

«Вся правда» про HR-бренд

Когда он действительно нужен, на что способен и
зачем его менять?

Привет!



Александра Шульц

Руководитель Центра
HR-бренда и SMM

Группа компаний ЛАНИТ

- 15 + лет в корпоративных коммуникациях
- Работала в Deloitte, Siemens, Orange Business Services
- В чем эксперт: корпоративные сообщества, внутренние коммуникации, трансформация корпоративной культуры, event management, HR-бренд, SMM
- 2004-2025 ТОП - 1000 российских менеджеров
- Ph.D. Science Communications

Правда про HR-бренд



- «HR-бренд – это слухи»
- Практический инструмент, который позволяет сделать мнение о вашей компании более управляемым и сэкономить деньги бизнеса
- Не факт, что он вам нужен
- В работе над HR-брендом всегда есть программа-минимум и программа-максимум. Только вы решаете, какой программе быть!



Алгоритм создания HR-бренда



Структурирование
знаний о себе: про
что ваша стратегия,
культура, ценности

Ценностное
предложение (УТП,
оно же - EVP)

Запуск в мир

1

2

3

4

5

Исследование целевой
аудитории и рынка

Маркетинговое
позиционирование



Нужен

- Четкая бизнес-задача/проблема
- Разные и противоречивые сообщения о преимуществах компании на разных площадках
- Чувствуете, что вам трудно нанимать
- Кандидаты транслируют негатив
- Вы и руководство готовы в это вкладываться

Не нужен

- «Он просто должен быть»
- У вас нет очевидных проблем с наймом
- Возможно, будет достаточно просто пересобрать информацию о компании на сайте





- 
- 14 500 сотрудников
 - 38 бизнес-юнитов
 - 36 лет на рынке
 - от разработки и интеграции до сервисного обслуживания и собственных продуктов

Проблема:

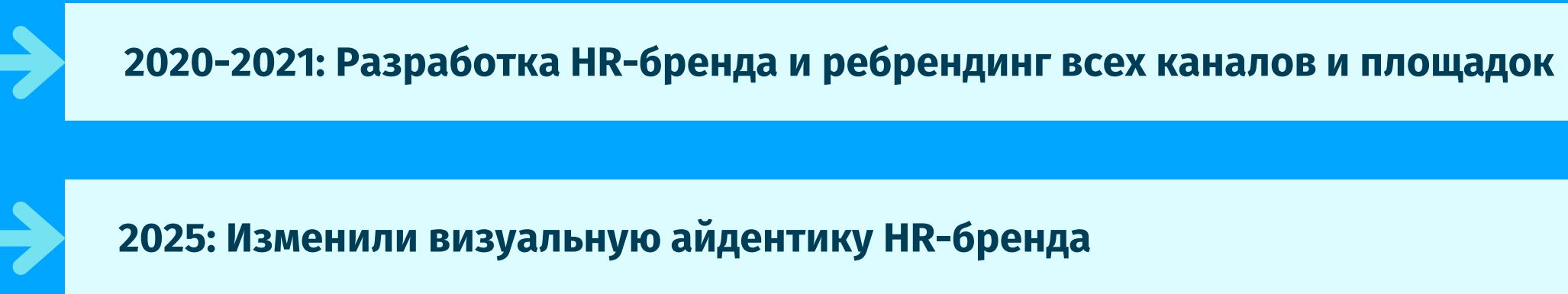
Очень разные бизнесы внутри группы,
несогласованные сообщения



Цель: создать зонтичный бренд, который формирует единое УТП (EVP) для всей компании

Эволюция HR-бренда в ЛАНИТ

2 подхода

- 
- 2020-2021: Разработка HR-бренда и ребрендинг всех каналов и площадок
 - 2025: Изменили визуальную айдентику HR-бренда

УТП отвечает на вопрос «А чем мы отличаемся от других?»



