

Развить ІТ-бренд: на пути к сердцу айтишника



КаргоКульт
2024

Любовь Соболева


Хабр • 2024

Содержание

Проблематика рынка IT-работодателей

Прокладываем путь к сердцу IT

Об исследовании IT-брендов

 **В сердце айтишников. Практика лучших IT-брендов**

Хейт айтишников к IT-брендам

 **Метим в сердце айтишников**

Агенда

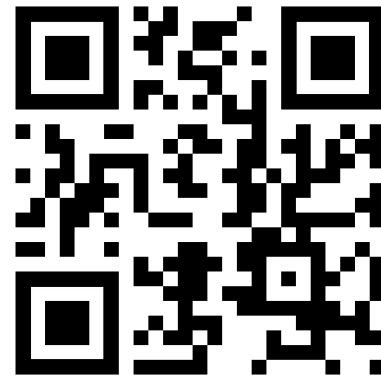
Обо мне

15 лет
в HR-маркетинге



Любовь Соболева,
руководитель
коммерческого
департамента в Хабре

Мой Telegram



Руководитель

агентства IT-брендов внутри
Хабра

Соорганизатор

всероссийского
исследования IT-брендов

HR-коуч,

сертифицированный
по стандартам ICF
и сертифицированный OKR-
коуч

О Хабре

18 лет на рынке

Аудитория — **13 млн**
вовлечённых в IT

500 клиентов — IT-
работодателей в год

На 4 из 5

оценивают клиенты
Хабра решение задач
IT-бренда

По данным клиентского
опроса — 2023

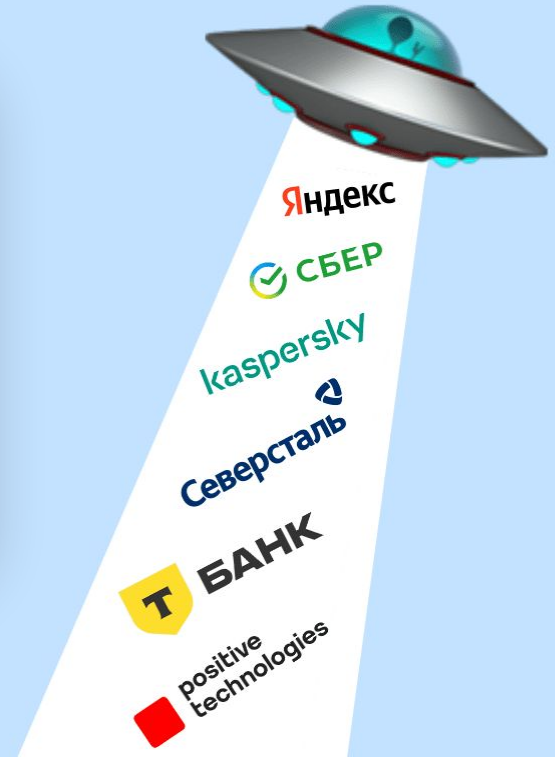
IT-бренд на Хабре

- **Компании — IT и не IT**

75% компаний на Хабре из IT-сегмента,
15% — не из IT-сегмента, остальные — делают продажи

