



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

КАК ВЫСТРОИТЬ РАБОТУ С
КРЕАТИВНОЙ КОМАНДОЙ ТАК, ЧТОБЫ
ОНА ОСТАВАЛАСЬ МОТИВИРОВАННОЙ
И ДОСТИГАЛА НЕОБХОДИМЫХ
БИЗНЕС-ЦЕЛЕЙ



АНАСТАСИЯ ЮШКОВА (ПЕТРЯКОВА)

Основатель SMM-агентства «Шумиха»



КСЕНИЯ ПЕРЕВАЛОВА

HR-менеджер «Шумиха»

25-26

февраля

МИНСК

Познакомимся

- **Основатель** SMM-агентства «Шумиха»
- Более восьми лет в SMM: прошла путь от специалиста до руководителя
- **Спикер** «Сурового Питерского форума» и «Евразийского Ивент Форума», на счету более 15 выступлений
- Совмещаю **науку и практику**: два высших образования в рекламе, пишу диссертацию про комплексный digital
- **Доцент кафедры** в государственном университете. Преподавала рекламу и PR более трёх лет.

Анастасия Юшкова (Петрякова)



Познакомимся

- **HR-менеджер** SMM-агентства «Шумиха».
- Высшее образование в управлении бизнес-процессами и HR-менеджменте.
- Более трёх лет занимаюсь наймом и **адаптацией сотрудников** в digital и креативных командах.
- Предугадываю выгорание и увольнение, с первых минут знакомства **вижу желание развиваться**, тонко чувствую мэтч внутри команды.
- **Помогаю руководителям** выстраивать системную и прозрачную работу с командой.

Ксения Перевалова





ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

Какой главный тренд в 2026 году в найме, командной работе, проектах и развитии?

“

Переход от краткосрочных решений к долгосрочным отношениям и стратегическому мышлению.

”

Как проявляется тренд на долгосрочные отношения и стратегический подход в маркетинге?

- Мы видим это по запросам компаний
«Хочу **комплексную стратегию** для бизнеса»
- Мы видим это в темах конференций
«Что важнее **стратегия или хайп?**», «Как продвигать регионы в Интернете, чтобы развивать внутренний туризм?»
- Мы видим это в тендерах
«Техническое задание на **комплексное продвижение** компании в сети Интернет»
- Мы видим это в поисковой выдаче
«**Комплексные digital-агентства в Минске**», «Комплексные digital-агентства в Санкт-Петербурге»

Как проявляется тренд на долгосрочные отношения и стратегический подход в работе с креативной командой?

РАНЬШЕ

Люди = ресурс

Смена парадигм



СЕЙЧАС

Люди = команда и
фундамент для
реализации стратегии

“

*«У нас в мире много чего нестабильно: рабочие обязанности, изменения в подходах к работе, новые законы и т. д. Рабочая мотивация, коллектив и **отношения в команде должны быть тем самым островком безопасности**, чтобы хотелось в нём оставаться в любые времена.»*

”

А зачем нужен системный подход в работе с командой?

Он помогает:

- Выстроить стабильную работу с проектами.
- Сформировать заряженную команду.
- Построить партнёрские отношения с клиентами, потому что команда напрямую общается с заказчиком.
- Освободить внимание собственника и ЛПР, потому что не нужно тратить деньги, время и ресурсы на поиск команды и её обучение.

По данным мировых исследований

Замена одного сотрудника стоит от

50%-200%

его годовой ЗП
(Gallup)

