Над проектом работали:
- Махнач Сергей
- Храпенко Диана
- Андреенко Юлиана
- Каркотко Елизавета
- Грицевич Елизавета

Название проекта:
TikTok: PariMatch Belarus (ник -parimatch.by).

Общее описание проекта:
TikTok уже успешно зарекомендовал себя как новую платформу для привлечения аудитории и клиентов. Наши коллеги используют его для обзора спортивных событий и расширения своей аудитории. Мы же выбрали свой путь. Tiktok: PariMatch Belarus - это прекрасный способ продвижения HR бренда компании и поиска новых сотрудников.

Основные рубрики:
- Жизнь сотрудников в Белорусском офисе;
- Практическая и полезная информация от HR;
- История компании и интересные факты о Пари-Матч;
- Общественная деятельность компании;
- Сотрудники компании и их работа;
- Смешные/нелепые моменты;
- Информирование об акциях, розыгрышах и программах;
- Мир ставок.

Проект призван: продвинуть HR-бренд компании, повысить имидж и узнаваемость компании, одновременно воздействуя на привлечение новых пользователей и кандидатов.

Цель:
1. Улучшение HR-бренда компании;
2. Улучшение имиджа компании;
3. Привлечение новых сотрудников;
4. Привлечение пользователей.

Задачи:
1. Создание нового канала поиска кандидатов;
2.Заявить о своем бренде. Увеличить узнаваемость. Получить доверие широкой аудитории;
3. Обратить на свои товары/услуги внимание широкой аудитории и найти новых клиентов;

4. Перенаправлять трафик из Тик Ток в другую социальную сеть и наоборот, например: Инстаграм или Ютуб;
5.Коммуницировать со своими действующими сотрудниками, потенциальными кандидатами и пользователями продукта, для повышения их лояльности к компании.

Время осуществления проекта:
Декабрь (идея) – Январь (релиз) 1 месяц.

Проектная команда:
HR PR, Оператор, Монтажер, SMM-менеджер.

Времязатраты специалистов:
От 3 до 8 рабочих часов в неделю каждого из специалистов. Это может быть, как отдельно выбранный день, на протяжении, которого и создается и снимается все, так и “мануфактурная работа”, где например: HR PR прописал идею, оператор отснял совместно с сотрудником или HR PR отснял, передали монтажеру и затем уже дошло до SMM, который запостил.

Инструменты, ресурсы:
Видео-оборудование (штатив, камера, микрофон, свет и т.д.).
Софт Пари-Матч (уже используемый в компании).

Бюджет:
1. Световые лампы для съемок - 2шт. - 430р.
2. Черный фон - 1 штука;
https://www.21vek.by/photo_studio_backgrounds/272x11mblack1009_zez.html - 185р.;
3. Баллончик с желтой краской - 2 штуки 20р.
4. Штатив для фона
https://www.21vek.by/photo_studio_backgrounds/l280200000018_fst.html - 329р.;
5. Таргетированная реклама - от 600 долларов (если пиарщики ПМ не умеют работать с тик-ток) https://silverweb.by/smm/prodvizhenie-v-tiktok/;
Итого: от 1000$.

Основные этапы проекта:
1. Создание тик-ток аккаунта parimatch.by (этот ник еще свободен)**;**
2. Подготовительный этап:
-Запросить рекламу у PM UA (https://www.tiktok.com/@parimatch_ua) , PM RU (https://www.tiktok.com/@parimatch.ru) , PM KZ (https://www.tiktok.com/@parimatch_kz) , партнеров PM(футболисты, команды и т.д., у которых есть тик-ток);

- Закупка инвентаря;
- Создание контент-плана;
- Анонс появления тик-ток аккаунт в инстаграмме в аккаунтах parimatch_by, parimatch_team, возможно, в инстаграмме других стран;
- Съемка видеороликов на первые две недели.

3. Этап “появления в тик-ток пространстве”

-загрузка роликов исходя из контент-плана;
-активно рекламируется тик-ток аккаунт через партнеров;
-запускает таргетированная реклама;
-(как вариант) провести розыгрыш в инстаграмме/тик-токе за подписку в тик-ток (мерч, билеты, брендированные подарки);

4. Этап “активная деятельность в тик-ток”

- Представление всех рубрик;
- Публикация видеороликов по рубрикам и не только;
- Отснимать еженедельно видеоматериал на следующую неделю (выделять день, удобный для всех сотрудников, которые необходимы либо разделять задачи на неделю).

