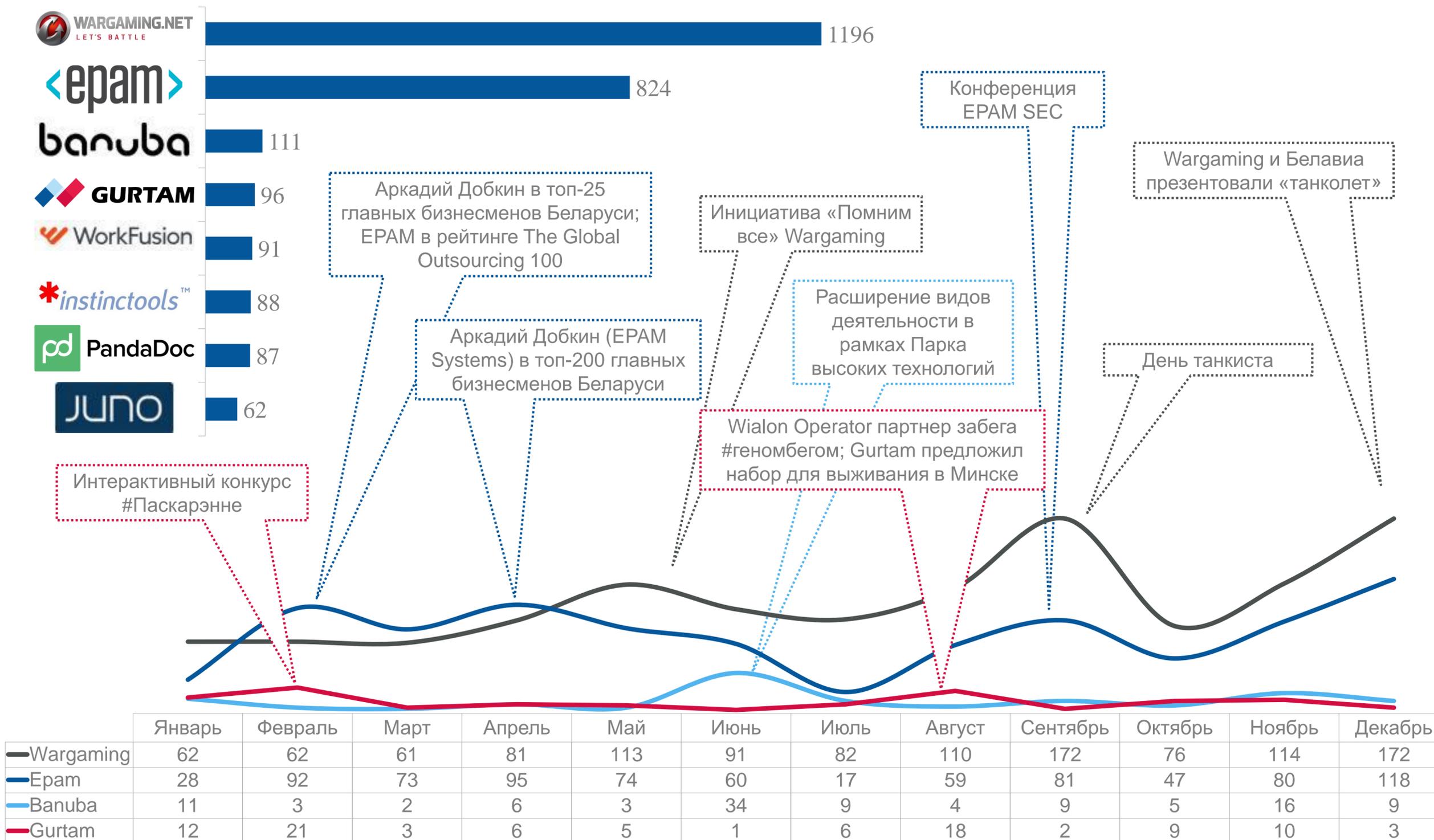


HR бренд в традиционных СМИ

январь – декабрь 2018

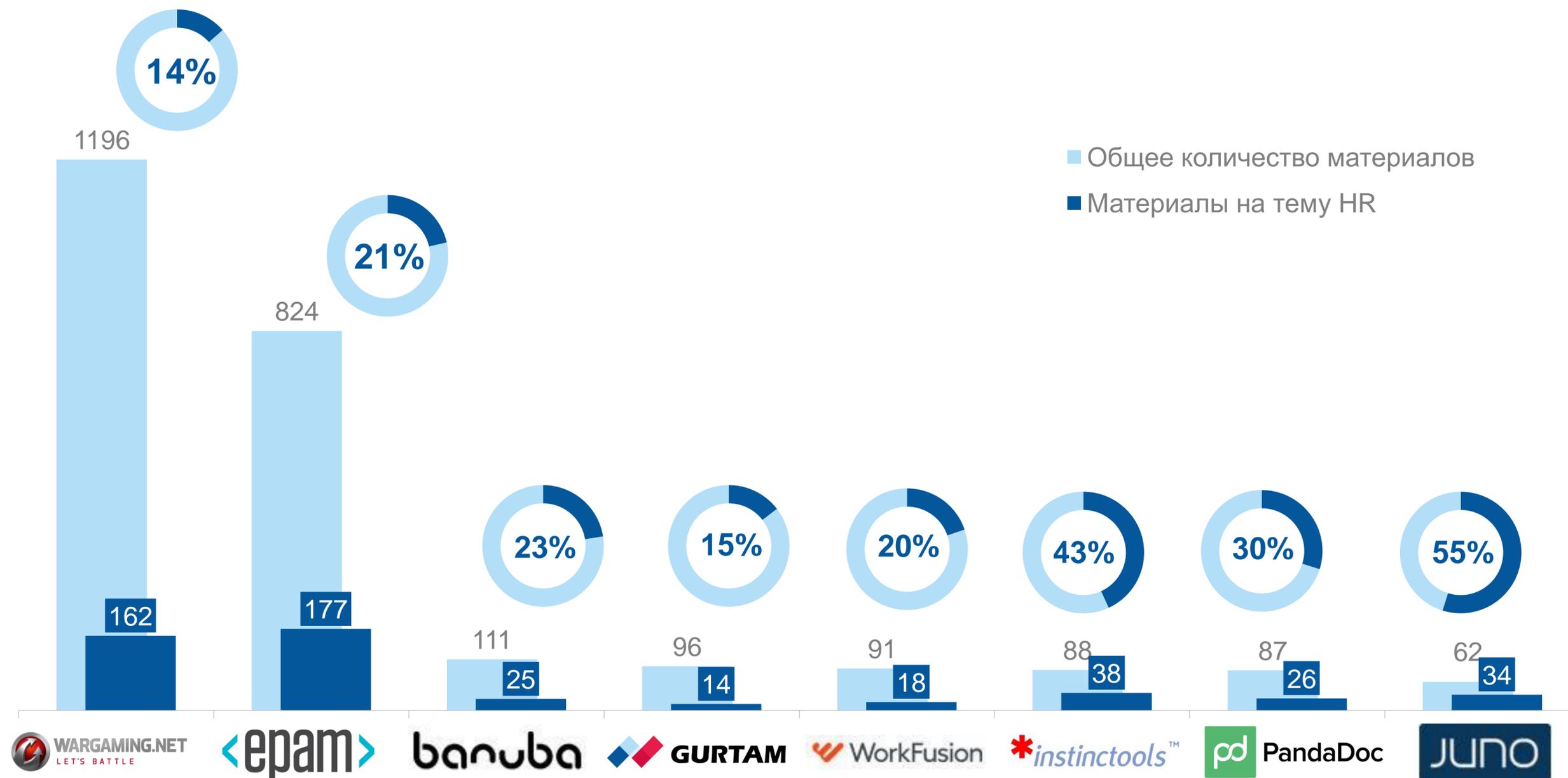
ДИНАМИКА МЕДИЙНОГО ИНТЕРЕСА



В информационном поле со значительным отрывом лидируют **Wargaming** и **EPAM**.

Максимальный резонанс получили события, связанные с общественными и отраслевыми мероприятиями, а также упоминания в рейтингах и сообщения о присуждении наград.

СООБЩЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ТЕМЫ HR