Строительство нового
корпуса Третьяковской
галереи



Создали единый
диспетчерский центр
для государственной
информационной
системы ЖКХ



Разработали
суперсервис
для оформления
европротокола онлайн

• • •

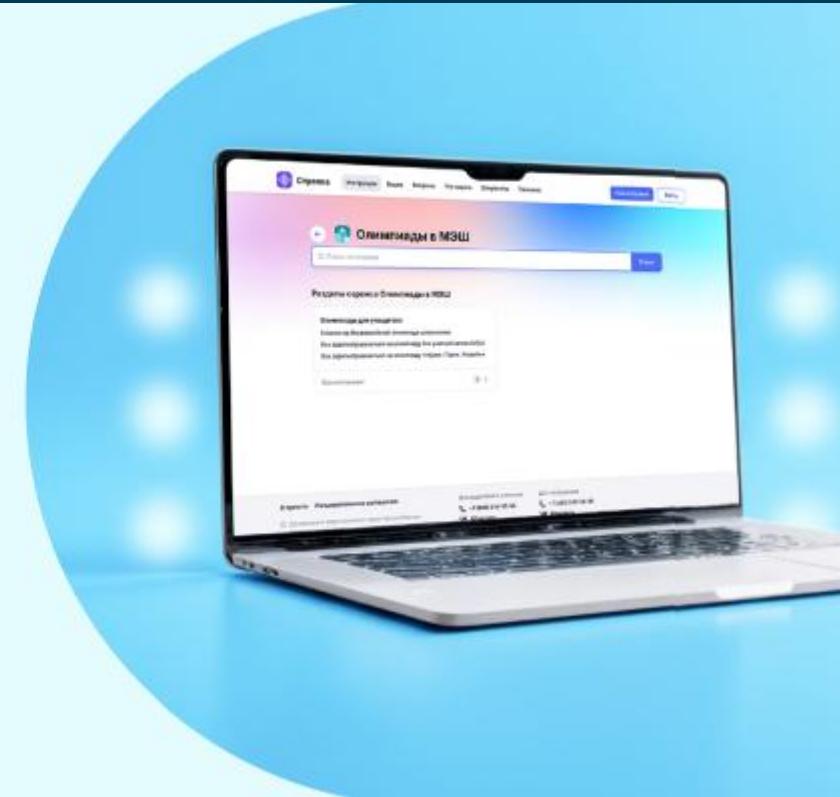




Внедрили
бесконтактную оплату
в московском метро



Интегрировали сервис
«Олимпиады» в МЭШ
(Московская
электронная школа)





Роль HR-бренда ЛАНИТ

Дать возможность быть сопричастным к
тем изменениям, которые мы привносим
в жизнь людей

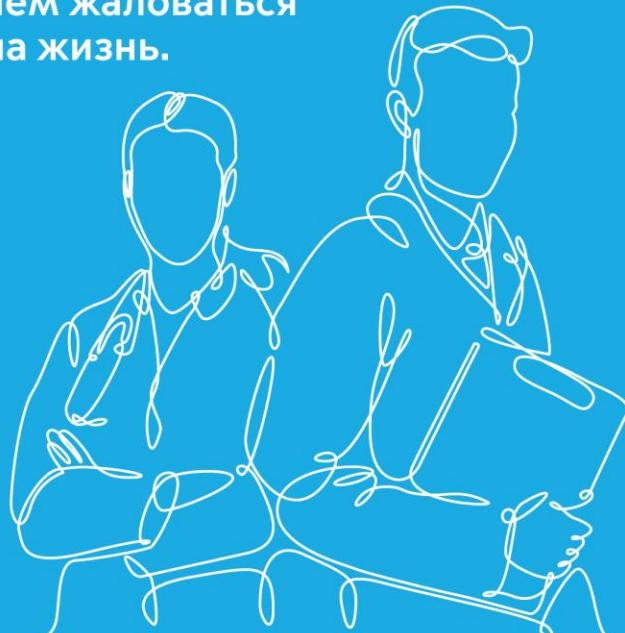
Слоган: ВСЕ ИЗМЕНЯЮТСЯ ЛУЧШИМИ

Лучшие – это те люди, которые приходят в ЛАНИТ, те проекты,
которые создаются ими, те клиенты, с которыми можно поработать только в
ЛАНИТ.

