



ИРКУТСКАЯ
НЕФТЯНАЯ
КОМПАНИЯ

Продвижение бренда работодателя при реализации стратегического проекта ООО «Иркутский завод полимеров»

слушатель программы:
Савиных Н.В.

Как работают инвестиции в бренд работодателя *

25%

снижение затрат
на рекрутмент

13%

рост показателя
найма по рекомендации
сотрудников

10%

рост eNPS

7%

рост
производительности
сотрудников на
испытательном сроке

40%

рост узнаваемости на
рынке труда

* *примеры результатов реальных проектов*

План реализации стратегического проекта ООО «Иркутский завод полимеров»

		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Подписание контрактов	█	█					
2	Базовый проект		█	█				
3	Разработка проектной документации		█	█				
4	Государственная экологическая экспертиза		█	█				
5	Главная государственная экспертиза			█	█			
6	Рабочая документация			█	█	█		
7	Поставка материалов и оборудования			█	█	█	█	
8	Строительство и монтаж оборудования			█	█	█	█	█
9	Пуско-наладочные работы				█	█	█	█
10	Ввод в эксплуатацию							█

S

Стабильная и перспективная компания

Конкурентный уровень оплаты труда

Расширенный соцпакет

Существенная емкость рынка сбыта

SO

привлечение высококлассных специалистов из других компаний и регионов

WO

Продвижение бренда ИНК как привлекательного работодателя

W

Географическая удаленность производственных объектов

80% - вахтовый персонал

O

Наличие спроса на продукцию

Интерес соискателей к трудоустройству в компании

ST

Пропаганда престижа рабочих профессий

Создание программ подготовки кадрового резерва

WT

Создание привлекательных условий для молодежи
Развитие территорий
Программа для соискателей без в/о

T

Сложные климатические условия
Низкая плотность и малая численность населения в регионе

Отток молодого населения

Низкий престиж труда рабочего
Сложность в освоении профессий нефтегазохимической отрасли

- ✓ Запуск объекта потребует **1600 новых рабочих мест**
- ✓ Нефтегазохимическая отрасль – новая для региона
- ✓ Усть-Кут – проблемная территория
- ✓ Нехватка операторов, машинистов, инженеров, аппаратчиков полимеризации и пиролиза



Выстроить представление о положительном бренде работодателя для успешной реализации стратегического проекта ИНК



Коммуникационная стратегия — это комплекс решений для общения с целевой аудиторией в медиапространстве, с помощью которых компания достигает бизнес-цели, набор конкретных целевых действий для более эффективной работы с нематериальным активом компании - HR брендом.

EVP

движение за грани неизведанного

Ключевые сообщения

- Иркутский завод полимеров — есть где развернуться и тайге, и твоей карьере
- ИНК — место рождения смелых идей
- Вахта — новая удаленка
- ИНК — территория ответственности
- Иркутский завод полимеров — мегастройка Восточной Сибири
- Благополучие сотрудников — приоритет компании

Календарный план коммуникационной стратегии

ключевое сообщение	темы	тезисы	задачи	Июль				
				Внутренние коммуникации	Внешние коммуникации			
Корпоративное ТВ; портал ИНК	СМИ	SMM	События		СМИ	События		
				Областные			ТГ, ВК	Городские
Федеральные	Дзен	День города	Корпоративные					
				РГ, ТАСС	IRK.ru КП	Фестиваль профессий		
ИЗП – есть где развернуться и тебе, и твоей карьере	Карьерные возможности; Истории успеха	ты можешь внести вклад в масштабные, уникальные и значимые проекты	Повышение узнаваемости, привлекательности компании как работодателя за пределами «домашнего» региона; Прирост входящего потока				Внутренние коммуникации	СМИ
					Областные	ТГ, ВК	Городские	
					Федеральные	Дзен	День города	
					РГ, ТАСС	IRK.ru КП	Фестиваль профессий	

инфоповод
«ИНК запускает программу подготовки специалистов для завода полимеров»

