

лучше[®]

Профессиональный нетворкинг как инструмент

Суена Ли

Руководитель бренда Сетка в hh.ru

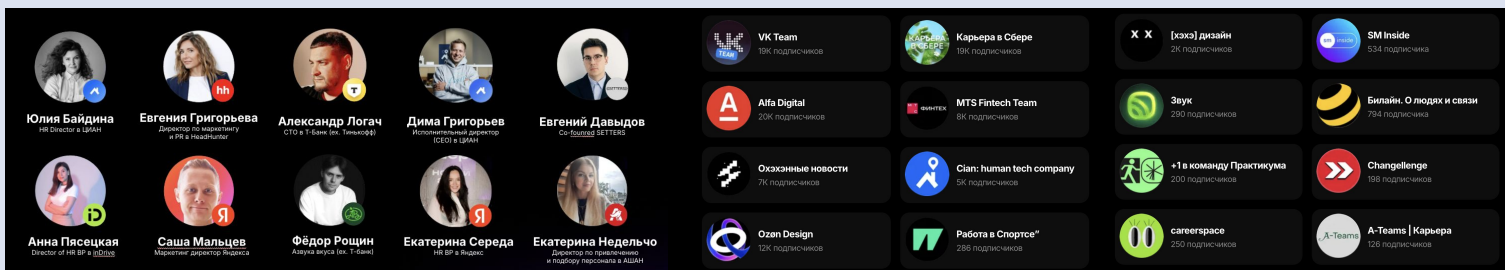
- Отвечаю за развитие бренда Сетка, бренд-команды и внутренних бизнес-процессов
- Ранее — Яндекс Такси, Heineken, Henkel, Danone
- 12 лет в маркетинге — экспертиза в стратегическом маркетинге и построение и запуске локальных и международных брендов



Что такое Сетка?

С Е Т К А

Это соцсеть для нетворкинга и карьеры от hh.ru, где можно точно пересечься с нужными людьми из индустрии и открыть новые профессиональные возможности



Сетка сегодня

1

750 000+

зарегистрированных
пользователей

2

Ядро аудитории —
специалисты
из **IT, digital,**
креативных сфер

3

Создана на базе
больших данных
лидера онлайн-
рекрутинга

hh.ru (с базой в 70
млн. резюме)

Программа

1

В чем магия нетворкинга?

2

Нетворкинг как инструмент

3

Роль соцсетей в нетворкинге

4

Влияет ли соцсеть CEO на бизнес?

5

Практические советы

Вопросы

- Как найти больше новых партнеров?
- Можно, чтобы классные кандидаты сами хотели к нам трудоустроиться?
- Как повысить рейтинг компании?
- Как сделать так, чтобы о нашей новой услуге узнал весь рынок?
- Как сделать так, чтобы “холодные” звонки не были такими холодными? :(

**Нетворкинг входит в топ-3
инструмента, оказывающих
значительное влияние
на рост профессиональной
востребованности на рынке**

СЕТКА

по данным исследования hh.ru, 2023



Что такое нетворкинг?

Что такое нетворкинг?

«Нетворкинг – это когда люди, единомышленники, профессионалы, спецы своего дела собираются в одном заведении и делятся мнениями, впечатлениями, знаниями, навыками, и опытом»

IDI12, ЦА1, от 2 до 5 лет, малый/средний

«Поиск знакомых — это тоже нетворкинг, даже если эти знакомые тебе не в этой профессии, это не важно, любые связи полезны. Это тоже часть нетворкинга, потому что ты всегда можешь из какого-то дружественного коннекта извлечь профессиональную выгоду»

IDI20, ЦА1, от 2 до 5 лет, микро/фриланс

Что такое нетворкинг?