Ожидаемые результаты проекта и его эффективность для бизнеса компании:

По данным статистики MediaScope (https://webindex.mediascope.net), около 80% аудитории Тик Ток в России старше 18 лет (в РБ ситуация аналогичная).
1. Фактор возраста дает нам возможность повышать узнаваемость и имидж нашей компании, привлекать новых сотрудников и выстраивать успешный HR-бренд компании.
2. Более того, взрослая аудитория платежеспособна, поэтому платформа Тик-Ток является хорошим инструментом для продвижения товаров и услуг компании.
3.Преимуществом данной платформы является самообучающийся персонализированный рекомендательный алгоритм: приложение анализирует поведение пользователя и обучается показывать ему всё более релевантные ролики. Это поможет быстрее набрать аудиторию, чем в других соц. сетях.
4. У каждого сотрудника появится возможность проявить свою креативность посредством создания тик-ток ролика.

Кроме того, мы провели небольшое исследование (Приложение А) для обоснования эффективности проекта. В нем мы сравнивали тематику роликов уже существующего Тик-ток аккаунта от Паримач Украина и наш потенциальный проект. В результате, мы выяснили, что около 80% респондентов предпочли бы подписаться именно на наш тик-ток аккаунт, объясняя это следующими причинами: полезная информация, широта охватываемых тем и их актуальность, Интересно было бы узнать, как правильно работает эта система (никогда не ставил ставки), возможность найти работу, веселые ролики. Исходя из этого, мы можем предположить, что

наша аудитория может быть в 4 раза больше, чем у наших Украинских коллег. У них же, в свою очередь, аудитория составляет 75 тыс. Наша может составить около 300 тыс.

Таким образом, мы можем заявить, что узнаваемость нашей компании возрастет, как минимум, на 300 тыс. чел.

Хэштеги для продвижения: #parimatch #pm #париматч #технарьилигуманитарий #pmbelarus #pmby #hrlife #pmhistory #pmfun&fail #pmhelp #pmadvice #pmvacancy #париматч #пмрб #какнайтисебя #вакансииминск #советотспециалиста #какстатьрекрутером #советothr #одинденьизжизни #деньизжизни #подписка #ставки #офис #hr #мотивация #команда #тренировкадляума #newvideo; «followme; #followworldwide, #funnyvideo, #followforfollowback #like, #likeforlike, #like4like, #funnyvideos #happy, #funny, #cute, #comedy #repost4folow, #pretty, #beauty, #smile, #musically, #love, #funny, #girl.

Рубрики:

1. HR-Life:

1.1 Тренды;

1.2 Мероприятия в РМ (как проходят дни рождения, как проходят спортивные турниры, квизы и т.д.);

1.3 Экскурсия по офису;

1.4 Когда впервые (пришел в ПМ/пришел на работу и т.д.)

1.5 Кто ты?(типичный рекрутер/стажер/тимлид и т.д.)

2. Советы от HR:

2.1 Как создать команду мечты;

2.2 Как хорошо провести мероприятие в компании;

2.3 Топ 5 игр для сотрудников;

2.4 Лучшие инструменты для мотивации сотрудников.

3. PM-History:

3.1 Интересные факты о париматч;

3.2 История создания париматч (показать в нескольких видео);

3.3 Интересные факты про такой-то вид спорта.

4. PM и общество:

4.1 КСО проекты;

4.2 Истории детей.

5. PM в лицах и должностях:

5.1 Вакансии в РМ;

5.2 День из жизни сотрудника;

5.3 Продвижение программ стажировок;

5.4 Описание должности от сотрудника;

5.5 Совет от специалиста (что вам нужно, чтобы стать…, типичные ошибки...).

6. PM fun&fail:
6.1 Смешные моменты с собесов;
6.2 Смешные момент с созвонов;
6.3 Смешные моменты с мероприятий;
6.4 Что осталось за кадром.
7. Акции и розыгрыши:
7.1 Акции на оф. сайте;
7.2 Розыгрыши для подписчиков;
7.3 Социальные акции.
8. Pro-ставка:
8.1 Разновидности ставок;
8.2 Механика ставок - как поставить первую ставку;
8.3 Большие победы и выигрыши вместе с PM;
8.4 Прогноз от экспертов;
8.5 Обращаем внимание, как поставить и вероятно победить.

