



Задача для конкурса студенческих команд «Лучник Будущее»

«Лучший работодатель России: как укрепить бренд работодателя Т-Банка»

О КОМПАНИИ	<p>Т-Банк — финансовая онлайн-экосистема на базе одного из крупнейших независимых цифровых банков в мире с фокусом на лайфстайл-банкинг. Занимает второе место среди российских банков по количеству клиентов и предоставляет полный спектр финансовых услуг для частных лиц и бизнеса. Т-Банк развивает AI-технологии для собственных продуктов и для всего научного сообщества.</p> <p>Команда Т-Банка – это 90 тыс сотрудников. Штаб-квартира T-Space находится в Москве на Грузинском Валу – это две высотные башни, в которых пространство организовано по принципу «город в городе» с рабочими зонами и местами для отдыха сотрудников. В офисе есть собственная медицинская клиника, фитнес-зал, рестораны и кофейни, аптека, библиотека и зона буккроссинга, парковка для электросамокатов и велосипедов и другие сервисы. В 2024 году штаб-квартира победила в премии Best Office Awards. Центры разработки Т-Банка также открыты в 23 городах России.</p> <p>В Т-Банке работает большое число сотрудников, и все они делятся на две категории: HQ — т.е. сотрудники хэд-офиса (разработчики, инженеры, дизайнеры, маркетологи, системные аналитики и пр.), а также операционные подразделения — т.е.сотрудники службы поддержки, отвечающие на вопросы клиентов в чатах мобильного приложения и колл-центре, а также представители — сотрудники, доставляющие клиентам продукты.</p>
ЦЕЛИ	<ol style="list-style-type: none">1. Укрепить позиционирование Т-Банка как лучшего технологического работодателя России в сегменте IT и финансы2. Выйти в топ-3 брендов по узнаваемости у аудитории операционных и линейных сотрудников: поддержка, представители банка
ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ	<p>Операционные и линейные сотрудники: служба поддержки (поддержка колл-центра, в чатах мобильного приложения), представители банка (сотрудники, доставляющие продукты Т-Банка клиентам)</p> <ul style="list-style-type: none">• Молодежь без опыта работы / с минимальным опытом (18-24 года)• Рабочее население России с образованием среднее/высшее, широкий пул профессий в опыте (25-34 года)• Рабочее население России с образованием среднее/высшее, последние места работы связаны с клиентским сервисом (35-50 лет) <p>HQ (штатные сотрудники: IT+nonIT)</p> <ul style="list-style-type: none">• Студенты и выпускники топовых вузов (18-24 года)

	<ul style="list-style-type: none"> • Рабочее население России с высшим образованием топовых вузов страны, специальности: IT/маркетинг/реклама/юриспруденция/HR/дизайн/менеджмент/бизнес (25-35 лет)
ЗАДАЧА	<p>Разработать PR-кампанию по продвижению бренда работодателя на ближайший календарный год с учетом целей:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Менять массовое отношение к операционным профессиям (служба поддержки, представители) На рынке должно укрепиться четкое понимание, что профессии представителей и службы поддержки – это профессии “со смыслом”, для тех, кто любит проявлять заботу и неравнодушие по отношению к другим 2. Повысить осведомленность среди массовой аудитории о преимуществах работы в Т-Банке с точки зрения операционных специалистов (представители, поддержка). Формирование образа стабильной и надежной компании с возможностью гибкого графика и удаленной работы, вертикального и горизонтального роста, различных “плюшек” для этой аудитории 3. Генерировать разноформатные поводы для построения HR-бренда технологического лидера, направленные на сегмент HQ (IT+nonIT)
ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ	<ul style="list-style-type: none"> • Разработка креативных идей и инфоповодов, которые повышают информированность о Т-Банке как бренде работодателя • Формирование имиджа бренда работодателя Т-Банка как одного из лучших работодателей в сегментах финансы и IT • Идеи и форматы для стратегической кампании для укрепления сильных сторон бренда на разные ЦА (операционные специалисты, HQ) • Подобрать PR-инструменты, релевантные для каждой из целевых аудиторий
МАТЕРИАЛЫ	<p>https://hh.ru/interview/33230 https://www.pravilamag.ru/articles/736909-skazka-kotoraya-stala-realnostyu-kak-finteh-giganty-sozdayut-tehnologii-pohojie-na-volshebstvo/</p>
КОНТАКТЫ	<p>Марина Прохорова: m.prokhorova@tbank.ru, +79779056560</p>