**Системный инструмент,
который помогает
повысить
профессиональную
ценность на рынке
через других людей
и комьюнити**

- **Быстрый доступ к контактам, возможностям, «утепление» отношений** (отправить портфолио с рекомендацией в компанию)
- **Доступ к инсайдерской информации** (н-р, скрытый рынок вакансий или тендеров)
- **Поиск экспертизы, менторства**
- **Развитие личного бренда или бренда компании, видимость в сообществе**
- **Расширение кругозора, тренды, вдохновение**

Магия нетворкинга

Теория Грановеттера — сила слабых связей

В 1973 году социолог Марк Грановеттер обнаружил парадокс: большинство людей находили работу НЕ через близких друзей, а через дальних знакомых. 56% нашли работу через слабые связи (встречались реже раза в год)

Сильные связи знают ту же информацию, что и вы

Слабые связи — это "мосты" между изолированными кластерами, которые дают доступ к информации, **которой нет в вашем окружении**

Целеполагание — это база

1

Вывести бизнес на новый уровень (расширить сеть клиентов, партнеров, увеличить продажи и тд)

2

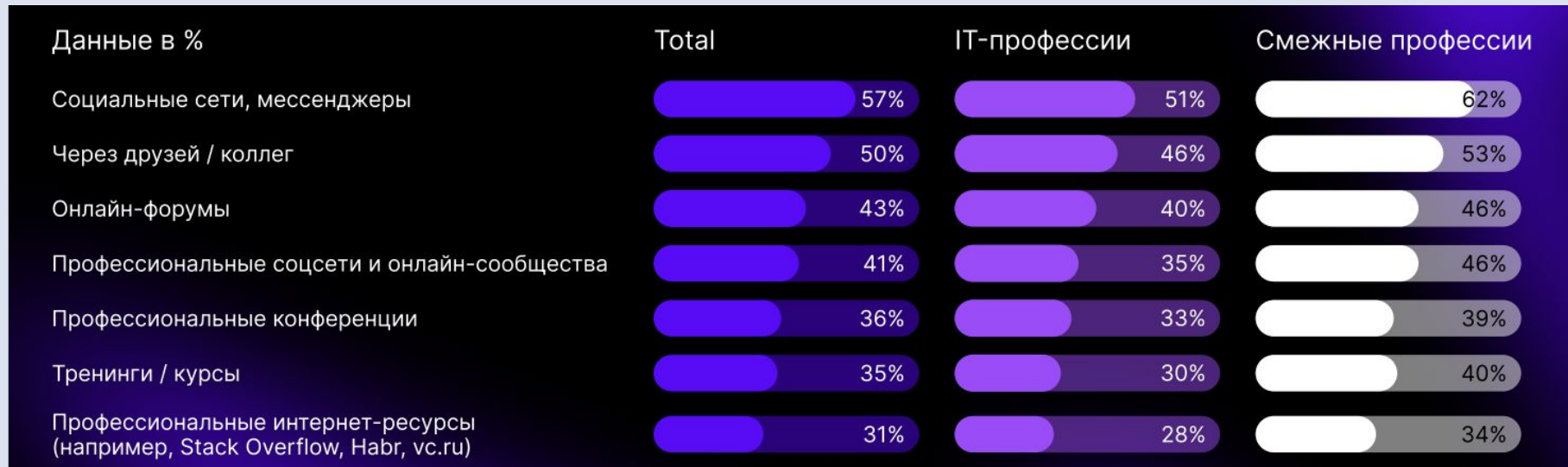
Прокачать бренд компании / hr-бренд компании, снизить стоимость найма

3

Улучшить профессиональную репутацию, прокачать экспертизу

Каналы для нетворкинга

по данным исследования Сетки, 2024



**Соцсети в целях нетворкинга —
самый масштабируемый
и легко конфигурируемый способ**



Как используют социальные площадки?