Слоган + саблайн «Лучше.. чем»



Лучше помогать врачам
спасать жизни,
чем жаловаться
на жизнь.



Внедряем телемедицинский сервис для борьбы
с COVID-19 в больницах по всей России.



ВСЁ ИЗМЕНЯЕТСЯ ЛУЧШИМИ

Лучше транслировать
футбол на всю планету,
чем обсуждать его
на кухне!



Мы обеспечили WI-FI
на чемпионате мира по футболу.



ВСЁ ИЗМЕНЯЕТСЯ ЛУЧШИМИ

Лучше запускать
ракеты, чем просто
летать во сне!

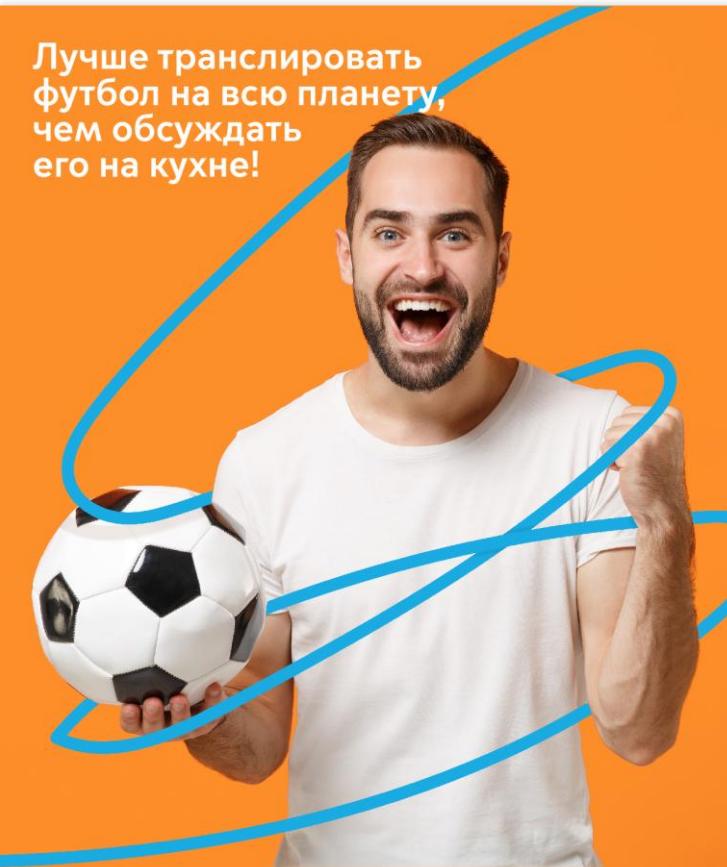


Мы обеспечили техническое
оснащение космодрома «Восточный»



ВСЁ ИЗМЕНЯЕТСЯ ЛУЧШИМИ

Слоган + саблейн «Лучше.. чем»



Мы обеспечили WI-FI на чемпионате мира по футболу.