Система удержания снижает
затраты на рекрутинг на

67%

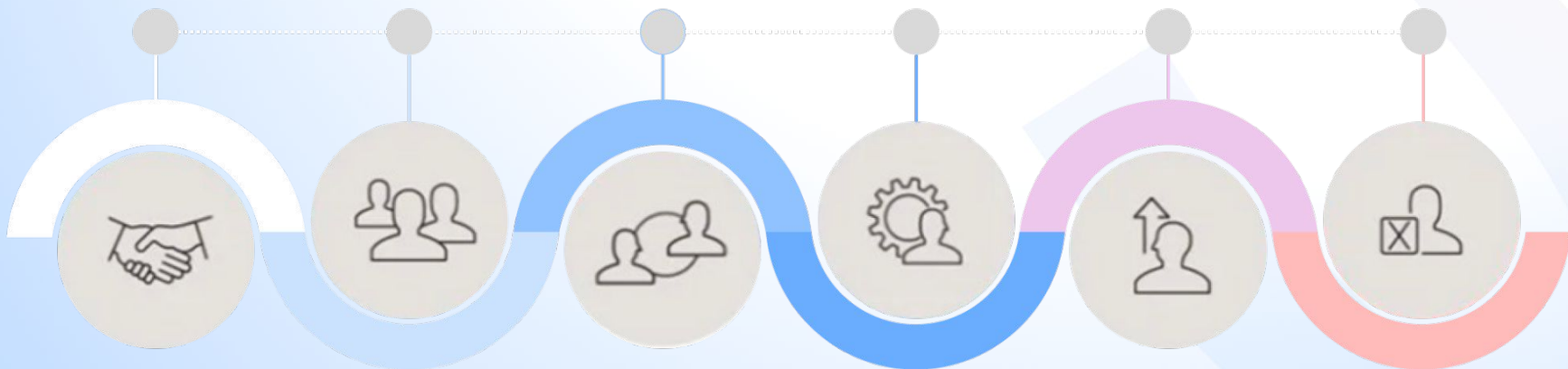
(SHRM)

«ОЧЕНЬ важно удерживать сотрудников как можно дольше, и не просто чтобы они были, а чтобы были заряжены на результат и готовы работать с энтузиазмом».

Стратегический подход к работе с командой начинается с использования EJM.

EJM (employee journey map) – это карта пути сотрудника, который он проходит поиска работы до завершения отношений с компанией. **По сути, это аналог CJM в маркетинге.**

поиск адаптация мотивация обучение и развитие карьера увольнение



1 ЭТАП Поиск и подбор

Стратегический подход к найму начинается с:

- Понимания – **кто нам нужен?**
- Описания вакансии, точно отражающего роль человека в вашей компании.

Что должно быть отражено в описании вакансии?

- **Подход компании к работе.** Как у вас всё устроено на самом деле.
- **Роль, а не просто список задач.** Кем станет человек в вашей команде и какие задачи будет решать.
- **Ожидания от кандидата.** Какие личные качества важны, какой подход к работе вы цените и какие компетенции необходимы.

«В 2026 году люди выбирают не только зарплату — они ищут среду, которая совпадает с их ценностями и даёт комфорт.»

Что будет если не описывать вакансию честно?

- Разочарование и несовпадение ожиданий.
- Потеря времени и денег на адаптацию неподходящих людей.
- Упущенные задачи и потеря качества.

1 ЭТАП Поиск и подбор

Пример хорошо описанной вакансии

Привет! Мы маркетинговое агентство "ШУМИХА". и да, наше название говорит само за себя!

Мы создаём тот самый шум, который превращает бренды в громкие имена. SMM-стратегии, управление репутацией, съёмки контента, авторские статьи — всё, что нужно, чтобы о вашем бренде заговорили. И всё это мы умеем!

А ещё мы знаем толк не только в продвижении брендов, но и в подборе талантов! Профессионально находим специалистов из сферы маркетинга — и не только для нашей команды.

Сейчас мы находимся в поисках SMM-специалиста!

Чем ты будешь заниматься:

- Принимать активное участие в разработке SMM-стратегии для наших клиентов;
- Работать с социальными сетями, генерировать идеи для контента и планировать его публикацию
- Анализировать эффективность контента и формировать отчеты о результатах и улучшать контент их основе.

О тебе:

- Работаешь в сфере SMM и маркетинга от 1 года, понимаешь алгоритмы социальных сетей;
- Обладаешь креативным мышлением и готов(а) предлагать идеи;
- Умеешь работать в команде.

Что мы предлагаем:

- (Перечисляем наши плюшки и условия работы).

Немного о нас:

- Мы дружная команда, которая вместе ходит на бранчи, устраивает беговые клубы, открыто делится своими достижениями!
- Мемы и котики в чатах приветствуются)

Неудачный пример

КАК ДЕЛАТЬ НЕ НАДО:

Задачи:

- Вести социальные сети
- Публиковать посты
- Предоставлять отчеты

Требования:

- Опыт работы SMM от 1 года
- Стрессоустойчивость

Условия:

- Оплата ЗП 2 раза в месяц
- Интересные проекты

1 ЭТАП Поиск и подбор

Об этом забывает каждая первая компания!

Если человек вам не подошел, важно **вернуться с обратной связью**.

Это влияет на HR-бренд и имидж вашей компании в целом!