Условный контент план
Первая неделя:

ПН 1 - приветственный ролик: девушка рисует на черной стене желтой краской PM. Потом мы предлагаем использовать этот видеоролик в ускоренном формате как превью перед каждым видеороликом.
ВТ 2 - ролик, в котором HR PR рассказывает о тик-ток проекте, какие ролики и рубрики будут выходить в аккаунте и почему Париматч решили создать тик-ток аккаунт;
СР 3 - ролик под трендовую музыку (на выбор участников видеоролика) “стереотипы о Паримач”;
ЧТ 4 - История ПМ - часть 1 (снять видеоролик и разделить его на 2 части);
ПТ 5 - Рубрика интересные факты. Представление HR команды, 5 интересных фактов про команду ПМ;
СБ 6 - Рубрика PM и общество. Рассказываем что такое КСО и в каких социальных проектах участвует компания, кому помогли (вкратце);
ВС 7 - История ПМ - часть 2.

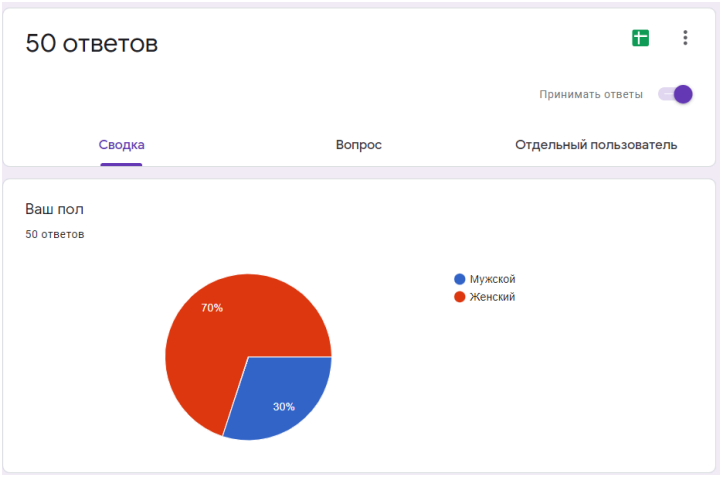
Вторая неделя:

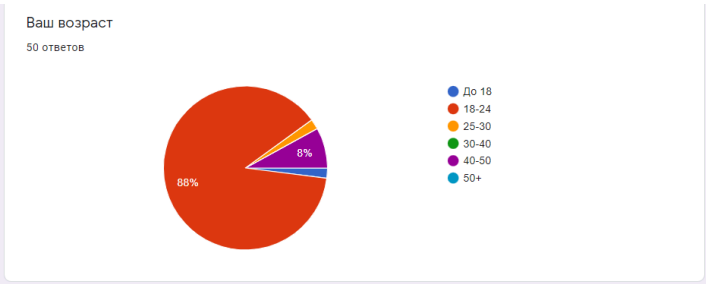
ПН: - Рубрика: PM и общество (каждая новая неделя с людьми и для людей);
ВТ: - Рубрика: Советы от HR на все случае жизни (вторник день советов);
СР: - Рубрика: HR-Life (день веселый, как маленькая пятница);
ЧТ: - Рубрика: PM в лицах и должностях (есть о чем задуматься перед выходными);
ПТ: - Рубрика: Ставки (в преддверии выходных, когда много спортивных матчей);
СБ: - Рубрика: Рубрика: PM Fun/fail (для морального отдыха);

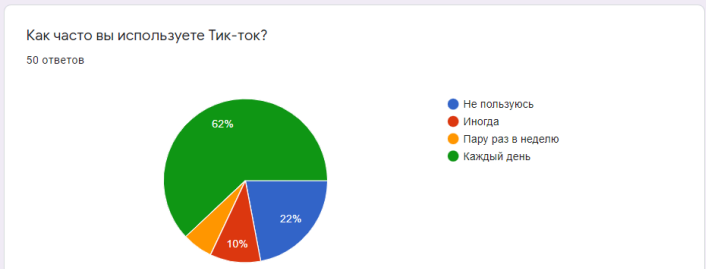
ВС: - Рубрика: Акции и розыгрыши (уже на будущей неделе).