ВСЁ ИЗМЕНЯЕТСЯ лучшими

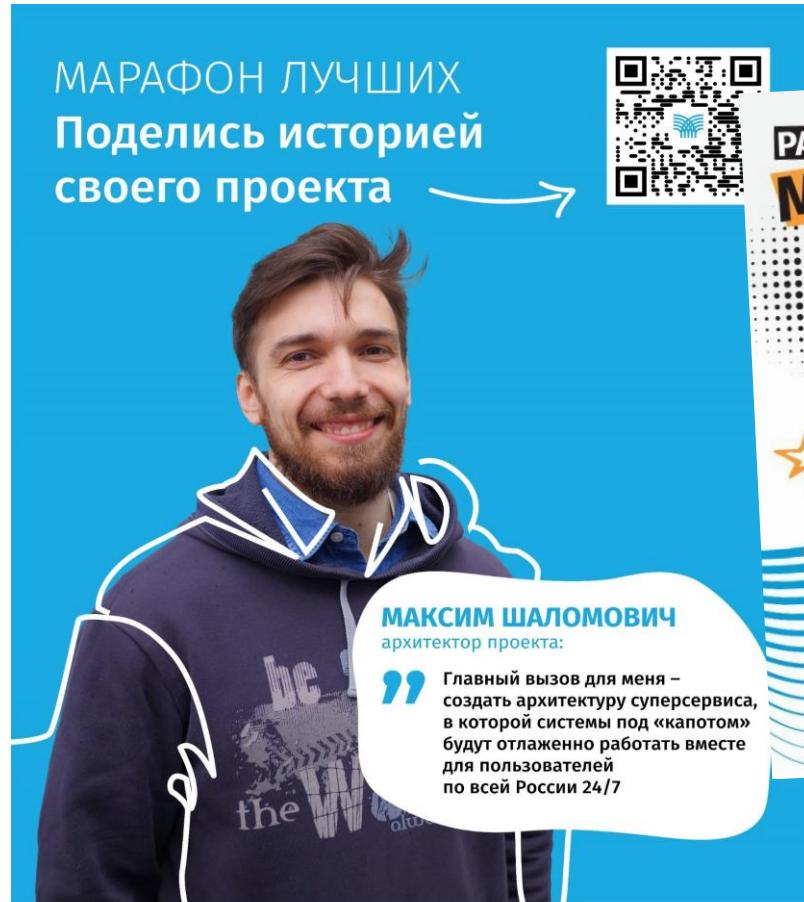


Мы обеспечили техническое оснащение космодрома «Восточный».