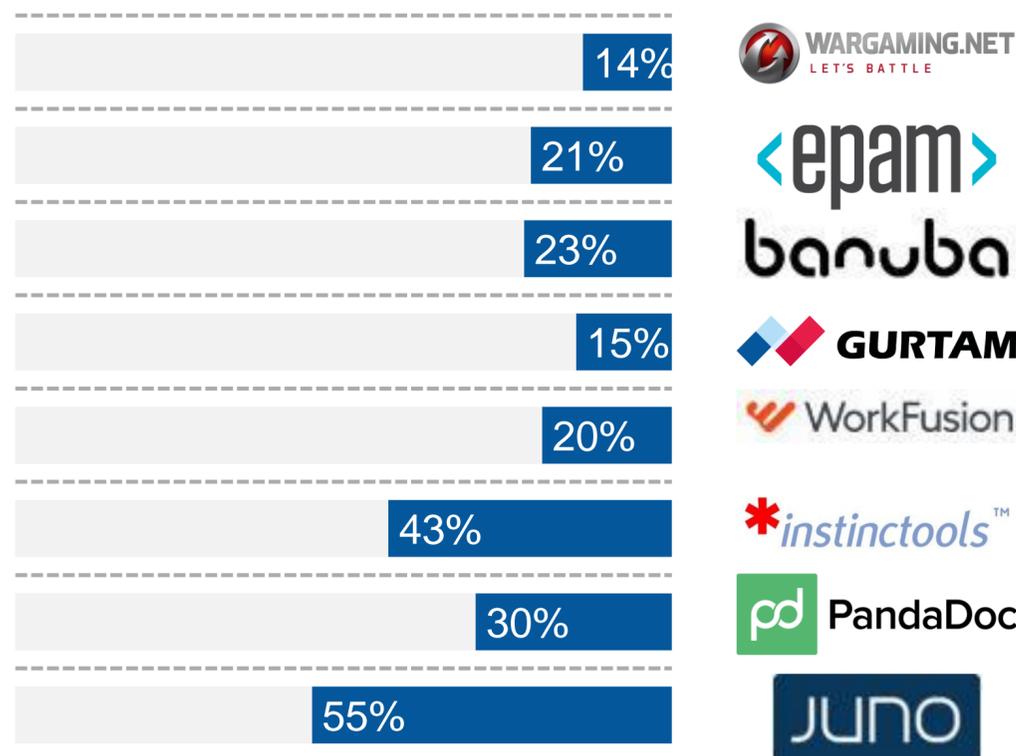


В абсолютных значениях наиболее часто в информационном пространстве по темам HR-политики упоминаются **Wargaming** и **EPAM**.

Для анализа позиционирования компании как работодателя были отобраны материалы СМИ, касающиеся HR-направления и рынка труда. Исключены прочие корпоративные материалы, сообщения о продуктах, IT- и социальных мероприятиях.

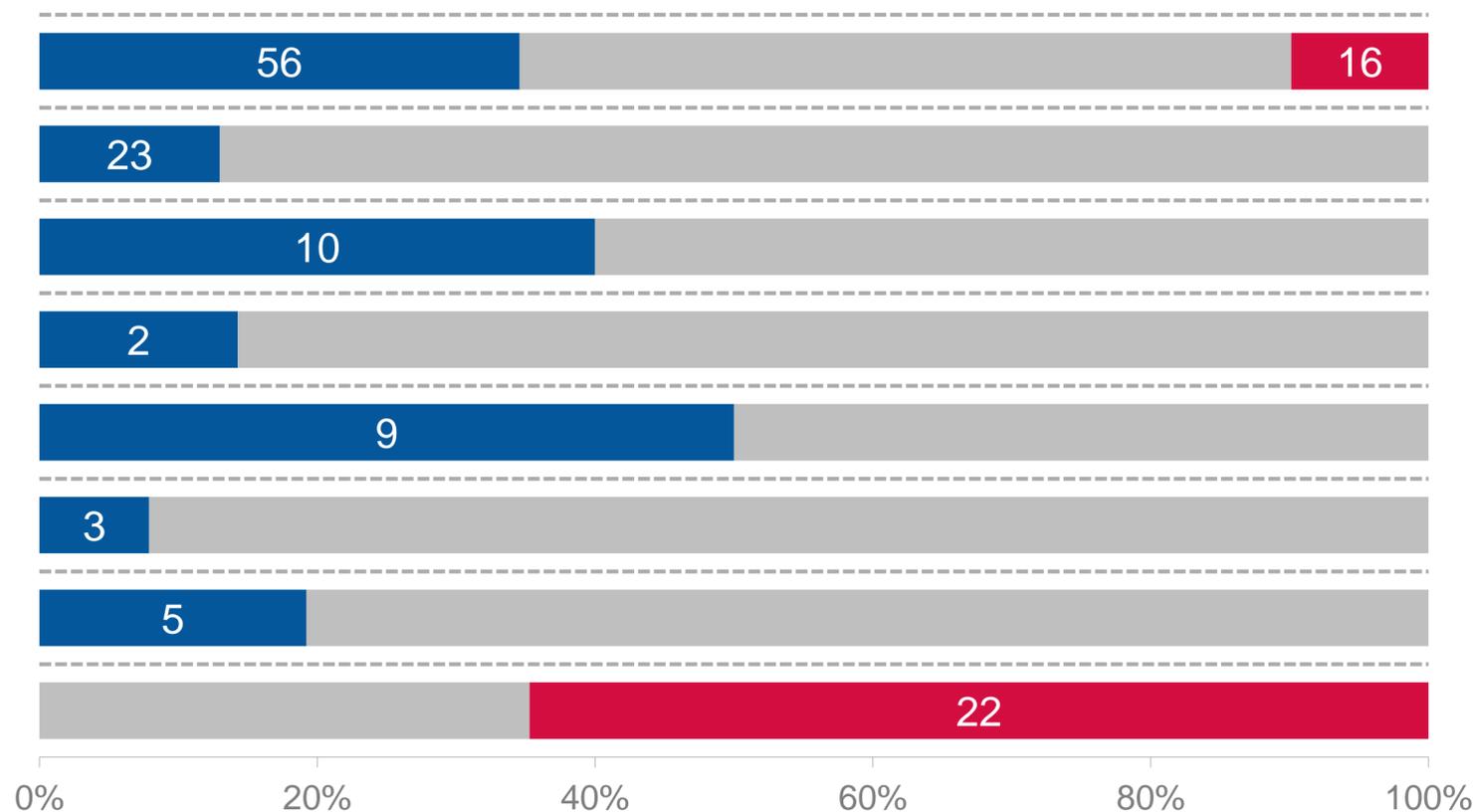
ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ HR

