

# Медиакоманда и её развитие



В 17 регионах страны стартовала третья очередь проекта комплексной модернизации службы занятости. В связи с этим у пресс-служб Кадровых центров возникает ряд вопросов: с чего начать разработку региональной коммуникационной стратегии, как сделать так, чтобы СМИ сами приходили к вам за информацией и комментариями, как распределить нагрузку в команде. Ответы на большинство из них можно найти в [Базе знаний](#) Федерального центра компетенций в сфере занятости. На сегодня разработаны методические рекомендации, технологические карты, обучающие курсы. Своим опытом о том, как теорию перевести в практику, делится **Денис Катков**, руководитель пресс-службы Кадрового центра Самарской области, одной из самых успешных пресс-служб среди регионов — участников проекта



## Собираем команду

К структуре пресс-службы предъявляются два строгих требования:

1. Руководитель подразделения подчиняется напрямую только директору управляющего Кадрового центра
2. В штате не менее трёх сотрудников, которые должны профессионально владеть следующими навыками: писать информационные тексты, фотографировать и создавать визуальные материалы.

Именно с учётом этих требований мы и создали наше подразделение. Я напрямую подчиняюсь директору. У меня в подчинении есть три ведущих специалиста: дизайнер, фотограф и видеограф. Мы искали их среди тех, кто уже работал в масс-медиа региона.

тем, кто сейчас в проекте, требуется подгружать ежемесячный план. Мы решили уменьшить этот срок до двух недель. Здесь сводим мероприятия, интересные для СМИ. Это события, связанные с процессом модернизации, успешным трудоустройством и взаимодействием Кадрового центра с работодателями. А ближе к завершению модернизации главным событием становится открытие новых Кадровых центров.

Не забудьте сделать фотографии центров до начала ремонта, они пригодятся для сравнения.