- **Решают задачи HR-коммуникации**

60% клиентов решают задачи HR-коммуникации
на аудитории от middle и выше





Проблематика рынка IT-брендов



**Айтишник as is
и to be**



Реальный айтишник по фактам кадрам

Исследование выгорания

Вeehive
Хабр Карьера



95%

участников столкнулись
с выгоранием



44%

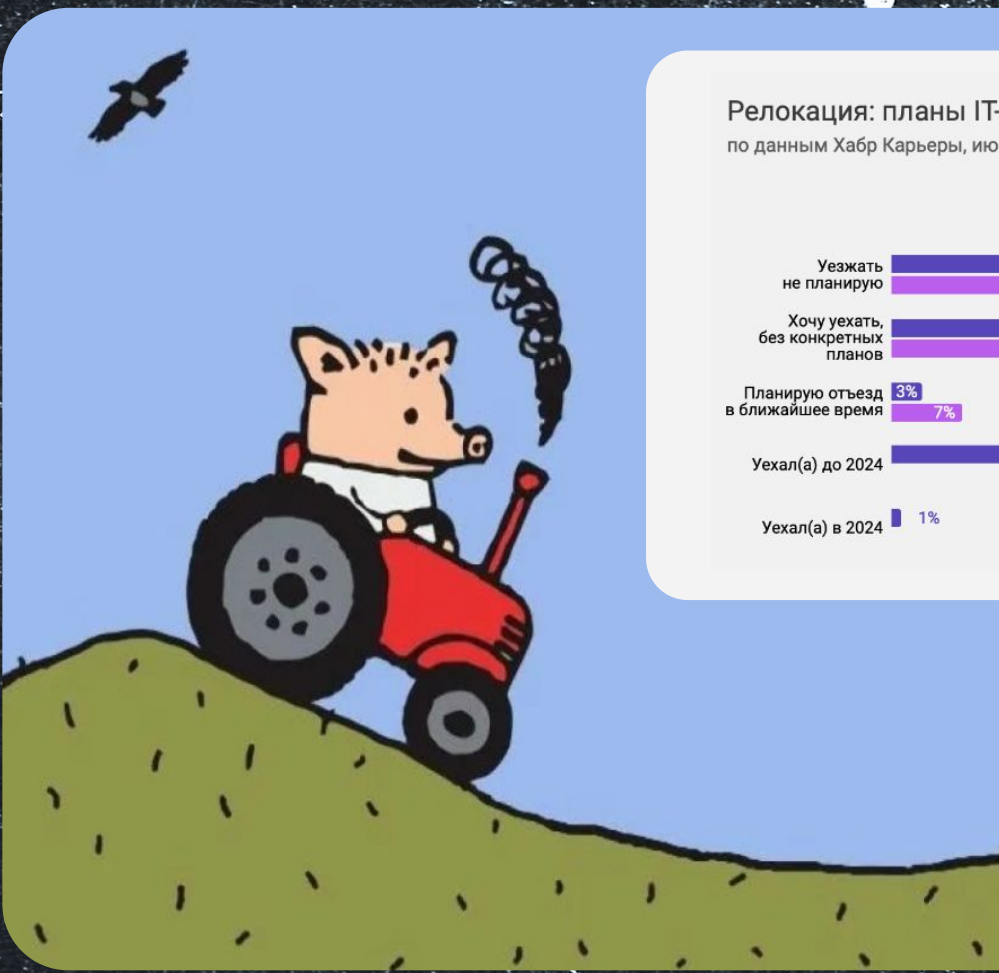
на поздних стадиях

Реальный айтишник:
горит, но не сгорает

СВЕРХЗАНЯТЫЙ АЙТИШНИК ПОКАЗЫВАЕТ СКОЛЬКО У НЕГО РАБОТ

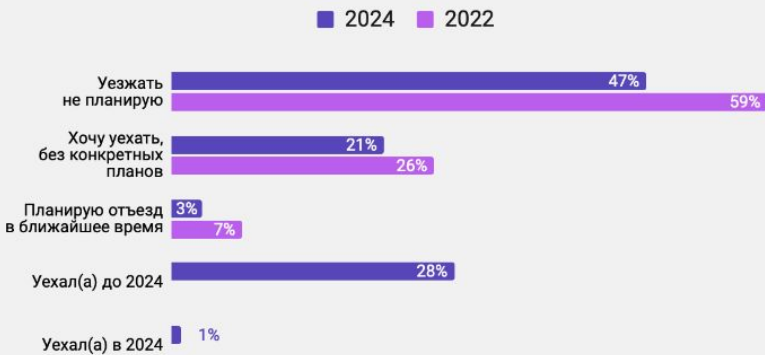


**Реальный айтишник:
нет времени, но есть желание**



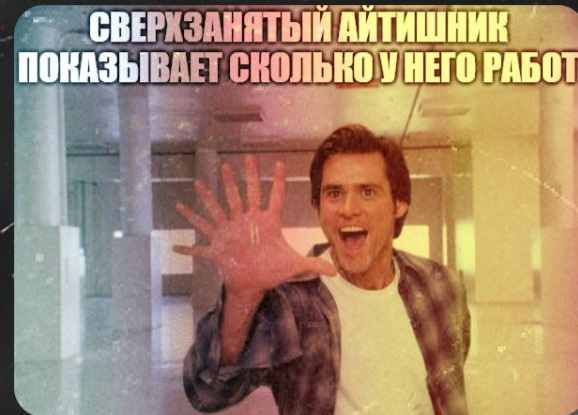
Релокация: планы IT-специалистов

по данным Хабр Карьеры, июнь 2024, 1121 ответ



