

**АНКЕТА НОМИНАНТА
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ В ОБЛАСТИ МЕДИАБИЗНЕСА
«МЕДИА-МЕНЕДЖЕР РОССИИ»**

Дата проведения: 06 июля 2023 года, город Москва

| | |
|-------------------|-----------------------|
| ФИО | Иванов Сергей Юрьевич |
| Название компании | ООО «Медиацентр» |
| Должность | Генеральный директор |

**НОМИНАЦИИ ДЛЯ ВЫДВИЖЕНИЯ
ТОП-МЕНЕДЖМЕНТ/ Корпоративные Медиа**

**ДОСТИЖЕНИЕ НОМИНАНТА
за которое он выдвигается на Премию**

К какой области относится достижение, идея, способствовавшая развитию бизнеса

менеджмент (управление) концепция

ДОСТИЖЕНИЕ, ИДЕЯ

За развитие корпоративных СМИ компании Металлоинвест

РЕЗУЛЬТАТ

Участвовал в создании единого медиацентра компании «Металлоинвест», который впоследствии возглавил. Реформа корпоративных медиа включала реструктуризацию существующих локальных СМИ и формирование централизованной структуры, включающей четыре редакции в трех городах присутствия Металлоинвеста.

Ранее многие медиа имели архаичный характер: устаревшая вёрстка и советская стилистика – в газетах-многотиражах, длинные форматы – в видеосюжетах, отсутствие работы в социальных сетях. На этом фоне медиаканалы входящих в Металлоинвест комбинатов занимали малозаметную роль в медийном потреблении сотрудников. Каждый комбинат автономно доводил до аудитории ключевые сообщения, в итоге работники предприятий не ощущали себя частью большой компании.

На базе разрозненных подразделений была создана принципиально новая структура, осуществляющая единую информационную политику во всех регионах присутствия компании «Металлоинвеста»:

1. Корпоративная газета «Новости Металлоинвеста», каждый выпуск которой состоит из двух частей – общей повестки компании и новостей конкретного комбината. Такой дифференцированный подход позволяет сохранить лояльность многолетней аудитории, а с другой стороны – обеспечивает формирование корпоративной культуры, продвигая ценности компании. Газеты Металлоинвеста – лидеры по аудитории в городах.

- 50,3% сотрудников Металлоинвеста назвали главным источником информации именно газету (по данным социологического опроса, проведённого в 2022 г.)

2. Реформирование ТВ-программ: разделение контента на внутреннюю и внешнюю аудиторию.

Создание с нуля корпоративного телевидения – от выбора технических решений до производства контента.

Сегодня это два выпуска в неделю общим хронометражем программ – более 1 часа. 120 панелей на трех комбинатах, охват – 30 тысяч человек.

- 86,1% сотрудников смотрят корпоративное ТВ (2022 г.)

3. Формирование продакшн-студии на базе ТВ-редакции, создающей видеопroduкцию в том числе для корпоративных мероприятий Металлоинвеста и внешних заказчиков.

4. Профессиональный журнал о металлургической отрасли Iron Magazine, получивший, в том числе, премию АКМР как лучший корпоративный журнал.

5. Городские порталы, выступающие в качестве инструментов «мягкой силы» компании в регионах присутствия.

6. Производство электронных обучающих курсов совместно с Корпоративным университетом Металлоинвеста. Это уникальный образовательный проект для сотрудников. Его особенности – яркая анимация, элементы интерактива, «оживающей» графики, которые подают материал легко и увлекательно.