

Специалисты по трем буквам





Группа компаний HeadHunter



— Online Hiring Services —

177 млн. просмотров и **4 млн.** уникальных посетителей **ЕЖЕМЕСЯЧНО**

Более **125 тыс.** зарегистрированных **компаний**,

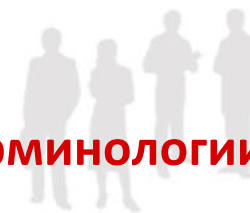
100 тыс. опубликованных **вакансий**

Все сегменты рынка труда:

- hh.ru – высшее/среднее звено и специалисты
- JobList.ru – синие воротнички
- Career.ru – молодые специалисты
- Поиск сотрудников за рубежом ([The Network](#))

4,4 млн. размещенных **резюме**



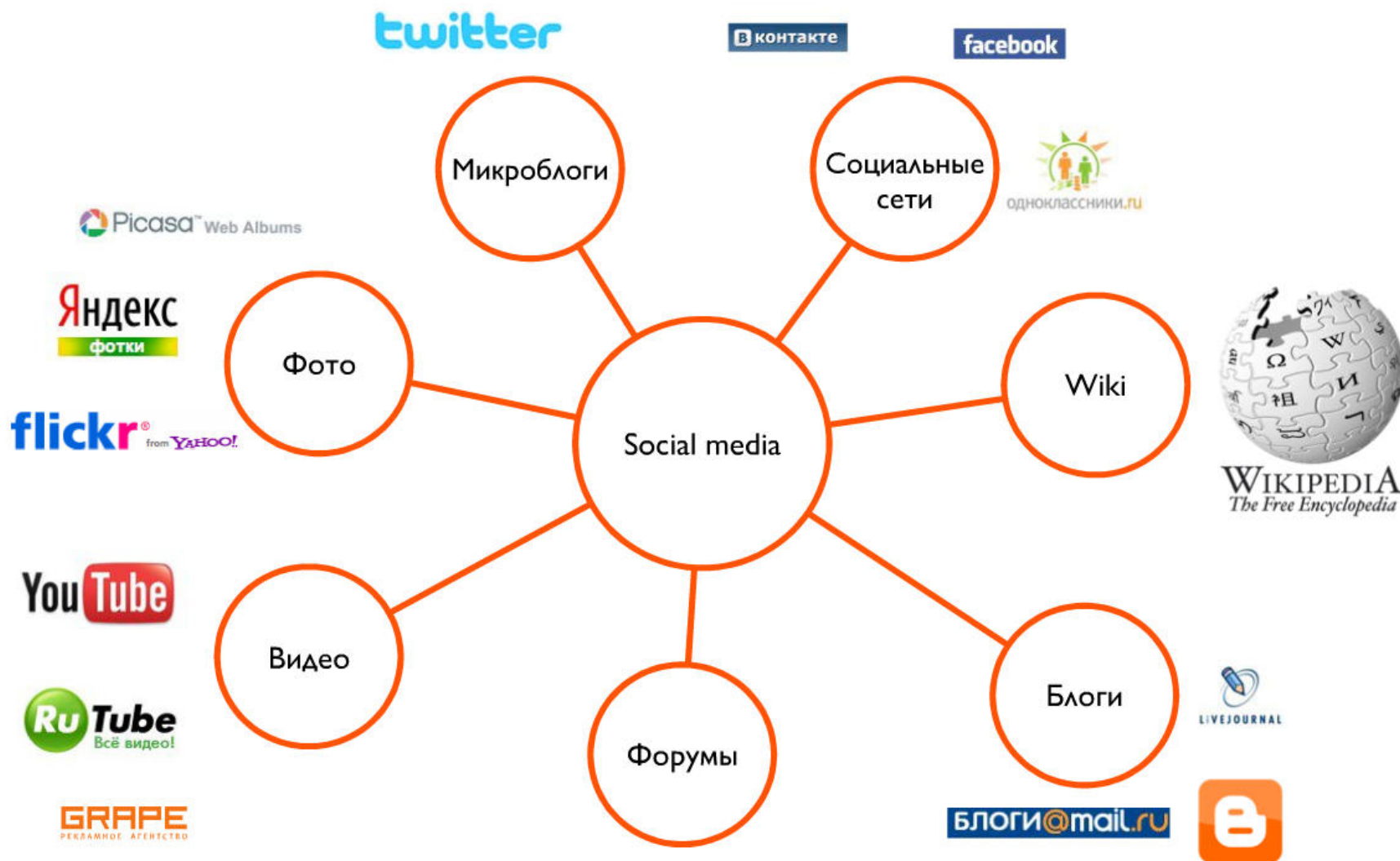


SMM

social media marketing

SMO

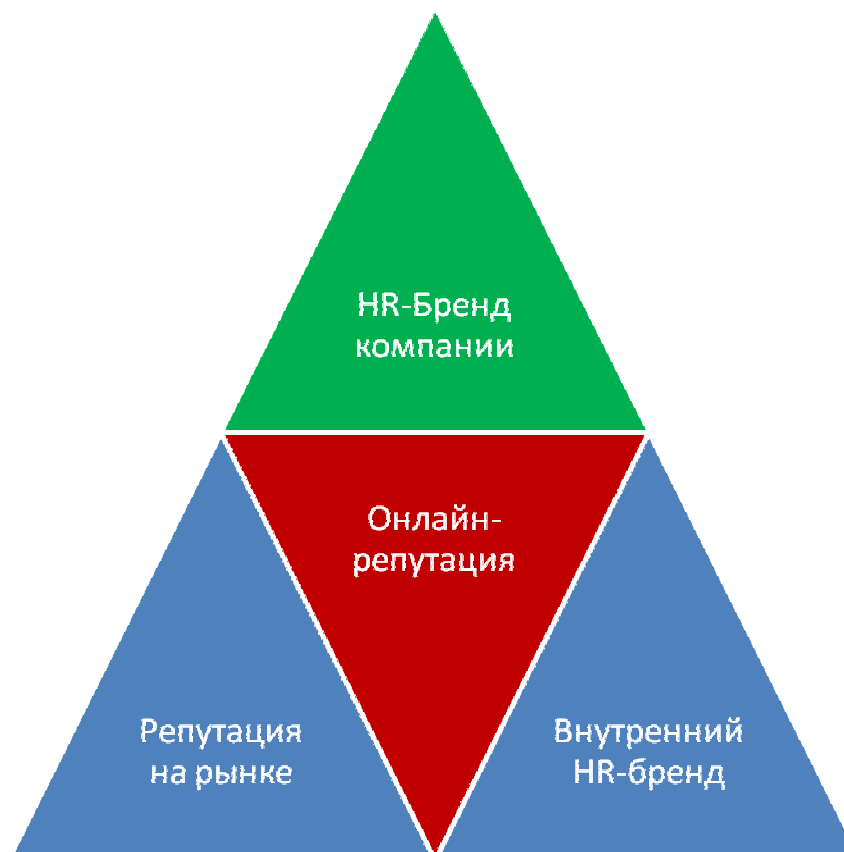
social media optimization

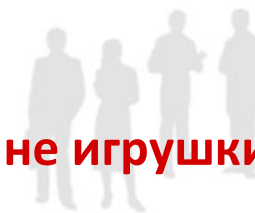




Ищем союзника в борьбе за имидж работодателя

— Online Hiring Services —



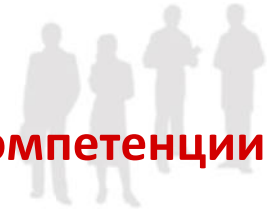


Ограничивают ли у Вас на работе доступ к интернету (к сайтам и сервисам)?

Да	50%
Нет	50%

**Какие ресурсы у Вас закрыты?
(из ответивших «да» в первом вопросе)**