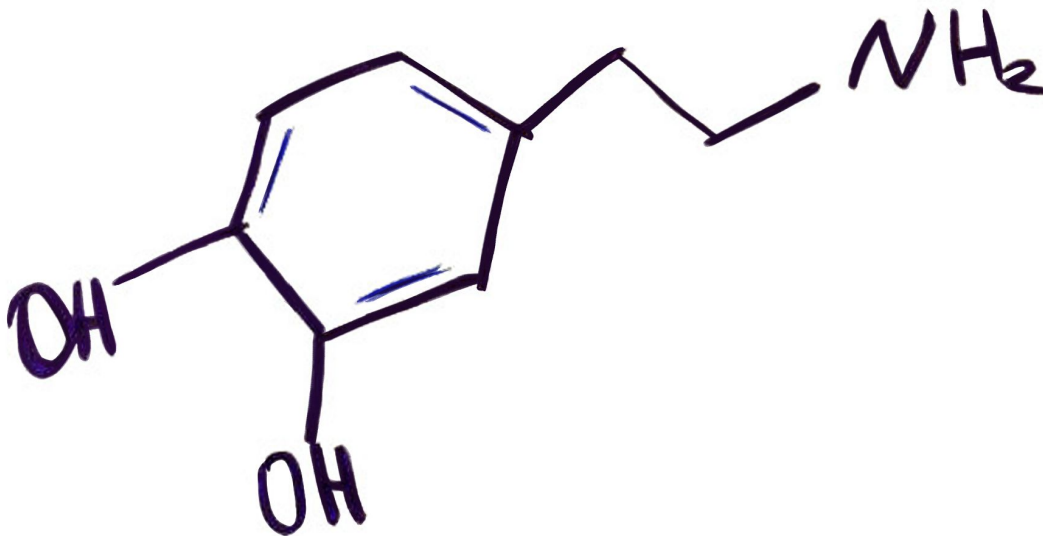
**Реальный айтишник:
если что — сбежит**

Реальный айтишник: as is





**Работодатель
в IT as is**



Работодатель в
IT to be

Реально идеальный айтишник

as is и to be



as is по фактам



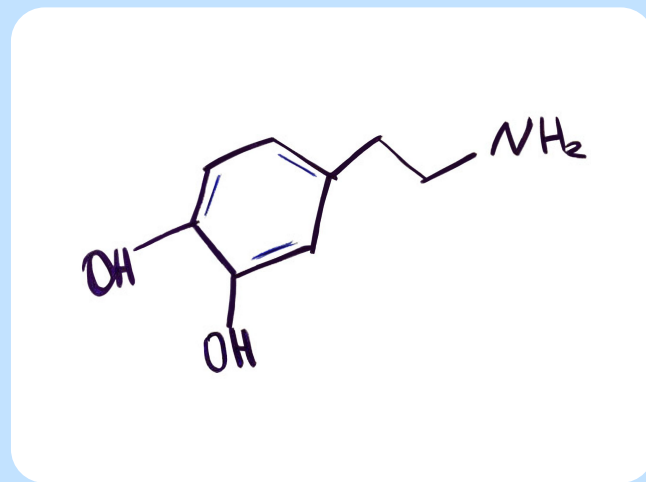
СВЕРХЗАНЯТЫЙ АЙТИШНИК
ПОКАЗЫВАЕТ СКОЛЬКО У НЕГО РАБОТ

Работодатель глазами компаний

as is

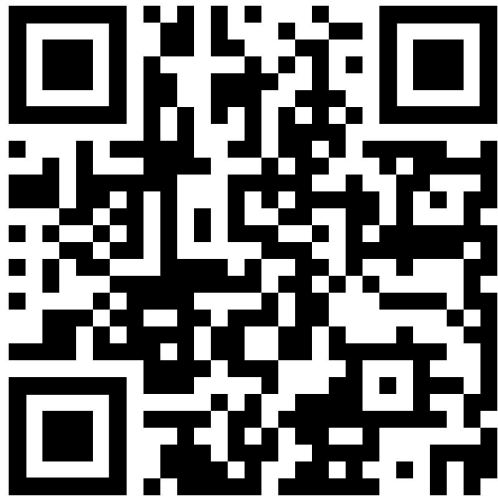


to be



**Отвечаем рынку
исследованием
Хабра и Экопси**

Отражаем проблематику: IT-работодатели в зеркале Хабра



- **Подсвечиваем:** зоны развития IT-работодателей
- **Даём решение:** значимые конкурентные преимущества для привлечения IT-профи
- **Выявляем:** инсайты рынка IT-работодателей

