

ОСНОВА НАШЕЙ КОМПАНИИ,  
ЕЕ ГЛАВНЫЙ АКТИВ И НАИБОЛЬШАЯ  
ЦЕННОСТЬ – ЭТО ЛЮДИ



## О КОМПАНИИ

**ОАО «РЖД»**  
*транспорт/логистика*

**РЖД — национальный лидер транспортной отрасли и один из крупнейших работодателей страны. В холдинге работает почти 900 тысяч человек. В 2024 году в компанию устроились более 113 тысяч сотрудников, из них 69 тысяч — молодёжь (с учётом практикантов).**

Чтобы привлекать и удерживать сотрудников, РЖД развивает бренд работодателя в разных направлениях, и одно из ключевых — соцсети.

В соцсетях РЖД решает сразу две задачи: работает на имидж работодателя и поддерживает сервисные коммуникации. Каналы помогают формировать понятный и живой образ компании, повышать доверие и снижать «порог входа» для тех, кто выбирает, где учиться и работать. Здесь удобно объяснять сложные темы простым языком: какие профессии есть на железной дороге, как устроены карьерные треки, что даёт целевое обучение и т. д.

Ещё одна важная роль соцсетей — диалог с аудиторией. Обратная связь помогает корректировать коммуникации и подстраивать контент. Также соцсети приводят трафик на Карьерный портал и встраиваются в воронку подбора.

Главная сложность — конкуренция за внимание: контента много, времени у аудитории мало. В случае РЖД добавляются и ограничения по продвижению и взаимодействию — например, в Telegram отключены комментарии. Поэтому важно держать баланс между полезным и интересным, адаптировать один смысл под разные форматы и площадки, регулярно тестировать подачу и параллельно работать с реакциями, включая спорные и негативные.

Соцсети — это долгосрочный инструмент. Они требуют системного подхода, гибкости и понимания того, как каждый пост работает на цели бренда, а также регулярной оценки результатов.

**[Telegram-канал «Команда РЖД. Построй карьеру»](#)**

Аудитория: старшеклассники, студенты, недавние выпускники.

По данным за 2025 год (01.01.2025–18.12.2025):

- 5,5 тысяч подписчиков
- 600 тысяч просмотров за год
- ER — 2,6%
- ERR — 23%
- VR — 43,2%

Цель на 2026 год: увеличить аудиторию до 10 тыс. релевантных подписчиков.

### Группа ВКонтакте «Команда РЖД | работа»

Одно из крупнейших карьерных сообществ во ВКонтакте.

Аудитория: сотрудники РЖД и соискатели; 48% мужчин, 52% женщин; средний возраст — 35+.

По данным за 2025 год (01.01.2025–18.12.2025):

- 109,1 тысяч подписчиков (органический прирост +8,7 тысяч)
- 9,6 млн просмотров
- VR — 10,8%
- 24 790 лайков
- 5 626 репостов
- ER — 1,8%
- ERR — 3,4%

Показатели сопоставимы с конкурентами.

Цели на 2026: 150 тысяч подписчиков, VR 15%

РЖД опираются на опыт решения сложных задач, постоянно совершенствуются и внедряют передовые технологии, следуя принципам устойчивого развития.

Больше о компании [тут](#).

## СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ

- Низкая привлекательность рабочих профессий и отрасли транспорта и логистики для молодёжи.
- Потребность в массовом найме – до 80 тысяч человек в год – в условиях дефицита кадров.

### **Контекст (зачем нужен агент):**

- Повысить привлекательность бренда работодателя РЖД и престиж рабочих профессий.
- Увеличить информированность о работе в РЖД.
- Выделяться среди других работодателей и оставаться заметными.

## ЗАДАЧА

**Разработать концепцию и прототип AI-агента для анализа публикаций в релевантных карьерных аккаунтах соцсетей (VK, Telegram).**

Агент должен находить наиболее эффективные посты по метрикам (лайки, репосты, комментарии и другие показатели) и предлагать, как адаптировать лучшие практики под соцсети РЖД. Цель — повысить

## ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ

вовлечённость в контент о профессиях и карьере и привлечь новых сотрудников.

- Школьники 9–11 классов и студенты вузов/колледжей, которым интересны рабочие профессии в РЖД (машинист, инженер)
- Производственный персонал (рабочие – ключевая группа)
- Офисные работники и IT-специалисты

## ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- **AI-агент для анализа контента в соцсетях и рекомендаций по его адаптации для РЖД. Ключевые метрики: охват и вовлеченность. Цель – рост лайков/откликов/переходов на 20–30%.**
- **Презентация с обоснованием: как решение повысит престиж рабочих профессий и узнаваемость бренда работодателя, а также поддержит рост найма среди школьников, студентов и молодых специалистов.**
- **Масштабируемая модель для соцсетей РЖД (@komandarzd) с расчётом ROI (окупаемости).**

## ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

Сайт компании: <https://www.rzd.ru>

Карьерные аккаунты в социальных сетях:

<https://vk.com/komandarzd>

<https://t.me/komandarzd>

Материалы по бренду работодателя

Обратите внимание на файл «Руководство по применению ценностного предложения». В нём все вводные по позиционированию на рынке труда:

<https://disk.yandex.ru/d/FovdGWJSayw5ig>