Социальные сети и блоги	82%
Сайты порнографического содержания	59%
Файлообменные сети и торренты	54%
Мессенджеры (ICQ, Skype и т.п.)	41%
Фотосайты	32%
Почтовые сервисы	20%
Работные сайты	19%
Дали свой вариант ответа	13%



1. Абсолютная лояльность бренду
2. Грамотность и хорошее владение словом
3. Вовлеченность
4. Увлеченность
5. Убежденность
6. Проактивность
7. Коммуникабельность и доброжелательность (неконфликтность)
8. Умение убеждать и переубеждать
9. Креативность
10. Аналитический склад ума

1. Умение обрабатывать большой объем информации
2. Хорошее знание особенностей работы поисковиков
3. Владение современным интернет-инструментарием
4. Опыт ведения корпоративного или личного блога
5. Аккаунты в ведущих соцсетях и блогхостингах.

Не обязательно, но желательно – базовые знания маркетинга и PR



Почему это не может сделать наш PR-щик/маркетолог?

— Online Hiring Services —

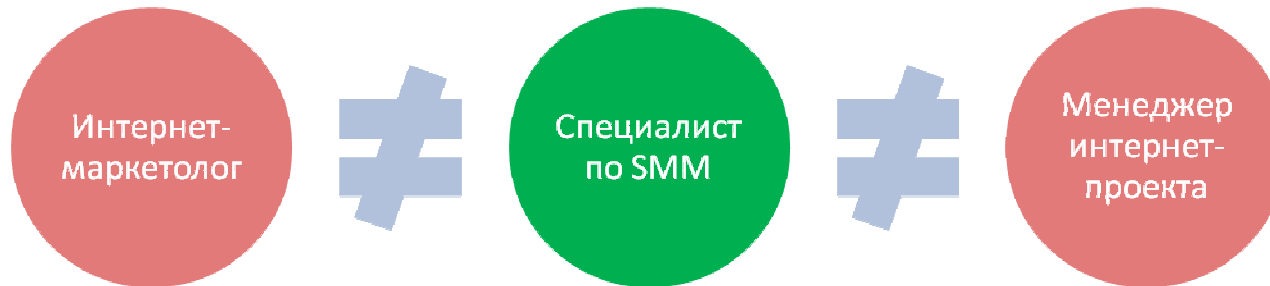
В принципе может.. но..

