

Решение HR-задач

на медиаресурсах «Комсомольская правда»

Наши возможности

Укрепление репутации ответственного работодателя, HR-брендинг, привлечение новых и поощрение действующих сотрудников, формирование «спроса» на определенные профессии и многое другое

Многомиллионная аудитория и широчайшие мультимедийные возможности медиагруппы «Комсомольская правда» - идеальная база для взаимодействия с самым ценным капиталом любого бизнеса: высококвалифицированными, мотивированными и лояльными кадрами

52,2 млн
недельная аудитория
проектов «КП»

24%
пересечение
аудитории

Площадки проектов

Сайт KP.RU

2,9 млн посетителей
в сутки

Соцсети «КП»

8,7 млн подписчиков

Газета «КП»

3,5 млн читателей
выпуска

Радио «КП»

1,9 млн слушателей
в сутки

Подкасты «КП»

1,1 млн прослушиваний
в неделю

Статья на сайте и в газете

Пример в газете

Широкоформатная длинная статья, дающая максимум информации по теме.

В верстке можно использовать фото, инфографику, видео

Популярные жанры

- Истории сотрудников
- Интервью
- Испытано на себе
- Списки/инструкции

Брендированный лендинг на сайте

- Период анонсирования: 1 месяц
- 25 000 просмотров: 1 250 000 руб.
- 50 000 просмотров: 2 500 000 руб.

Стоимость в газете

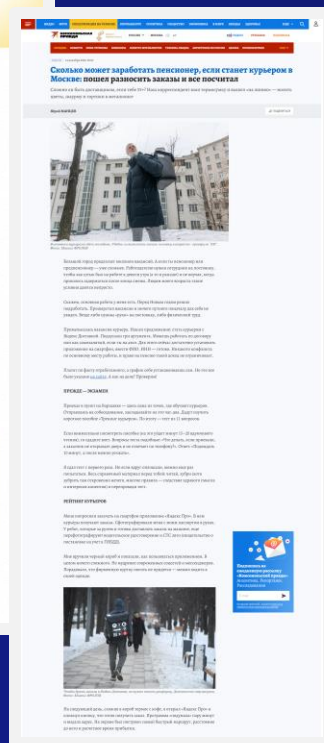
Объем АЗ	Россия		Москва	
	«КП» daily	«КП» weekly	«КП» daily	«КП» weekly
1/1 полосы	1 350 000 руб.	2 585 000 руб.	460 000 руб.	735 000 руб.
1/2 полосы	700 000 руб.	1 485 000 руб.	235 000 руб.	390 000 руб.
1/4 полосы	370 000 руб.	775 000 руб.	140 000 руб.	210 000 руб.

Стоимость указана по прайсу, без учета НДС. Product cost в стоимость не включён.

Пример лендинга



Пример статьи
в редакционной верстке



Как устроены логистические центры Почты России

Пять историй от сотрудников компании

Период проекта: 29.03.2022 - 29.04.2022

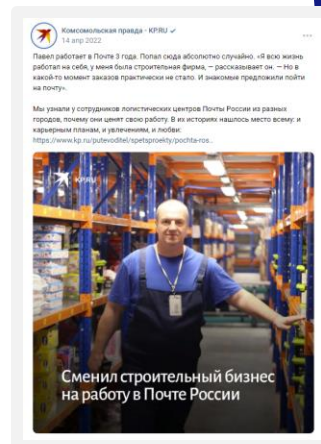
Описание проекта: все мы постоянно пользуемся услугами почты: отправляем и получаем письма, бандероли, посылки. А вот как устроены и работают логистические центры Почты России, знает далеко не каждый. Как люди туда приходят и делают карьеру, чем живут, почему ценят свою работу. Обо всем этом в спецпроекте «КП» рассказывают сами сотрудники Почты России

Наполнение:

- Лонгрид на сайте
- 3 публикации в ежедневном выпуске газеты «КП» (Россия)

Статистика проекта:

- Общий охват анонсирования – 5 843 197
- Охват на сайте – 231 562
- Переходов на сайт Почта России – 1 360
- Охват в соцсетях – 194 427
- Охват в газете – 2 908 200



Курьер – профессия года!

Сколько может заработать пенсионер, если станет курьером в Москве?

Корреспондент «КП» пошел разносить заказы и все посчитал

Заказчик: Яндекс Доставка

Период проекта: 27.02.2023 - 28.03.2023

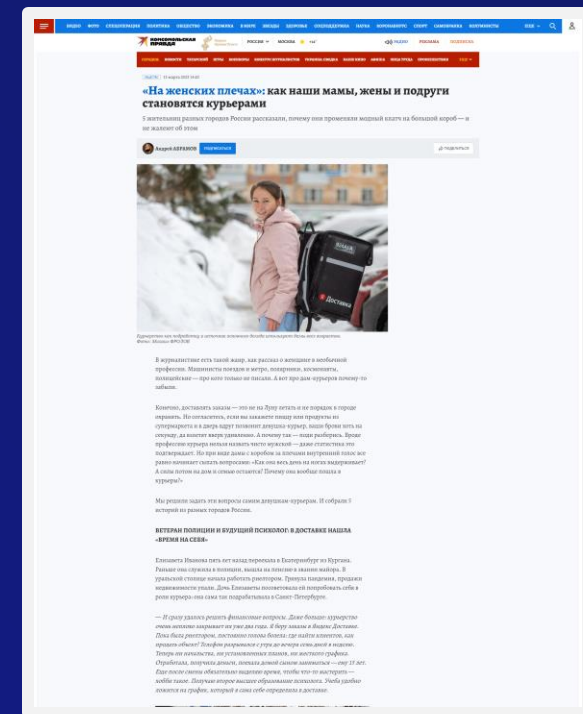
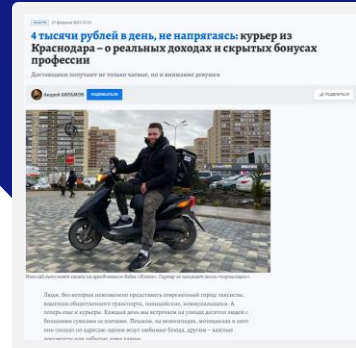
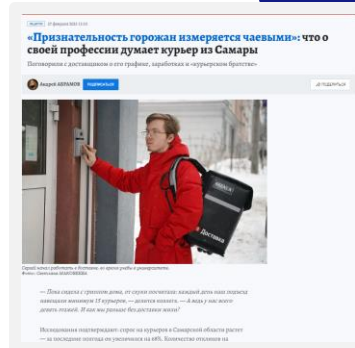
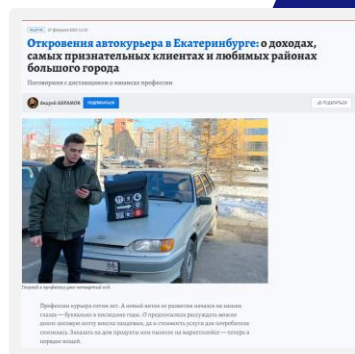
Цель проекта: поменять отношение людей к профессии курьера

Наполнение:

- 4 статьи с историями курьеров
- 1 статья про девушек-курьеров

Статистика проекта:

- Общий охват проекта с анонсированием – 5 726 701
- Охват на сайте – 114 726
- Охват в соцсетях – 283 128



ВКУСНО – И ТОЧКА добралась до Иркутска

Чего ждать гостям и будущей команде. Спросили у самых опытных сотрудников сети, почему они ни на что не променяют свою работу

Заказчик: Вкусно и точка

Период проекта: 01.07.24 - 31.07.24

Цель проекта: рассказать читателям «КП» о карьерных возможностях для сотрудников в Иркутске.

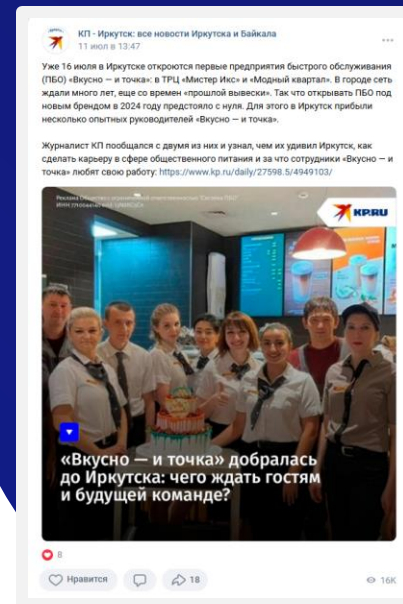
Создать образ дружной команды, которая объединяет творческих, активных и целеустремленных людей, и позиционировать «Вкусно — и точка» как надежного работодателя, предоставляющего перспективы для карьерного роста

Наполнение:

- Статья на сайте
- Посты в сообществах «КП-Иркутск» в соцсетях

Статистика проекта:

- Общий охват проекта с анонсированием – 494 067
- Охват на сайте – 16 125
- Охват в соцсетях – 29 504



Видео на сайте и в соцсетях

Видео направлено на решение HR-задач

Форматы видео

- Видеотур
- Видеоинтервью
- Видеоистория
- Видеолекция
- Видеомарафон

Примеры тем

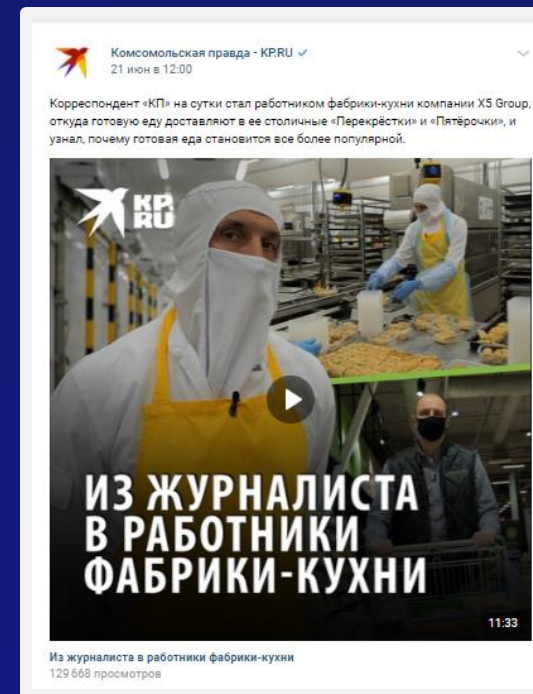
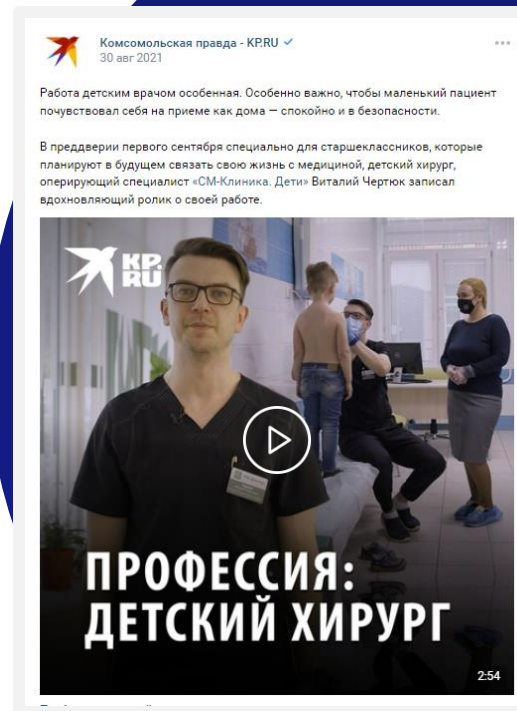
- Видеоистории сотрудников компании (как проходит их рабочий день, за что любят свою работу, как ее выбрали и т. п.)
- 5 причин начать свою карьеру с работы в ближайшем супермаркете
- «Закулисье» разных профессий: чем занимаются продавцы за пределами торгового зала, что входит в обязанности операциониста в банке, зачем сотрудники пекарни фотографируют витрину и сколько булочек они отправляют в печь каждую смену и т. п.

