Организационное развитие: структура, состав, роли, взаимодействие

Структура — проектная сетевая (фриланс-пул). Обоснование: медиа работает проектными циклами (контент, экспедиции, ивенты), фриланс снижает постоянные затраты и позволяет масштабировать нагрузку. Управление — через руководителя, редактора, арт-директора и продюсера мероприятий.

Состав: 15 ролей, все фриланс.

- Управление: руководитель — 1. Стратегия, бюджет, партнёры, финальные решения.
- Контент: редактор — 1 (контент-стандарт, качество, фактчекинг); копирайтеры — 2 (тексты, сценарии, адаптации).
- Экспедиции: кураторы экспедиций — 3 (сценарии, логистика, герои, сопровождение).
- Визуал: арт-директор — 1 (визуальный стиль, бренд-гайд); дизайнеры — 2 (графика, обложки, адаптации).
- Ивент-блок: продюсер мероприятий — 1 (мероприятия, офлайн-активации, бюджет и подрядчики ивентов); ивент-дизайнер — 1 (оформление мероприятий и активаций).
- Коммуникации: PR-менеджеры — 2 (медиаохват, репутация, партнёрства).
- Дистрибуция: SMM-специалист — 1 (контент-план соцсетей, публикации, отчёты).

Сотрудники: 0. Фриланс: 15 ролей. ИИ: не отдельная роль, а инструменты (черновики, транскрибация, мониторинг, аналитика); бизнес-ответственность всегда на человеке.

Точки взаимодействия:

- Контент: редактор → копирайтеры → фактчекинг → SMM → публикация.
- Экспедиции: кураторы → арт-директор/дизайнеры → PR → SMM.
- Ивенты: продюсер мероприятий → ивент-дизайнер → PR → SMM → кураторы.
- Визуал: арт-директор → дизайнеры → SMM/ивент-дизайнер.

2. EVP и бренд работодателя

EVP из 4 пунктов:

1. Реальные истории и портфолио — проекты, которые можно показать: экспедиции, документальные форматы, сильные герои.
2. Свобода формата и гибкий график — работа под задачи, без офисного присутствия.
3. Быстрый результат и видимый вклад — автор/дизайнер/куратор видит свой материал в публикации и в охватах.
4. Сообщество «своих» — закрытый клуб, взаимопомощь, совместные выезды и ивенты.

Креативная идея продвижения: Telegram-канал «Занесло. Изнутри» — короткие логи редакции: как выбираем героя, что вырезали, сколько стоил выезд, что сломалось в логистике. Раз в месяц — «открытый бриф»: подписчики предлагают тему, лучшую берём в производство с указанием автора идеи.

3. План подбора: Job Description + каналы

- Задачи: вести контент-план соцсетей; публиковать и адаптировать материалы под платформы; готовить отчёты по охватам и вовлечённости; согласовывать публикации с редактором и PR; тестировать заголовки и форматы.
- Требования (must-have): опыт ведения соцсетей медиа/бренда; опыт составление контент-планов, знание трендов в социальных сетях, понимание форматов коротких видео; грамотность; умение работать по брифу и в дедлайне.
- Nice-to-have: погруженность в сферу креативных индустрий/туризма; базовый монтаж и съёмка.
- Условия: волонтёрская роль, гибкий график, доступ к экспедициям и ивентам, портфолио на реальных проектах, рекомендации.

Каналы подбора:

1. Нетворкинг в вузах (журфак, медиакоммуникации) — доступ к мотивированным студентам
2. Профильные Telegram-каналы и чаты (медиа, SMM, путешествия) — там сидят специалисты, которые уже в теме; быстрый отклик.
3. Рекомендации текущих волонтёров (реферальная программа) — выше совпадение по культуре и ниже риск.

4. Система адаптации smm-специалист: первый месяц

- До старта: вводная памятка, доступы, манера общения, редакционная политика, план публикаций, показатели, соглашение о неразглашении. Результат: понимает стандарты и доступы.
- Неделя 1: наблюдение за работой наставника, 2 поста под проверку, ежедневная сверка. Результат: погружение в образ.
- Неделя 2: самостоятельный план публикаций на неделю, 3 адаптации, первый отчёт. Результат: первые самостоятельные задачи.
- Неделя 3: ведёт рубрику, предлагает 2–3 новых формата, согласует публикации, сравнивает варианты заголовков. Результат: ответственность за рубрику и форматы.
- Неделя 4: защита плана на месяц и отчёта. Результат: оценка и план на 30–60–90 дней.