Пример отказа, который должен быть у вас!

Екатерина, здравствуйте!

Возвращаюсь к вам с обратной связью. На данный момент мы не готовы пригласить вас на должность SMM-специалиста в нашу команду!

Мы ищем человека с опытом работы с аналитикой социальных сетей в режиме контент-завода. Мы понимаем, что на данном этапе ваших компетенций недостаточно.

Мы внесем вас в кадровый резерв и обязательно свяжемся с вами, если поймем, что у нас появился подходящий для вас проект!

Благодарим вас за уделенное время и желаем профессиональных успехов.

С уважением, команда "Шумиха"



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

1 ЭТАП Поиск и подбор

А это пример идеального **отказа на финальных этапах**, когда кандидат потратил на вас много времени и сил!

И тем более, если он выполнил объёмное тестовое задание!

Оксана, привет)

Как раз собиралась тебе сегодня писать. На данном этапе приняли решение в сторону другого кандидата. Огромное тебе спасибо за уделенное время и интерес к нашей компании. Искренне желаю тебе профессиональных успехов и была рада знакомству!

19:19 ✓

Не хватило в ответе аналитики, чтобы было понятно на чем конкретно строится вывод. Именно такой доказательной аналитики. Так как смм достаточно такое направление основанное на «вкусовщине», поэтому важно научиться находить сильные доводы основанные на фактах, показателях.

Также были комментарии к постам про последовательность изложения смысла. Кстати, а этом может помочь разобрать так называемый метод «скользящей горки», можно про него найти бесплатный видео или материалы от Дамира Халилова (главное не покупать, а найти бесплатно, а то платно оно того не стоит 😊😅)

19:19 ✓

Это обратная связь от Насти и ответ, чего не хватило

19:20 ✓

а это рекомендации по развитию навыков!

19:20 ✓

Переслано от: 🗨️ Настя Петрякова

Рекомендации по развитию навыков:

Прочитать книгу от Анастасии Юговой - «ВКонтакте». Очень подробно и на понятном языке описывается, как анализировать социальные сети, как их лучше оформлять и почему.

Информация достаточно фундаментальная, в том смысле, что подойдет для логики пинтереста, одноклассников, инсты и т.д.

Поможет глубже смотреть на путь клиента в социальных сетях. А понимаете пути клиента в социальных сетях поможет лучше понимать стратегию составления контент-плана.

Почему должен быть именно такой пост, а завтра другой. Почему важно делать темы в контенте последовательными. Как формировать контент-план.



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

ВЫВОД

Честное описание вакансии +
качественная обратная связь =
фундамент вашего HR-бренда и
первый фильтр для «своих» людей.

2 ЭТАП Адаптация

Вот мы взяли человека на работу!

И теперь нам важно не напугать его, а дать понятный вектор работы и развития.

Эффективные инструменты для качественной адаптации сотрудника:

ПЕРВАЯ ВСТРЕЧА

1

- Рассказываем про компанию
- Ставим цели на испытательный срок
- Фиксируем все договорённости
- Знакомим сотрудника с планом адаптации

ONE-TO-ONE

2

- Отслеживаем эмоциональное состояние и мотивацию
- Отмечаем достижения и обсуждаем зоны роста

КОМПЕТЕНЦИИ И ИНТЕРЕСЫ

3

- Оценка 0-3-6-12 месяцев
- На каждом этапе уточняем интересы сотрудника и корректируем план развития
- Менее интересные задачи не убираем, а договариваемся, как их выполнять (объём, формат); наблюдаем, нет ли срывов сроков и саботажа

РЕГУЛЯРНОЕ ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ

4

- Связываем развитие людей с вектором компании и потребностями клиентов
- Формируем понятный список обучений/курсов
- Повышаем компетенции через применение знаний на задачах и проектах

ФИКСАЦИЯ ДОГОВОРЕННОСТЕЙ

5

• ...

2 ЭТАП

Адаптация

Фиксация договоренностей

Это фундамент прозрачных отношений, это важно ВАМ, это важно СОТРУДНИКУ, это важно вашему БИЗНЕСУ, это важно ВСЕМ!

Золотое правило:

- На каждой встрече фиксируем итоги письменно.
- Всегда ставим даты: когда ждать обратную связь, решение задачи или идею.
- Любое обсуждение должно превращаться в конкретную задачу в трекере или встречу в календаре со сроком.

