

Видео, как инструмент привлечения кандидатов и продвижения HR-бренда.

Как снять своими силами с 0 бюджетом

Наталья Попова
HR-эксперт
12 лет в сфере HR

10 000 интервью
1500 счастливым людям помогла найти
работу

Founder стартаппроекта [HRAngel](#)
Автор подкаста Бизнес Кейс Шоу

Работала в крупных российских и
международных компаниях
Softline, Pepsico, BCS



Тренды

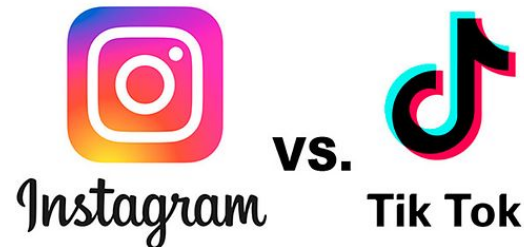
- <https://livejobs.pt/> Видео-платформа для рекрутинга. Запустились год назад в Португалии. Клиент создает список вопросов в виде текста, отправляет кандидатам, кандидаты отвечают на вопросы в формате видео.
- <https://slync.com/> Видео-резюме для тех, кто ищет недавних выпускников и молодых специалистов. UK.
- Vsv <https://vcv.ru>
- Preinterview <https://preint.ru>
- Skillas <https://skillaz.ru>

Это 3 платформы которые уже решают задачу записи интервью с кандидатами, которые хотят работать в компании. У каждой из этих платформ много разных функций дополнительных.
- www.HRAngel.ru решает задачу презентации компании, снимает внутренний видеоконтент для компаний.

Видео и фото контент - будущее контент-маркетинг? А вот что говорят о видео-маркетинге эксперты ведущих digital компаний*

1. 2021 г. трафик на видео контент будет занимать более 82% от всего трафика в интернете;
2. Видео ролики в социальных сетях в 2016 г. уже использовали 60% маркетологов;
3. Смотреть видео ролик о продукте будут в 4 раза больше потребителей, чем читать о нем;
4. Видео ролики продолжительностью не более 2 минут более популярны. Если сравнивать их и ролики с хронометражем свыше 7 минут, у коротких видео вовлеченность будет на 40% больше;
5. Увеличить использование видео планируют 73% маркетологов;
6. У компаний, использующих видео-маркетинг, на 27% выше отклик (CTR) и на 34% выше уровень конверсии их сайтов
7. Ожидается, что в 2023 году число пользователей социальных сетей в ми

достигнет почти 3,43 миллиарда человек (Statista, 2020).



*Источник: blog.bufferapp.com

Поколение Y и Z Миллениалы и центениалы

Демонстрировать, не говорить!

Разнообразие контента (с музыкой, красочное, с запоминающимися элементами). Информация, представленная в форме видео, инфографики или фото.

Сведите к минимуму телефонные звонки

Телефонные звонки **нарушают их частное пространство.**

Используйте мессенджеры, соц. сети., чаты, группы, сообщества для первого контакта с ними.

Миллениалы при принятии решения о покупке в 4 случаях из 5 будут учитывать видеоматериалы.



Александр Мехоношин
Специалист службы
внутрикорпоративных коммуникаций

Зачем снимать видеовакансию?

- Привлечь кандидатов. Отделиться от конкурентов.
- Массовая вакансия. Вы постоянно ищите персонал на данную позицию.
- Узкая сфера деятельности компании.
- Хотите сделать более узнаваемым HR-бренд компании.
- Ваша ЦА **Миллениалы и центениалы**
- **Для каких вакансий точно не нужно снимать вакансии?**
- Вы легко закрываете вакансии другими источниками.

Как снять видеовакансию своими силами?

- Определить цель.
- Videовакансия или видео о компании, с целью продвижения HR-бренда.
- Где будет размещена видеовакансия?
- Написать сценарий.
- Устроить кастинг среди сотрудников и выбрать актеров.
- Снять, смонтировать, получить крутой результат

Где размещать видеовакансию?

- Официальный сайт компании (раздел работа). Лендинг на конкретную вакансию.
- Плюсы: Удобно настраивать таргет и тестировать гипотезы.
- Собирать отклики кандидатов.
- Соц. сети компании, YouTube канал.
- Отправлять кандидатам видео + информацию о вакансии на почту или в мессенджеры.

Сценарий

Мозговой штурм или привлекаем сценариста.
На основании сценария, рассчитывает смету на съемку.



*Напишите мне и я отправлю вам варианты сценария.

Кастинг среди сотрудников. Как провести?

- Вовлечение. Изучаем ценности и мотивацию наших сотрудников, почему они выбрали именно вашу компанию.
- Запустить опрос с открытыми и закрытыми вопросами, почему они выбрали нашу вакансию
- Предлагаем записать видео на 1 минуту и ответить на вопрос, что мотивирует сотрудников работать в вашей компании.
- Вводим плюшки и бонусы, для тех, кто хочет принять участие в съемках.
- Подводим итоги кастинга.
- Проводим встречу перед съемками, даем инструкции.

Продолжительность ролика + стоимость

- Видео ролики продолжительностью не более 2 минут более популярны. Если сравнивать их и ролики с хронометражем свыше 7 минут, у коротких видео вовлеченность будет на 40% больше.
- Наши наблюдения до 1 минуты.
- Вертикальный и горизонтальная съемка, зависит от того, где планируете размещать (Instagram, Tik Tok, LinkedIn, корпоративный сайт, ютуб).
- Стоимость до 100 т.р.
- Бюджетные ролики “на телефон” плюсы минусы. Оформление, обложка, наложить текст.
- Стоит ли собирать команду?

День X съемочный день.

Удачное видео это работа команды:
сценариста, режиссера, актеров и оператора + локация для съемок.



Благодарю за внимание.