ВСЁ ИЗМЕНЯЕТСЯ лучшими

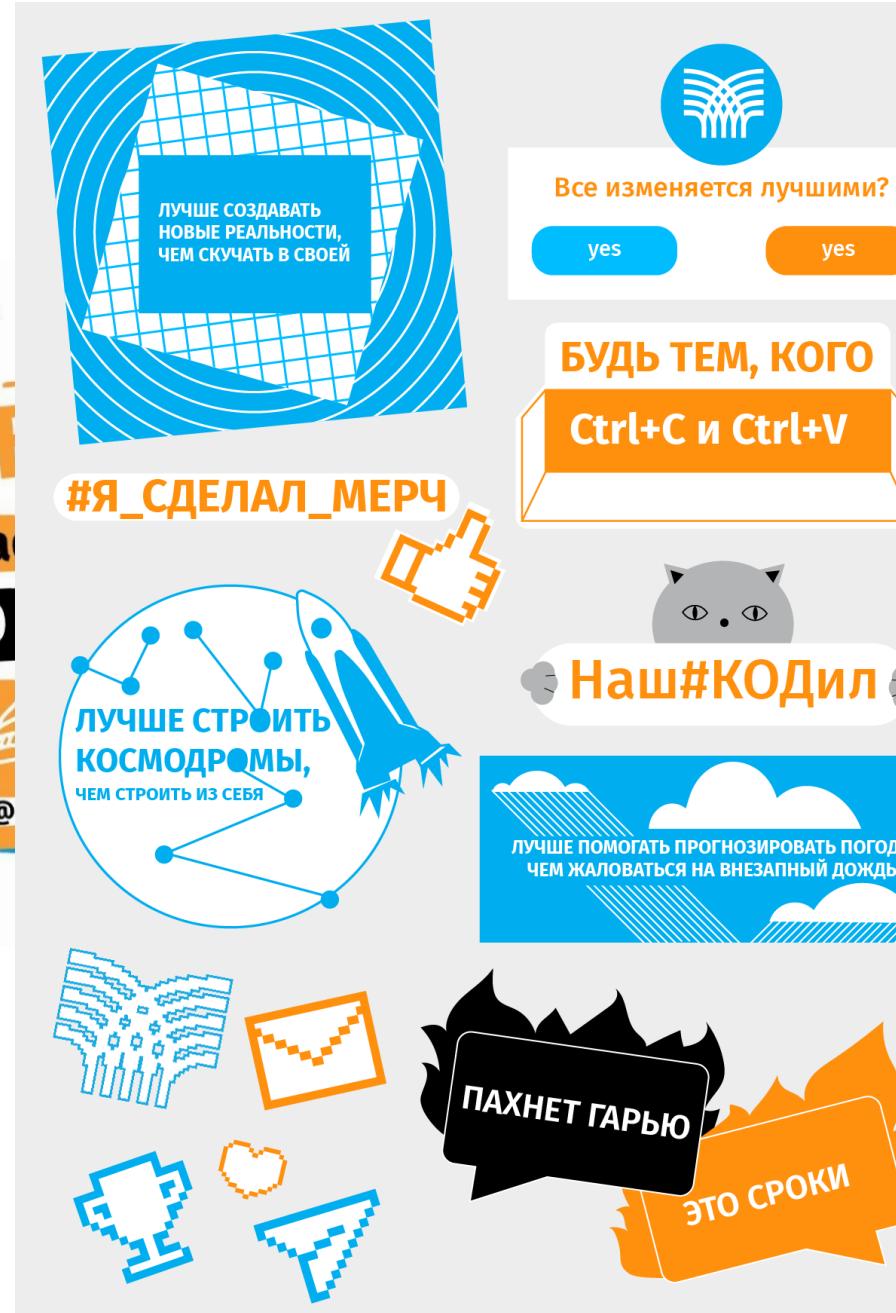


От программы-минимум...



Теперь водители могут заполнить Европротокол за 15 минут без участия ДПС

ВСЁ ИЗМЕНЯЕТСЯ ЛУЧШИМИ



Все изменяется лучшими?

yes

yes

БУДЬ ТЕМ, КОГО

Ctrl+C и Ctrl+V



Наш#КОДИЛ

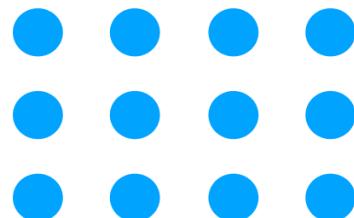


Новый HR-бренд может:

- стать драйвером трансформации корпоративной культуры
- подсветит ее слабые стороны, с которыми можно работать

Например:

У нас не было атрибутов google-культуры, которые были вариантом нормы для наших соискателей



..к программе максимум

В нашем случае – изменению корпоративной культуры

БЛАГОПОЛУЧИЕ СОТРУДНИКОВ

Обучение, клубы, библиотека, ментальное благополучие



МЕНТАЛЬНОЕ БЛАГОПОЛУЧИЕ

2 612 консультаций прошли
1 315 сотрудников

Самые частые запросы:
- отношения в паре, в семье
- вопросы эмоционального спектра
- выгорание



ЭЛЕКТРОННЫЕ КУРСЫ

2 270 сотрудников за год изучили **6 863** курса
2 944 сотрудника находились в процессе изучения **13 209** курсов

2496 новые пользователи в течение года



АДВЕНТ ЗАДАНИЕ

25+ часов образовательного и игрового контента в курсе
450 сотрудников в процессе прохождения

361 приз выдан участникам за прохождение курса
26 сотрудников собрали все возможные призы



ВЕБИНАРЫ И МИТАПЫ

1253 посещения всех вебинаров
9,4 из **10** средняя оценка вебинара

1 открытый митап за год:

- **908** посещений мероприятия
- **8,5** из **10** средняя оценка митапа

КИБЕРСПОРТ

Постоянно набирает популярность в группе компаний

1280

участников сообщества
киберспортсменов ЛАНИТ в 2024 году

452

участника турниров
«выходного дня»
в облегчённом формате

+17%

прирост числа участников
сообщества за 2024 год



Три успешных мероприятия в вузах
Москвы и межвузовский
чемпионат CyberLevel

Расширение собственной экспертизы
в проведении киберспортивных турниров

12

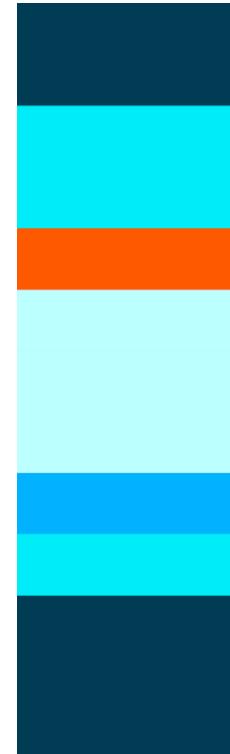


Кубков в копилке команды
совокупно по итогам года

Команда взяла ТОП на
спартакиаде «Комус» и в «ЛЧБ»,

25 мая прошли финальные игры КиберЛиги
«Трудовые резервы» — наша команда Gen5
одержала уверенную победу над сборной
Т-банк со счётом 2:0, забрала кубок, медали и
призовые

2025: сохранили смыслы, но перешли к новой визуальной айдентике



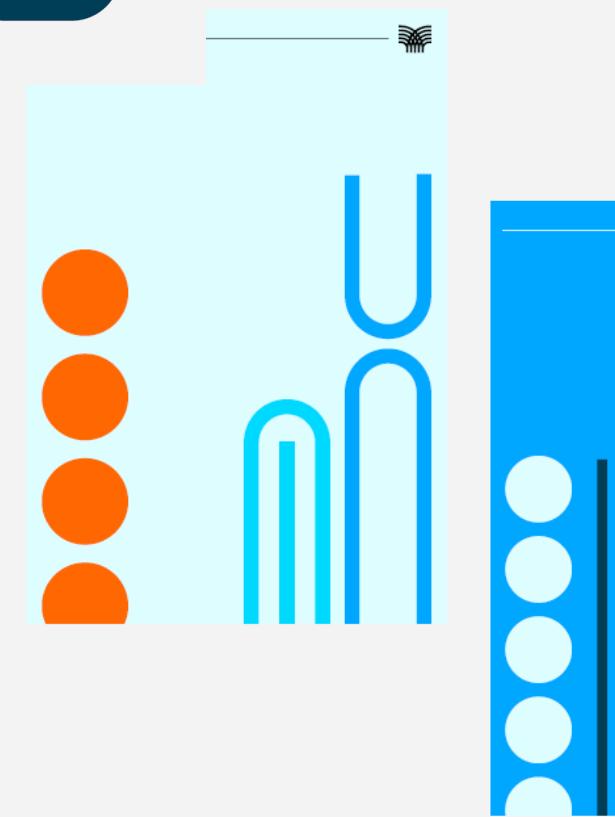
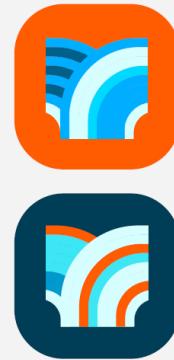
Все изменяется лучшими

Мы соединяем экспертизу лучших —
чтобы технологии работали там, где это
действительно важно

Мы обеспечили WI-FI
на чемпионате мира по футболу.

