

В каждом номере журнала «СЗН-ПУЛЬС» мы разбираем один из 20 показателей индекса совершенствования качества клиентского опыта службы занятости. Материалом для анализа служат кейсы, которые специалисты службы занятости рассматривают в чате [«Клиентоцентричность в СЗН»](#) в рамках **«ВАУ — марафона»**.

Всего есть пять групп показателей: **полезность обращения в СЗН и ЦЗН, адресность и персонализация, минимизация усилий клиента, внешний комфорт и удобство, дружелюбие и партнерство**

Неделя №9. Показатель «Доступность и понятность информации о сервисах СЗН в социальных сетях»



Показатель, который входит в группу **«Минимизация усилий клиента»**, демонстрирует мнение клиента об удобстве использования и понятности информации, размещаемой на официальных страницах службы занятости в социальных сетях.

Для измерения показателя используют два вида данных: субъективное мнение клиента, а также информацию, размещенную на странице в соцсетях службы занятости.

В девятом туре марафона:



17 регионов
приняли
участие



18 тематических практик
и наработок по оказанию
ВАУ-сервиса размещено



Регионы-участники:

- Алтайский край
- Брянская область
- Владимирская область
- Курская область
- Липецкая область
- Нижегородская область
- Новосибирская область
- Омская область
- Пермский край
- Республика Башкортостан
- Республика Татарстан
- Самарская область
- г. Санкт-Петербург
- Удмуртская Республика
- Ульяновская область
- Чувашская Республика
- Ярославская область

Курская область

Соцсети как точка доступа в службу занятости

Центр занятости населения Курской области активно ведет информационную работу через три официальные площадки: на сайт «Труд46», социальную сеть «ВКонтакте», мессенджер Telegram.



Основным каналом коммуникации с гражданами является группа во «ВКонтакте», где за последние полгода количество подписчиков выросло на 700 человек, достигнув отметки в 2,6 тыс. (данные на май 2024 года). Важным фактором такого роста является размещение QR-кодов на социальные сети во всех кадровых центрах Курской области.

Активность и популярность публикаций публика растет благодаря статистическому анализу, который проводят сотрудники ЦЗН каждые четыре месяца.

Кроме того, региональная служба занятости регулярно публикует вакансии в соцсетях, что вызывает интерес у соискателей и дает положительную обратную связь от работодателей. Так, в рубрике «Вакансия недели» за четыре месяца разместили 410 постов с предложениями о работе. Заинтересованность аудитории подтверждается количеством просмотров — до 2 тыс.

Одним из успешных примеров реализации практики «Вакансия недели» является история Михаила Трубникова. На странице службы занятости во «ВКонтакте» он нашел вакансию производственного объединения «Вагонмаш». Благодаря этому всего за 10 дней он устроился инженером на предприятие ОПК.

Социальные сети — мощный инструмент, который помогает увеличить количество клиентов СЗН.



Размещение там вакансий дает возможность работодателям оперативно находить подходящих сотрудников. В свою очередь для безработных это отличная возможность начать новую главу в своей карьере.

Омская область

И себе, и людям — как служба занятости нашла в свою команду сотрудника через свои же соцсети

СЗН Омской области активно трудоустраивает соискателей с помощью сообществ в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники» и мессенджере Telegram.



Особой популярностью у подписчиков пользуется группа во «ВКонтакте», созданная в апреле 2018 года. Сотрудники постоянно придумывают новые рубрики, работают над улучшением оформления и качества контента. Это помогло набрать в более чем 2,9 тыс. подписчиков, а также 7,9 тыс. просмотров постов.

Ежемесячно в группе публикуется не менее 70 записей. Активность и популярность публикаций обеспечивают регулярные рубрики, где размещаются еженедельные горячие вакансии от ведущих предприятий Омской области, рекламные ролики работодателей, напоминания о преимуществах услуг и сервисов кадрового центра, своевременные анонсы и освещение мероприятий.



Особый интерес у подписчиков вызывает раздел «Услуги соискателям». В его топе просмотров — ярмарка вакансий, нацпроект «Демография» и календарь мероприятий. Также во «ВКонтакте» есть чат, где специалисты кадрового центра готовы ответить на вопросы о работе службы занятости.

В числе подписчиков группы была и соискательница Екатерина Загинайло. Отслеживая информацию в соцсетях службы занятости Омской области, она узнала о возможности дистанционно выучиться на графического дизайнера по нацпроекту «Демография».

Екатерина обратилась в центр занятости, встала на учет как безработная и подала заявку на обучение. По окончании курсов она оформила самозанятость и принимала частные заказы.

Позднее на портале «Работа России» женщина нашла вакансию дизайнера кадрового центра. Успешно выполнив тестовое задание, с марта 2024 года Екатерина работает в сфере занятости. Таким образом, служба занятости с помощью соцсетей находит квалифицированных специалистов не только в сторонние компании, но и в собственный штат.



Липецкая область

Интернет — для трудоустройства инструмент

Центр занятости населения Липецкой области эффективно продвигает свои услуги и сервисы при помощи социальных сетей. Основным каналом интернет-коммуникации с клиентами



является группа во «ВКонтакте». За последние шесть месяцев количество подписчиков там выросло на 350 человек и достигло 4 тыс. пользователей.

Век цифровых технологий позволяет использовать возможности Всемирной паутины по максимуму. В частности, находить работу. Для этого ЦЗН Липецкой области размещает в своих соцсетях вакансии. За последние три месяца было опубликовано 90 таких постов, которые в сумме набрали 7 тыс. просмотров.

Один из успешных примеров рубрики «Вакансия недели» является история трудоустройства Елены Белоусовой. Женщина увидела вакансию во «ВКонтакте». Всего за 14 дней она нашла новое место работы в тепличном комбинате «Елецкие овощи», а предприятие — специалиста по первичной документации.