Доля упоминаний в контексте HR

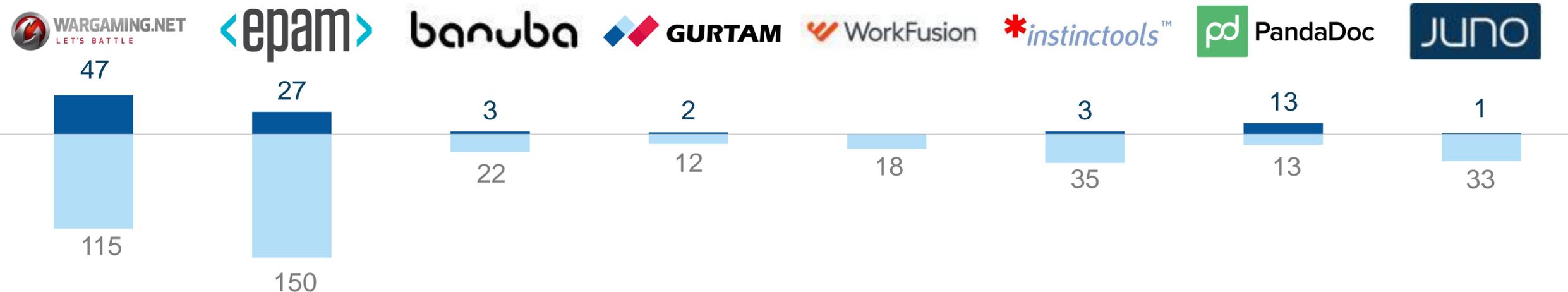


Характер сообщений в контексте HR

■ Позитивный ■ Нейтральный ■ Негативный



■ Стихийные сообщения ■ Иницированные сообщения

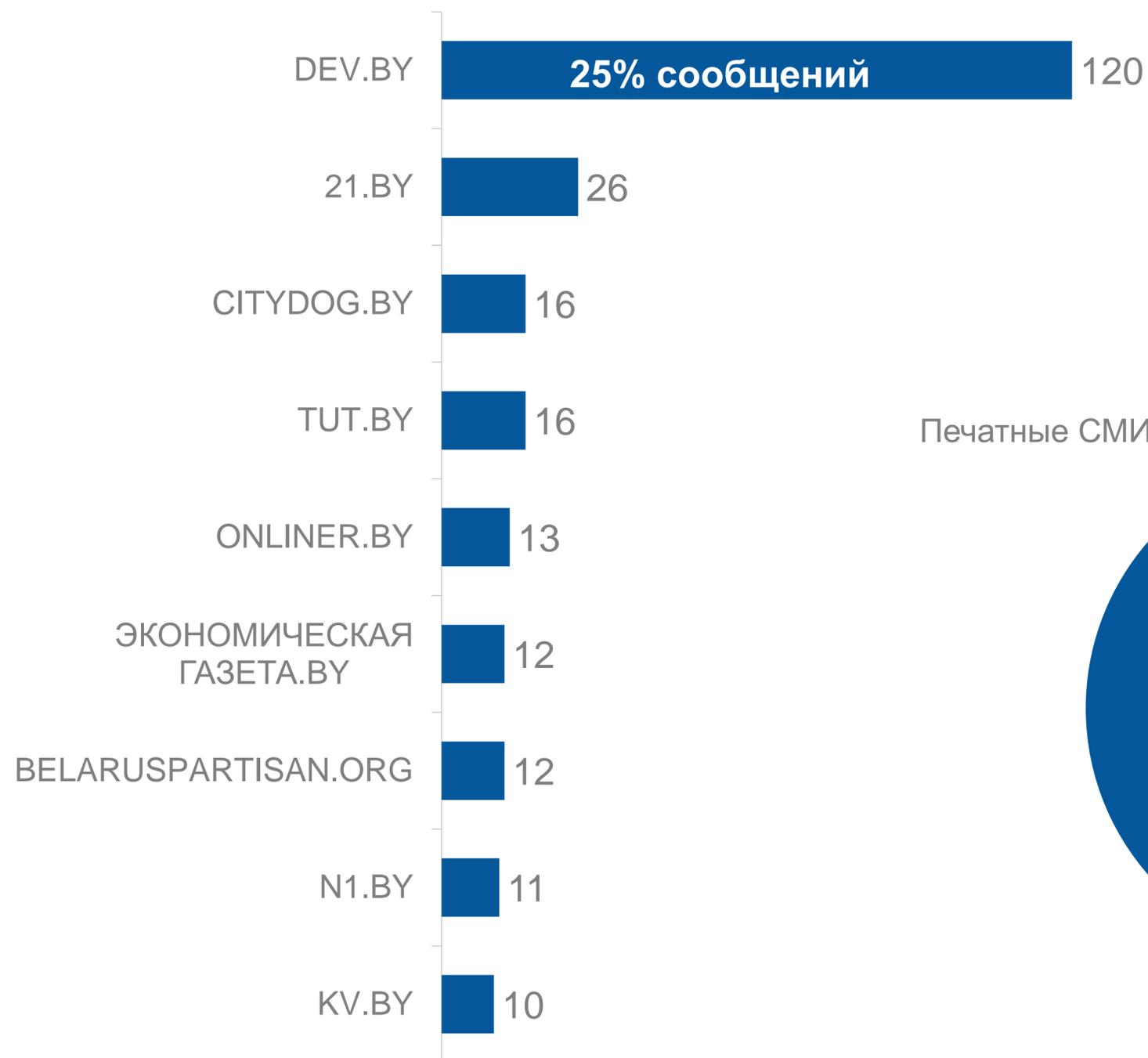


Анализ данных позволяет сделать вывод о том, что **целенаправленной деятельности** по формированию в белорусских СМИ HR-бренда **ни одна из компаний не ведет**: потоки, как правило, формируются стихийно и имеют нейтральный характер.

