

## БРИФ

### **на коммуникационное сопровождение деятельности Дирекции по развитию студенческого потенциала +требования к презентации (4 стр.)**

#### **Общая информация о контракте:**

**Заказчик:** Дирекция по развитию студенческого потенциала

**Эксперты** (участвуют в выборе победителя конкурса): дирекция по связям с общественностью, представители ФКМД

**Исполнитель:** Креативная команда студентов

**Срок:** 6 месяцев

**Оплата:** 200 000 рублей (Исполнитель может предложить иную сумму, что будет учитываться при отборе) +Возможно подключение к ярмарке проектов

#### **Цели и задачи коммуникационного сопровождения**

**Цель:** повышение информированности студентов о вышкинской внеучебной жизни. Повышение их вовлеченности в разные форматы внеучебной жизни, повышение лояльности студентов.

**Важно:** коммуникация должна быть преимущественно двуязычная (рус + англ)

*Для понимания целей и задач коммуникации дирекции по развитию студенческого потенциала можно посмотреть коммуникационную стратегию дирекции:*

<http://www.slideshare.net/ssuseredc6fe/ss-72848804>

#### **Задачи по каналам коммуникации и KPI:**

##### **1. Сайт**

- Подготовка контента к созданию раздела «STUDLIFE» на портале HSE.RU. В этом разделе будет объединена вся информация о внеучебной жизни;
- Контент для страниц центров дирекции по развитию студенческого потенциала;
- Подготовка статей о студенческих проектах и внеучебной жизни вышки для портала hse.ru
- Подготовка пресс релизов о крупных студенческих мероприятиях

#### **KPI:**

- Раздел STUDLIFE портале HSE.RU (наличие/отсутствие);
- Новостные статьи для портала о внеучебной жизни;
- Переработанные страницы центров (4)

## 2. Соц. сети:

- Ведение сообществ в вк: Studlife ([https://vk.com/studlife\\_hse](https://vk.com/studlife_hse)), Hse Career <https://vk.com/hsecareergroup>; Стипендиальный центр [https://vk.com/scholarships\\_hse](https://vk.com/scholarships_hse)
- Создание англоязычного флагмана студлайф на Facebook или интеграция с существующими англоязычными ресурсами;
- Запуск канала Studlife в телеграм;
- Запуск бота, со студенческими мероприятиям

### КРІ:

*По подписчикам:*

Вк

- 1) 10 тыс. [https://vk.com/studlife\\_hse](https://vk.com/studlife_hse)
- 2) 15 тыс. <https://vk.com/hsecareergroup>
- 3) 2 тыс. [https://vk.com/scholarships\\_hse](https://vk.com/scholarships_hse)

Фб: 500 человек

Телеграм: 2000

По контенту:

Уникальный контент. Разработка рубрик. Использование элементов РТМ.

*По вовлеченности:*

По всем ресурсам средний показатель вовлеченности к посту должен быть больше 1.

Рассчитывается так: лайки+шеры+репосты/количество подписчиков \* 100

*Например, Studlife сейчас показатель средний вовлеченности 0.16 (лайки+шеры+репосты/количество подписчиков \* 100). Нужен > 1 ([https://vk.com/studlife\\_hse](https://vk.com/studlife_hse))*

## 3. Рассылки:

**По студентам:**

- 1) Рассылка про карьеру
- 2) Рассылка про студенческую жизнь
- 3) Рассылка про науку для студентов.

**КРІ:** Еженедельные рассылки по этим трем рубрикам

Повышение вовлеченности:

>30% открывают рассылки

>5% конверсия по основным материалам рассылки

### Механика работы с заказчиком

Взаимодействие с исполнителя и заказчика происходит в трех основных форматах:

- Стратегические сессии, на которых обсуждаются масштабные проекты и стратегические задачи;

- Планерки раз в неделю. На этих совещаниях заказчик ставит основные задачи на неделю. Контролирует процесс достижения стратегических задач;
- Аккаунт менеджер команды должен быть всегда на связи с заказчиком для получения оперативных задач командой

### **Оплата**

Оплата происходит в три этапа. Соответственно общий KPI разбивается на три этапа. Достижение промежуточных показателей эффективности – условие оплаты.

### **Презентация команды**

Для участия в конкурсе креативных команд на коммуникационное сопровождение деятельности дирекции по развитию студенческого потенциала, команде студентов необходимо выслать презентацию на почту [studsupport@hse.ru](mailto:studsupport@hse.ru).

#### **Что должно быть в презентации студенческой команды<sup>1</sup>:**

- 1) Представление команды. Компетенции участников;
- 2) Информация о уже реализованных проектах команды;
- 3) Коммуникационная стратегия команды (как будет команда достигать поставленных задач):
  - Описание целевых аудиторий коммуникации (студенты, выпускники);
  - Инсайты целевых аудиторий;
  - Сообщения для целевых аудиторий;
  - Описание каналов коммуникации, которые будут использоваться;
  - Медиаплан с таймингом;
  - Бюджет

По всем вопросам о конкурсе креативных команд обращайтесь к Чернявскому Ивану: [ichernyavskiy@hse.ru](mailto:ichernyavskiy@hse.ru)

---

<sup>1</sup> Это минимум, команда может добавлять то, что считает нужным рассказать о себе