есть специальный [функционал](#) для образовательных организаций (классы, интерактивная доска, задания и совместная работа).
- Мессенджер предоставляется как отдельно, так и в пакете с Microsoft 365.



Microsoft Viva, <https://www.microsoft.com/ru-ru/microsoft-viva>

Платформа для сотрудников, которая объединяет инструменты для общения и обучения, а также доступа к знаниям, ресурсам и аналитике в процессе работы. Решение Viva на платформе Microsoft 365 доступно через Microsoft Teams.

Год создания продукта: 2021

Ценностное предложение:

- Формирование культуры компании, в которой сотрудники и команды получают возможность полностью раскрыть свой потенциал, где бы они ни находились.
- Платформа для управления опытом сотрудников в цифровую эпоху.

Целевая аудитория: малый бизнес, крупные частные и государственные компании.

Особенности продукта:

- Состоит из нескольких модулей, которые могут устанавливаться отдельно (для каждого модуля прописано ценностное предложение):
 - Viva Связи – корпоративный интранет (новости компании, беседы сотрудников, базовая информация о компании)
 - Viva Аналитика – сбор и анализ данных о работе сотрудников
 - Viva Темы – упорядочивание контента и информации в системах и командах по темам (напр., проекты, продукты, процессы)
 - Viva Обучение – инструменты корпоративного обучения
 - Viva Цели – постановка целей, привязка целей к задачам
 - Viva Продажи – модуль для менеджеров продаж, привязанный к CRM-системе
- Во многих модулях используются технологии искусственного интеллекта для сбора и анализа данных и разработки рекомендаций по улучшению опыта сотрудников.



Rocket.Chat, Бразилия, <https://rocket.chat/>

Год создания продукта: 2016

Ценностное предложение:

- Сделай свою коммуникацию свободной без компромиссов.
- Безопасная и совместимая коммуникационная платформа. Владейте своими данными, настраивайте что угодно, интегрируйте все.

Целевая аудитория: стартапы, крупные частные компании, государственные компании, некоммерческие организации.

Особенности продукта:

- Мессенджер с открытым исходным кодом.
- Может также использоваться клиентами для выстраивания автоматизированной и омниканальной службы поддержки клиентов.
- 50+ партнерских сервисов для повышения продуктивности работы.
- Помимо основных целевых аудиторий, ценностное предложение прописано для компаний из различных отраслей (напр., образование, финансовая сфера) и для 4 пользовательских сценариев (разработка ПО, цифровая трансформация, удаленная работа и служба поддержки).
- Дополнительно к подписке на основной продукт можно приобрести отдельные модули, не входящие в базовую комплектацию (например, профессиональные сервисы для IT-разработчиков или расширенный пакет техобслуживания от Rocket.Chat).



Staffbase, Германия, <https://staffbase.com/en/>

Год создания продукта: 2014

Ценностное предложение:

- Будущее компании за коммуникаторами: соединяем сотрудников и трансформируем компании с помощью платформы управления корпоративными коммуникациями.

Целевая аудитория: преимущественно крупные компании (хотя в явном виде не выделяют целевую аудиторию по размеру).

Особенности продукта:

- В большей степени инструмент формирования корпоративной культуры компании, чем мессенджер. Основной функционал платформы связан с объединением и вовлечением сотрудников (например, корпоративный интранет, персонализированные инфобюллетени об успехах и целях компании).
- Staffbase не только продает ПО, но и предоставляет комплекс услуг, в т.ч. консалтинг и обучение (например, может помочь разработать внутреннюю коммуникационную стратегию или провести мастер-класс). В 2022 году Staffbase планирует инвестировать около 50 млн евро в создание Академии внутренних коммуникаций.
- Возможность коммуникации удаленных (полевых) сотрудников выделяется как важная дополнительная ценность платформы.
- Расширяет экосистему в т.ч. за счет покупки компаний. Напр., в конце 2021 г. приобрела компанию Valo Solutions, поставщика решений в области корпоративного интранета на базе Microsoft 365. Это позволит Staffbase сделать интеграцию с Microsoft 365.
- Есть отдельное сообщество людей в Slack, которые отвечают за корпоративные коммуникации (2000+ специалистов из 1000+ компаний). В сообществе можно задать вопрос или поделиться своей экспертизой.



Crew, США, <https://www.crewapp.com/>

В 2021 году стартап приобрела компания Square (разработчик финтех-решений).

Год создания продукта: 2013

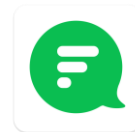
Ценностное предложение:

- Расширьте возможности ваших распределенных команд, унифицируйте коммуникации и ускорьте работу.

Целевая аудитория: frontline работники (обслуживающий персонал, работники с почасовой ставкой).

Особенности продукта:

- Платформа включает инструменты, нацеленные на решение трех основных задач: 1) упрощение коммуникации, 2) task-менеджмент, 3) мотивация и признание сотрудников (например, геймификация опыта сотрудников – получение баллов за различные достижения).
- Много специальных инструментов для оптимизации работы удаленных работников (например, формирование и рассылка расписания смен, возможность обмена сменами между сотрудниками, оповещение о свободных сменах – любой сотрудник компании может откликнуться и вызваться дополнительно поработать).



Flock, Индия, <https://www.flock.com/>

Год создания продукта: 2014

Ценностное предложение:

- Единое пространство для коллаборации, построения прочных рабочих отношений и кросс-функциональной работы.
- Альтернатива Slack, но с большим функционалом и на 64% дешевле.

Целевая аудитория: четко не выделяется, однако есть описание пользовательских сценариев для разных подразделений компании.

Особенности продукта:

- 50+ партнерских приложений и ПО для повышения продуктивности работы.
- Представлено детальное сравнение Flock с Slack и Microsoft Teams по функционалу и стоимости, наглядно показана экономия от использования Flock.

По всем вопросам, связанным с данным исследованием, обращайтесь по адресу research@develop.mos.ru

Аналитический центр
Агентства инноваций Москвы
<https://innoagency.ru/analytics/list>

Все интеллектуальные права на данный результат интеллектуальной деятельности в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (часть четвертая) принадлежат ГБУ «Агентство инноваций города Москвы» (далее – Агентство) ©. Не допускается без согласия Агентства внесение изменений, сокращений и дополнений, извращение, искажение результата, порочащих деловую репутацию правообладателя, копирование и использование в составе иных результатов интеллектуальной деятельности или самостоятельно, а также тиражирование, воспроизведение, показ без согласия правообладателя, совершение иных неправомерных действий. Допускается без согласия Агентства и без выплаты вознаграждения, но с обязательным указанием имени правообладателя и источника заимствования совершать действия, предусмотренные статьями 1274 — 1276, 1278 Гражданского кодекса Российской Федерации.