IT-бренд отсутствует у 83% компаний

- У **83%** компаний IT-бренда **нет**
- + У **17%** компаний IT-бренд уже **сформирован**





**Прокладываем путь
к сердцу IT**

Рейтинг IT-брендов заставляет сердце биться быстрее

Место в рейтинге	Компания	Сила IT-бренда	Узнаваемость	Оценили привлекательность как работодателя	Отрасль	Численность IT-специалистов
1	Positive Technologies	88%	54%	498	ИТ	От 100 до 1000
2	Авиасейлс	87%	94%	519	ИТ	От 100 до 1000
3	Лаборатория Касперского	84%	98%	1292	ИТ	От 1000 до 5000
4	OZON	84%	91%	808	E-com	От 1000 до 5000
5	2ГИС	81%	97%	219	ИТ	От 100 до 1000
6	Яндекс	80%	98%	5202	ИТ	Более 5000
7	Selectel	80%	56%	250	ИТ	От 100 до 1000
8	Тинькофф	80%	97%	3250	Fintech	Более 5000
9	Redmadrobot	80%	36%	166	ИТ	От 100 до 1000
10	Авито	79%	98%	1555	E-com	От 1000 до 5000
11	HeadHunter	79%	98%	358	ИТ	От 100 до 1000
12	Huawei	79%	97%	705	ИТ	От 100 до 1000
13	Nexign	74%	33%	183	ИТ	От 1000 до 5000
14	Точка банк	73%	77%	355	Fintech	От 100 до 1000
15	VK	73%	98%	2762	ИТ	Более 5000

Факторы привлекательности метят прямо в сердце IT-специалистов

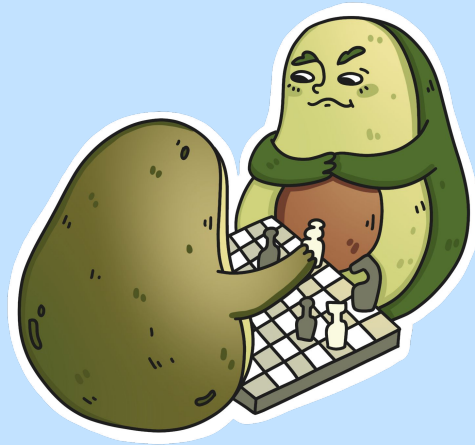
Значимость критерия – это отражение в критерии степени влияния его на привлекательность компании как IT-работодателя. Чем выше значимость критерия, тем больше компания привлекательна для соискателя, если он полагает, что она обладает такими качествами.

Высокая значимость			Средняя значимость			Низкая значимость		
№	Критерий	Знач-ть	№	Критерий	Знач-ть	№	Критерий	Знач-ть
01	Качество продуктов и услуг	8,8	17	Корпоративные "плюшки"	3,8	31	Социальная ответственность Компании	2,4
02	Профессиональная среда	7,5	18	Баланс между работой и жизнью	3,5	32	Возможность разрабатывать свой продукт	2,3
03	Возможности для личного роста	7,0	19	Гибкий график	3,5	33	Самостоятельность в принятии решений	2,3
04	Высокий уровень оплаты	6,9	20	Комфортность офиса	3,5	34	Темпы роста Компании	2,2
05	Соответствие ценностей Компании моим ценностям	6,8	21	Возможность работать из любой точки мира	3,1	35	Удобные инструменты коммуникаций в Компании	2,2
06	Ценность работы в компании для резюме	6,7	22	Работа "без записи и прослушки"	3,1	36	Зависимость дохода от собственной эффективности	1,8
07	Справедливая оплата труда в командах	6,2	23	Стабильность Компании	3,0	37	Интересная локация офиса	1,7
08	Интересное содержание работы	5,8	24	Масштаб и амбициозность проектов Компании	3,0	38	Возможность получить IT-льготы от гос-ва	1,6
09	Забота о физическом и ментальном здоровье сотрудников	5,6	25	Возможности профессионального обучения	2,9	39	Культура многообразия (Diversity & Inclusion)	1,5
10	Хорошие отношения в коллективе	5,4	26	Творческая атмосфера	2,8	40	Продукты и сервисы для импортозамещения	1,4
11	Интерес руководства Компании к мнению сотрудников	5,1	27	Возможность выбора проектов	2,6	41	Компания с гос. участием	1,1
12	Современный стек технологий	5,1	28	Международный статус Компании	2,6			
13	Экологичное отношение руководителя к сотрудникам	4,9	29	Соцпакет и страховка	2,6			
14	Современные подходы к управлению проектами	4,8	30	Скорость построения карьеры	2,5			
15	Инновационность проектов Компании	4,7						
16	Яркая корпоративная культура	4,6						