Негатив **Wargaming** и **Juno** вызван резонансом вокруг некорректного, с точки зрения медийного сообщества, поведения сотрудников.

ИСТОЧНИКИ СООБЩЕНИЙ

Топ СМИ, публикующих тематические сообщения



Тип СМИ



Максимальный интерес к теме рынка труда проявляет портал IT в Белоруссии (dev.by). Площадка активно размещает подборки вакансий в IT-сфере, а также публикует статьи IT-специалистов о работе, их историях успеха и профессионального развития.

ФОРМАТЫ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ HR ПРИВЛЕЧЕНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ

История работы / успеха IT- специалистов

Материалы от лица
специалистов IT-сферы о
становлении в профессии

13% всех сообщений

<epam>



Вакансии

Подборки вакансий IT-компаний

11% всех сообщений

banuba



Обучение IT- специальностям

Сообщения о запуске курсов,
позволяющих получить работу в
IT-компаниях

11% всех сообщений

<epam>

Event

Сообщения о мероприятиях, для
новичков и молодых
специалистов

11% всех сообщений

*instinctools™



ФОРМАТЫ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ HR ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ ДЛЯ СОИСКАТЕЛЯ

Бренд компании

Сообщения о HR-политике компании

12% всех сообщений



Рейтинги, награды

Упоминания о достижениях компании в области HR

11% всех сообщений



Внутрикорпоративная информация

Утечки информации о проблемах с персоналом

10% всех сообщений

Открытая информация о HR-политике

1% всех сообщений



Сообщения представителей компании

Статья / комментарий представителя компании: руководителя, HR-, PR-специалиста

3% всех сообщений



ФОРМАТЫ ОСВЕЩЕНИЯ ТЕМЫ HR ОБЗОР РЫНКА ТРУДА

Особенности работы в IT

Сообщения о преимуществах и способах начать карьеру в IT-сфере

4% всех сообщений

<epam>

Упоминания о нехватке и востребованности IT-специалистов

2% всех сообщений

<epam>

*instinctools™

Сравнение условий работы в IT-сфере в Белоруссии и других странах, в Минске и регионах

2% всех сообщений

<epam>

*instinctools™

События рынка труда Белоруссии

Материалы о текущем положении и тенденциях на рынке труда с упоминаниями компаний