Основная задача маркетолога – управление комплексом 4P – product, price, place, promotion

Основная задача менеджера по PR – формирование, расширение и наполнение благоприятного информационного поля и положительного имиджа компании

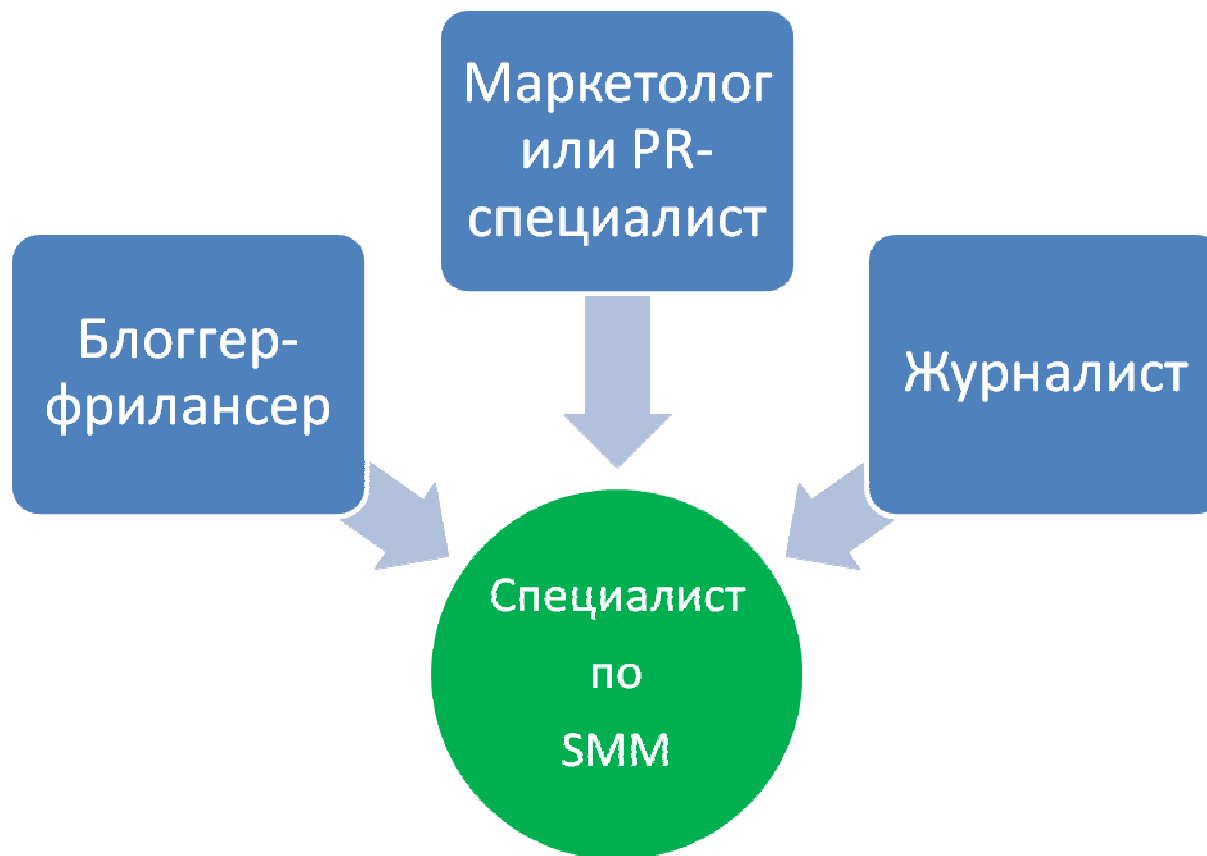
У них итак полно работы.

Интернет же требует мгновенной реакции!



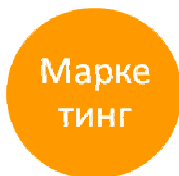
Основные задачи специалиста по SMM и SMO:

- Мониторинг упоминаний, анализ активности конкурентов
- Повышение знания о компании и продукте
- Увеличение лояльности клиентов, сотрудников, партнеров
- PR и корректировка нежелательных стереотипов
- Управление рекомендациями и мнениями целевой аудитории
- Формирование имиджа компании, в том числе как привлекательного работодателя
- Проведение акций в соцмедиа
- Мгновенное реагирование на изменение информационного поля, взаимодействие с аудиторией



1. Растить в коллективе
2. Искать на job-сайтах
3. Искать в соцмедиа!

Изучение аудитории,
выявление проблемных зон и
целевых групп



Внешняя и внутренняя пропаганда
(оффлайн)



Идеология работы с HR-брендом,
координация всех усилий



Работа с HR-брендом в соцмедиа





Спасибо за внимание!

Егор Алексеев,

**Руководитель службы маркетинга и PR петербургского филиала
HeadHunter**

Электронная почта: egor.alekseev@spb.hh.ru

Моб. тел.: +7 921 911-12-94

НН.RU в соцмедиа

Твиттер: twitter.com/hh_ru

Живой Журнал: headhunter-ru.livejournal.com

Вконтакте: vkontakte.ru/club354372

Facebook: facebook.com/headhuntergroup