Размещение: в сообществах «КП» в соцсетях VK, OK, Telegram, Viber

Хронометраж: до 7 минут

- **150 000 просмотров:** 430 000 руб.
- **300 000 просмотров:** 730 000 руб.

Примеры видео



Из журналиста в работники фабрики-кухни

Журналист «КП» стал работником кухни в «X5 Group»

Заказчик: X5 Retail Group

Период проекта: 15.06.2021 – 15.07.2021

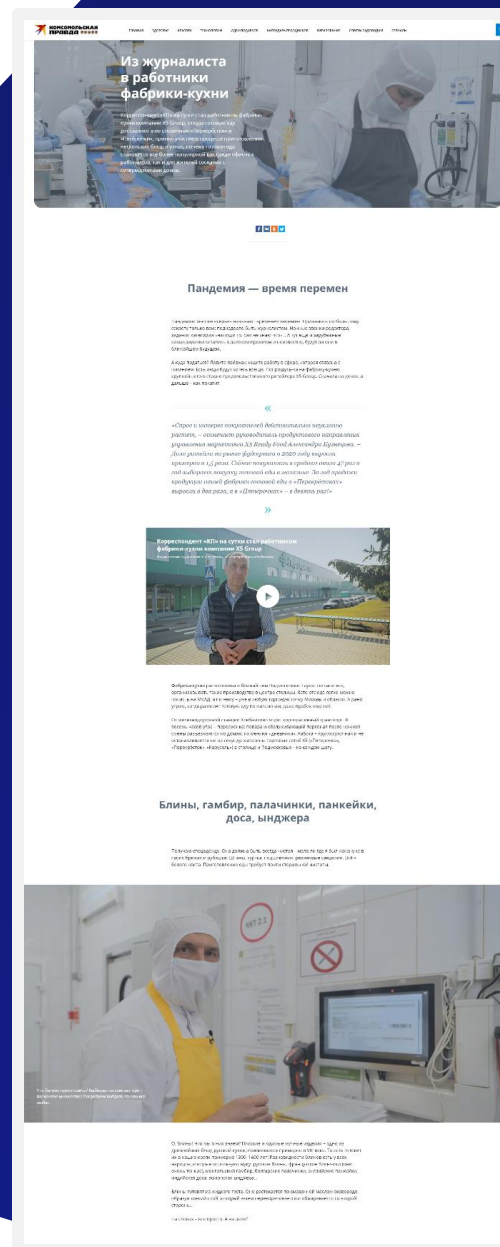
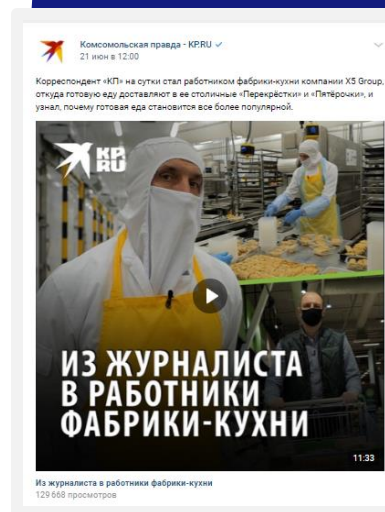
Описание проекта: корреспондент «КП» на сутки стал работником фабрики-кухни компании X5 Retail Group, откуда готовую еду доставляют в ее столичные «Перекрёстки» и «Пятёрочки», принял участие в процессе приготовления нескольких блюд и узнал, почему готовая еда становится все более популярной как среди офисных работников, так и для жителей соседних с супермаркетами домов. А также убедился, что вся готовая еда фабрики-кухни X5 Group свежая, качественная и вкусная

Наполнение:

- Лендинг на сайте
- Видеопосты в сообществах «КП» с соцсетях

Статистика проекта:

- Общий охват анонсирования – 5 795 194
- Охват на сайте – 25 420
- Охват видеороликов – 215 146



Женщины на вахте

Проект лауреат конкурса «Лучшее корпоративное видео» в номинации «ESG-видео, социальная ответственность и устойчивое развитие»

Заказчик: Газпром нефть

Период проекта: 08.11.2022 – 06.12.2022

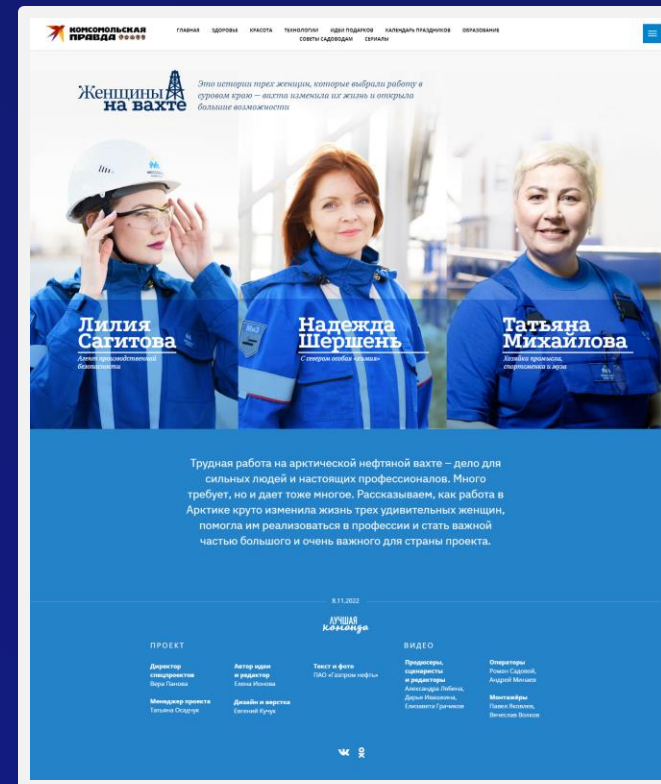
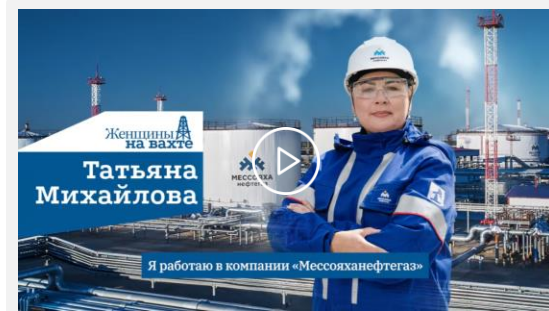
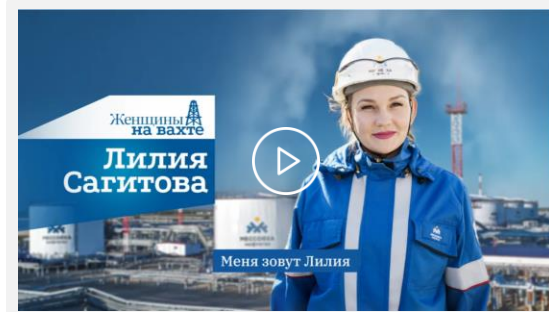
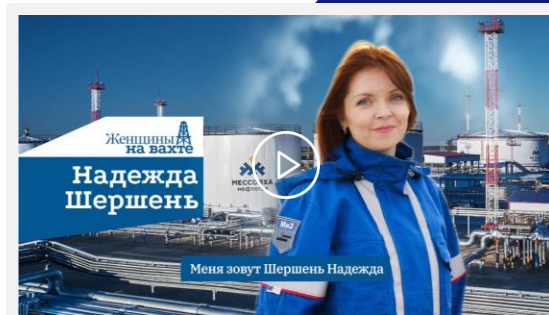
Описание проекта: спецпроект, посвященный женщинам, работающим на арктической нефтяной вахте. Как работа в Арктике изменила их жизнь, помогла реализоваться в профессии и стать важной частью большого и очень важного для страны проекта. Все участницы проекта – яркие, энергичные, целеустремленные, и в то же время сохраняющие свою женскую идентичность

Наполнение:

- 3 видеоистории на YouTube, RuTube, Telegram, VK и OK
- Лендинг на сайте

Статистика проекта:

- Общий охват анонсирования – 4 535 187
- Охват на сайте – 60 715
- Охват в соцсетях – 35 187
- Охват видеороликов – 178 491
- Суммарная вовлеченность – 3 048



Сила поколений

Раскрытие темы наставничества и преемственности поколений на современном производстве Евраз

Заказчик: Евраз

Период проекта: 24.10.2018 – 24.11.2018 (1 сезон), 15.09.2019 – 15.10.2019 (1 сезон)

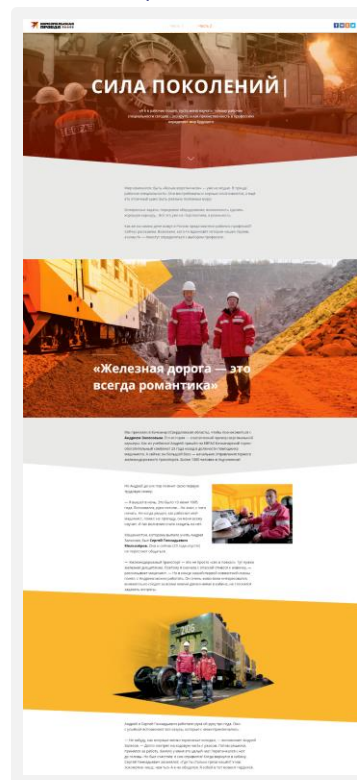
Описание проекта: знакомим читателей с нашими героями - парами - участник-наставник.

И через жизненные истории выходим на знакомство с профессиями, современным производством, рассказываем о востребованности и перспективах развития рабочих профессий. В проект были внедрены фото и короткие (до 3-х минут) видеорепортажи журналистов «Комсомолки» с реальных мест работы героев, мини-интервью с героями о том, как они видят себя в профессии, что им нравится, что особенно важно и интересно

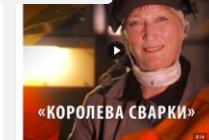
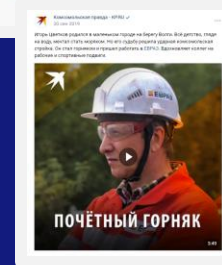
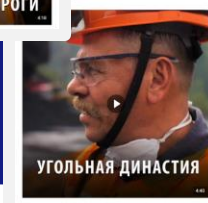
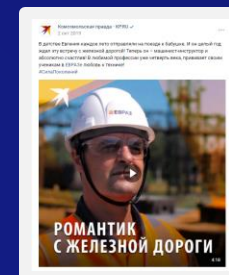
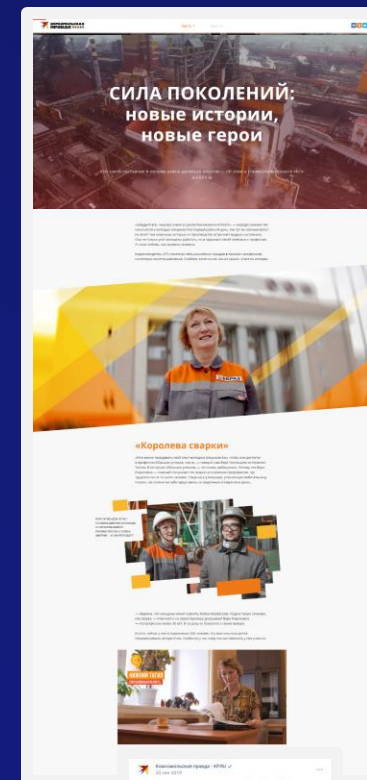
Наполнение:

- Лонгрид про рабочие специальности - как преемственность в профессиях определяет мир будущего
- Видеоистории на сайте и в соцсетях - кто такой наставник и почему важно делиться опытом
- Публикации в еженедельном выпуске «КП» (регионы) – истории героев о том, чем именно их заинтересовала профессия, и почему они сделали такой выбор в жизни. «ТОП самых перспективных рабочих профессий». Куда пойти учиться в регионе, чтоб получить профессию, как у наших героев, в каких отраслях и предприятиях будет эта профессия востребована

1 сезон – преемственность



2 сезон – наставничество



Радио КП и подкасты

Программы и мини-форматы на Радио КП, индивидуальные подкасты с размещением на сайтах kp.ru и radiokp.ru, на подкаст-платформах Apple Podcasts, Яндекс. Музыка, Mave, Podcast.ru, Звук, Саундстрим, Castbox, Player FM

Примеры тем

- Развенчиваем мифы о работе в той или иной отрасли
- Чего хотят работники в 21 веке, и что предлагают работодатели
- Истории сотрудников

Программа

- **Хронометраж 8 мин.:** охват – 82 800 чел., стоимость – 200 000 руб.
- **Хронометраж 11 мин.:** охват – 136 100 чел., стоимость – 275 000 руб.
- **Хронометраж 22 мин.:** охват – 170 900 чел., стоимость – 550 000 руб.