Критерии успеха: не менее 8 публикаций, принятый план, 1 отчёт, предложено и протестировано не менее 2 новых форматов, нет критических ошибок, самостоятельность за 30–45 дней. Наставник — руководитель, качество — редактор.

5. Развитие и обучение: образовательный выезд для кураторов экспедиций

Формат — двухдневный образовательный выезд для кураторов экспедиций (раз в полгода, без денежного вознаграждения участникам).

Главная цель выезда — сделать следующие экспедиции более подготовленными: меньше срывов, точнее логистика, сильнее истории, безопаснее маршруты. Выезд проводится, чтобы кураторы вернулись с готовыми решениями для ближайших экспедиций клуба.

Как устроено:

- Выезд проходит на площадке будущей экспедиции или в недорогом загородном центре. Организационную часть (транспорт, проживание, питание) покрывает бюджет клуба в рамках статьи «Мероприятия и экспедиции».
- Программа строится вокруг реальных задач клуба: как выбрать героя и место, как выстроить логистику и безопасность, как собрать историю и снять материал в полевых условиях.
- Ведущие — опытные кураторы и приглашённые практики (по возможности — на волонтёрской основе или в обмен на упоминание). Первый день — теория и разбор кейсов, второй — практика: команды прокладывают маршрут, проводят пробную съёмку, готовят черновик истории и чек-лист подготовки к выезду.
- По итогам выезда каждый куратор получает разбор и план развития; лучшие маршруты, чек-листы и идеи сразу идут в производственный план следующих экспедиций с указанием авторства.

Связь с целями клуба: выезд напрямую повышает качество экспедиций и контента — меньше срывов, сильнее истории, безопаснее логистика. Кураторы учатся на реальных задачах «Клуба Занесло», а результаты сразу попадают в план следующих выездов. Формат не требует гонораров и работает на волонтёрской основе, усиливая команду без отрыва от производства.

6. Мотивация: без оплаты

Оплата труда отсутствует. Роль волонтёрская: нет оклада, переменной части, бонусов, компенсаций и иных денежных выплат. Мотивация строится только на нематериальных факторах.

Мотиваторы:

1. Участие в экспедициях клуба — волонтёры, показавшие стабильный результат, получают место в выезде: как участник, помощник организатора или автор материала.
2. Внутренние выезды и мероприятия клуба — закрытые встречи, творческие выезды, разборы и совместные ивенты, куда приглашаются активные участники.
3. Дополнительные баллы к обучению в вузе — по согласованию с вузом-партнёром волонтёрство и реальные проекты клуба могут учитываться в учебной практике, курсовых и проектных работах.
4. Реальные кейсы в портфолио — опубликованные материалы, экспедиции, мероприятия и специальные проекты с указанием авторства; по запросу — рекомендация для портфолио.
5. Сообщество «своих» — закрытый клуб волонтёров, взаимопомощь, обмен опытом, совместные выезды и доступ к внутренней библиотеке форматов.

7. Корпоративная культура: 3 ценности + 1 ритуал

Ценности:
Свобода
Творчество
Любопытство

Ритуал: встреча-нетворкинг на шашлыках каждые 2-3 месяца

8. Показатели (метрики) для волонтёрской модели

1. Индекс удовлетворённости волонтёров.
Раз в квартал анонимный опрос по шкале от 0 до 10: «Насколько вероятно, что вы порекомендуете участие в клубе другим?». Считаем долю оценок 9–10 минус долю оценок 0–6. Если индекс ниже 20 или падает больше чем на 10 пунктов, руководитель разбирает причины с лидами и корректирует нагрузку, задания и коммуникацию.

2. Готовность экспедиций.
Перед каждым выездом кураторы заполняют чек-лист: маршрут, безопасность, логистика, герои, съёмочный план. После выезда фиксируем, сколько пунктов выполнено и были ли критические срывы. Считаем долю экспедиций, прошедших без срывов. Если меньше 80%, разбираем и обновляем чек-лист.

3. Качество материалов.
Редактор ежемесячно оценивает, какая доля материалов принята без существенных правок (фактчекинг, структура, стиль). Если доля ниже 70%, проводим практикум или конкурс форматов, а также смотрим, не нужна ли помощь наставника конкретным волонтёрам.