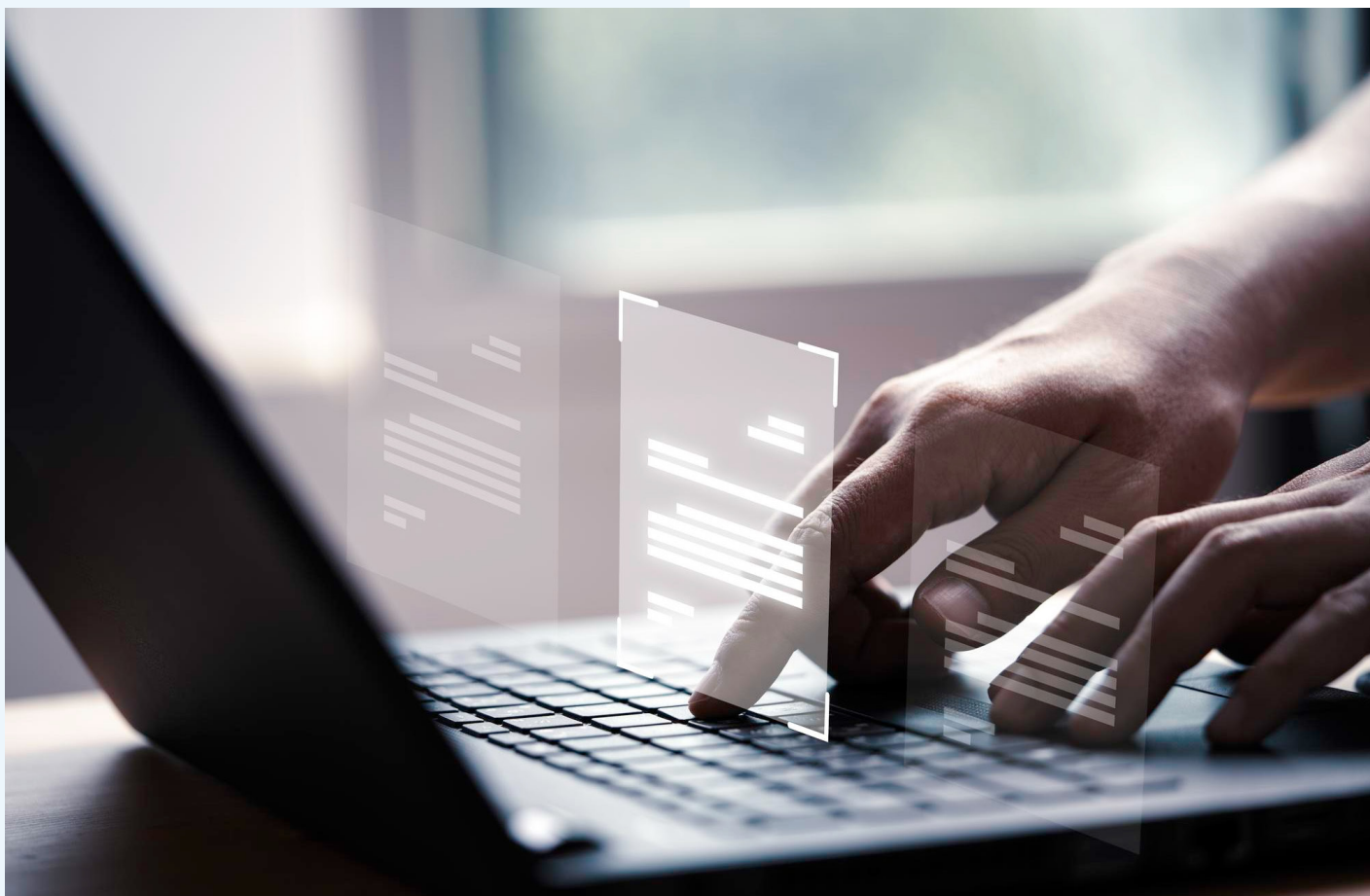
## Формируем информационную повестку

В начале года мы разрабатываем [медиаплан](#) на год. Это крупный документ, который позволит не потеряться на столь долгой дистанции. При этом



## Начинаем работу со СМИ

Если вы никогда не работали со СМИ, то начните со [знакомства](#). Для этого можно в начале года провести



**неформальную встречу** в Кадровом центре: позвонить в СМИ, пригласить, рассказать, какую информацию от вас можно ждать, что можно запрашивать.

На каждое СМИ составляем медиакарту, где указываем не только редактора и ведущих журналистов, их контакты, но и тираж (охват аудитории), ключевые темы, смотрим портрет аудитории, берём контакты.

Затем готовим **пресс-релизы** и рассылаем. Не каждый пресс-релиз возьмут. Нужно почувствовать, что интересно журналистам, их читателям и зрителям. И писать в релизах не отчёты о проделанной работе, а то, чем вы можете быть полезны для жителей региона.

Но на этом ваша работа не заканчивается. Каждый день необходимо проводить мониторинг СМИ: смотреть, где вышли публикации, если не вышли, то уточнять причину, оперативно отрабатывать негативные реакции.



## Собираем информацию для СМИ

Комплексная модернизация — это настоящий кладёзь **инфоповодов**, который способен вывести Кадровый центр на пик цитируемости.

Мы ежедневно взаимодействуем со СМИ, участвуем в совещаниях, чтобы находить информацию для создания пресс-релизов. Занимаемся рассылкой материалов, организуем пресс-туры, готовим тексты от лица директора, снимаем сюжеты и ведём социальные сети, проводим пресс-конференции — и это ещё не весь перечень задач нашей команды.

Задача пресс-службы не ограничивается только сбором информации и написанием текстов о том, что сделали подразделения Кадрового центра.

Мы часто реализуем собственные инициативы, которые вызывают большой интерес у СМИ. Среди наших проектов — ночная ярмарка вакансий и работа с молодёжными клубами. Мы публикуем авторские статьи в журнале СЗН-Пuls и участвуем в пресс-конференциях в качестве спикеров.



## Проводим обучение

Когда мы летим в самолёте, то неоднократно слышим: «В случае чрезвычайной ситуации наденьте кислородную маску сначала на себя».

Тот же принцип хорош и в обучении. Развиваться надо постоянно, ведь инструменты работы в инфополе стремительно меняются. Повысить компетенции можно на интенсивах и в ходе корпоративного обучения ФЦК СЗ, которое проводится ежегодно для сотрудников службы занятости.

Но мы не забываем и о наших коллегах и помощниках — сотрудниках территориальных Кадровых центров,



которые отвечают за взаимодействие с пресс-службой, питают нас местными событиями.

В 2024 году мы впервые провели встречу, на которой собрали всех, кто с нами взаимодействует. Мы обучали их писать пресс-релизы, составлять медиапланы.

Результат такого обучения мы ощутили сразу. Сегодня работать легче, ведь теперь мы говорим с коллегами на одном языке.

## Итоги работы в 2024 году

**3** раза

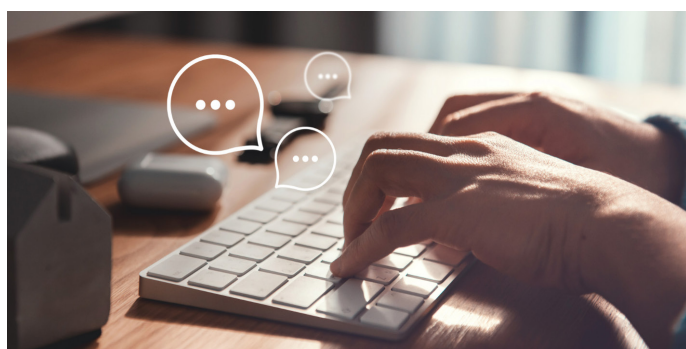
наши новости попали в топ Яндекса

**5** тыс.

новостей опубликовано в сети Интернет

**2,5** тыс.

публикаций вышло в региональных СМИ



### Узнать о запуске пресс-службы больше

**Денис Катков,**  
руководитель пресс-службы  
Кадрового центра Самарской области

+7(937) 986-47-02