	Total
Решение рабочих задач	59
Чтение новостей, изучение трендов	59
Изучение нового, приобретение новых знаний	59
Спросить совет, получить консультацию	50
Общение с людьми из моей профессии/сферы деятельности	48
Поделиться собственной экспертизой, опытом	30
Анализ конкурентов на рынке	28
Поиск заказчиков	28
Поиск полезных знакомств	26
Изучение потенциальных компаний-работодателей	21
Поиск работы	17
Поиск сотрудников	16
Поиск спонсоров/инвесторов для реализации проекта	12

**Основная задача
эффективного нетворкинга —
попадать во внимание
нужных людей**



Популярные сценарии из Сетки

Вести блог основателя и компании

Агентство Digital Strategy



Роман Прохоров


26.03



AI hard skills в digital-агентстве. Часть 3: карта навыков

В предущей серии я провел исследование best practices по внедрению AI-скиллов в рекламных агентствах. Следующим шагом нужно составить карту AI-навыков, которая в дальнейшем станет базой для соответств

[читать далее](#)

Карта AI-скиллов, alpha-версия				
Рекламное агентство Digital Strategy				
	Base	Pro	Expert	
Блок 1. Теория				
1.1	Принципы работы LLM	Понимает роль контекстного окна, токенов, температуры. Знает, чем gpt-4o-mini отличается от gpt-4o. Понимает, почему одна модель даёт разные ответы на один промпт. Знает, что такое hallucinations и почему они неизбежны.	Понимает архитектуру трансформера на концептуальном уровне. Разбирается в fine-tuning vs prompt engineering vs RAG — когда что применять. Следит за бенчмарками и понимает, что они реально измеряют.	Может объяснить команде, почему конкретная модель ведёт себя определённым образом. Оценивает модели по техническим характеристикам, а не по хайлу. Понимает tradeoffs на уровне архитектуры.
1.2	Типы AI и различия между моделями	Понимает разницу между моделями одного провайдера (GPT-4o, GPT-4o-mini, Gemini) — когда какую использовать. Различает текстовые, визуальные, мультимодальные, аудио/видео модели. Знает про open-source модели. Понимает разницу между API и интерфейсом.	Обоснованно выбирает модель под задачу с учётом стоимости, скорости, качества, privacy. Тестирует новые модели при выводе и оценивает реальные изменения в маркете.	Может спроектировать стек моделей для сложного проекта. Ориентирован в landscape: от frontier-моделей до нишевых.
1.3	Ограничения и риски	Понимает, какие задачи AI решает хорошо, а какие плохо. Знает про утечку данных и copyright-риски. Понимает ограничения безопасности данных. Не пугит проверки.	Может оценить риски AI-решения для бренда клиента (персональные данные, репутация, когда НЕ использовать).	Проектирует политику использования AI для клиентских проектов. Обучает команду рискам. Мониторит регуляторные изменения.
1.4	Терминология	Свободно оперирует: промпт, рассуждающий, fine-tuning, zero temperature, few-shot-zero-shot reasoning, agent, API, RAG, etc.		Может объяснить любой термин нетехническому человеку и показать, как он влияет на практику, devops.
Блок 2. Инструменты				
2.1	Текстовые / мультимодальные LLM	Активно использует минимум ClaudePT, Gemini, Replicate, DA со стороны заказчика. Ист. функции: Project, Memory, за веб-поиск, интерфэйсы. Знает IT.	знаю как API хотя бы разовь стек под.	Работает с API. Тестирует новинки и быстро оценивает ценность. Проектирует стек для отдела.
2.2	Генерация изображений	Активно использует минимум Midjourney, DALL-E, Flux, Ideogram. Понимает разницу между теми параметрами (aspect ratio, style reference).	Берает под задачу Midjourney, Leonardo, или какой-нибудь локальный ренд.	Владеет полным лайфлайном: генерация → апскейл → редактирование → адаптация. Понимает ограничения для коммерческого использования.