значимость критерия выросла за год
 значимость критерия снизилась за год

Об исследовании:
продукты исследования / условия для оргразвития

Стучитесь в IT-сердце с помощью стратегии и коммуникации








В сердце айтишников. Практики лучших IT-брендов

(Паттерны успеха IT-брендов)

Рассмотрим несколько практик по трём факторам

-  Возможности личного роста
-  Профессиональная среда
-  Соответствие ценностям

Рассмотрим несколько практик по трём факторам:

- 1. Личностное развитие
(Positive Technologies, AvitoTech, Инфосистемы Джет)**
- 2. Профессиональная среда (Kaspersky, КРОК)**
- 3. Соответствие ценностям (Точка, Детмир Тех, 2ГИС)**

В чём сила IT-брендов

Создают свою аудиторию и управляют ею

Лучшие компании работают на уровне...




- ...**стратегии** (метят в свою аудиторию и делают предложения для неё)
- ...**людей** (обучают людей)
- ...**коммуникации** (доносят в коммуникации)





Хейт айтишников к IT-брендам

Рассмотрим причины хейта по исследованию IT-бренд на примерах статей с Хабра

-  Продуктовый хейт
-  Менеджерский хейт
-  Процессный хейт

С хейтом сталкиваются крупные компании

- 1 Крупные IT-компании имеют поляризованный имидж в глазах соискателей
- 2 С хейтом можно и нужно работать
- 3 Хейт — отправная точка развития



SPF против лучей ненависти

Учимся реагировать на хейт

По закону эмпатии:

- Признать эмоции (свои, аудитории и всех задетых)
- Оказать эмоциональную поддержку нуждающимся

По закону PR:

- Ответить публично
- Действовать конструктивно





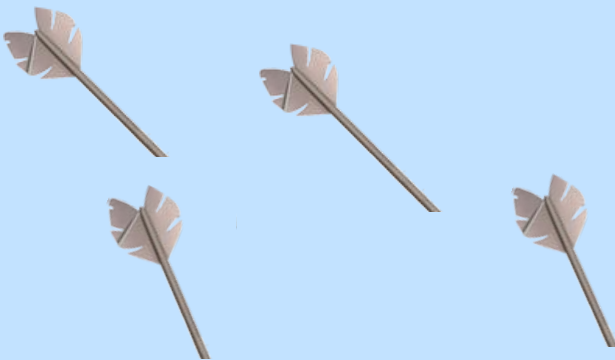
**Но это лишь 17% компаний,
а что остальные 83%?**

**Только у 17% есть устоявшееся
позиционирование в IT**

**Про 83% компаний
у IT-специалистов нет мнения**



**83% компаний распыляются,
коммуницируют
неэффективно, неярко или не попадают
в потребность аудитории**





Почему?