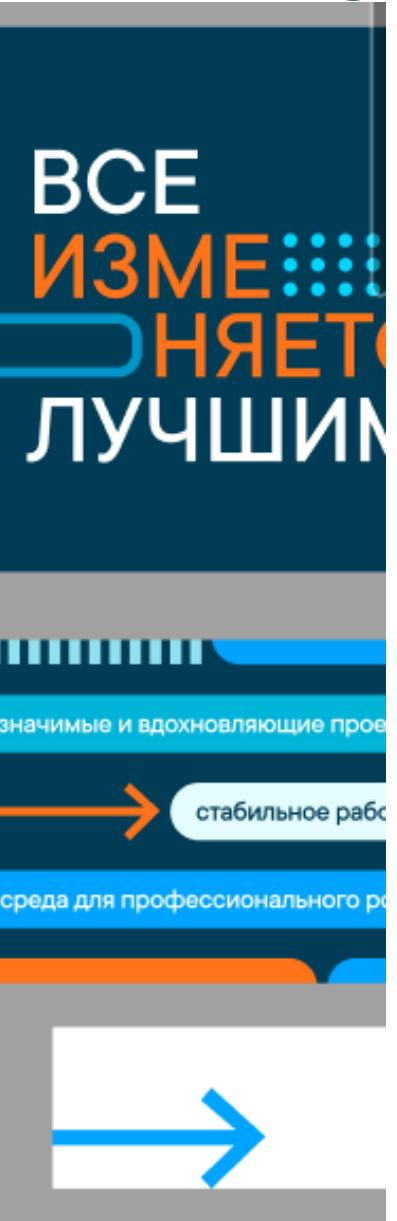
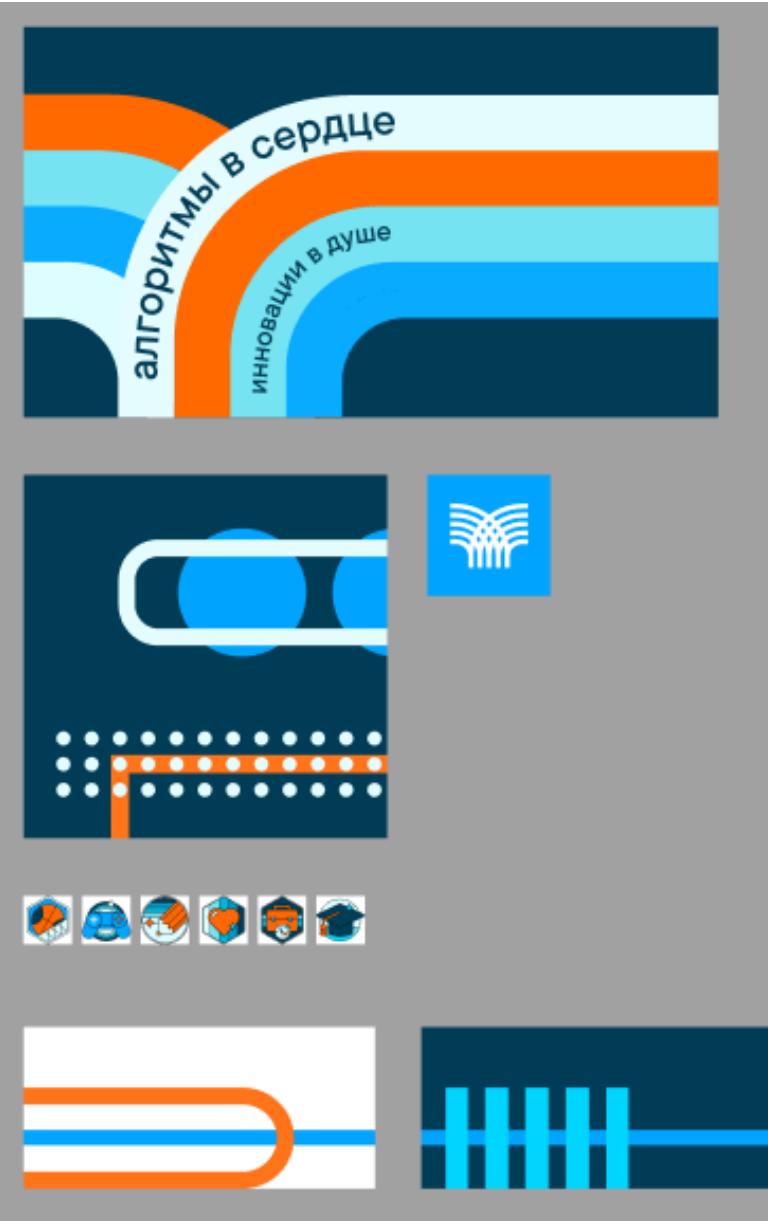
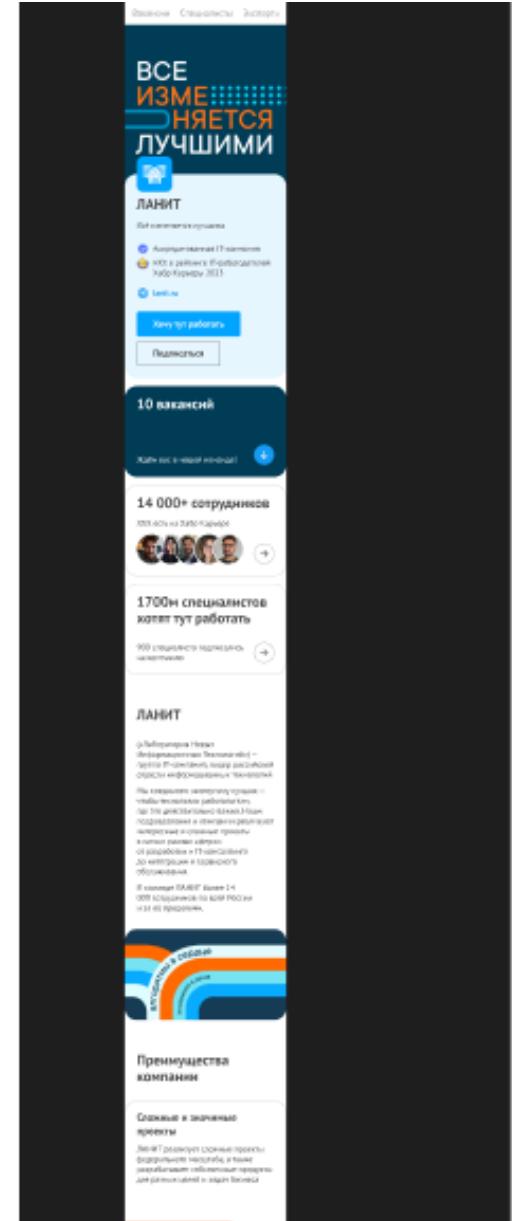
ВСЁ ИЗМЕНЯЕТСЯ ЛУЧШИМИ