Серия мини-форматов (хрон. до 2-х мин.)

- **1 выход** (1 оригинальный + 3 повтора): охват – 413 200 чел., стоимость – 200 000 руб.
- **3 выхода** (3 оригинальных + 3 повтора каждого): охват – 1 163 400 чел., стоимость – 600 000 руб.
- **5 выходов** (5 оригинальных + 3 повтора каждого): охват – 1 692 600 чел., стоимость – 1 000 000 руб.

Индивидуальные подкасты (хрон. от 3 до 45 мин.)

- **10 000 прослушиваний:** 150 000 руб.
- **30 000 прослушиваний:** 450 000 руб.
- **50 000 прослушиваний:** 750 000 руб.

Программа и мини-форматы на радио в эфире радио



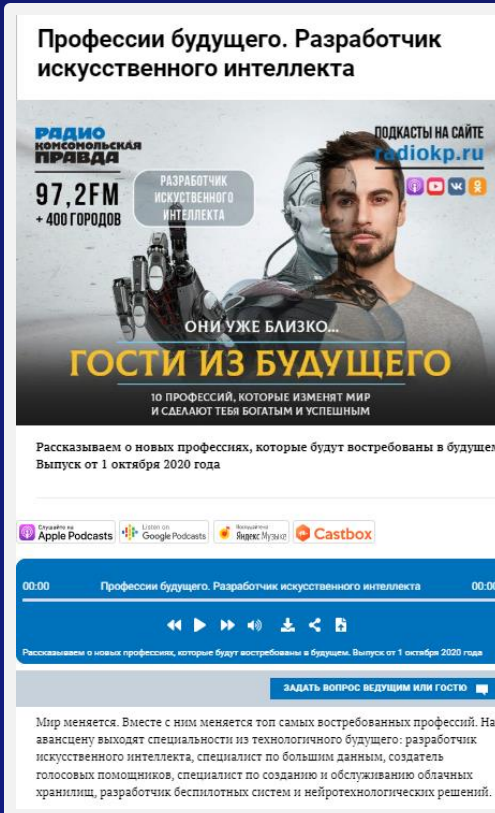
послушать программу



послушать мини-форматы



Пример индивидуального подкаста



Яндекс Доставка

Сколько может заработать пенсионер, если станет курьером в Москве?

Корреспондент «КП» пошел разносить заказы и все посчитал

Заказчик: Яндекс

Период проекта: 05.12.2022 - 23.12.2022

Описание проекта: рассказать о рабочих буднях курьера в большом городе – как начать подрабатывать курьером, сколько можно получать и что интересного это дает в жизни.

Корреспондент «КП» взял термосумку и вышел «на линию» — носить цветы, шаурму и тортики в мегаполисе

Наполнение:

- 3 статьи на сайте KP.RU с анонсированием на главной странице сайта и в социальных сетях
- 10 мини-форматов на Радио КП, хрон. до 2 мин.

Статистика проекта:

- Общий охват проекта с анонсированием – 17 328 265
- Охват на сайте – 45 378
- Охват в соцсетях – 248 398
- Охват на радио – 358 600



Яндекс Такси

Популяризация профессии водителя такси среди возрастного населения

Заказчик: Яндекс.Такси

Период проекта: 01.04.2024 - 30.04.2024

Описание проекта: Почему мужчины в возрасте 60+ идут работать таксистами?

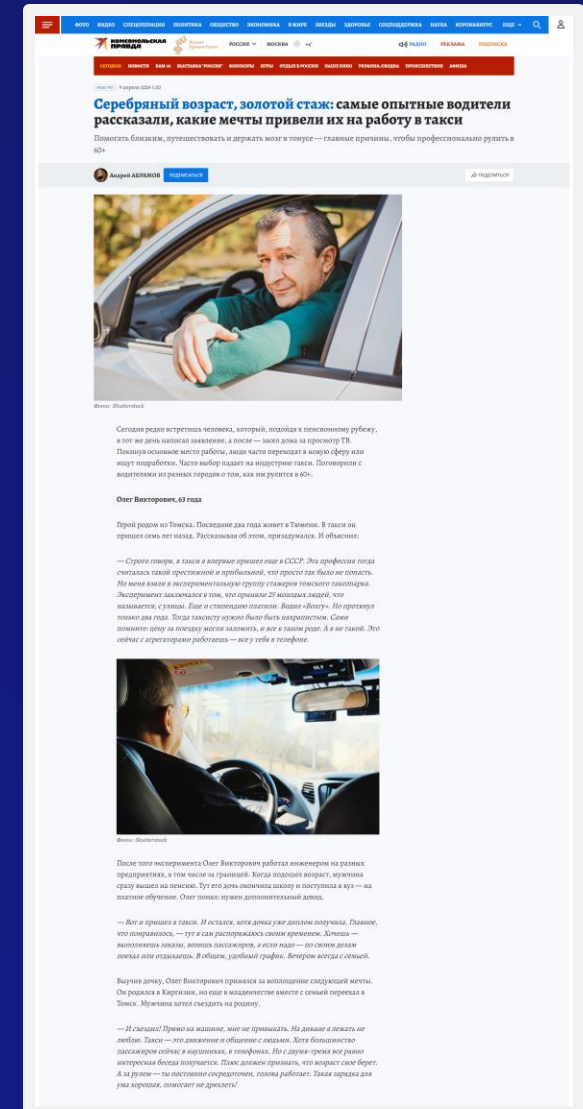
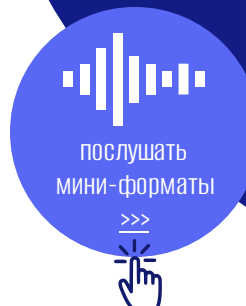
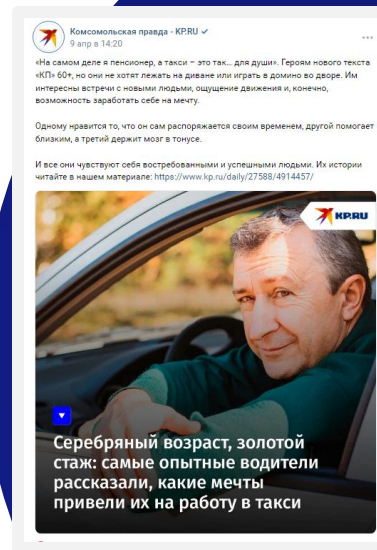
Например, чтобы исполнять желания своих внучек. Именно о таком герое — и его коллегах — мы рассказали в нашем проекте

Наполнение:

- Нативная статья на сайте
- Мини-форматы на радио
- Посты в сообществах «КП» в соцсетях

Статистика проекта:

- Охват проекта с анонсированием на сайте – 1 357 963
- Охват на радио – 1 545 800
- Охват в соцсетях – 77 214



Яндекс Курьер

Увлекательные истории трех леди-курьеров

Заказчик: Яндекс.Доставка

Период проекта: 15.12.2023 - 19.12.2023

Описание проекта: повышение престижности курьерства как способа получения основного или дополнительного дохода

Наполнение:

- Нативная статья на сайте
- Мини-форматы на радио
- Посты в сообществах «КП» в соцсетях

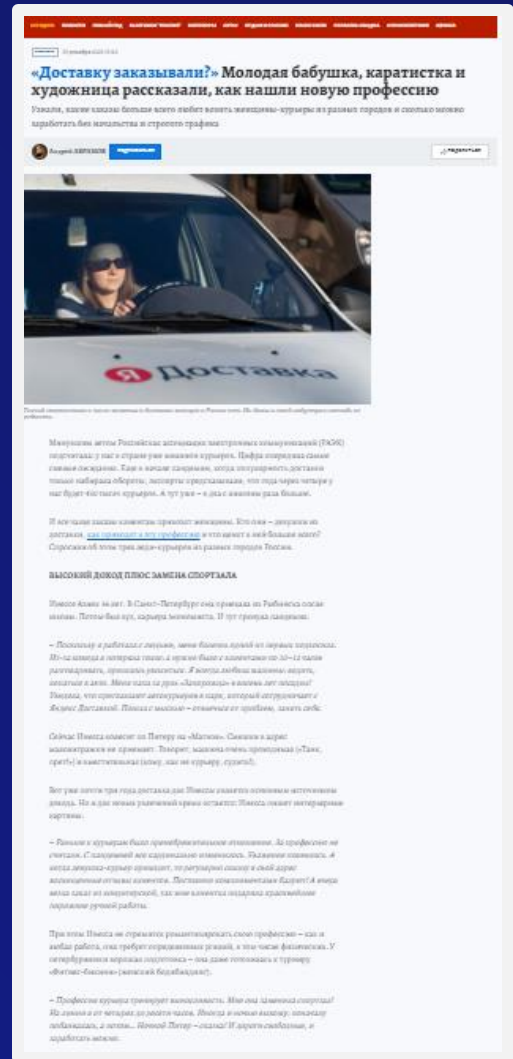
Статистика проекта:

- Общий охват проекта с анонсированием – 859 800
- Охват на сайте – 353 221
- Охват на радио – 425 400
- Охват в соцсетях – 60 919



послушать
мини-форматы

>>>



Гости из будущего

Вместе с представителями партнера проекта, экспертами, приглашенными гостями рассказываем о различных профессиях, даем советы тем, кто хочет найти работу, сделать карьеру и т. д. Подкаст размещается на сайте radiokp.ru и подкаст-платформах. Тема и сценарий цикла разрабатываются индивидуально

Заказчик: Институт развития интернета (ИРИ)