Внутренние каналы коммуникации

Внешние каналы коммуникации

Портал ИНК

Рассылка для сотрудников

Видео об участниках программы на корпоративном ТВ

Корпоративный журнал «Вестник ИНК»

Анонс ярмарки вакансий на радио и ТВ Усть-Кута

Баннерная реклама в Усть-Куте

Публикации в региональных и усть-кутских СМИ

Видео о принятых по программе сотрудников в кинотеатре Усть-Кута

Посты в пабликах ИНК

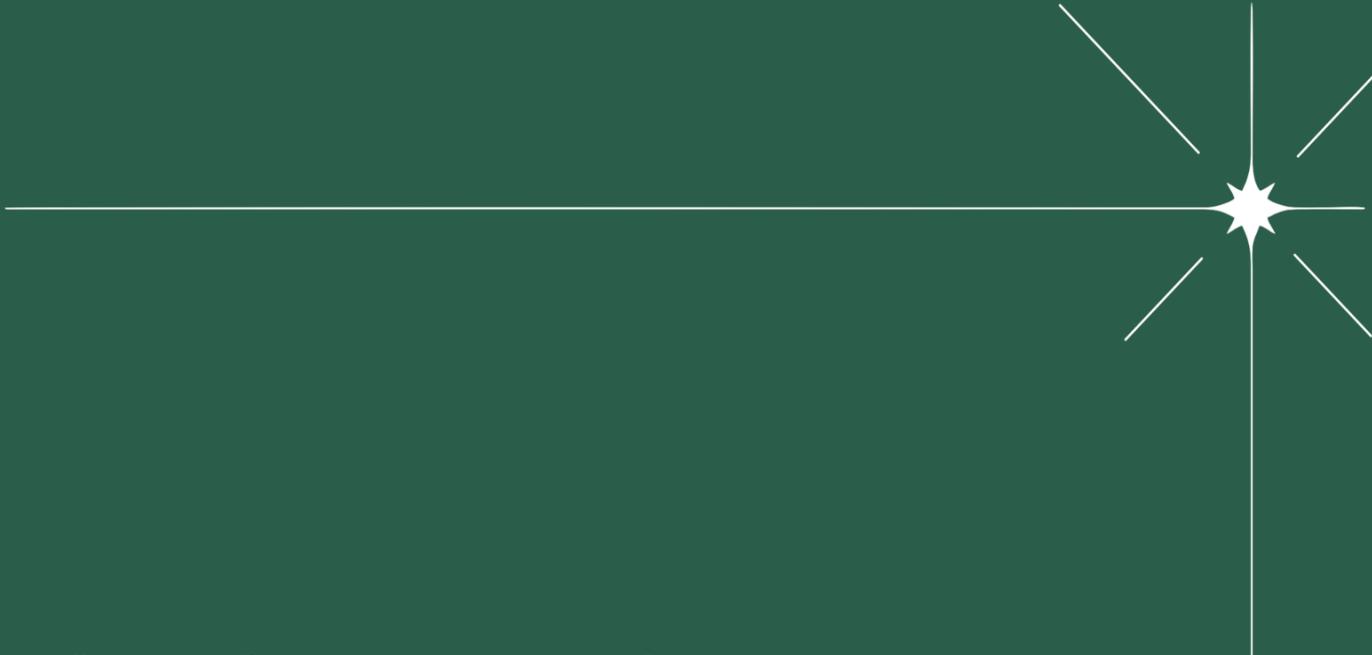
Посты в пабликах Усть-Кута (городские новости+мэрия)

Критерии оценки эффективности проекта

Критерии оценки эффективности проекта	Текущие показатели	Плановые показатели
Повышение узнаваемости работодателя за пределами «домашнего» региона	1-е место в Иркутской области 8-е место за пределами «домашнего» региона	1-е место в Иркутской области ТОП-5 за пределами «домашнего» региона
Рост eNPS	65,3%	69%
Рост % укомплектованности	86%	с 86% до 92%
Прирост входящего потока кандидатов	10%	до 15%
Снижение добровольной текучести	7%	5%



ИРКУТСКАЯ
НЕФТЯНАЯ
КОМПАНИЯ



Спасибо за внимание!