Если этого не сделать:

- Встреча прошла «в стол»: время потрачено, результата нет.
- Иллюзии вместо фактов: каждый строит свои ожидания, которые со временем искажаются.
- Риск потери сотрудника: можно забыть важное обещание, из-за чего человек уволится.
- Упущенный момент: можно не заметить вовремя, что с сотрудником пора прощаться или, наоборот, его нужно срочно поощрить.



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

2 ЭТАП Адаптация. АНТИКЕЙС

Упущенный запрос сотрудника: путь к увольнению и потерям

Ситуация

- Сотрудник в компании 3+ года
- Ведёт ключевых клиентов
- Лоялен к компании
- Хочет расти и развиваться

Обратился к руководителю, встречу провели, обсудили, но ничего не зафиксировали – каждый ушел со своим видением: сотрудник ждал быстрого решения, руководитель погрузился в операционку и отложил вопрос.

Потребность бизнеса

Обеспечить стабильную и качественную работу на важных проектах.



Решение

Развитие не обсудили, с обратной связью не вернулись, запрос проигнорировали. Сотрудник разочаровался в себе, профессии и руководстве – наступило выгорание. Сотрудник уволился.

Результаты

- Три бюджетобразующих клиента остались без полностью погружённого специалиста.
- Необходимость за 2 недели найти, обучить, адаптировать замену + неожиданные траты на поиск.
- Новый кандидат: рынок изменился, зарплата сразу +20%, после испытательного – ещё прибавка. Общие потери для бизнеса.



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

2 ЭТАП Адаптация. КЕЙС

Фиксация договорённостей = довольный сотрудник, финансовая выгода компании

Ситуация

- Сотрудник в компании 3+ года
- Лоялен к компании
- Хочет расти и развиваться
- Быстро растёт профессионально

Он обратился к руководителю с запросом развиваться дальше – перейти в проектного менеджера и взять на себя более широкий круг обязанностей.

Потребность бизнеса

Развивать новые направления – PR, SMM, мероприятия – с использованием внутренних ресурсов.



Решение

Обозначили сроки – 14 дней на обсуждение. Запланировали встречу с описанием запроса – развитие не в текущей роли, а в проектного менеджера. Приняли решение вернуться к вопросу, когда возникнет потребность.

Результаты

Через несколько месяцев появилась возможность заняться новыми направлениями (PR, SMM, мероприятия). Сотрудника сразу пригласили на эту роль – он быстро освоил задачи.

- Развитие специалиста без найма извне
- Сохранение мотивации и рост компании
- Сокращение затрат на найм (повышение текущей зп +20%)



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

ВЫВОД

Системная работа + фиксация договоренностей на каждой встрече = прозрачность, доверие и снижение риска внезапных увольнений

3 ЭТАП Развитие

Как отслеживать прогресс?

На этапе адаптации мы построили путь развития. Теперь важно регулярно сверять маршрут.

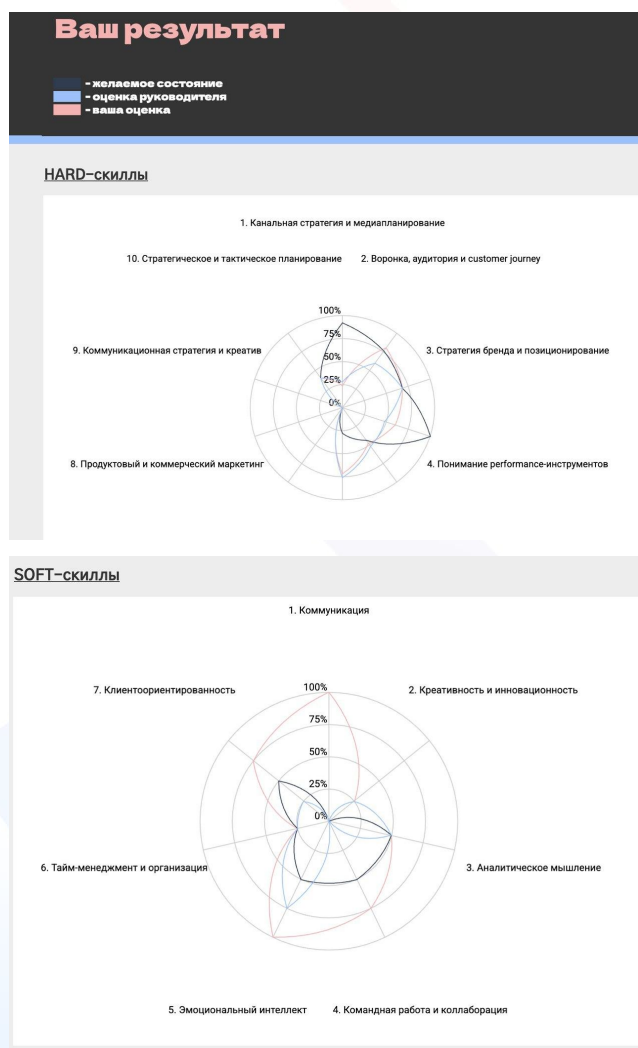
Главный инструмент – Карта компетенций. Она даёт объемную картину и отвечает на 5 ключевых вопросов:

1. Точка А: Где сотрудник находится сейчас?
2. Личный вектор: Куда он сам хочет развиваться?
3. Вектор бизнеса: Куда нужно компании, чтобы он развивался?
4. Взгляд команды: Как его навыки и вклад оценивают коллеги?
5. Взгляд руководителя: Как его результаты видит лидер?

По итогам оценки:

- Обязательно обсуждаем результаты лично с сотрудником.
- Выясняем причины: что помогло росту или что вызвало застой?

Карта – это не просто документ, это повод для диалога.
Регулярная обратная связь = залог качественной работы и вовлеченности!



3 ЭТАП Развитие. Кейс внутренний рост вместо внешнего найма

Копирайтер

Амбиции: хочет развиваться в SMM

Риск: недостаточно опыта для клиентских проектов

Проблема: со временем можно потерять сотрудника из-за отсутствия роста

Потребность бизнеса: развитие социальных сетей агентства и внутреннего корпоративного портала



Решение: передали ведение социальных сетей агентства под кураторством и создали безопасную среду для ошибок

Контент-маркетолог

Результат: Сотрудник получил практический опыт и рост

Выгода: Агентство закрыло задачу без дополнительного найма и ресурсных затрат

Win-Win: «Сапожник наконец-то с сапогами»

3 ЭТАП Развитие. Кейс внутренний рост вместо внешнего найма

SERM

Амбиции: зафиксировали на этапе собеседования интересы: «хочу работать не только с отзывами, но и полноценно управлять репутацией брендов, подходить к задачам комплексно»

Потребность бизнеса:

об агентстве мало кто знает, а клиенты приходят только по «сарафану».

Нужен человек, который будет работать с брендом компании.



Решение: начали погружение в комплексный маркетинг с нашего бренда. Отправили заявки на конкурсы и рейтинги, отдали курировать соцсети, затем делегировали задачи по развитию агентства во внешнем информационном поле.

Комплексный маркетинг

Результат: повысили узнаваемость агентства — попали в топ-рейтинги, выиграла несколько профильных премий

Мотивация: сформировали у команды понимание, что здесь можно расти и развиваться

Win-Win: запустили системную работу над развитием бренда



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

ВЫВОД

С помощью фиксации договоренностей и инструментов оценки компетенций, бизнес получил закрытые задачи без раздувания штата, а сотрудники – карьерный рост без смены работы.

Наша стратегия win-win сработала.

4 ЭТАП Управление эффективностью

Как управлять креативом и творчеством?

Мы научились развивать сотрудника и соблюдать принцип win-win.
Но в работе мы регулярно сталкиваемся с главным вызовом:

“

Креатив не живёт в жестких рамках, а бизнес не может зависеть от вдохновения

”

Как найти баланс? Ответ – в гибких стандартах.

Мы жестко фиксируем «*ЧТО и ЗАЧЕМ*» мы делаем, но оставляем команде свободу в том, «*КТО и КАК*» это реализует.

4 ЭТАП Управление эффективностью. Как управлять креативом и творчеством?

Системный подход к креативной команде

Чтобы хаос стал управляемым, мы используем 3 понятных инструмента:

1. *Прозрачная система целей*

Люди не просто выполняют задачи, а понимают стратегию компании. Они знают, ради чего всё делается.

2. *Отчёты и аналитика*

Опираемся на факты и цифры, чтобы объективно оценивать прогресс и результаты, а не полагаться только на ощущения.