Взаимодействие — двусторонний процесс

Работники влияют на компанию,
компания — на работников



*Выводы смысловые
Взаимодействие —
двусторонний процесс*

**С одной стороны:
компании не проявляют
реальной картины
айтишника**



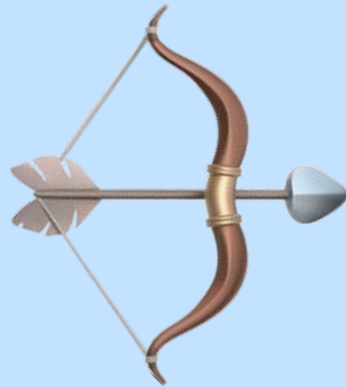
Выводы по блоку

**Взаимодействие —
двусторонний процесс**



**С другой стороны:
айтишники не знают,
что в ЭТИХ КОМПАНИЯХ
можно работать**

Метим в сердце айтишников

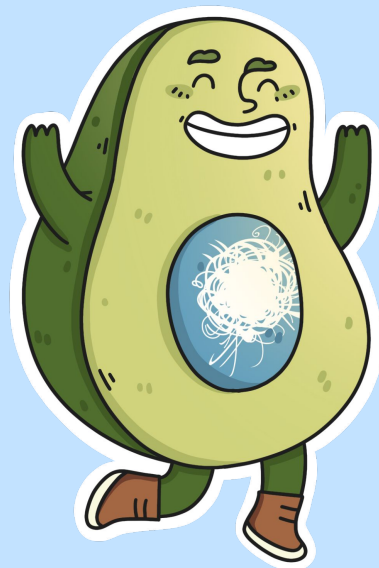


Рассмотрим пример пути к сердцу айтишника на примере цифровизирующегося банка

83% компаний на пути к IT-брендам

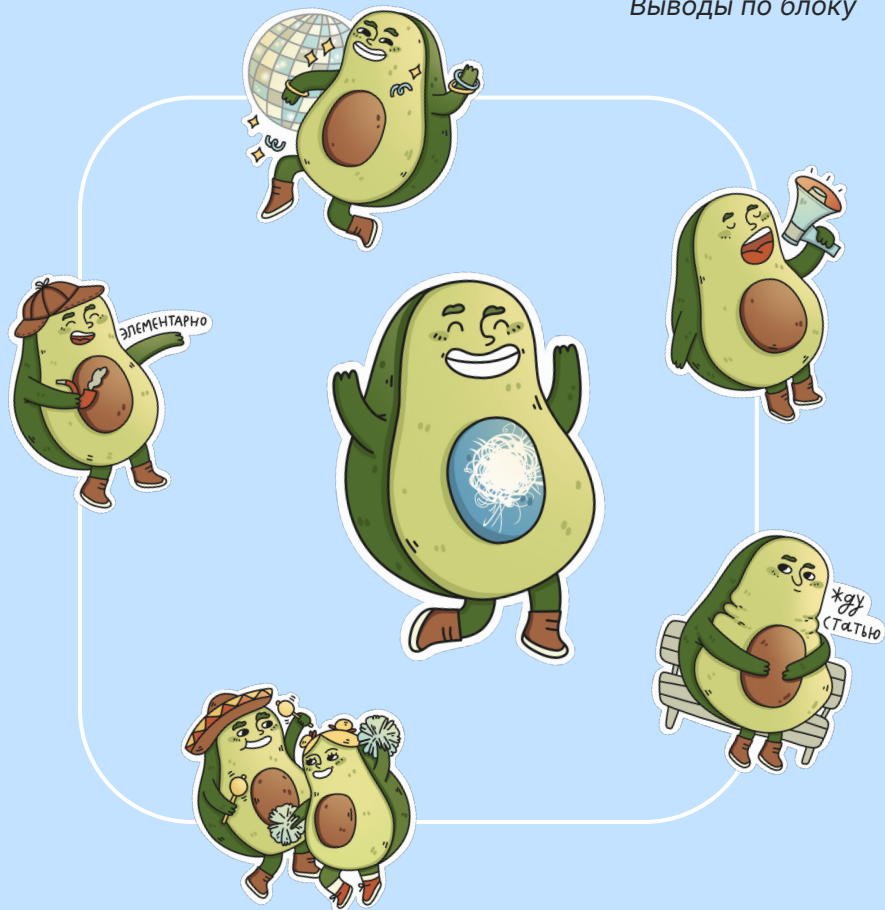
Компаниям необходимо **взаимодействовать** с IT-аудиторией:

1. **Признавать потребности** своей аудитории
2. **Изучать потребности** своей аудитории
3. **Создавать конкурентные преимущества** для IT-специалистов
4. **Доносить их** в коммуникации



IT-специалисты узнают о ваших компаниях

- Это создаст **знание** о большей части IT-рынка для IT-специалистов
- Это **увеличит привлекательность** IT-компаний для айтишников в 2-3 раза
- ...что **поможет решению HR-задач** компаний

