

Tlačová správa

Bratislava, 14. marca 2023

Analýza komunikačných trendov v roku 2023

Jej výsledky vám umožnia jednoduchšie osloviť a efektívnejšie ovplyvniť vaše publikum

Grayling, jedna z najväčších globálnych komunikačno-konzultačných sieťových agentúr, zverejnila aktuálnu analýzu s názvom *Gaining Advantage in 2023: How to Reach and Influence Audiences*. V rámci nej identifikuje päť kľúčových oblastí, na ktoré by sa spoločnosti a agentúry mali zamerať, aby v roku 2023 získali komunikačnú výhodu.

Prvou oblasťou, ktorej sa analýza venuje, je **nachádzanie spôsobov, akými sa možno prepojiť s roztriešteným publikom**. Poukazuje na čoraz intenzívnejšiu fragmentáciu publika a tým aj ťažšie oslovenie konkrétnej cieľovej skupiny cez tradičné komunikačné kanály. Grayling odporúča prispôbiť prístup na základe pokročilých dát, a tak vytvoriť pútavý obsah na zdieľanie, ktorý zodpovedá motiváciám a záujmom publika.

Druhým identifikovaným trendom je „**digitálny hyperloop**“, ktorý poukazuje na rýchle zmeny v oblasti technológií a kultúrnych trendov, ktoré výrazne komplikujú dlhodobé plánovanie. Grayling navrhuje, aby sa spoločnosti a agentúry zamerali na tie nápady, s ktorými sa ľudia dokážu prirodzene stotožniť a takisto by mali byť pripravené rýchlo reagovať na meniace sa trendy a nálady vo verejnosti.

Analýza zdôrazňuje aj potrebu **kvalitnej internej komunikácie**, ktorá po pandémie nezvratne zmenila pracovné vzťahy. Zamestnancov menej motivuje výška platu a viac dobré pracovné podmienky, benefity, školenia a vyznávanie podobných hodnôt. Grayling poznamenáva, že tento trend kladie značnú zodpovednosť na internú komunikáciu a vyzval vedúcich pracovníkov HR oddelení, aby sa zamerali na uspokojenie širokého spektra potrieb zamestnancov naprieč generáciami.

Štvrtý trend sa dotýka **enormného pokroku v oblasti umelej inteligencie**. Grayling upozorňuje na rastúci význam umelej inteligencie v oblasti PR a komunikácie, pričom poukazuje na úlohu písacích nástrojov poháňaných umelou inteligenciou, ako je ChatGPT a obrázkových aplikácií, ako je Midjourney. Z analýzy vyplýva, že by spoločnosti a agentúry mali správne uchopiť úlohu nových nástrojov umelej inteligencie, vyškoliť zamestnancov v tom, ako ich používať, a zároveň si byť vedomí úskalí ich používania, akými je kontrola faktov, otázka autorských práv a plagiatstvo.

Analýza sa dotýka aj „**post-účelového sveta**“, kde si spotrebitelia dávajú pozor na to, aby ich spoločnosti nezavádzali pokiaľ ide o napĺňanie účelu svojho pôsobenia a dokážu si pri značkách už z diaľky všimnúť rozdiely medzi tým, čo deklarujú a tým, čo robia. Grayling odporúča organizáciám, aby svoj účel doložili činmi, nie slovami.

„V tejto rozsiahlej analýze sa naši kolegovia v Londýne zamerali na aktuálne, ako aj úplne nové trendy, ktoré menia komunikačné prostredie a budú mať naň v tomto roku zásadný dopad. Ide o päť faktorov, ktoré pozorujeme aj u nás – niektoré viac (napríklad fragmentácia publika alebo potreba efektívnej internej komunikácie) a niektoré k nám prichádzajú len pomaly (napríklad trend umelej inteligencie, o ktorom všetci hovoria, ale v praxi sme ho zatiaľ veľmi nevideli). Týchto päť oblastí však

jasne ukazuje, na čo sa budú musieť spoločnosti, ktoré si chcú udržať svoje publikum, v blízkej budúcnosti zamerať,“ hovorí **Anna Balíčková, Managing Director v agentúre Grayling pre Českú republiku a Slovensko.**

- KONIEC -

O agentúre Grayling

Grayling pôsobí prostredníctvom siete 55 pobočiek po celom svete, V každej krajine tak vie poskytnúť tie najlepšie lokálne služby s medzinárodným presahom. Špecializuje sa na vytváranie inovatívnych integrovaných komunikačných riešení, ktoré prepájajú oblasti PR a PA. Agentúra Grayling nepozná hranice, pokiaľ ide o riešenie klientskych zadaní a realizáciu kampaní – či už geografických alebo medziodvetvových. Agentúra Grayling je súčasťou skupiny Accordience (predtým Huntsworth Communications).

Viac informácií o spoločnosti Grayling nájdete na stránke www.grayling.com alebo na sociálnych sieťach [Facebook](#) a [LinkedIn](#).

V prípade záujmu o ďalšie informácie kontaktujte prosím:

Kristína Ďurechová

Grayling Slovakia

Palisády 36, 811 06 Bratislava

Tel.: +421 915 759 472

E-mail: kristina.durechova@grayling.com