Приложение А

Исследование







Team № 1


Какие видеоролики вы бы предпочли посмотреть?(вариант 1)
50 ответов
Трендовые видеоролики (к…
Как проходят корпоративн…
Экскурсия по офису
Советы от HR (как создать…
Интересные факты о Пари…
История Паримач
Как компания помогает сир…
Вакансии в Паримач
День из жизни сотрудника
Описание должности или о…
Совет от специалиста
Смешные моменты с собе…
Ролик про разновидности с…
Механика ставок - как пост…
Большие победы и выигры…
Прогноз от экспертов;
Обращаем внимание, как п…
Смешные моменты из жизни
31 (62 %)
8 (16 %)
10 (20 %)
17 (34 %)
11 (22 %)
2 (4 %)
7 (14 %)
13 (26 %)
18 (36 %)
13 (26 %)
19 (38 %)
22 (44 %)
9 (18 %)
7 (14 %)
7 (14 %)
12 (24 %)
6 (12 %)
1 (2 %)
0
10
20
30
40

Team № 1

Что вас привлекло в первом варианте?

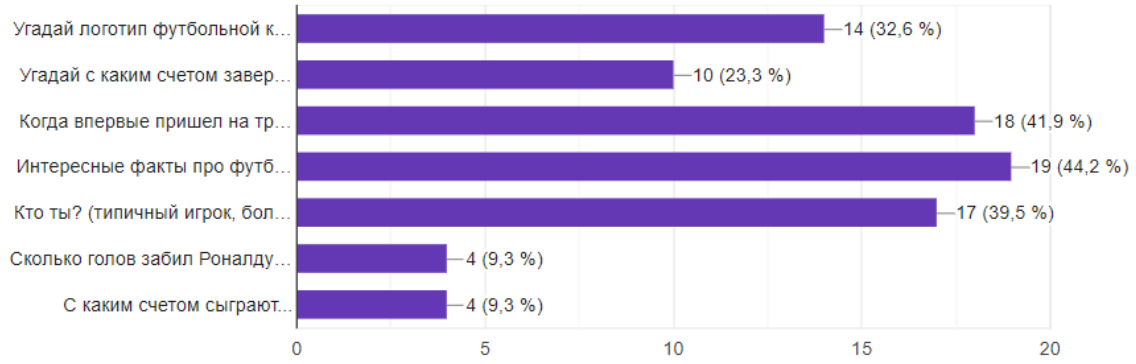
22 ответа

- Ничего
- -
- Танцы
- Даёт сведения о профессиональном направлении в интересуемой
- Полезная информация
- Возможность поработать
- Явно что-то веселое
- подача материала
- широта охватываемых тем и актуальность для большего числа людей

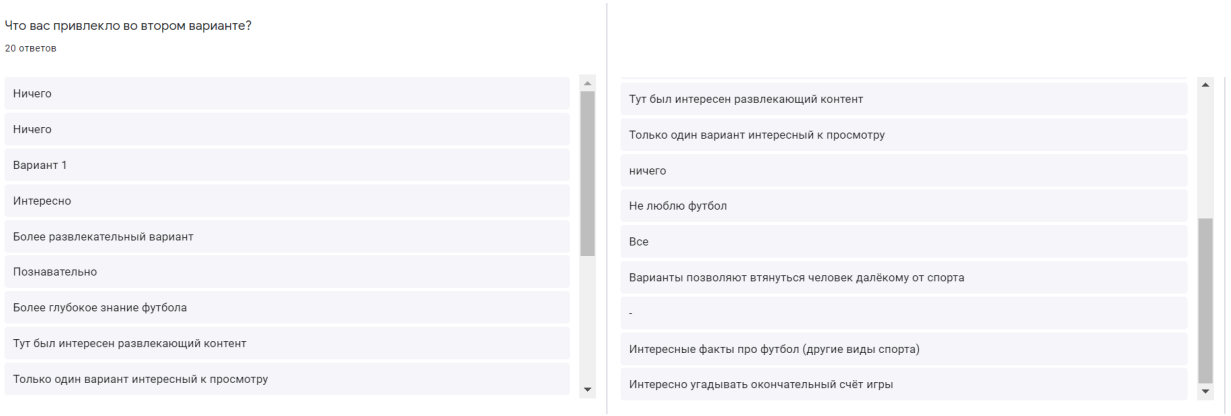
- Это развивает всесторонне
- Интересно смотреть расслабляющий контент и смысловой
- Информативность
- Интересно было бы узнать, как правильно работает эта система (никогда не ставил ставки)
- Выбранные позиции, это познавательный и веселый контент
- Все
- Лайфстайл, трактовка трендов тик-тока
- Ничего
- Описание должности или основной работы определенного специалиста

Какие видеоролики вы предпочли бы посмотреть?(вариант 2)

43 ответа



Team № 1





Вариант 1 –наш проект.
Вариант 2 – Тик Ток Украина.