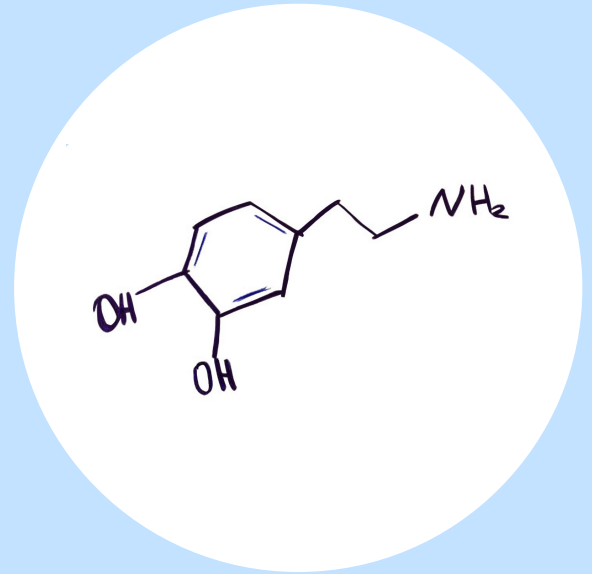


Когда мы усилим себя

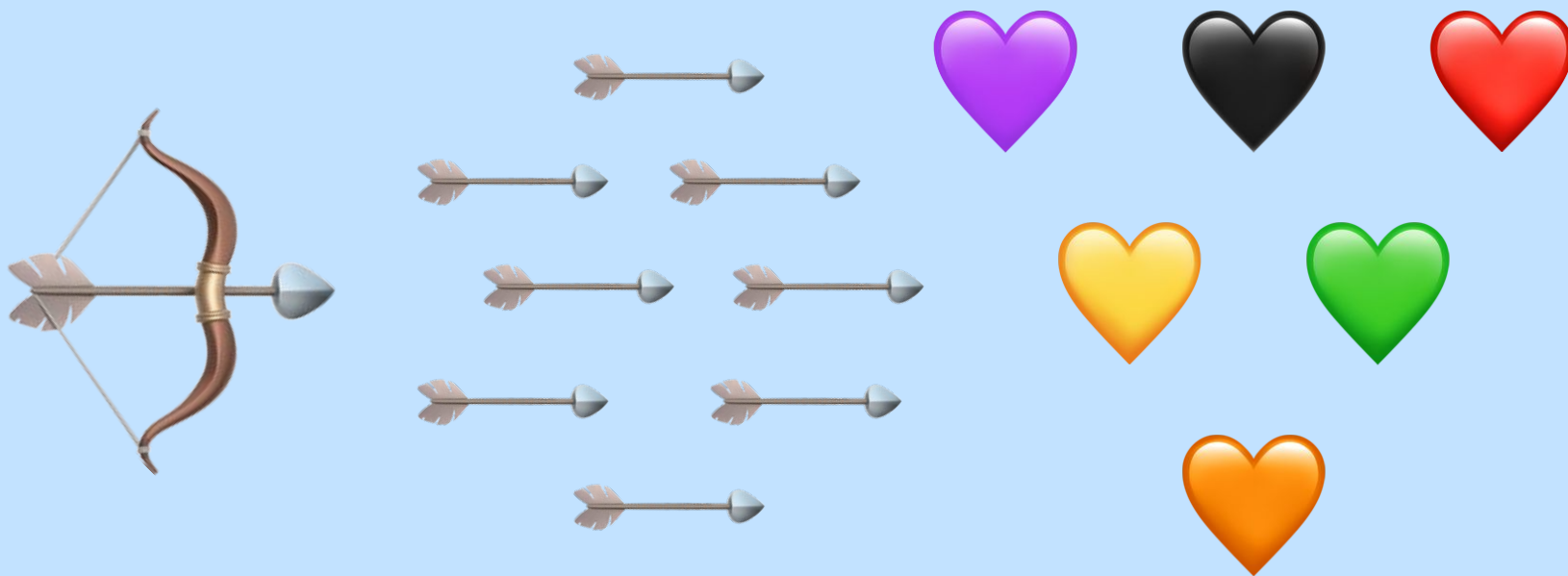
Сильные IT-бренды сами создают свою аудиторию, а для этого нужно усилить себя

Как качественно усилить себя:

- Слушать сотрудников и подходить **индивидуально** к каждому
- **Развивать сотрудничество внутри** компании: организовать взаимодействие помогающих служб для работы над IT-брендом (сотрудничество HR- и PR-служб, маркетинга и технических директоров)
- Развивать компетенцию **«IT-бренд»**



В сердца айтишников бахнули стрелы



Исследование «IT-бренд 2024»

Итоги
исследования
«IT-бренд 2024»

>> *coming soon*



Путь к сердцу айтишника через Хабр