8% всех сообщений

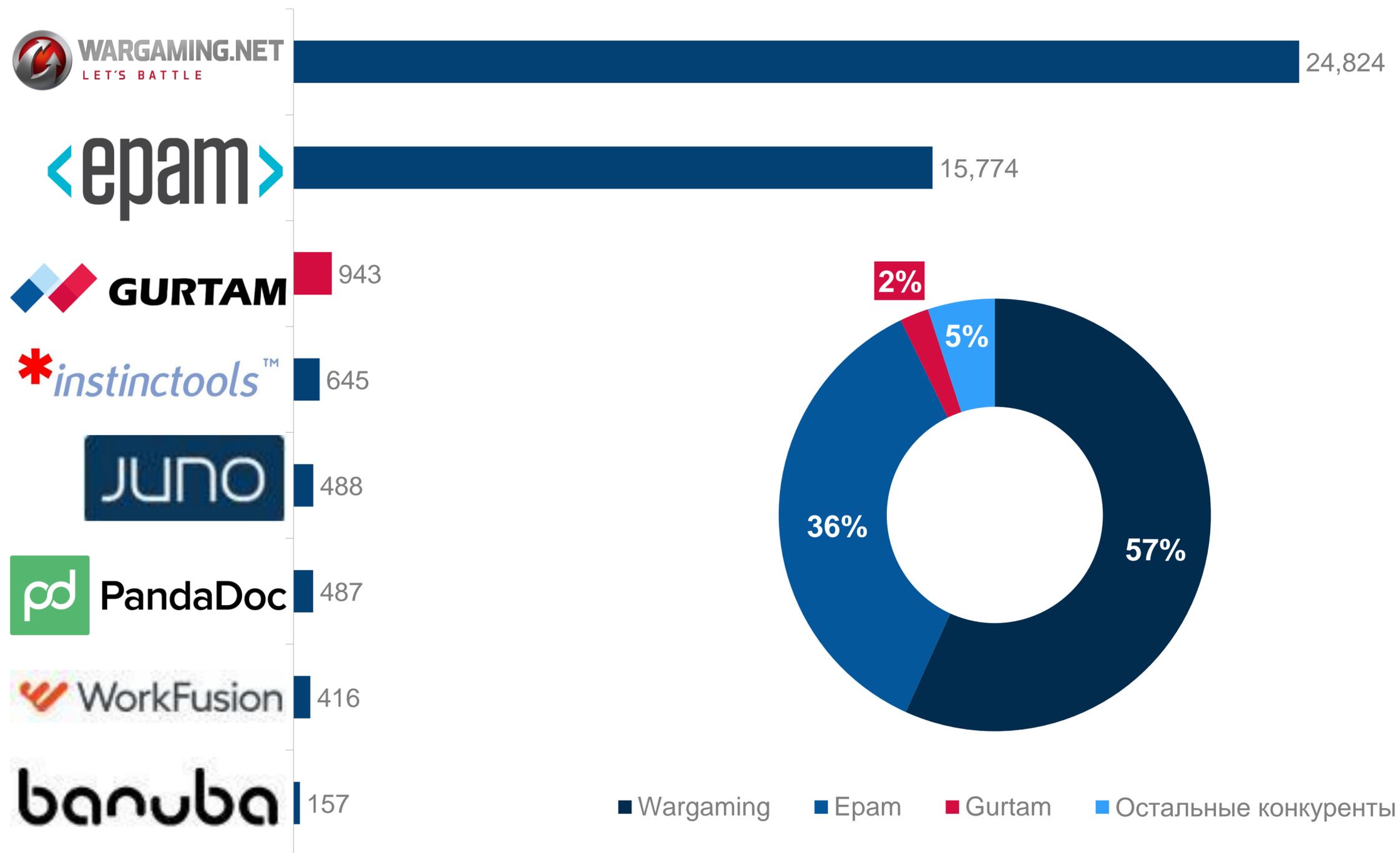
<epam>

 WARGAMING.NET
LET'S BATTLE

HR бренд в социальных медиа

январь – декабрь 2018

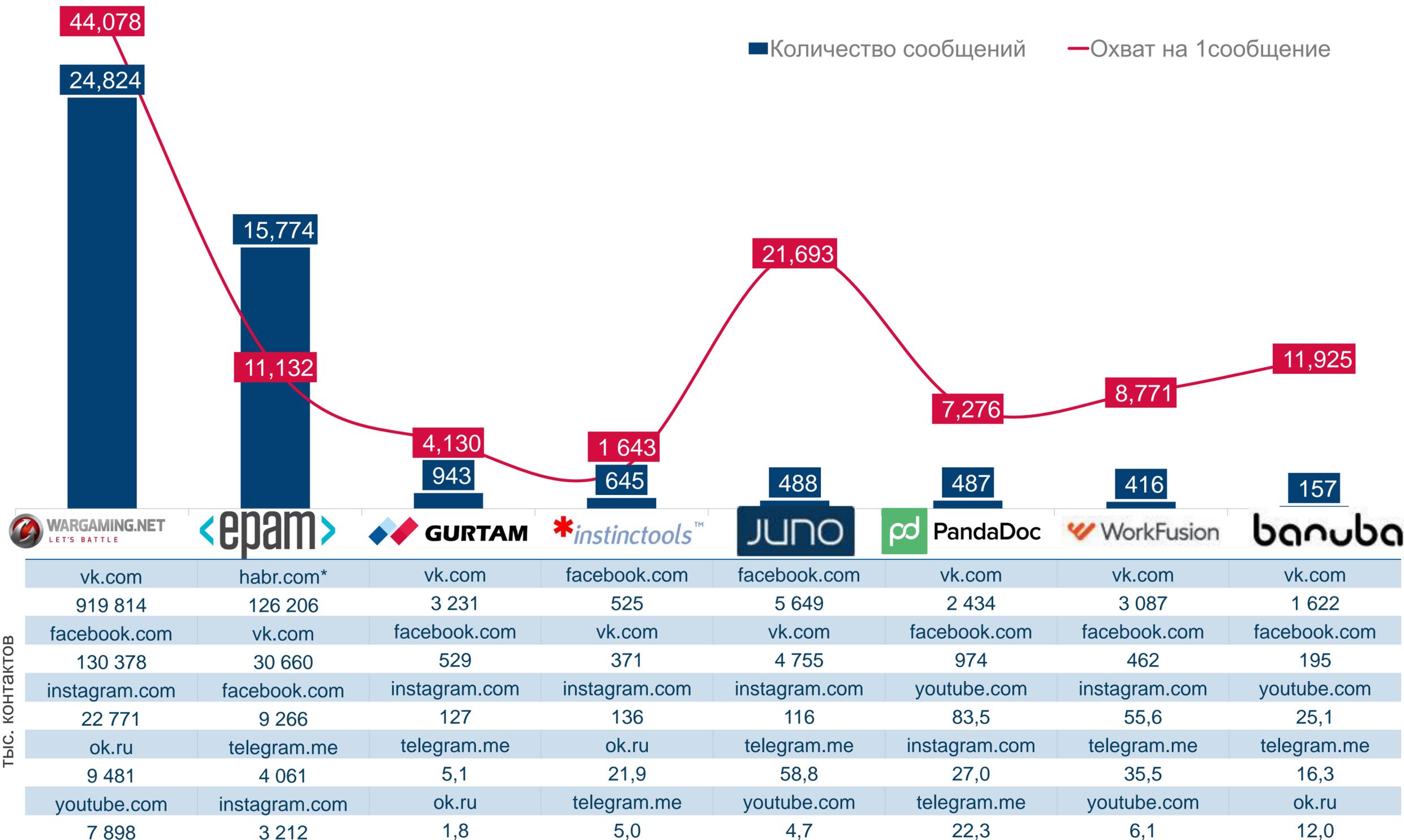
УПОМИНАЕМОСТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА



Безусловными лидерами по присутствию в социальных медиа являются **Wargaming** и **Ерам** – совместно занимают более 90% массива сообщений.

Для комплексного анализа позиционирования компании как работодателя в социальных СМИ из материалов были исключены продуктовые упоминания, а также контент официальных аккаунтов компаний.

ИСТОЧНИКИ КОНТЕНТА



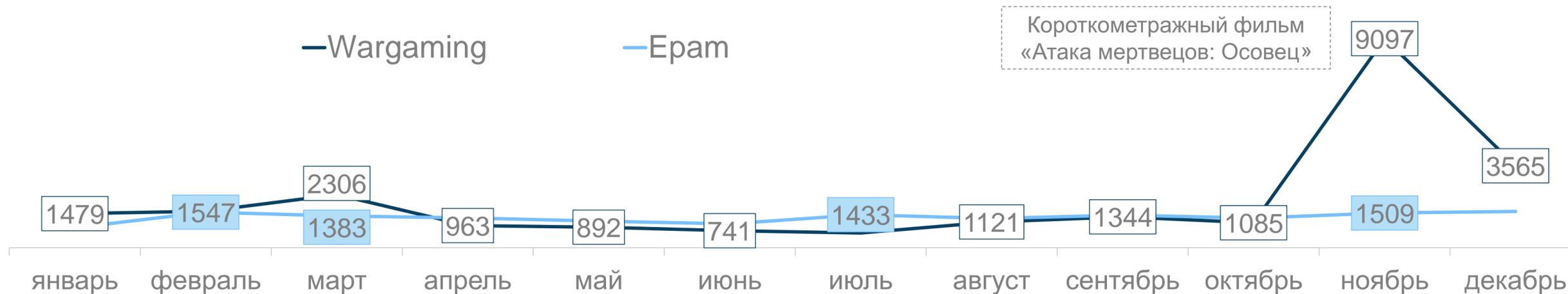
Максимальный средний охват демонстрирует **Wargaming**. В группах vk.com со значительным числом подписчиков обсуждалось фото сотрудников с героем мемов и их увольнение.

Высокий результат по охвату на одно сообщение у **Juno** обусловлен агрессивным высказыванием их сотрудника (Кириленко) и реакцию на это пользователей сетей.

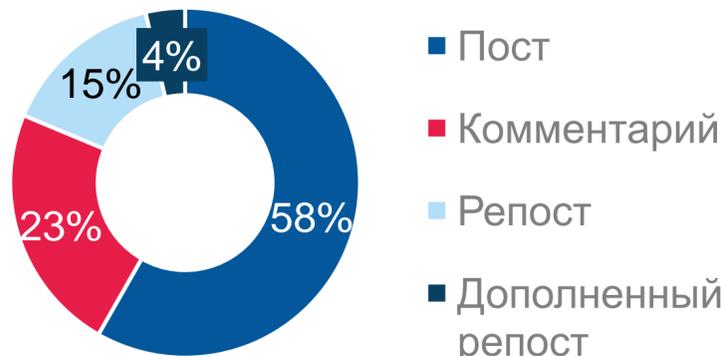
*Ключевое сообщение «Быть на своем месте или почему я ушел из ЕПАМ»