3. *Адаптивный менеджмент*

Подбираем инструменты под задачи, а не наоборот:

- Система SMART — для чёткой постановки задач (чтобы результат был измерим и понятен)
- Scrum / Agile — для гибкости процессов
- Диаграмма Ганта — для визуализации сроков
- Метод Pomodoro — для личной эффективности и фокуса

4 ЭТАП Карьерный рост. Кейс

Ситуация

Творческий рилсмейкер создает качественный, стильный и современный контент, но работает хаотично – игнорирует контент-план ради новых идей (часто просто смешных трендов).

Статистика показывает: такие ролики не способствуют продажам компании.

Потребность бизнеса

Сохранить креативность сотрудника, обеспечив выполнение плана и связь контента с продажами.



Решение

Показали взаимосвязь работы с результатом: статистику по роликам, отчёты по продажам, объяснили влияние контента на доход. Обучили планированию, внедрили систему помodoro и таск-трекер. Договорились, что можно использовать любые творческие идеи в роликах, но только после выполнения контент-плана.

Результаты

- Сотрудник замотивирован выполнять необходимые задачи – видит значимость вклада в бизнес.
- Творчество сохраняется: в свободное время реализует идеи по душе.
- Продажи растут без потери качества и инициативы.

4 ЭТАП Карьерный рост. Кейс

Оптимизация работы проектного менеджера

Ситуация

Проектный менеджер начал теряться в задачах, испытывал хаос и тревожность, упускал ключевые цели задач и сроки сдачи для команды.

Нам было важно удержать ценного сотрудника – исполнительного, ответственного, глубоко погружённого в процессы компании и амбициозного.

Потребность бизнеса

Закрывать задачи в срок с фокусом на цели компании, сохранить мотивацию менеджера и помочь ему контролировать планирование и процессы.



Решение

HR и руководитель ввели опросы каждые 3 месяца для отслеживания настроения, планирования и вектора задач. На индивидуальных встречах разбирали прогресс, выявляли проблемы и их причины.

Результаты

- Сотрудник избавился от тревоги из-за многозадачности.
- Нашли оптимальные методы планирования (Scrum, диаграмма Ганта).
- Упорядочили процессы, задачи стали выполняться быстрее с полным контролем проекта.
- Проектный менеджер стал гордиться своей работой.



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

ВЫВОД

Нет универсальной «таблетки», но к каждому человеку можно найти свой подход.

Система не убивает творчество, она создаёт для него безопасную и понятную среду.

ЭТАП 5 Корпоративная культура

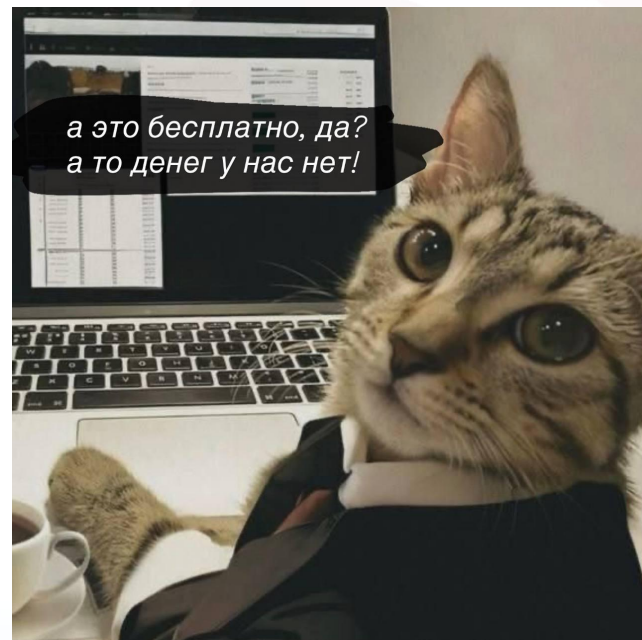
Это не «вишенка на торте», а фундамент системы, который присутствует на каждом этапе EJM.

Главный принцип:

Культуру важно транслировать и поддерживать непрерывно – от первого касания в вакансии до выхода из компании.

Почему корпоративная культура важна?

1. Культура пронизывает весь путь сотрудника. Она определяет, как мы нанимаем, как адаптируем, как развиваем и как увольняем. Это единый «код» взаимодействия.
2. Сильная культура удерживает людей лучше, чем бонусы. Сотрудники остаются в компании не только ради денег, но из-за любви к ней и человеческого отношения.



