

Социальные сети как инструмент формирования бренда работодателя Группы компаний Б1

Научный руководитель – Шлейтере Светлана Владимировна

Романов Максим Фёдорович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский
факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: maxim.f.romanov@gmail.com

В условиях современного рынка конкуренция за высококвалифицированные кадры становится одной из ключевых задач для бизнеса. В этой связи бренд работодателя начинает играть ключевую роль в процессе рекрутинга, оказывая влияние на привлечение и удержание персонала. Согласно исследованию компании Hays, проведённому совместно с Хабром в 2020 году, 59% соискателей изучают информацию о потенциальном работодателе ещё до отклика на вакансию. [1]. Одним из наиболее эффективных инструментов управления брендом работодателя являются социальные сети. Они позволяют компаниям выстраивать прямую коммуникацию с потенциальными сотрудниками, демонстрировать корпоративную культуру и транслировать ценности компании.

Однако в 2022 году российский рынок труда претерпел значительные изменения: в результате ухода международных компаний возникли новые локализованные бренды работодателей. В их числе – группа компаний Б1 (бывшая Ernst & Young), которая, как и другие локализованные компании Big 4 (Керп, «Технологии доверия», ДРТ), вынуждена адаптировать HR-коммуникации под новые реалии. В этом контексте анализ социальных сетей как инструмента формирования бренда работодателя приобретает особую актуальность.

В своей работе я предполагал, что активное и системное присутствие компании в социальных сетях способствует укреплению HR-бренда, повышению вовлечённости аудитории и улучшению восприятия работодателя среди потенциальных сотрудников. Компании, применяющие разнообразные SMM-стратегии (интерактивный контент, видеоматериалы, привлечение сотрудников-амбассадоров), демонстрируют более высокий уровень вовлечённости аудитории и получают больше откликов на вакансии.

Для проверки этой гипотезы проведён контент-анализ публикаций в официальных аккаунтах Б1 и её конкурентов за последние шесть месяцев. В рамках исследования сравнивались активность, вовлечённость аудитории, частота публикаций, тематика контента и используемые форматы. Для количественной оценки эффективности применялись метрики вовлечённости (ER), показатели охвата и динамика роста подписчиков. Дополнительно были проанализированы исследования Changellenge, Future Today и HeadHunter, изучающие HR-бренды в России.

Предварительные результаты подтверждают, что компании, которые активно развивают HR-SMM, демонстрируют более высокий уровень вовлечённости аудитории. Керп и «Технологии доверия» активно используют интерактивные форматы (опросы, прямые эфиры, вовлечение сотрудников), что положительно сказывается на их HR-бренде. В то же время, Б1 делает упор на традиционные текстовые публикации, что приводит к относительно низким показателям вовлечённости. Кроме того, Telegram Б1 недостаточно задействован в качестве HR-инструмента: используются в основном анонсы, но не интерактивный или визуально насыщенный контент.

Таким образом, социальные сети играют значимую роль в формировании бренда работодателя, однако их эффективность зависит от уровня вовлечённости, разнообразия контента и адаптации стратегий к потребностям целевой аудитории

Источники и литература

- 1) Future Today. Рейтинг привлекательных работодателей – 2025. URL: <https://rating.fut.ru/>
- 2) Changellenge. Best Company Award – 2025. URL: <https://changellenge.com/tpage/bca-2025-results/>
- 3) B1 Group. B1 Group named #1 in Best Company Award 2025 employer ranking. URL: <https://b1.ru/en/insights/news/media-center/changellenge-best-company-award-2025-press-release/>
- 4) Группа компаний Б1. Официальный сайт. URL: <https://b1.ru/> (дата обращения: 03.03.2025).
- 5) smmekalka.ru <https://smmekalka.ru/articles/smm-dlya-hr-zadach-proizvodstvennyh-kompanij/#:~:text=,молодежи>
- 6) ChangeLink. Исследование HR-брендинга в digital-среде – 2024. – URL: <https://changetlink.ru>
- 7) Hays и Хабр Карьера. Исследование ожиданий кандидатов от процесса отбора и найма, 2020. URL: <https://habr.com/ru/companies/hays/articles/528026>