Период проекта: 01.10.2020 - 09.11.2020

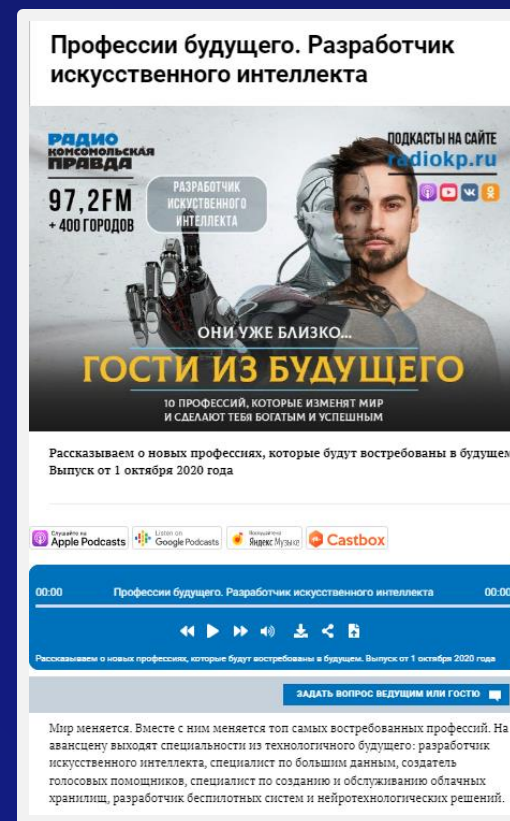
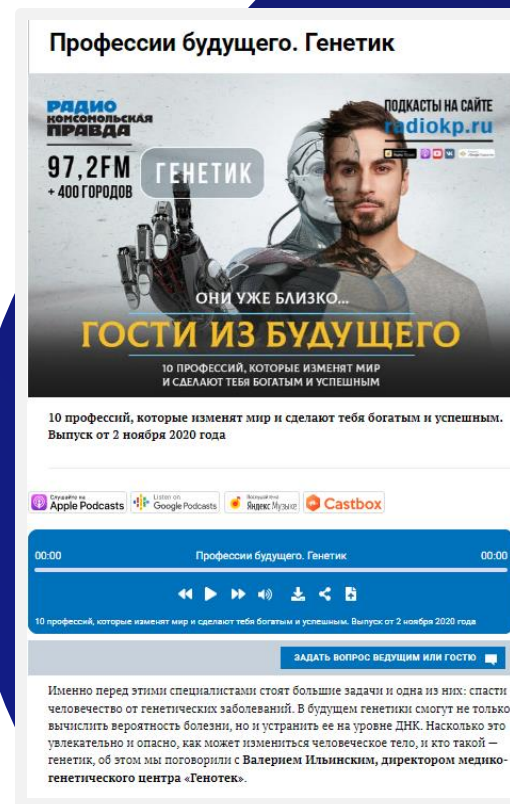
Цель проекта: просвещение молодой аудитории в теме различных направлений цифровой экономики, цифровых профессий и компетенций, которые будут наиболее востребованы в будущем

Наполнение:

- 10 подкастов в единой стилистике. В каждом подкасте рассказываем об одной профессии будущего или направлении цифрового мира; интервью молодых специалистов и представителей ведущих университетов страны
- Хронометраж каждого подкаста: 10-20 минут
- Размещение подкастов: на сайтах KP.RU и radiokp.ru, в соцсети ВКонтакте на платформе SoundCloud, на подкаст платформах Apple Podcasts, Google Podcasts, Яндекс. Музыка, CastBox, Player FM

Статистика проекта:

- Общий охват проекта – 2 630 919 прослушиваний



Карточки-советы в соцсетях

Короткие карточки с доступными и полезными советами

Размещение

- Сообщества «КП» во ВКонтакте, Одноклассники, Telegram

Интеграция

- в подводку к посту (до 150 знаков)
- в контент поста в одну из карточек

Охват и стоимость:

- **55 000 просмотров:** 240 000 руб.

Стоимость указана по прайсу, без учета НДС. **Product cost в стоимость не включён.**



Есть работа!

Сегодня на рынке труда наступили непростые времена. Но по-настоящему ответственные и социально ориентированные компании прикладывают максимум усилий, чтобы поддержать своих сотрудников и даже набирают новые кадры

Заказчик: Росгосстрах

Период проекта: 26.04.2022 – 27.06.2021

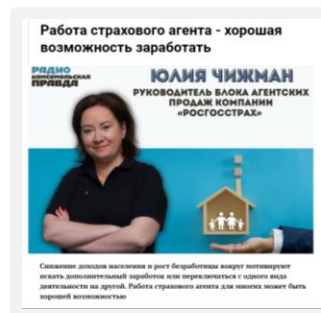
Цель проекта: донести до широкой аудитории КП, до потенциальных соискателей информацию, что работа есть! Рассказываем, что происходит на рынке труда, какие вакансии предлагает «Росгосстрах», как стать соискателем, как получить работу

Наполнение:

- Индивидуальный лендинг с тестом на сайте KP.RU
- Карточки в сообществах «КП» в соцсетях
- Новость и гостевой эфир на радио «КП»
- Публикации в ежедневном выпуске газеты «КП» с тематической подборкой редакционных материалов, в региональных выпусках (18 регионов)

Статистика проекта:

- Охват лендинга – 31 101
- Конверсия прохождения теста до конца – 90,18%
- Охват в соцсетях – 269 486
- Охват на радио – 1 058 006
- Охват в газете – 3 246 850
- Охват анонсирования – 3 514 447



Радио «КП»

Программа

Новости

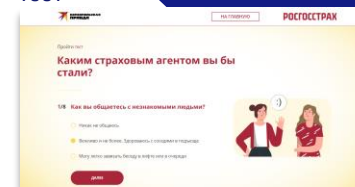
Ролики



Индивидуальный лендинг



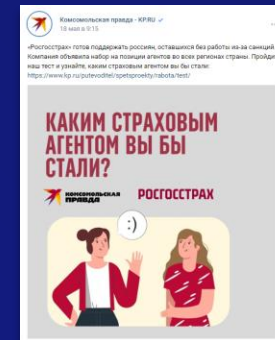
Тест



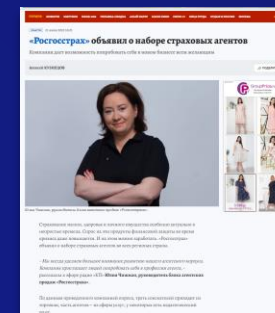
Карточки в соцсетях



Анонсы



Статья на сайте



Публикации в газете



Индивидуальный обзор

Рассказываем о преимуществах работы в конкретной компании.

Материал готовится журналистом с подбором ключевых слов и разработкой структуры текста seo-специалистом КП

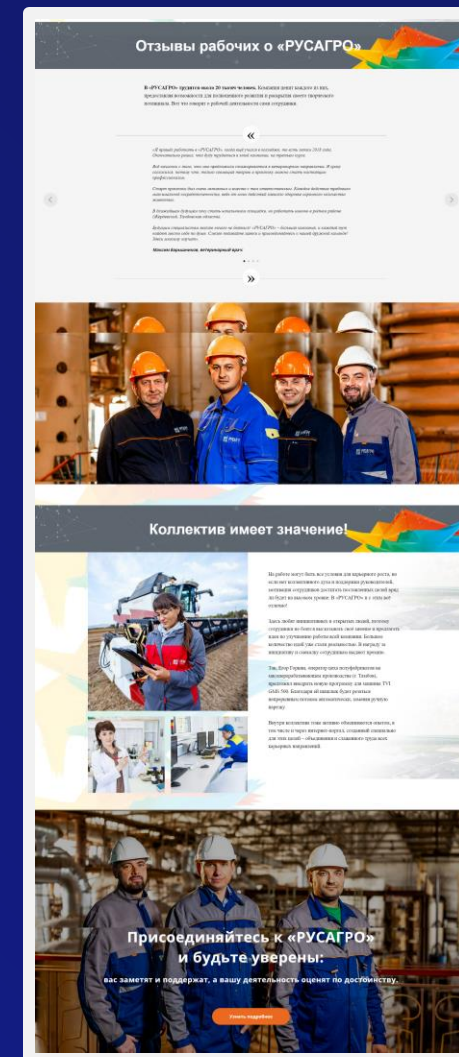
В обзор можно включить:

- Отзывы сотрудников
- Описание современного подход к условиям труда и организации рабочих мест
- «Экскурсию» по офису
- Советы по трудоустройству и т. д.

Период анонсирования: 1 месяц

- 20 000 уникальных прочтений: 700 000 руб.
- 40 000 уникальных прочтений: 1 400 000 руб.

Стоимость указана по прайсу, без учета НДС. Product cost в стоимость не включён.



Якутия: как отдыхают в алмазном регионе

Лендинг на индивидуальной странице, представляющий собой путеводитель по культурным и спортивным объектам Якутии, созданным и поддерживаемым АЛРОСА

Заказчик: Алроса

Период проекта: октябрь – декабрь 2023

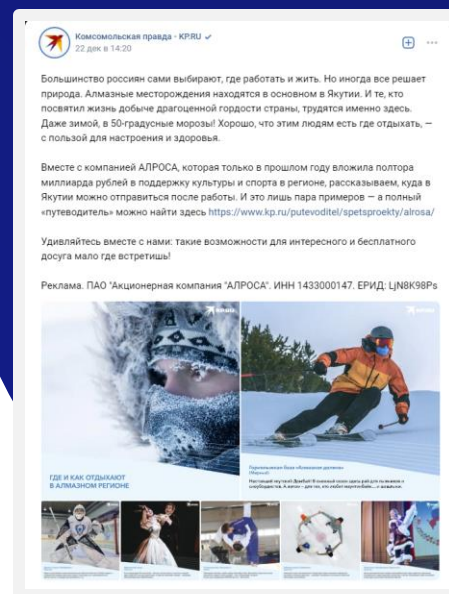
Задача проекта: развеять стереотип о том, что Якутия – это периферийный регион, где отсутствует культурная жизнь. Показать потенциальным сотрудникам, что переезд в Якутию с семьей позволит сохранить и даже приумножить за счет льгот для сотрудников АЛРОСА привычный график посещения образовательных, культурных и спортивных мероприятий. Особый упор в визуальном контенте сделан на многообразие детских внешкольных занятий

Наполнение:

- Лендинг на сайте
- Посты-карточки в сообществах «КП» с соцсетях

Статистика проекта:

- Общий охват анонсирования – 3 545 671
- Охват на сайте – 45 561
- Охват постов-карточек – 215 211



Интеграции в редакционные seo-обзоры по теме

Преимущества seo-обзоров:

1. Гарантированная поисковая аудитория материалов
2. Статьи находятся в Топе поисковой выдачи по ключевым запросам
3. Высокий уровень доверия читателей
4. Размещение стимулирующих ссылок на сайт компании кнопки с призывом к действию: «Купить», «Узнать подробнее» и т. д.
5. Возможность отслеживания просмотров, показов и переходов по рекламным блокам пользователей

Форматы интеграции:

- **Нативный блок:** 1 фото и текст до 150 знаков. Размещение под рубрикой «Это интересно», «Кстати»
- **Экспертный блок:** фото эксперта 1 шт., ФИО и должность, текст до 500 знаков
- **Контентный блок:** интеграция абзацем или отдельной частью в статью. Фото до 5 шт., текст до 500 знаков