**Культура – это один из самых мощных инструментов
удержания и мотивации, доступный каждой компании прямо
сейчас.**



активные
тимбилдинги
и корпоративы





ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА



КЛУБЫ ПО
ИНТЕРЕСАМ





ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА



НЕФОРМАЛЬНЫЕ
ВЫЕЗДЫ И ВСТРЕЧИ





ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

...крут, подобрали уже, тем
обычно, сможете ли вы угадать
эти два имени? Ждём всех в
комментариях 😊



Внутренний
телеграм-канал

...продолжаем развивать
насмотренность

Совсем скоро нас снова ожидают
длинные выходные. Поэтому мы
подготовили для вас подборку
интересных аккаунтов из
Нельзграма от нашей
замечательной Юли 🥰

Обзор с комментариями смотрите
в карточках 📄 А здесь краткий
список со ссылками:

1. Артемий Лебедев. Не тот,
который с синими волосами
2. Dailycine. Атмосферные
фотографии
3. Eggsellent. Кафе, где вкусно и
красиво
4. Покрас Лампас. Художник с
узнаваемым стилем
5. PZHWear. Российский бренд
6. YarWear. Стильная амуниция для
собачек

Аня

В среднем: 9 ч 22 мин

Самое часто используемое
приложение: Telegram (26 ч за
неделю)

Настя

В среднем: 13 ч 28 мин

Самое часто используемое
приложение: Telegram (15 ч за
неделю)

Арина

В среднем: 10 ч 15 мин



Сравнение системного и несистемного подходов

С СИСТЕМОЙ

- Текучесть 20-30%
- Экономия на найме 50-70%
- Команда стабильна и мотивирована
- Клиенты получают качественный сервис и экспертизу
- Собственник фокусируется на стратегии



БЕЗ СИСТЕМЫ

- Текучесть 40-60% в год
- Замена одного сотрудника обходится компании в 50-200% его годовой зарплаты
- Команда выгорает от текучки и перегруза
- Клиенты получают разное качество из-за смены исполнителей
- Собственник тратит 60-80% времени на тушение пожаров



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

Наши результаты

Текучность 2024 – 40%

**Снизили
текучность в 2025
до 30%**

Цель на 2026 – 25%

Средний стаж 2024 - 1
год 8 мес.

**Средний стаж в
2025 вырос до
2 лет 1 мес.**

Цель на 2026 – 2 года 6
мес.

eNPS 8.0 (февраль
2024 года)

**eNPS 8.8 (август
2025 года)
+10%**

Цель на 2026 –
удержать оценку



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

ВЫВОД

Корпоративная культура может быть
БЕСПЛАТНОЙ.

Это не только дорогие тимбилдинги и печенюшки,
это наши правила, ценности, традиции и способ
общения.

Это то, как мы поступаем ежедневно и даже когда
нас никто не видит.

Долгосрочные отношения = конкурентное преимущество

1. Клиентам важна стабильность исполнителя
 - Когда клиент видит, что его проект ведёт один и тот же менеджер/специалист 2-3+ года, это доверие и предсказуемость
 - Частая смена команды = риск для клиента, он может уйти к конкуренту
2. Накопленная экспертиза = качество
 - Сотрудник со стажем 3+ года знает все подводные камни, исторические решения, клиентские привычки
 - Новичок тратит 6-12 месяцев на погружение, происходит потеря времени и качества
3. Корпоративная память
 - При высокой текучке компания постоянно теряет знания
 - При долгосрочных отношениях знания накапливаются и передаются (менторство, документация, культура)



ДНИ
МАРКЕТИНГА
РЕКЛАМЫ
БРЕНДИНГА

В 2026 году долгосрочные отношения — это не тренд, а базовое условие экономической эффективности компании.

Стратегия бизнеса ничего не стоит без качественной реализации. А качественная реализация невозможна без вовлеченной и стабильной команды.

Мы вывели формулу устойчивого роста:

Фундамент

Удержание и развитие сотрудников – это не HR-функция, а критический элемент бизнес-стратегии



Следствие

Высокий LTV сотрудников гарантирует сохранение экспертизы и скорости процессов



Результат

Только стабильная команда способна растить LTV клиентов и реализовывать долгие стратегии



Итог

Мы не можем строить долгосрочные отношения с клиентами, не построив их сначала внутри, со своей командой