ТОП площадок по охвату,
тыс. контактов

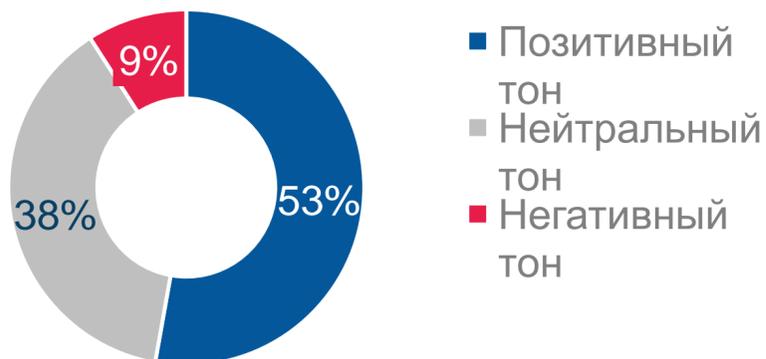
ДИНАМИКА И ТИП КОНТЕНТА



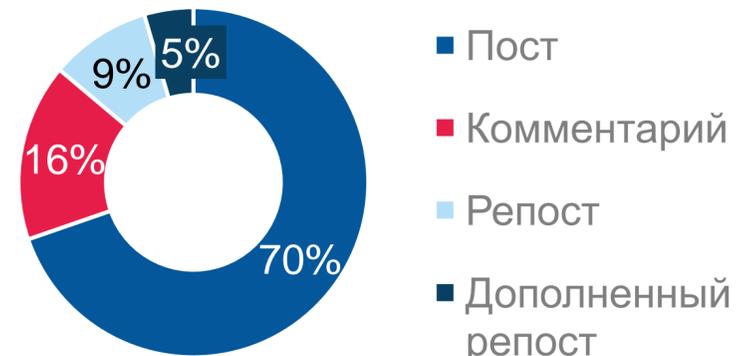
Тип контента



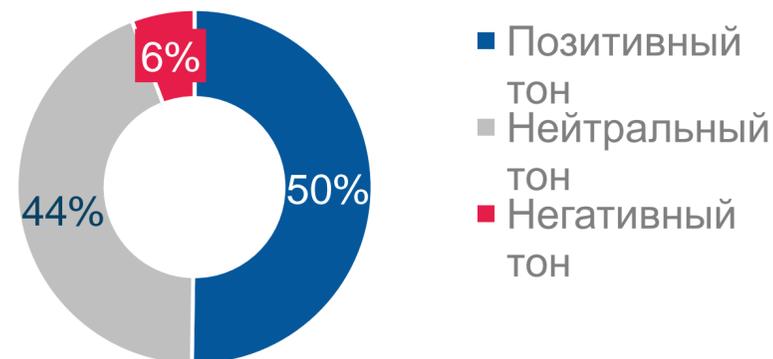
Тональность контента



Тип контента



Тональность контента



Для **Wargaming** характерны всплески активности, связанные с увольнением сотрудников, опубликовавших селфи с «Гарольдом, скрывающим боль», продвижением исторического короткометражного фильма.

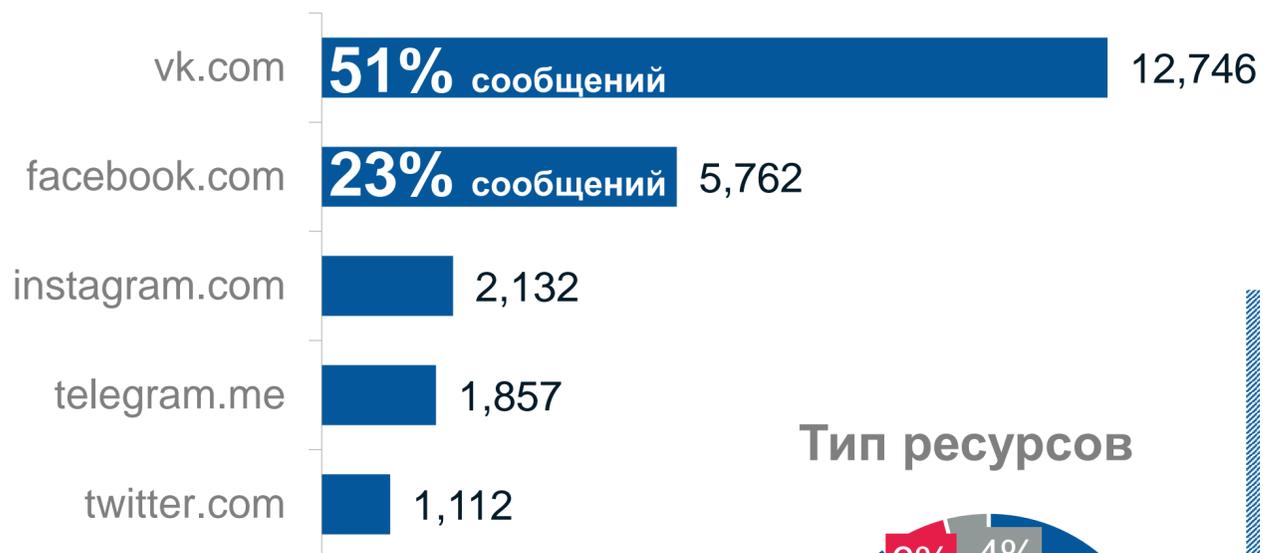
У **Eрам** поток равномерный: в среднем 1300 сообщений в месяц.

Преимущество **Eрам** в высокой доли оригинальных сообщений. Аудитория **Wargaming** активнее реагирует на контент – большой объем комментариев и репостов.

ИСТОЧНИКИ И АВТОРЫ



Топ источников



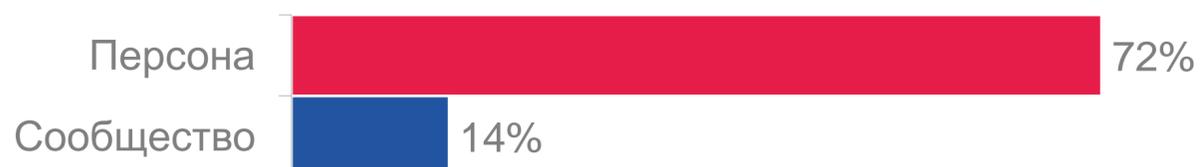
Тип ресурсов



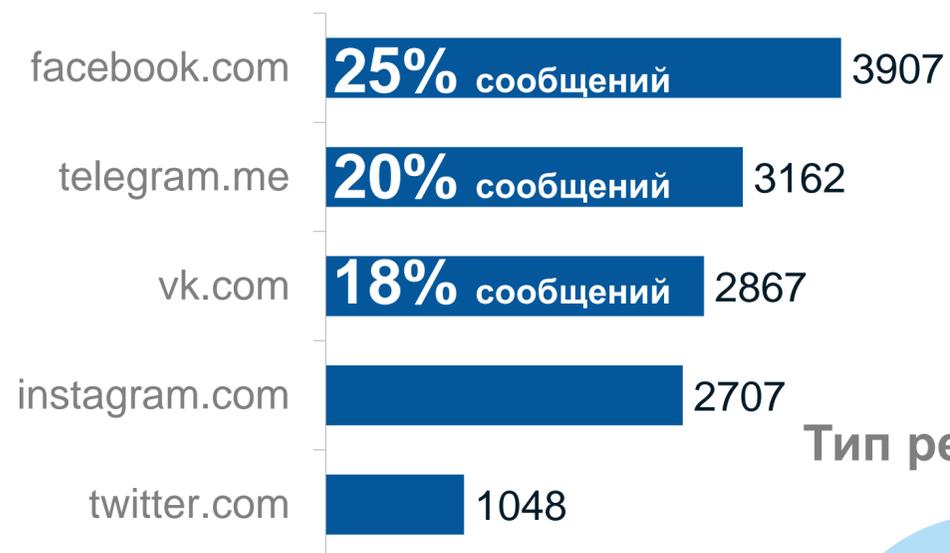
- Соц. сеть
- Мессенджеры
- Другие (форумы, блоги, отзывы)