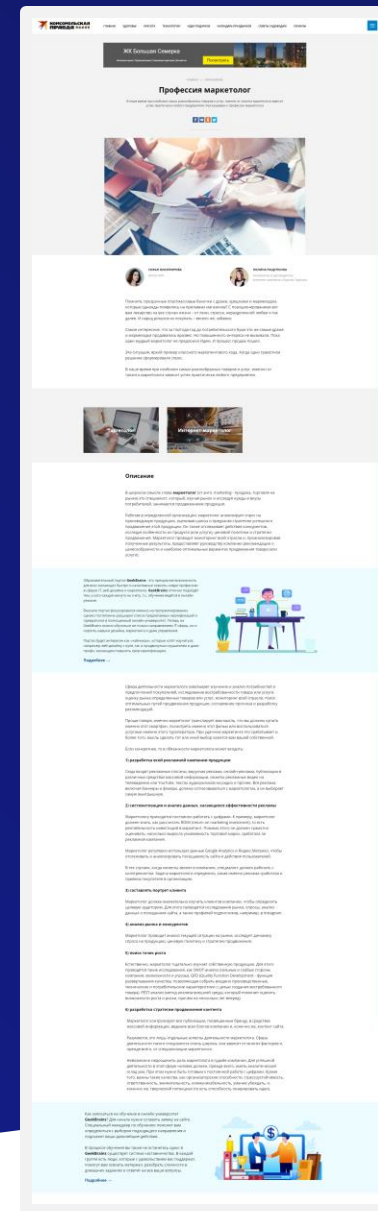
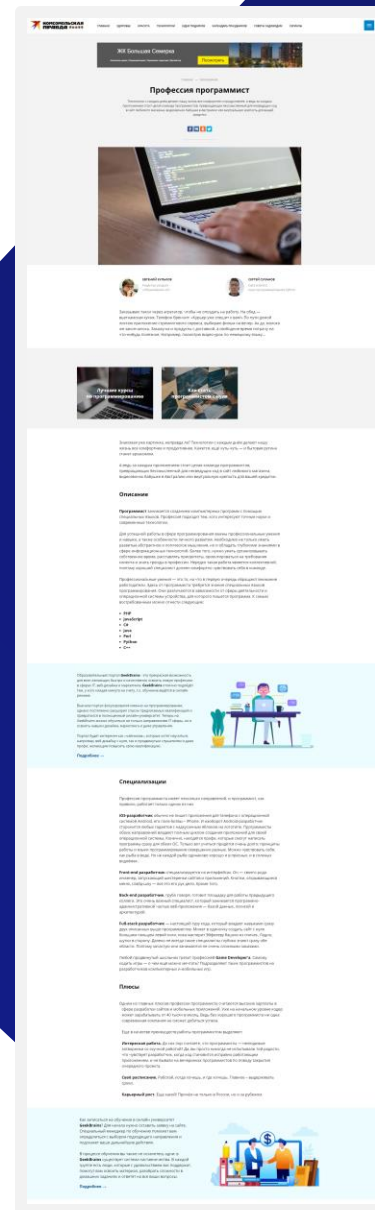
Период интеграции: от 3 месяцев до 1 года

- **10 000 просмотров:** 150 000 руб.
- **20 000 просмотров:** 300 000 руб.
- **60 000 просмотров:** 900 000 руб.
- **150 000 просмотров:** 2 250 000 руб.

Стоимость указана по прайсу, без учета НДС. **Product cost в стоимость не включён.**

Примеры статей для интеграции

- Самые востребованные профессии в России – 2 800 прочтений
- Профессии предпенсионного возраста – 2 200 прочтений
- Медицинские профессии – 2 000 прочтений
- Технические профессии – 1 900 прочтений
- Юридические профессии – 1 900 прочтений
- Все статьи [здесь](#)



Тесты на сайте

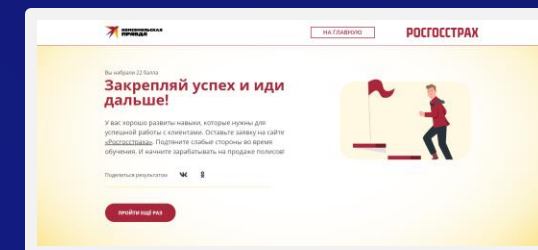
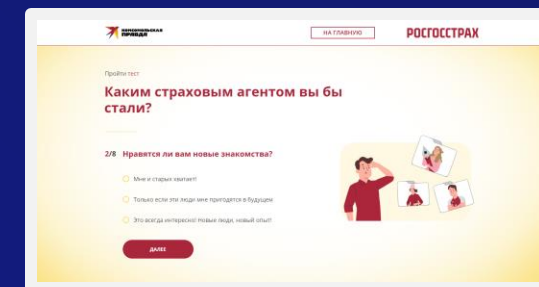
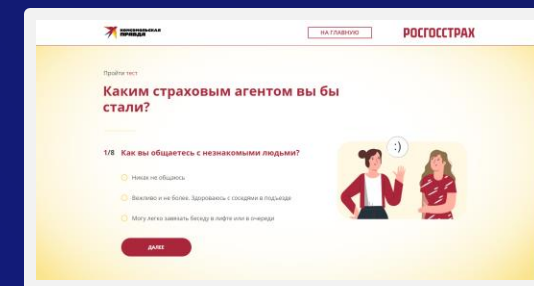
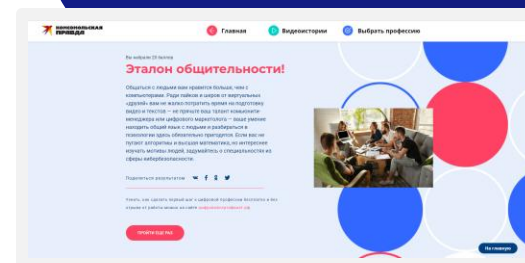
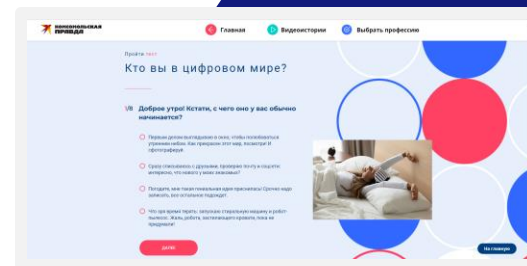
Интерактивный формат, позволяющий привлечь внимание к HR-преимуществам компании в нативной игровой форме

Примеры тем

- Кто вы в супермаркете: какая профессия в отрасли ритейла вам подойдет
- Хороший коллектив, постоянное развитие или стабильность: какой должна быть работа, которая вам точно понравится (в каждый из результатов интегрируются соответствующие преимущества компании-партнера)
- Какая цифровая профессия вам подойдет

Период анонсирования: 1-2 месяца

- **25 000 просмотров:** 1 250 000 руб.
- **40 000 просмотров:** 2 000 000 руб.
- **90 000 просмотров:** 4 500 000 руб.



Конкурсы на сайте и в соцсетях

Подарите сотрудникам возможность гордиться своей профессией и компанией, в которой они работают... и поделиться этими эмоциями со всей страной!

Форматы конкурсов

- Фотоконкурсы
- Конкурс историй
- Мисс компании и т. д.

Примеры тем

- «Лица труда» - фотоконкурс снимков профессионалов в одной или нескольких областях
- «Я люблю свою работу!» - сотрудники определенной компании (сети компаний) делятся самыми интересными историями / фото о своей работе
- «Мой любимый кассир / повар / медсестра» и т. п. - читатели «КП» рассказывают о лучших профессионалах в разных областях, с которыми они сталкиваются в повседневной жизни

Период: 1 месяц

Стоимость конкурса на сайте:

- 25 000 просмотров: 1 250 000 руб.
- 50 000 просмотров: 2 500 000 руб.
- 90 000 просмотров: 4 500 000 руб.

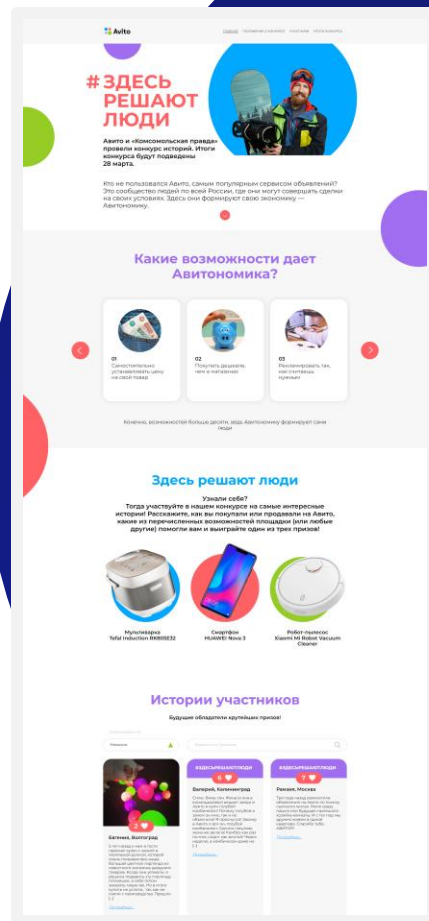
Период: 2 недели

Стоимость конкурса в соцсетях на выбор:

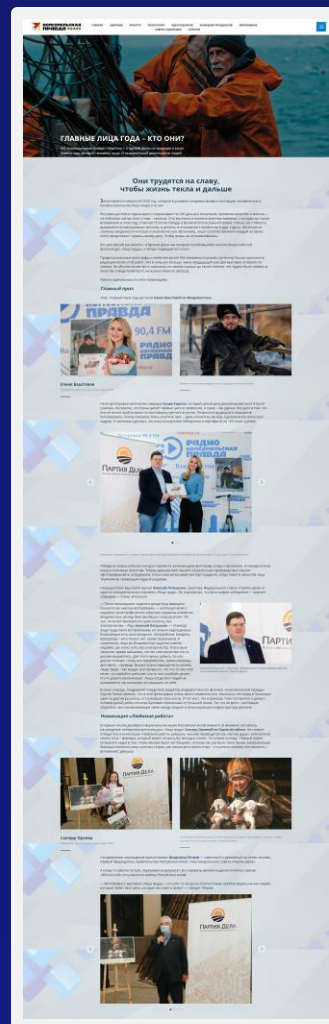
- ВК и ОК – 150 000 просмотров: 700 000 руб.
- Telegram - 150 000 просмотров: 1 000 000 руб.
- Viber – 40 000 просмотров: 500 000 руб.

Стоимость указана по прайсу, без учета НДС. Product cost в стоимость не включён.

Пример конкурса историй



Пример фотоконкурса на сайте



Пример конкурса в соцсетях



Лонгрид на сайте

С индивидуальной разработкой идеи и наполнением. Возможно размещение статей, видео, тестов, опросов, инфографики и др.

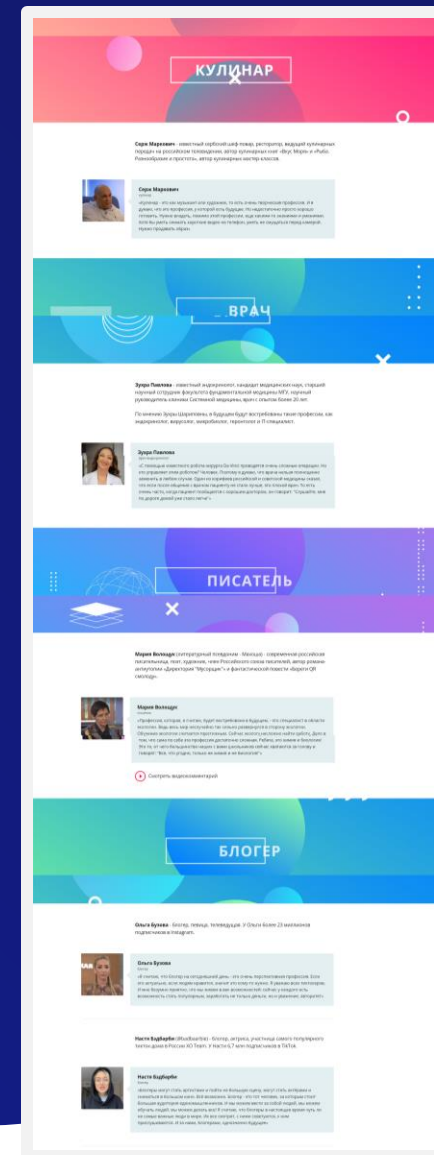
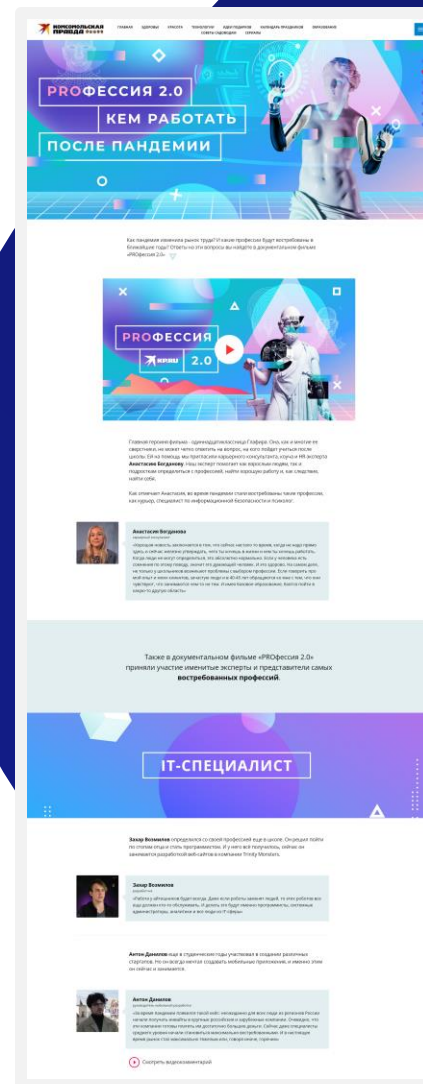
Примеры тем

- Как найти свое место в мире цифровых профессий
- Офис будущего: как современные технологии делают трудовые будни легче и гораздо интереснее!
- Эйджизм на рынке труда: правда ли, что сотрудники 50+ никому не нужны, и компании, где им точно будут рады (с интеграцией конкретного работодателя)
- Можно ли сделать карьеру в ритейле (на примере программы профессионального обучения в торговых сетях)

Период анонсирования: 1 месяц

- **30 000 просмотров:** 1 800 000 руб.
- **50 000 просмотров:** 3 000 000 руб.