Чек-лист системной работы с командой

- ✓ Честное описание вакансии с ролью и ценностями
- ✓ Качественная обратная связь кандидатам (даже при отказе)
- ✓ Первая встреча: цели + план адаптации + фиксация договорённостей
- ✓ One-to-one встречи каждые 1-2 недели на старте, затем раз в месяц
- ✓ Оценка компетенций: 0 / 3 / 6 / 12 месяцев + регулярно далее
- ✓ Карта компетенций + план развития win-win
- ✓ Фиксация всех договорённостей письменно с датами
- ✓ Адаптивный менеджмент: SMART, Scrum, Ганта — под задачу и человека
- ✓ Корпоративная культура на каждом этапе: от вакансии до выходного интервью
- ✓ Выходные интервью для анализа причин ухода

Полезная литература для построения системной команды! (Работают на рынке СНГ)

Регулярный менеджмент. *Евгений Севастьянов.*

Есть много полезных упражнений для работы с командой, рекомендуем сделать табличку и описать всех своих сотрудников по этой книге. И себя как руководителя! Чтобы найти точки роста, решение проблем или просто со стороны посмотреть, что у вас и так всё отлично!

Правки, деньги, два ствола. *Максим Ильяхов.*

Прям создана для креативных команд. Как общаться с клиентом, как держать договоренности, как подступиться к разному роду клиентам если вы творец.



Готовая карта компетенций для вашей компании!

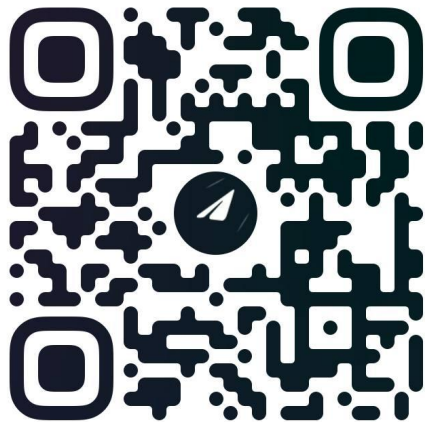
Компетенция / поднавык	Описание компетенции	Текущее состояние	Ваш результат	Желаемое состояние	Желаемый результат	Уровень компетенции руководителем	Уровень компетенции руководителем
4.1 Принципы работы основных digital-каналов	Глубокое понимание, как работает PPC (контекст, таргет), SEO (органика, ранжирование), SMM-реклама, email, affiliate и т.д. Знает их сильные стороны, ограничения, когда их применять. НЕ требуется сама настройка кампаний.	Базовый уровень	40%	Лидер экспертизы	100%	Поверхностно	20%
4.2 Постановка задач подрядчикам/специалистам	Умение написать четкий бриф для специалиста по PPC, SEO, SMM: цели, KPI, целевая аудитория, бюджет, ограничения, сроки. Может ответить на уточняющие вопросы подрядчика. Знает, какие данные нужны подрядчику для работы.	Уверенный уровень	60%	Лидер экспертизы	100%	Уверенный уровень	60%
4.3 Чтение и понимание отчетов	Умение интерпретировать основные метрики по каждому каналу: CTR, CPC, ROAS, CPA, конверсии и т.д. Понимает, что означают эти числа для бизнеса, может задать правильные вопросы, если результат хуже плана.	Эксперт	80%	Лидер экспертизы	100%	Лидер экспертизы	100%
4.4 Оценка качества работы подрядчиков	Умение оценить, хорошо ли работает подрядчик: смотрит на результаты (метрики, бизнес-итоги), проверяет логику решений, может выявить ошибки в стратегии (даже если формально метрики хорошие).	Лидер экспертизы	100%	Лидер экспертизы	100%	Уверенный уровень	60%

Карта знаний Маркетолога | Ваш результат | План по развитию

Основатель агентства
Юшкова (Петрякова) Анастасия


 +7 913 585 51 59

@nasti_smm

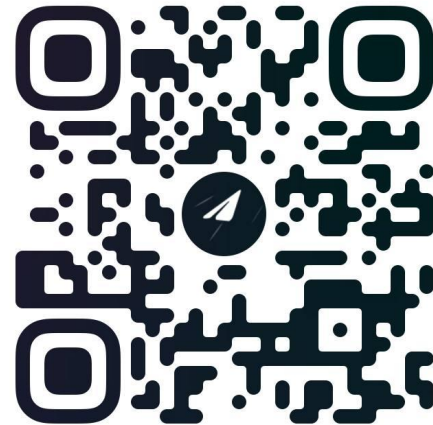


@NASTI_SMM

HR-менеджер
Перевалова Ксения

 + 7 911 177 08 71

@perevalova_ksusha



@PEREVALOVA_KS