Тип авторов

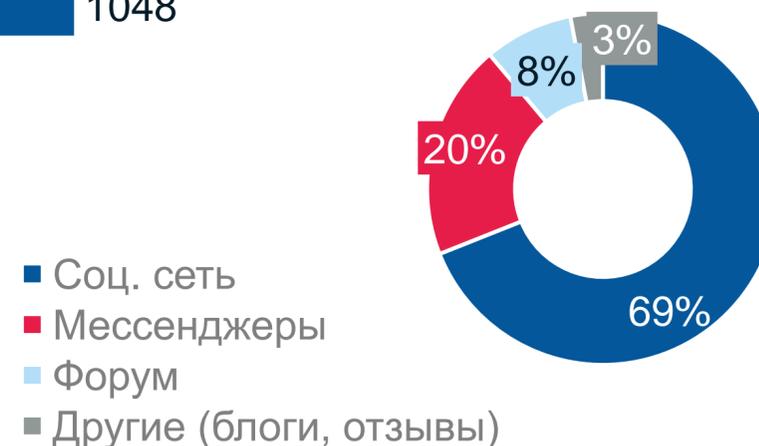
(данные указаны для персонифицированных сообщений)



Топ источников



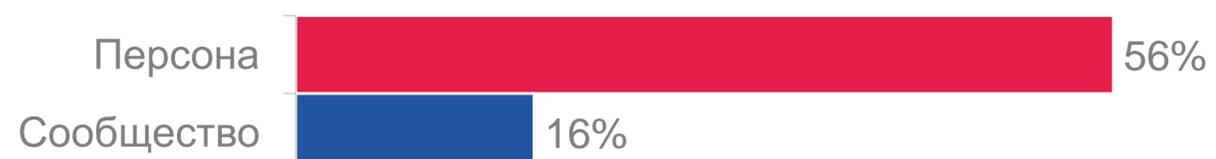
Тип ресурсов



- Соц. сеть
- Мессенджеры
- Форум
- Другие (блоги, отзывы)

Тип авторов

(данные указаны для персонифицированных сообщений)



Более половины сообщений **Wargaming** размещены в vk.com. Медиапоток **Ерат** распределен по нескольким площадкам, отметим активное обсуждение в telegram-каналах.

У **Ерат** наблюдается более широкий охват мессенджеров, форумов, блогов.

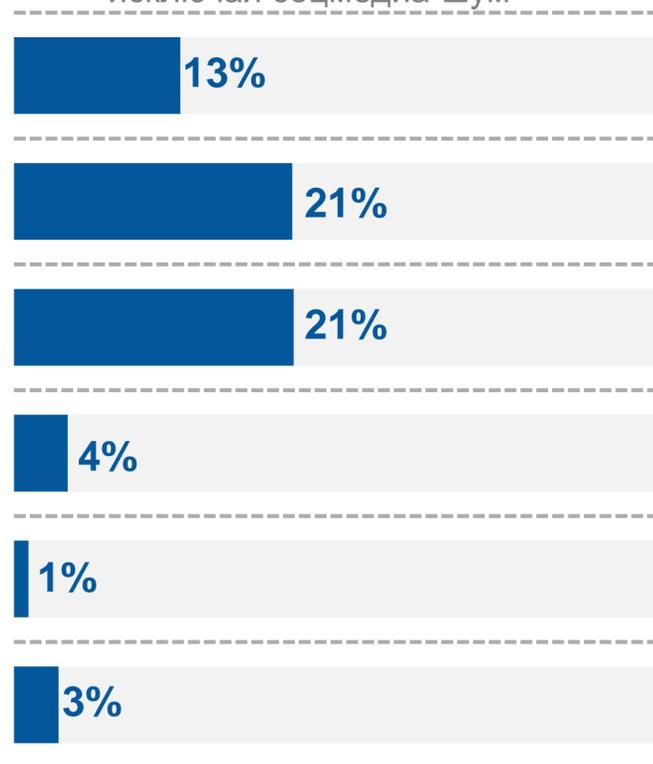
ТЕМАТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ



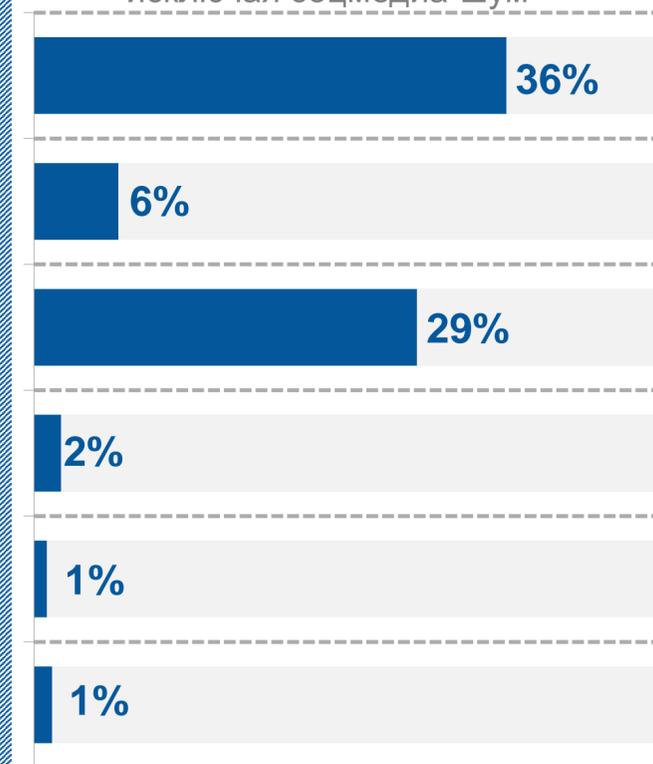
в % от числа сообщений компании,
исключая соцмедиа-шум



в % от числа сообщений компании,
исключая соцмедиа-шум



в % от числа сообщений компании,
исключая соцмедиа-шум



Ключевые информационные поводы

- Короткометражный фильм «Атака мертвецов: Осовец»
- Брендированный «Танколет» от Белавиа и Wargaming
- Фестиваль WG Fest 2018
- Прямая линия с разработчиками
- Увольнение сотрудников за раскрытие корпоративной тайны
- Офис Wargaming в Великобритании;
- Корпоратив World of Times

- IT-конференция EPAM SEC 2018
- Хакатон по биоинформатике BioHack
- Офис на курорте Испании
- IT-курсы от EPAM и Парка Высоких Технологий
- Обучение в EPAM Training Center
- Корпоративы Epam и 25-летие Epam
- Epam family day
- Мастер-классы/ лекции сотрудников
- Сообщения сотрудников об опыте работы в Epam

- Партнерская конференция Gurtam Телематика 2018
- Выставка НАВИТЕХ-2018
- Корпоратив YACHTING RACE 2018
- Вакансии в Gurtam
- Публикации сотрудников Gurtam
- Lego Party'2018
- Gurtam yacht party
- Поздравления сотрудников с праздниками

ОСОБЕННОСТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ HR-БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ



Завоевание аудитории.
Акцент на PR,
узнаваемости бренда.

