



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА

«РАЗВИТИЕ HR-БРЕНДА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ»



ТЕМА 1

СПИКЕР:

Сергей Балакирев – генеральный директор медийного агентства AMG, член совета Гильдии маркетологов, кавалер орденового знака «За заслуги в маркетинге», преподаватель программ MBA в ведущих бизнес-школах, соавтор маркетинговой стратегии города Екатеринбурга.

ПОСТРОЕНИЕ СТРАТЕГИИ HR-БРЕНДА

- Маркетинговая стратегия, коммуникационная стратегия, медиастратегия.
- Детальное изучение целевых аудиторий компании по направлениям. Выделение целевых типажей и определение их логики принятия решений. Выделение/создание характеристик, более ценных и востребованных для выбранных типажей целевой аудитории.
- Разработка оригинальной, выгодно выделяющейся среди конкурентов, концепции (идеи) позиционирования компании, платформы бренда необходимых для дальнейшего построения системы маркетинговых и HR-коммуникаций компании.
- Формулирование системы ценностей компании (платформы бренда) и корпоративной политики, обеспечивающей конкурентные преимущества для продуктов компании и компании в целом: миссия, принципы и конкретные изменения во всех основных сферах.
- Выбор подходящих медиа форматов и социальных платформ для продвижения HR-бренда.
- Практический кейс: анализ стратегии компании и формулировка её позиционирования, миссии, ценности. Определение наиболее важного целевого типажа.

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ

- **3 часа лекции**
- **и 1 час практики**

ПРАКТИЧЕСКИЙ КЕЙС:

анализ стратегии компании и формулировка её позиционирования, миссии, ценности. Определение наиболее важного целевого типажа.

ТЕМА 2

СПИКЕР:

Елизавета Янченко – креативный директор AMG, выпускник международной школы креатива MADS по направлениям: «Креативные концепции», «Коммуникационные стратегии», обладатель серебра MADS «Концептуальное мышление», опыт работы в сфере рекламы, маркетинга и креатива около 20 лет.

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ:

- 3 часа лекции
- 1 час практики

КРЕАТИВ В ФОРМИРОВАНИИ HR-БРЕНДА

- Тренды HR рынка (глобальные, общероссийские, региональные)
- Состояние рынка HR и ключевые инициативы в рекрутинге
- Портрет соискателя: важные характеристики групп для работы в конкурентном поле HR.
- Критерии увеличения жизненного цикла сотрудника внутри компании и триггеры на смену места работы
- Теория поколений в работе HR: generation Y vs Z. Особенности работы с представителями разных поколений.
- Ценности компании: как транслировать?
- Каналы коммуникаций и построение сообщений: как говорить, чтобы быть услышанным?
- Каналы поиска и карта пути представителя поколения Z.
- Идеальное сообщение о приеме на работу, быющее в самое сердце соискателя.
- Практический кейс: создание карты ценностей компании. Генерация способов трансляции вовне и выбор каналов HR коммуникации.

ПРАКТИЧЕСКИЙ КЕЙС:

создание карты ценностей компании.
Генерация способов трансляции вовне и выбор каналов HR коммуникации.



ТЕМА 3

СТРАТЕГИЯ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГА ДЛЯ HR-БРЕНДА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

СПИКЕР:

Татьяна Дмитриева – директор рекламно-маркетингового бюро «Здравый смысл», член Гильдии маркетологов России, спикер региональных конференций, в маркетинге с 2015 года.

- Техническая реализация бренд-стратегии в социальных медиа, инструменты работы для СММ-менеджера и руководителя.
- Применение шаблонной схемы работы в социальных медиа с минимальными затратами ресурсов.
- Типы контента: тексты, фото, видео, подкасты.
- Повышение эффективности социальных медиа за счет автоматизации публикаций.
- Изучение конкурентной среды. Сбор и анализ данных.
- Выявление тенденций продвижения в социальных медиа, применение трендов и адаптация существующих ресурсов под актуальные форматы.
- Методы анализа эффективности работы в социальных медиа. Понятия показателей эффективности, предлагаемых на разных платформах (VK, OK, ТГ и др.): вовлеченность, охват, конверсия и тд.

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ:

- 2 часа лекции
- 2 час практики

ПРАКТИЧЕСКИЙ КЕЙС:

создание индивидуального контент-плана на основе кейсов предприятий

ТЕМА

4

СОЗДАНИЕ КОНТЕНТА ДЛЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

СПИКЕР:

Татьяна Дмитриева

- Принципы управления аккаунтами компании в социальных сетях.
- Креативная концепция в разрезе функционирования социальных медиа.
- Особенности ведения пабликов на разных платформах Instagram, VK, OK, ТГ и др.
- Создание с нуля привлекательного для ЦА контента.
- Применение сторонних приложений и программ, выступающих помощниками в изготовлении контента.
- Практический кейс: разработка сценариев на все виды контента, создание постов-шаблонов.

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ:

- 2 часа лекции
- 2 час практики

ПРАКТИЧЕСКИЙ КЕЙС:

разработка сценариев на все виды контента, создание постов-шаблонов.

