



От стажировки к карьере: кейс getads

Успешный опыт привлечения и развития молодых талантов в сфере маркетинга и PR

2024-2025

Зачем и для кого?



Цель программы

Весной 2024 года компания **getads** запустила программу стажировки для студентов последних курсов специальностей PR и Связи с общественностью. Основная цель – сформировать отдел маркетинга и PR, используя успешный опыт найма и обучения молодых специалистов в сфере разработки ПО

Организаторы

Компания: getads

Инициатор: Григорьева Анастасия
Анатольевна, Директор по маркетингу

Открытые позиции для стажеров



01 Автор влога

Создание видеоконтента, развитие присутствия компании на видеоплатформах

02 B2B маркетолог

Реализация задач по продвижению продуктов и услуг на B2B рынке

03 Автор блога

- Написание экспертных статей компании
- Формирование Tone of Voice
- Создание контентной стратегии

Мы стремились найти мотивированных студентов для выполнения конкретных задач

В планах было развитие стажеров до уровня специалистов

Этапы отбора и стажировки



Идентификация задач

Внутрикомандное осознание необходимости стажёров и определение пула задач



Описание вакансий

Формализация конкретных задач и ожидаемых результатов для каждой позиции



Привлечение талантов

Открытое выступление в ВУЗе с презентацией открытых вакансий



Отбор кандидатов

Сбор заявок, проведение интервью, выполнение тестовых заданий



Трёхмесячная стажировка

Интенсивное погружение в рабочие процессы и проектные задачи

Процесс был спланирован для максимальной эффективности и отбора наиболее подходящих кандидатов



Система наставничества и обучения



Еженедельные встречи

Общие совещания отдела
маркетинга и PR для координации
работы



Индивидуальные созвоны

Почти ежедневное взаимодействие
с каждым стажером для обучения и
решения вопросов



Система задач

Ведение списка задач с
приоритетами и статусами для
прозрачности и контроля

Результаты стажировки



Трудоустройство и дальнейшая динамика

По итогам стажировки 2 из 3 стажеров были трудоустроены:

Автор влога

Продолжает успешно работать в компании

B2B маркетолог

Проработал год

Причины неуспеха

Автор блога не был трудоустроен из-за нехватки времени на его обучение и расхождению в стиле написания с желаемым Top of Voice компании

Ключевые выводы



Что сработало и что учесть



Четкое понимание задач

Необходимо заранее определить конкретные задачи, которые будут выполнять стажёры



Опытный наставник

Наличие наставника с опытом "выращивания" специалистов критически важно для развития стажёров



Выделенное время

Наставники должны уделять стажерам 5-10 часов в неделю



Оплачиваемая стажировка

Мотивирует стажёров и повышает их ответственность

Рекомендации



Чему научила
программа getads



Регулярная обратная связь

Важно честно давать обратную связь на каждом этапе работы стажёров



Реалистичные ожидания

Не переоценивайте ожидания от стажеров. Они – студенты, а не эксперты. Будьте готовы к тому, что их развитие требует времени и усилий



Фокус на гармонии

Учитывайте не только навыки, но и соответствие кандидата культуре компании и её специфике

Количественные показатели



Продолжительность и
эффективность

3

Длительность программы

месяца

3

Количество участников

стажёра

66%

Процент успешных
кандидатов

трудоустройства

Мы видим высокую конверсию стажёров в постоянных сотрудников, считаем подход эффективным

По всем вопросам



Анастасия Григорьева

Директор по маркетингу getads

hello@getads.ru

tg: @nastasiyagrigrorieva