Стоимость указана по прайсу, без учета НДС. **Product cost в стоимость не включён.**



Держи курс на будущее

Проект стал лауреатом конкурса «Лучшее корпоративное видео-2021» и получил премию в номинации «PR-видео»

Заказчик: Университет НТИ 20.35

Период проекта: 15.10.2020 – 01.12.2020

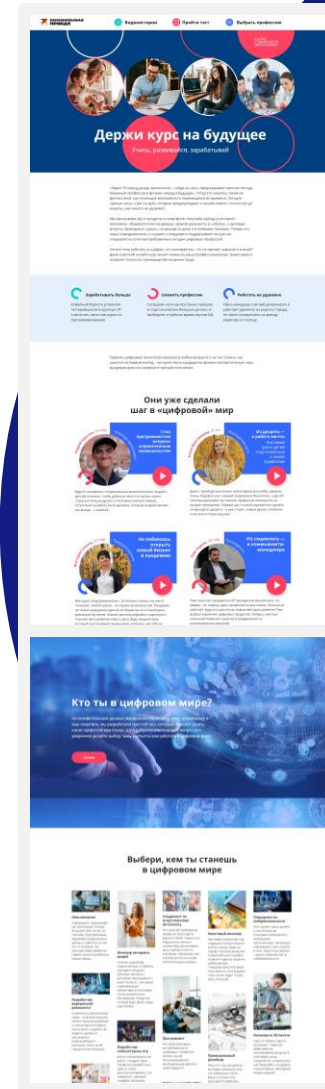
Описание проекта: проект посвящен программе персональных цифровых сертификатов федерального проекта «Кадры для цифровой экономики». Она реализуется с 2019 года для тех, кто хочет работать в «цифре», но сомневается, что ему не хватает навыков и знаний, кто хочет изменить свою профессиональную траекторию и получить преимущества на рынке труда

Наполнение:

- 10 видеосторий о простых людях из разных городов, с разным образованием и уровнем дохода, которые решили изменить свою жизнь и получили востребованную профессию
- Лендинг на сайте в индивидуальном дизайне с тестом, видео и информацией о профессиях и самом конкурсе
- Интеграция в редакционные seo-обзоры по цифровым профессиям
- Статьи в еженедельном выпуске газеты «КП»
- Интервью со спикерами на Радио «КП»

Статистика проекта:

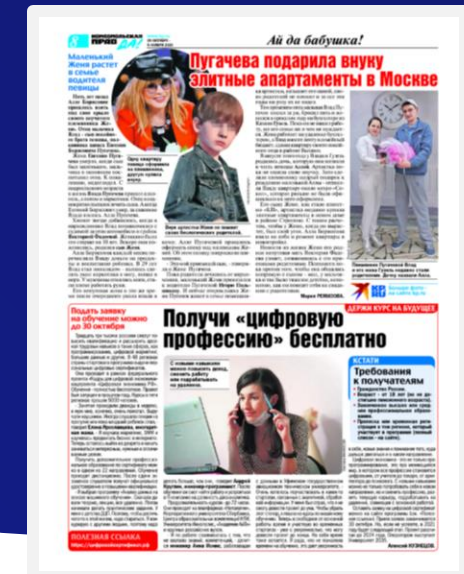
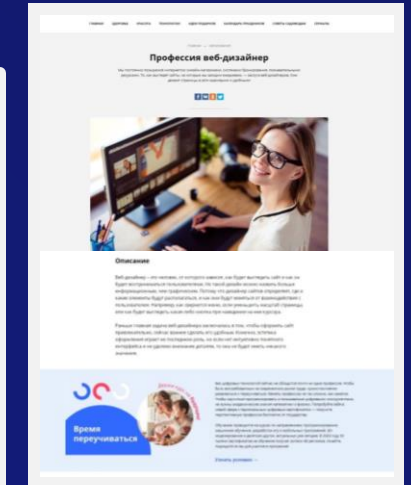
- Охват видео – 3 659 977
- Охват лендинга – 130 271
- Охват в газете – 3 804 600
- Охват в соцсетях – 3 659 977
- Охват seo-обзоров – 238 193



Видео



SEO-обзоры



Ударники Вязьмы

Галерея жителей г. Вязьмы, которые работают на разных производствах города

Заказчик: Газпромнефть

Период проекта: 1 месяц

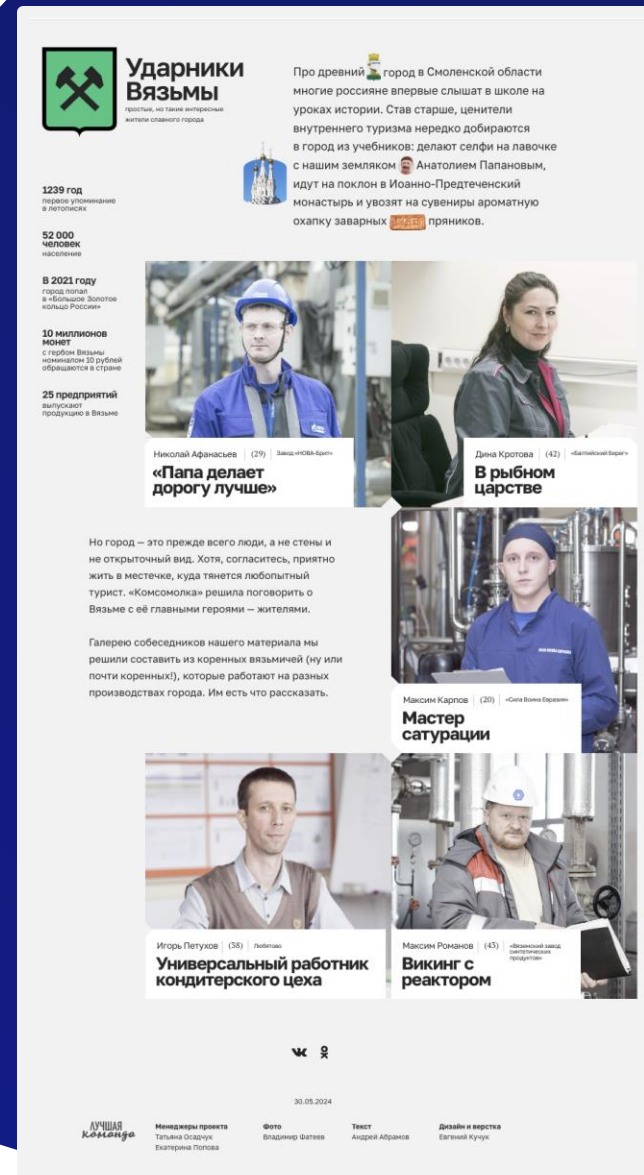
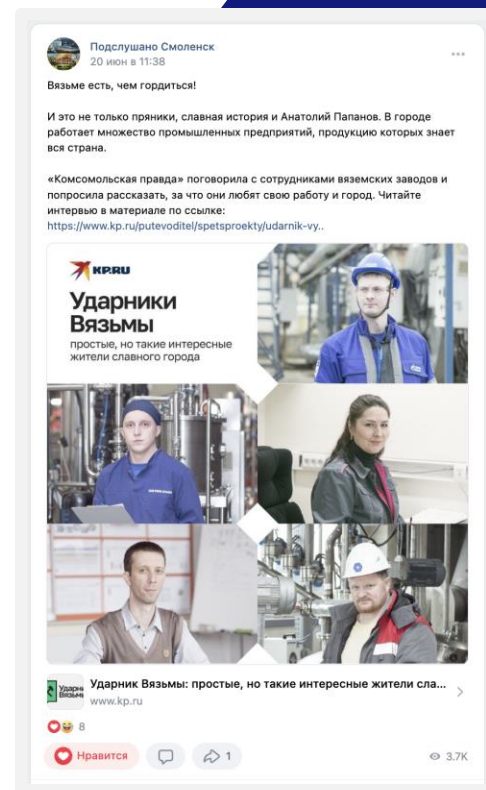
Описание проекта: искренний рассказ жителей Смоленской области — о работе, любимых местах и особенностях коренных вяземцев

Наполнение:

- Лендинг на сайте
- Посты в сообществах «КП-Смоленск»
- Посты в региональных СМИ – г. Смоленск и г. Вязьма

Статистика проекта:

- Общий охват проекта – 897 300
- Охват на сайте – 18 000
- Охват постов в соцсетях – 34 600



Герои малых городов

8 историй о традициях, любви и ...OZON

Заказчик: Ozon

Период проекта: 30.10.2024 – 01.12.2024

Описание проекта: через реальные, вдохновляющие и успешные истории владельцев Пунктов выдачи заказов в восьми регионах России, рассказываем:

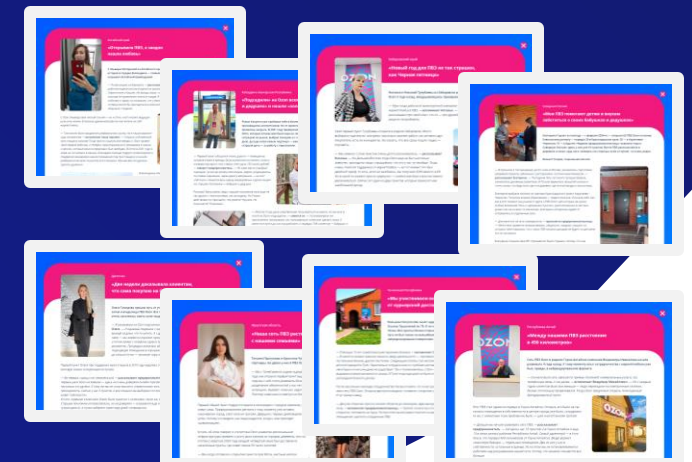
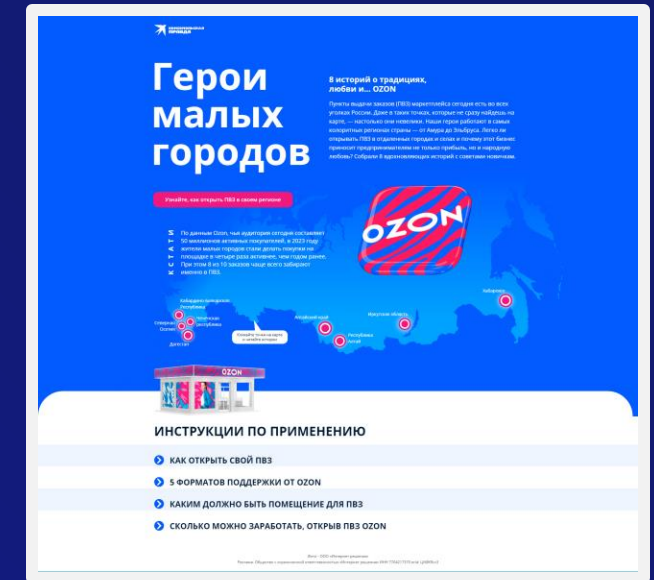
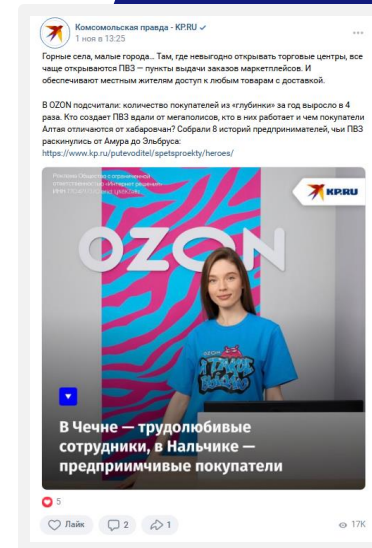
- Как открыть ПВЗ в своем регионе и что для этого нужно
- Меры поддержки от OZON для бизнеса
- Сколько можно заработать, открыв свой ПВЗ

Наполнение:

- Лендинг на сайте
- Пост в сообществах «КП» в соцсетях

Статистика проекта:

- Общий охват проекта с анонсированием – 1 340 243
- Охват на сайте – 42 264
- Охват в соцсетях – 22 603



Вперед, на Удокан!

Как не упустить свой шанс и внести вклад в историю страны

Заказчик: Удоканская медь

Период проекта: 03.09.2024 – 04.10.2024

Задачи проекта:

- Формирование имиджа компании как надежного работодателя
- Повышение лояльности соискателей к деятельности компании
- Привлечение квалифицированных кадров
- Обозначение приоритетов компании: Люди - одна из главных ценностей «Удоканской меди»

Наполнение:

- Лендинг на сайте
- Пост в сообществах «КП» в соцсетях
- Дополнительное продвижение постов на УФО

Статистика проекта:

- Общий охват проекта с анонсированием – 2 459 348
- Охват на сайте – 27 281
- Охват в соцсетях – 413 275

Удоканская правда - КРБД
4 сен 19:50

Удоканское месторождение – одно из крупнейших в мире. Работа на Удокане – это не просто хорошие условия труда, но и масштабные перспективы, повод для гордости.

На предприятие с «большой землей» можно попасть поездом – до станции Новая Чара, или самолетом до села Чара. Вагоновиком и сотрудникам предприятия компания оплачивает билеты до места работы.

- График работы для вагоновиков удобный – 45 дней через 45.

- Социальный пакет сотрудников впечатлительный: нематериальное страхование жизни по системе «шведский стол» за счет компании, полис ДМС, а также помощь в клиниках на всей территории России, дополнительные дни к ежегодному отпуску за работу в условиях Крайнего Севера, северный трудовой стаж для назначения пенсии.

- Заработная плата при работе вагоновым методом состоит из оплаты труда по часовому тарифу, «северной надбавки» или надбавки за особые климатические условия, районного коэффициента, надбавки за вахтовый метод работы, ежемессной и ежеквартальной премии за выполнение производственных задач, доплаты за сверхурочную или ночную работу, занятость в выходные и нерабочие праздничные дни.

- Проживание в комфортных модульных общежитиях по два или четыре человека в комнате.

- Меню «Удокана» разработано в Московском институте отраслевого питания с учетом норм потребления калорий в условиях Крайнего Севера, 2 раза в месяц ужин барбекю, дни национальной кухни и специальное меню на праздники.

- Каждый сотрудник после окончания испытательного срока – 3 месяца с даты трудоустройства – получает полис добровольного медицинского страхования (ДМС), действующий на всей территории России. Работники всегда могут обратиться за медицинской помощью на месте.

- Заниматься спортом можно в тренажерном зале с современным оборудованием и инвентарем или на открытых площадках.

- На всей территории вахового поселка доступен бесплатный высокоскоростной Wi-Fi.

- работают операторы сотовой связи Мегалон и Yota.

Стать частью команды можно уже сейчас:

- Позвонить по телефону: 8 800 350-04-54;
- Написать на электронную почту: rodion@udokanacopper.com <https://www.kp.ru/pubinfo/len/pressoproekt/udokan/>



ВПЕРЕД, НА УДОКАН!

Как не упустить свой шанс и внести вклад в историю страны

ДОРОГА ДЛИНОЙ ПОЛВЕКА

БАМ – великая стройка 20 века – и в этом году отмечает юбилей – 50 лет со дня открытия на Момыне на строительстве магистрали первого Восточного обхода железнодорожного коридора.

12 лет в рамках юбилейных мероприятий компания БАМ продолжает развивать инфраструктуру в 450 км. Здесь был поставлен важный рекорд. Так, например, самый длинный в России Северодвижкий тоннель достиг своей 14-километровой отметки.

БАМ вывел страну на новый виток развития. В самые отдаленные уголки Сибири с его помощью можно привезти оборудование, материалы, продукты питания, получить образование для детей, вести работу, экономить время страны. Там, где когда-то компания выполняла только транспортные задачи, сейчас – это труд, быть предприимчивым, инициативным, инициативным.

Инициативные люди сразу находят решения: по инициативе одного из работников в поселке Новая Чара, Чаринском районе на протяжении всей истории проектирования, строительства, работы и эксплуатации, компания инициировала создание территории по всему маршруту. Компания БАМ выдала земельные участки для размещения объектов. На территории, где раньше были только вагонные станции, появились объекты для размещения объектов инфраструктуры. И сейчас из них стал город – крупнейший исторический центр в стране.

МЕСТО ВСТРЕЧИ

В поселке можно встретить представителей различных фирм, выбравших вагонный вариант работы: здесь востребованы специалисты железнодорожного района, привезенные сюда из Чукотки, Сахалина, Камчатки, отсюда в автомобильном транспорте – из городов по территории дальнего востока, специалистов дальнего востока БАМ с опытом, привезенных на север Якутии. Многие люди, за последние 100 лет в районе 15-20 миллионов человек на берегу реки Селенги и в долине реки Селенги, работали для нас, развивая инфраструктуру на всем протяжении маршрута БАМ. Этой инфраструктурой пользуются миллионы жителей страны.




Один день в Ханты-Мансийске

Место силы на семи холмах

Заказчик: Газпромнефть ХМАО

Период проекта: декабрь 2024

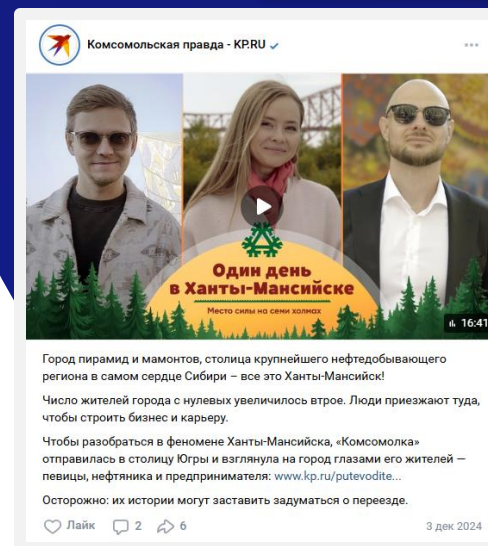
Описание проекта: мы решили узнать, в чем сила Ханты-Мансийска и посмотрели на столицу Югры глазами трех ее жителей: певицы, предпринимателя и нефтяника. Благодаря искренности историй из жизни людей он вызвал большой интерес: местные жители и не только – делились им в соцсетях, оставляли теплые комментарии. На нашу историю обратили внимание даже региональные власти, рассказав о нем на страницах Туристско-Информационного центра

Наполнение:

- Лендинг на сайте
- Специальный фильм в соцсетях «КП»: VK, OK, Дзен, Telegram, RuTube, YouTube, Viber
- Пост в сообществах «КП» в соцсетях

Статистика проекта:

- Общий охват проекта с анонсированием – 4 112 853
- Охват на сайте – 17 317
- Охват фильма – 1 069 568



Мультимедийное освещение профессионального события / праздника

Проект, чествующий представителей определенной профессиональной сферы. Позволяет рассказать о преимуществах работы в определенной компании, отметить и поощрить лучших сотрудников, представить вакансии

Статья на сайте

- **Формат:** 1 статья в разделах по теме – Здоровье, Наука, Общество с анонсом на главной странице сайта в данных блоках в течение суток
- **Охват:** 10 000 прочтений статьи, 250 000 охват с анонсированием
- **Стоимость:** 420 000 руб.

Брендирование главной страницы сайта

- **Формат:** Десктоп: billboard + боковые поля + 2 баннера между тематическими блоками в середине страницы. Мобайл: billboard + 2 баннера между тематическими блоками в середине страницы 300 *250
- **Период:** 3 дня
- **Охват:** 600 000 показов | **Стоимость:** 750 000 руб.

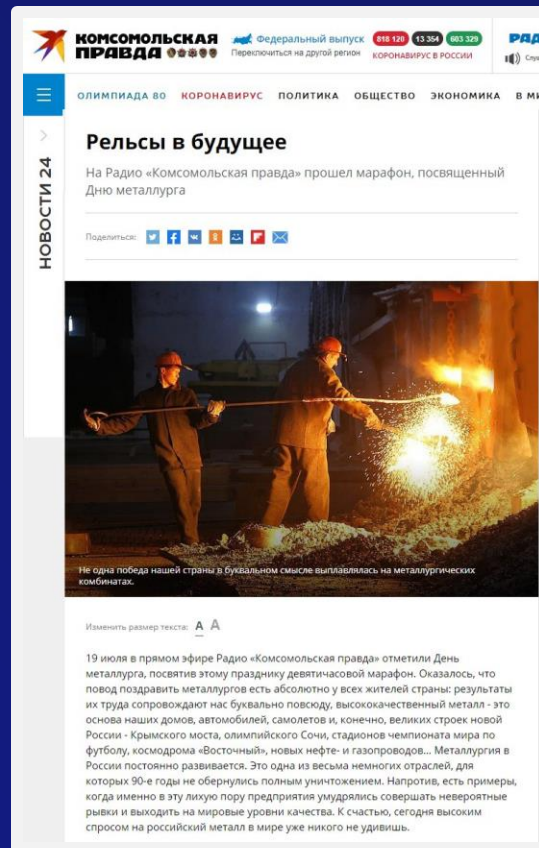
Посты-анонсы в сообществах «КП»

Формат: посты-анонсы с переходом на статью на сайте - картинка с текстом и ссылкой, 3 уникальных поста в трех соцсетях VK, OK, Telegram

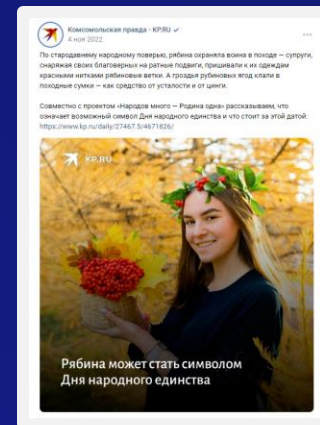
- **Период:** 1-2 дня
- **Охват:** 150 000 показов | **Стоимость:** 690 000 руб.