Полный ребрендинг: от бэйджей до рекрутинговых площадок

Мерч





Выводы

1. Полезные вопросы себе при разработке новой концепции HR-бренда:

- Какую задачу мы решаем? А есть ли задача/проблема?
- Про что мы? Чем отличаемся от других компаний?
- Что из того, что мы можем предложить, важно нашей целевой аудитории?



2. HR-бренд не выбит в камне. Меняется в зависимости от потребностей бизнеса, контекста рынка и ваших задач.



3. HR-бренд – практический инструмент работы над образом компании. Глубина и ширина» этой работы может быть разной. Чем глубже и шире, тем дороже.



4. Фраза «Будь собой» – это и про HR-бренд
тоже ;-)



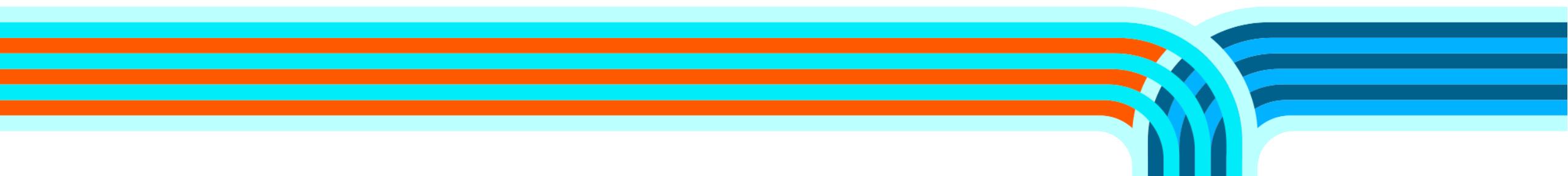
Спасибо!



@ALEKSANDRASHULTS

Александра Шульц

Руководитель Центра HR-бренда и SMM
ЛАНИТ





Back-up

- HR бренд будет отражать тренд на удержание/вовлеченность без иллюзий: акцент на честность, прозрачность, простоту и предсказуемость
- ИИ - новый вызов для HR-бренда (изменение поведения соискателей, управление поисковой выдачей в ИИ, GEO-таргетинг)