**Название проекта:** «Читающие металлурги». *(номинация – «PR c нуля» или «Лучший проект по внутрикорпоративному PR» - на усмотрение организаторов конкурса)*

**Дополнительные материалы проекта доступны для скачивания:**

[**https://yadi.sk/d/d3AyjSST3T9fMd**](https://yadi.sk/d/d3AyjSST3T9fMd)

**Организация:** Группа НЛМК

**Отрасль:** промышленность (металлургия)

**Автор и авторский коллектив:** Яна Ларина (главный редактор портала Группы НЛМК); Ирина Рощупкина (руководитель группы Корпоративного университета НЛМК).

**Сроки реализации:** апрель – декабрь 2017 года

**Цели и задачи проекта:**

- продвижение корпоративной библиотеки «Альпина Диджитал»;

- повышение культуры чтения в компании;

- повышение интереса сотрудников к профильным книгам.

**Целевые аудитории:** Все сотрудники российских предприятий Группы НЛМК, которых сегодня насчитывается около 49 тыс. человек. География сотрудников-читателей: Липецк, Екатеринбург, Калужская область, Ревда, Старый Оскол, Нижние Серги, Данков, Заринск.

**Проблематика:**

В апреле 2017 года Группа НЛМК приобрела лицензии электронной библиотеки «Альпина Диджитал» на всех сотрудников компании, в которой доступны **более 1000 электронных книг**на русском языке по следующим направлениям:**карьера, лидерство, продажи, переговоры, презентации, менеджмент, маркетинг, проекты и бизнес-процессы, финансы и учет, экономика и право, здоровье и спорт, и проч.** Электронная библиотека еженедельно пополняется новыми поступлениями; это современное и многофункциональное решение, которое помогает растить высококлассных специалистов, развивать их таланты.

**На момент приобретения электронной библиотеки в компании отмечался низкий интерес сотрудников к профессиональной литературе и литературе по личностному развитию.** Именно поэтому PR-служба НЛМК совместно с корпоративным университетом разработали программу повышения культуры чтения на весь год. Программу назвали «Читающие металлурги».

В Группе НЛМК сегодня выстроена полноценная система корпоративных коммуникаций, в которую входят как классические средства массовой информации, например, стенды, журнал и газеты на каждой площадке, так и современные медиа, такие как блоги и социальные сети, цифровое телевидение НЛМК-ТВ, рассылка новостей и корпоративный портал, который постепенно становится точкой входа для доступа сотрудников ко всем аспектам работы компании. Эти каналы нацелены не только на максимально оперативное информирование о событиях в Группе, но и на получение обратной связи от сотрудников компании, а также на продвижение «старых» и «новых» ценностей компании. В программе «Читающие металлурги» использовались все перечисленные внутренние инструменты для коммуникаций.

**Тактика, креативные решения:**

Для PR этого проекта использовались следующие инструменты:

* публикации в корпоративной газете в формате рубрики «Читающие металлурги»;
* рекомендации книг от топ-менеджеров компании (формат – видео и текст);
* короткие рекламные тексты на стендах в цехах;
* рекомендации книг через блоги сотрудников на портале;
* проведения конкурса «Моя настольная книга» на портале для всех сотрудников Группы;
* создание собственной уникальной рубрики «Читающие металлурги» на двух порталах – основном портале, которым пользуется офисный персонал и на мобильном портале, целевой аудиторией которого являются рабочие;
* регулярная тематическая подборка книг к определенным датам (нр, «Книги, которые должен прочитать каждый новатор компании» к Дню изобретателя и рационализатора);
* продвижение рубрики «Читающие металлурги» в еженедельной новостной рассылке в электронной почте.

**Практические действия:**

- Специально для внутреннего портала записаны шесть интервью топ-менеджеров Группы НЛМК в формате рекомендаций книг;

- В течение года в корпоративных газетах Группы НЛМК вышло более 30 материалов о полезных книгах;

- В течение года на портале НЛМК в рубрике «Читающие металлурги» опубликовано более 40 материалов;

- В еженедельной новостной рассылке Группы НЛМК рубрика «Читающие металлурги» упоминалась более 20 раз;

- Информация о корпоративной библиотеке «Альпина Диджитал» появлялась на стендах в цехах ежемесячно;

- В конкурсе «Моя настольная книга» с ценными призами приняли участие 40 сотрудников Группы НЛМК. Их рекомендации книг на конкурсной странице собрали около 900 лайков;

- Более 20 раз упоминали сотрудники НЛМК корпоративную библиотеку в социальных сетях;

- Более 30 раз упоминали сотрудники Группы интересные книги в своих блогах на портале.

**Итоговый результат проекта:**

Настоящий рекорд поставили сотрудники Группы НЛМК по количеству прочитанных книг и часам чтения на человека. Об этом сообщают специалисты издательской группы «Альпина Паблишер», анализирующие статистику электронной библиотеки «Альпина Диджитал» и сравнивающие компании по отраслям. Сотрудники компании просмотрели с апреля по декабрь 2017 года 3880 книг и потратили 2501 часов своего личного времени на чтение развивающей литературы. В момент запуска электронной библиотеки этот показатель был в 10 раз меньше.