

**Иммерсивное продвижение HR-бренда национальной ИТ-компании:  
реновация креативов рекламного агентства в студенческом стартапе**

**Научный руководитель – Шилина Марина Григорьевна**

***Макарова Татьяна Алексеевна***

*Студент (бакалавр)*

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Факультет маркетинга,  
Москва, Россия

*E-mail: traumak@yandex.ru*

Актуальностью исследования является продвижение HR-бренда ИТ-компании СКБ Контур – инновационное привлечение и удержание руководителей команд. Согласно исследованию СКБ Контур, 39% потенциальных сотрудников не рассматривают трудоустройство в компанию, так как не знают о ней. При этом 90% тех, кто знаком с компанией лично или через знакомых, выражают заинтересованность в вакансиях [1]. Анализ на основе статьи [2] показывает, что руководители команд сталкиваются с дополнительными вызовами: высоким уровнем стресса, желанием получить признание и статусность, необходимостью управления сплочённой и эффективной командой. Наиболее эффективными являются интегрированные кампании [3], с применением иммерсивных технологий [4].

**Цель исследования** – разработка инновационного интегрированного подхода к HR-брендингу ИТ-компаний на основе иммерсивных технологий в формате стартапа

**Объект исследования** – Иммерсивное продвижение HR-бренда ИТ-компании

**Предмет исследования** – креативное решение кейса СКБ Контур в студенческом стартапе

В ходе работы авторы провели конкурентный анализ HR-брендов трёх аналогичных компаний в ИТ-сфере (1С; Калуга Астрал; Tensor (СБИС)); сравнительный анализ трёх цифровых практик продвижения HR-брендов (VK; Газпром нефть; Сбер); оценили эффективность кампаний по продвижению, в том числе оценку влияния иммерсивных технологий на эмоциональное [5] состояние сотрудников.

Применение трендвотчинга выявило ключевые цифровые HR-практики, включая иммерсивные технологии (digital-ивенты, геймификацию, VR, AR, метавселенные). На основе дизайн-мышления определены эффективные форматы: VR-экскурсии (Сбер), AR-квесты (Газпром нефть), VR-симуляции (VK), виртуальные дни открытых дверей (Росатом). Это повышает вовлеченность и усиливает HR-бренд.

**Предложенное решение** – сотрудники компании используют нейробраслеты, фиксирующие изменения сердечного ритма, что позволяет: анализировать стрессовые факторы в рабочем процессе; создавать уникальную цифровую "мелодию сердец" сотрудников, которая отражает коллективный настрой; оптимизировать рабочие процессы для снижения стресса и повышения вовлечённости. Для привлечения тим-лидов это предполагает персонализированную обратную связь о нагрузке и стрессе, что помогает предотвратить их выгорание; прозрачные метрики вклада в командный успех, что способствует признанию их достижений; участие в уникальном технологическом проекте, повышающее их статус внутри компании; данные для оптимизации командных процессов, позволяющие укреплять их лидерские качества и управлять коллективной динамикой.

**Иммерсивный подход позволяет:**

- Привлечь тим-лидов за счёт интеграции инновационной технологии, подчёркивающей статусность и прогрессивность компании

- Создать эмоциональную привязанность к бренду работодателя через персонализированный опыт взаимодействия с HR-системами
- Включить тим-лидов в процесс адаптации через участие в тестировании нейробраслетов и их интеграции в командную работу
- Демонстрировать заботу о благополучии сотрудников, что увеличивает лояльность кандидатов и конверсию откликов
- Применять данные биометрического анализа для персонализированного подхода к управлению командой, повышая привлекательность позиций для лидеров
- Использовать полученные инсайты в PR-кампании, делая бренд компании узнаваемым среди целевой аудитории тим-лидов

Когда СКБ Контур обратились к рекламному агентству "Восход" [6], был реализован интерактивный проект, позволяющий сотрудникам компании осмыслить и визуализировать свой профессиональный вклад. В рамках этого решения был создан специальный сервис, где работники могли вводить фразы, отражающие их работу, которые затем алгоритм превращал в уникальные художественные изображения. Эти изображения формировали NFT-холст, состоящий из более чем 1300 работ, содержащих зашифрованные элементы рабочей деятельности – коды, заголовки писем, названия файлов. Этот холст был выставлен на аукцион и использовался в HR-брендинге компании. Таким образом, проект не только подчеркнул ценность работы сотрудников, но и стал мощным инструментом PR, показывая компанию как инновационного работодателя. – Проект получил огласку в интернете, однако не принес значимых результатов для СКБ Контур.

#### Источники и литература

- 1) Контур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kontur.ru/> (дата обращения: 05.03.2025).
- 2) Ермаков В. П., Похилько А. Д. Позитивная значимость экзистенциальных кризисов // *НОМОТНЕТКА: Философия. Социология. Право.* 2010. №14 (85). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/pozitivnaya-znachimost-ekzistentsialnyh-krizisov> (дата обращения: 05.03.2025).
- 3) Нуралиева А. У. Интеграция и инновации: продвинутые технологии в работе HR-специалиста // *Инновации и инвестиции.* 2024. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/integratsiya-i-innovatsii-prodvintuye-tehnologii-v-rabote-hr-spetsialista> (дата обращения: 05.03.2025).
- 4) Соснило А. И. Применение инструментов машинного обучения и иммерсивных технологий в менеджменте // *Управление.* 2022. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-instrumentov-mashinnogo-obucheniya-i-immersivnyh-tehnologiy-v-menedzhmente> (дата обращения: 05.03.2025).
- 5) Беккер Г. Человеческий капитал: теоретический и эмпирический анализ / Г. Беккер; пер. с англ. – М.: Изд-во Высшей школы экономики, 2020. – 456 с.
- 6) HR-кампания для Контур [Электронный ресурс] // *Восход.* – Режим доступа: <http://voskhod.agency/portfolio/hr-kampaniya-dlya-kontura> (дата обращения: 05.03.2025).

#### Иллюстрации

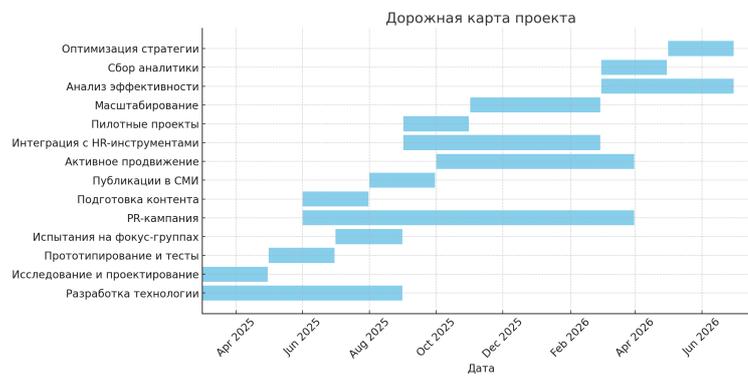


Рис. : Дорожная карта проекта