Активное продвижение посредством PR-продуктов. Фокус на эмоциональном контексте: национальная гордость, исторические события.

Внимание аудитории привлекло внутрикорпоративное событие – фото сотрудников (раскрытие данных). Компания продемонстрировала приоритет корпоративных ценностей над профессионализмом.

Практика выходов в офлайн. Привлечение публики на социокультурные, образовательные и отраслевые мероприятия.

Высокое значение обустройства рабочего процесса, оптимизации сети офисов.

Обеспечение яркого, масштабного, отдыха сотрудников.

Активная коммуникация представителей компании с аудиторией (профессиональным сообществом, партнерами, клиентами)



Сообщество профессионалов.
Акцент на развитии IT-отрасли.

Медиапоток насыщен событиями. Ключевые темы освещают IT-образование, отраслевые мероприятия компании.

Создание широкой сети офисов. Акцент на международных масштабах.

Поддержание интереса аудитории участием сотрудников компании в тематических форумах, сообществах программистов, разработчиков, IT-чатах, Telegram-каналах. Обсуждение условий работы, плюсов и минусов обучения на курсах Ерат.

Продвижение опытных специалистов Ерат: лекции, мастер-классы.

Открытость для общества, участие в социальных проектах (IT-каникулы для школьников), дни открытых дверей.

Широкая сеть локальных групп: Ерат-Ижевск, Ерат-Саратов, ЕРАМ-Нижний Новгород и т.п.



Ментор.
Лидер рынка телематики.

Более четверти сообщений в социальных медиа посвящено Партнерской конференции Gurtam Телематика 2018.

Высокая активность сотрудников: сообщения о начале и текущей работе, поздравления с праздниками, фото с мероприятий, корпоративов, рабочего места в офисе.

Освещение организации отдыха сотрудников, участие в спортивных мероприятиях. Креативные тематические корпоративы.

Сообщения партнеров и участников проектов Gurtam об организационной деятельности, партнерстве мероприятий.

ДРУГИЕ ИГРОКИ

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

instinctools

Juno

PandaDoc

WorkFusion

Banuba

Количество сообщений

645

488

487

416

157

Основная площадка размещения

Соц.сети;
FACEBOOK.COM

Соц.сети;
FACEBOOK.COM

Соц.сети;
FACEBOOK.COM

Соц.сети;
FACEBOOK.COM

Соц.сети;
FACEBOOK.COM

Позитив/
негатив

45% / 2%

9% / 68%

22% / 4%

26% / 2%

24% / 3%

Ключевая тема

HR,
Event-активность

Активность сотрудников

HR

Event-активность,
Образовательные проекты

Образовательные проекты

Доля темы HR /
доля контента
сотрудников

27% / 16%

5% / 86%

30% / 17%

18% / 17%

36% / 9%

Ключевые инфоповоды

Цикл митапов по блокчейн;
Видео с Christmas Masquerade Ball;
#Покатепо: HR Пикник;
Традиционный "трезвый забег".

Агрессивное высказывание программиста Juno.

Проект офиса PandaDoc;
Участие и организация отраслевых мероприятий.

IT-лагерь на природе;
Серия митапов в Workfusion;
Automation Academy by Workfusion.

IT-каникулы для школьников;
Привлечение инвестиций.

ДРУГИЕ ИГРОКИ

ОСОБЕННОСТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ HR-БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

instinctools

HR - амбассадоры бренда

Медиапоток управляемый. Упоминаемость генерируется главным образом HR-представителями компании. Активно ведутся facebook.com и instagram.com. Выделяются два аспекта позиционирования компании: сплоченный активный коллектив и эксперт, готовый делиться опытом. Инфоповоды освещаются позитивно. Посты активно комментируются коллегами. Значительное внимание на внутрикорпоративной жизни: освещаются праздники, мастер-классы, изучение английского языка. Информация открыто демонстрируется: выкладываются фото, видео. Кроме того, у аудитории вызывают интерес IT-мероприятия компании, в частности – Цикл митапов по блокчейн, конференция OPEN IT. Сотрудники компании представлены как специалисты в областях своей деятельности.

PandaDoc

Увлекательное пространство

Демонстрирует креативность, открытость. Всплеск упоминаемости обусловлен обновлением офиса PandaDoc в Минске. В постах сотрудников компании отмечается возможность наслаждаться атмосферой и пространством. Сообщения генерировались также партнерами PandaDoc, воплотившими проект нового офиса, вывески. Офис открыт для проведения мероприятий (Toastmasters Minsk, QA Club Minsk). Другое направление позиционирование – участие в профессиональном сообществе, развитии IT-сферы. Освещаются мероприятия для молодых специалистов #войтивайти, IT-каникулы для школьников. Представители выступают спикерами на отраслевых мероприятиях (Epic Growth Conference).

Juno

Форс-мажор

Коммуникации в социальных сетях не направлены. Всплеск интереса аудитории соцсетей к компании зафиксирован в марте, на оставшийся период приходится около 5 сообщений в месяц. Резкое высказывание программиста Juno сформировало 86% медиапотока компании и оказало негативное влияние на позиционирование. После комментариев руководства о рассмотрении вопроса о поведении программиста, «несоответствующего» корпоративным принципам, внимание публики к событию и компании в целом резко снизилось. Объем инициированных сообщений минимальный.

WorkFusion

Участник IT-рынка

Медиапоток компании нестабилен. Инфополе насыщено событиями, но широкого резонанса они не получают. Зачастую компания упоминается в анонсах мероприятий на ряду с другими участниками. Заметен акцент компании на образовательных проектах.

Vanuba

Наблюдатель

Минимальный объем сообщений среди конкурентов. Медиаобраз компании в социальных сетях находится под влиянием публикаций традиционных СМИ, упоминаний в рамках продвижения сторонних мероприятий. Целенаправленного продвижения не выявлено.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

□ Тема HR и контент сотрудников в социальных медиа ■ Тема HR в традиционных СМИ