ТЕМА 5

СПИКЕР:

Наталия Нагорная –

digital-директор AMG, опыт подготовки рекламных кампаний как начинающим предпринимателям, так и большим корпорациям, в рекламе с 2004 года.

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ:

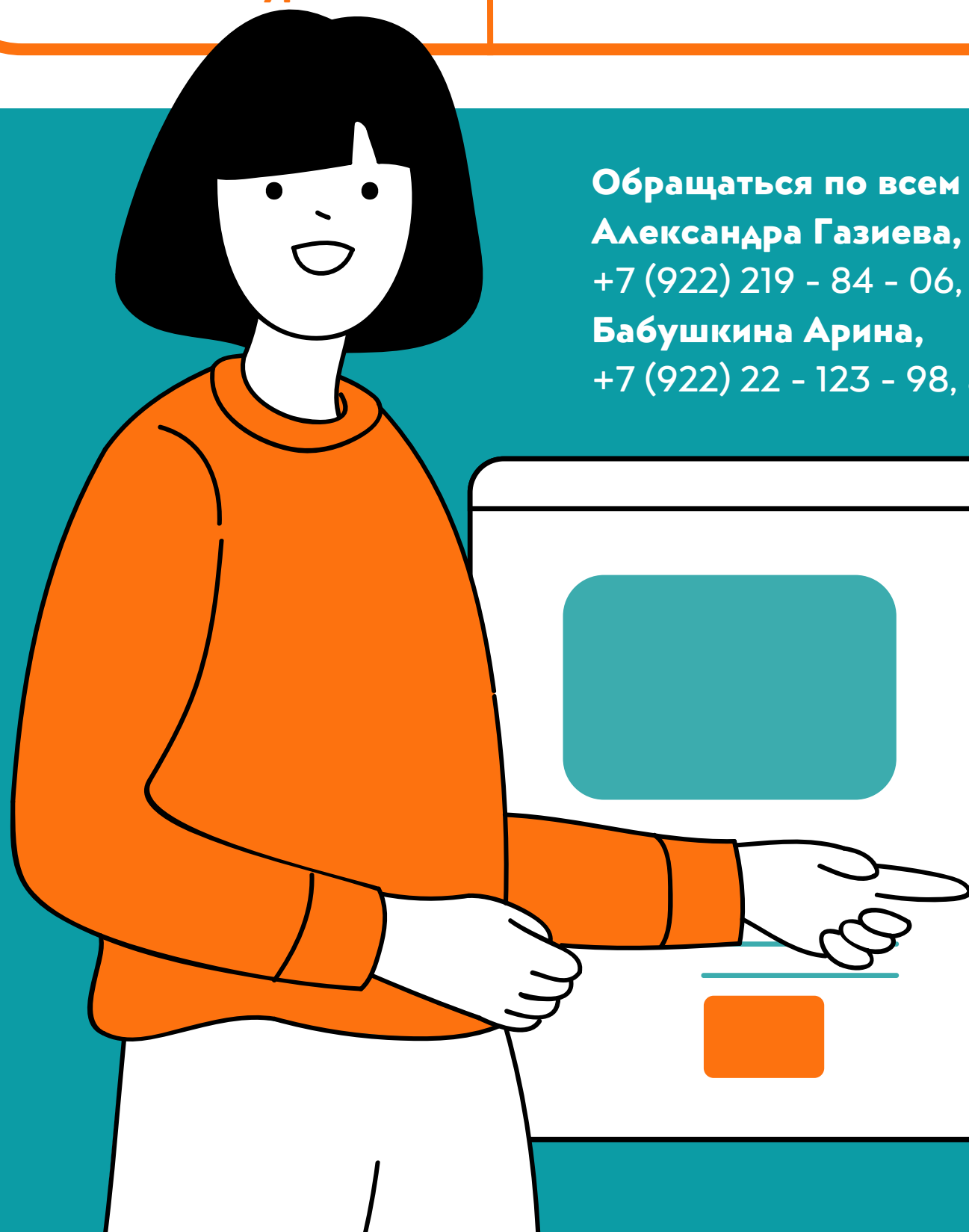
- 1,5 часа лекции
- 1 час создания кампаний
- 1 час презентации кампаний
- 0,5 часа аналитики на рабочих кейсах с мозговым штурмом.

ИНСТРУМЕНТЫ ПЛАТНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ КОНТЕНТА В ИНТЕРНЕТЕ И АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ

- Таргетированная реклама: настройка рекламных кампаний в социальных сетях.
- Размещение рекламы в пабликах, понятие посевов. Использование разных сервисов и платформ.
- Формирование рекламы на лиды и на подписчиков.
- Эффективные коллаборации в интернет-продвижении.
- Практический кейс: создание рекламной кампании в VK, Яндексe, презентация проекта, анализ кампаний в формате мозгового штурма.

ПРАКТИЧЕСКИЙ КЕЙС:

создание рекламной кампании в VK, Яндексe, презентация проекта, анализ кампаний в формате мозгового штурма.



Обращаться по всем вопросам:

Александра Гагиева,

+7 (922) 219 - 84 - 06, gazieva@uralcci.com

Бабушкина Арина,

+7 (922) 22 - 123 - 98, admin@nko-arbuz.ru