Стоимость указана по прайсу, без учета НДС. **Product cost в стоимость не включён.**

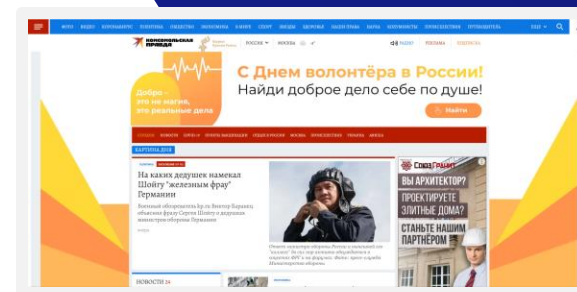
Статья на сайте



Пост-анонс в соцсетях



Брендирование главной страницы



Мультимедийное освещение профессионального события / праздника

Проект, чествующий представителей определенной профессиональной сферы. Позволяет рассказать о преимуществах работы в определенной компании, отметить и поощрить лучших сотрудников, представить вакансии

Аудиоформаты на радио «КП»

- **Формат:** исторические справки и неожиданные факты, хрон до 1 мин., 3 оригинальных выходов по 2 повтора, итого 9 выходов
- **Период:** 2 дня
- **Охват:** 871 800 прослушиваний | **Стоимость:** 225 000 руб.

Программа на радио «КП»

- **Формат:** «Гость в студии» на радио «КП», хрон до 22 мин.
- **Период:** 1 день
- **Охват:** 170 900 прослушиваний | **Стоимость:** 550 000 руб.

Брендинг еженедельного выпуска газеты «КП», Россия

- **Формат:** 1/16 вверху обложки, 1/1 на третьей полосе, горизонтальная плашка 1/16 всех внутренних полос, кроме рекламных (18 полос на Москву и 10 на регионы)
- **Охват:** 3 490 700 человек | **Стоимость:** 2 700 000 руб.

Общий охват и стоимость мультимедийного освещения

- **Охват с анонсированием:** 5 533 400
- **Стоимость:** 5 335 000 руб.

Стоимость указана по прайсу, без учета НДС. Product cost в стоимость не включён.

МЕДИАГРУППА
**КОМСОМЛЬСКАЯ
ПРАВДА**
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

Аудиоформаты
на радио



Программа
на радио



Брендинг номера



Индивидуальная онлайн-конференция

Онлайн-конференция HR-тематики с участием компании-партнера и приглашенных экспертов, с трансляцией в социальных сетях и итоговыми публикациями на медиаплощадках «КП»

МЕХАНИКА МЕРОПРИЯТИЯ

За неделю до старта конференции:

- на сайте KP.RU публикуется статья, с подробным описанием, представлением спикеров и формой для сбора вопросов
- на сайте и в соцсетях анонсируется конференция и сбор вопросов

Во время мероприятия:

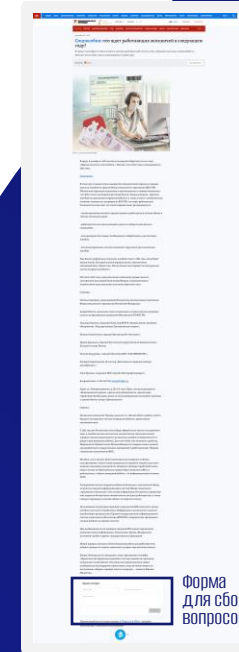
- все участники конференции собираются на специально созданной онлайн площадке для вебинаров (организация на стороне КП)
- прямой эфир ведется в сообществах «КП» на YouTube, OK, VK и на лендинге на сайте KP.RU

После мероприятия:

- запись конференции остается в лендинге бессрочно
- по итогу мероприятия в лендинг добавляется текстовое описание итогов конференции с комментариями всех спикеров и выводами

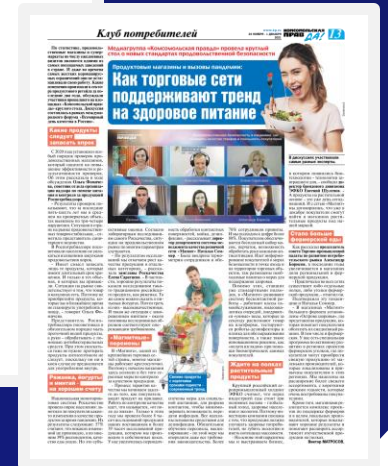
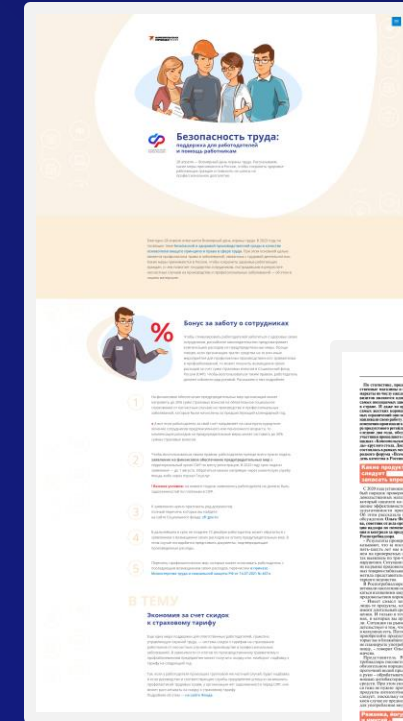
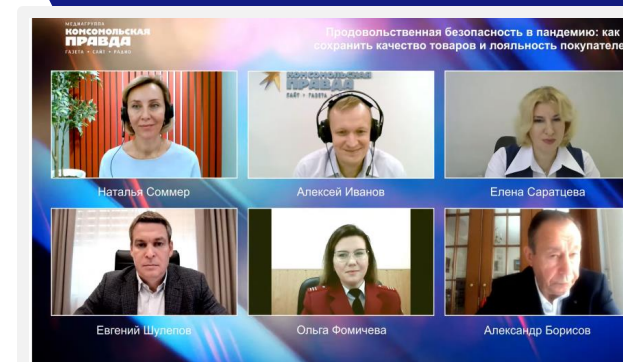
Итоговые публикации

Анонсирование



Форма
для сбора
вопросов

Онлайн-конференция



Индивидуальная онлайн-конференция

Примеры тем

- Проблемы трудоустройства людей старшего возраста в России
- Программы поддержки работающих мам: что может сделать социально ответственный работодатель?
- Рынок труда: где искать работу и какие новые возможности предлагают работодатели
- Социальная защищенность сотрудников. Опыт компаний в построении эффективной команды, работа по погружению в ценности компании
- Работа с молодым персоналом внутри компании, практики взаимодействия с вузами, наставничество и преемственность
- Забота о здоровье сотрудников — важная составляющая HR бренда
- Управление репутацией. HR привлекательность

Охват и стоимость на сайте и в соцсетях

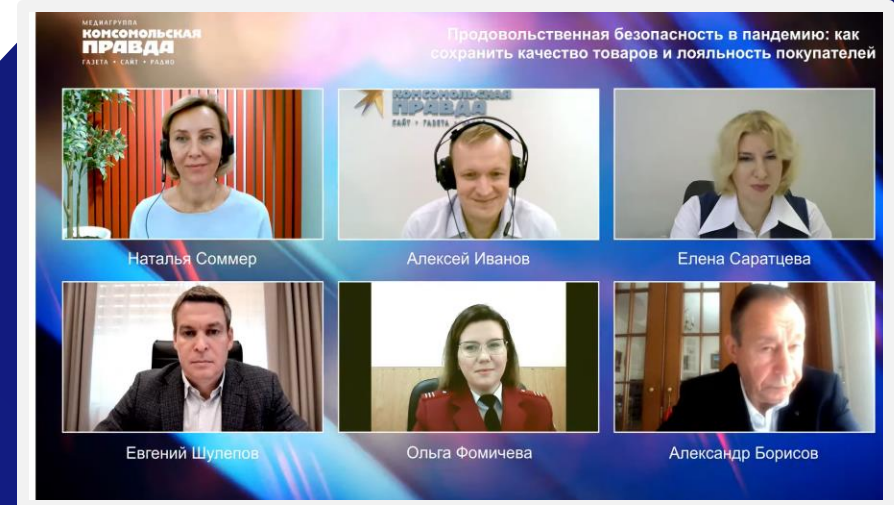
- **Охват с анонсированием:** 3 224 000
- **Охват лендинга:** 31 500
- **Охват трансляции в соцсетях:** 30 000
- **Стоимость:** 1 200 000 руб.

Стоимость статьи по итогам конференции в газете (тираж Россия):

Объем	Ежедневный выпуск «КП»	Еженедельный выпуск «КП»
1 полоса	1 350 000 руб.	2 585 000 руб.
2 полосы	2 700 000 руб.	5 170 000 руб.

Стоимость указана по прайсу, без учета НДС. **Product cost в стоимость не включён.**

Онлайн-конференция



Форматы конференций

- Презентации
- Дискуссии
- Диалоги (между работодателями и соискателями)
- Духоподъёмные лекции
- Телемост с регионами

Будь профи с «КП»!

Подростки и их родители встречаются в обозначенном месте, чтобы посмотреть и погрузиться в новые для себя профессии

Это не просто экскурсия – это нестандартный взгляд на привычные профессии.

Мы не рассказываем о профессии, мы даем попробовать стать: журналистом, инженером, врачом, преподавателем под руководством самых лучших представителей этих и многих других профессий

Проект расскажет всей стране о нужных профессиях словами самих подростков, словами профессионалов вашей компании и специалистов смежных областей: психологов, hr-ов и социологов

Участие в проекте

- Повысит узнаваемость бренда-работодателя: покажет рынку что ваша компания лучшее место работы, а также ваши корпоративные ценности
- Заинтересует подрастающее поколение востребованными в вашей компании профессиями
- Укрепит доверие и связь с потребителями через экспертность профессионалов внутри вашего бизнеса

Медиаподдержка – 500 000 руб.

- Отчётная статья на сайте KP.RU в выбранном разделе (Семья, Общество и др.)
Охват с анонсированием – 250 000 прочтений
- Интервью с представителем компании 8 мин. в рамках программы «Родительский вопрос», Россия
Охват – 171 700 слушателей
- Видеоподкаст «Будь Профи с КП!» – охват 30 000 прослушиваний



Послушать
подкаст



Посмотреть
видео



Прочитать
статью



Рубрика «Актуальные вакансии» в печатных изданиях

МЕДИАГРУППА
КОМСОМЛЬСКАЯ ПРАВДА
ГАЗЕТА • САЙТ • РАДИО

Пакетное размещение в рубрике «Актуальные вакансии» в журнале «Телепрограмма» и в еженедельном выпуске газеты «Комсомольская правда»

Размещение в журнале «Телепрограмма»

- **Формат:** логотип компании – 1 шт., QR-код ведущий на вакансию – 1 шт.
- **Охват одного выхода:** 4 758 400 чел.
- **Пакетная стоимость:**
 - за 24 выхода – 600 000 руб. (реализация за полгода)
 - за 48 выходов – 960 000 руб. (реализация за год)

Размещение в журнале «Телепрограмма» и в еженедельном выпуске газеты «Комсомольская правда»

- **Формат:** логотип компании – 1 шт., QR-код ведущий на вакансию – 1 шт.
- **Охват одного выхода:** 7 054 800 чел.
- **Пакетная стоимость:**
 - за 24 выхода – 1 150 000 руб. (реализация за полгода)
 - за 48 выходов – 1 800 000 руб. (реализация за год)

Газета «КП» weekly

Журнал «Телепрограмма»



Будем рады разработать для вас индивидуальный проект!

Медиагруппа «Комсомольская правда»

 Сайт медиагруппы «КП» - www.advert.kp.ru

 Сайт видеопродакшена «КП» - www.kp.ru/videoproduction/