Контент от лидеров компании влияет на весь бизнес

71%

респондентов чувствуют **большую симпатию к продуктам и услугам компании**, если видят в соцсетях контент от CEO и топов

56%

респондентов будут **охотнее пользоваться продуктами или услугами компании**, если ценности CEO и топов им созвучны

64%

считают, что контент лидеров и CEO компаний **влияет на выбор работодателя**

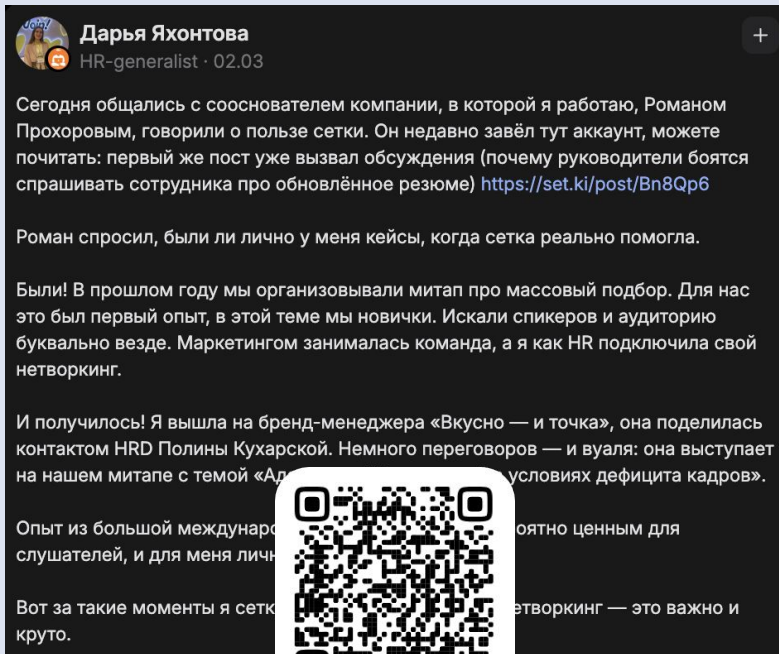
HR-бренд в социальных медиа 2026

Большое исследование Сетки и hh.ru



Вести блог от HR компании

Агентство Digital Strategy



Дарья Яхонтова
HR-generalist · 02.03

Сегодня общались с сооснователем компании, в которой я работаю, Романом Прохоровым, говорили о пользе сетки. Он недавно завёл тут аккаунт, можете почитать: первый же пост уже вызвал обсуждения (почему руководители боятся спрашивать сотрудника про обновлённое резюме) <https://set.ki/post/Bn8Qp6>


Роман спросил, были ли лично у меня кейсы, когда сетка реально помогла.

Были! В прошлом году мы организовывали митап про массовый подбор. Для нас это был первый опыт, в этой теме мы новички. Искали спикеров и аудиторию буквально везде. Маркетингом занималась команда, а я как HR подключила свой нетворкинг.

И получилось! Я вышла на бренд-менеджера «Вкусно — и точка», она поделилась контактом HRD Полины Кухарской. Немного переговоров — и вуаля: она выступает на нашем митапе с темой «Адаптация в условиях дефицита кадров».

Опыт из большой международной компании — это точно ценным для слушателей, и для меня лично.

Вот за такие моменты я сетку люблю. Нетворкинг — это важно и круто.



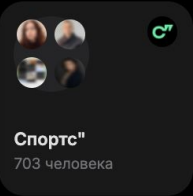
Найти нужных людей

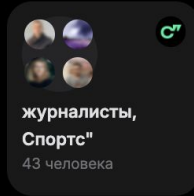
ПОИСК

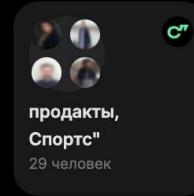
🔍 ✕ [найти](#)

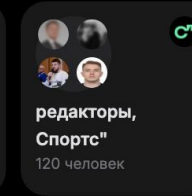
[все](#) [люди](#) [сетки](#)

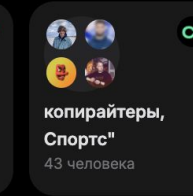
СЕТКИ

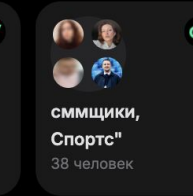
- 

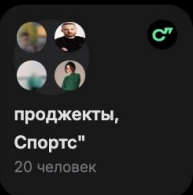
Спортс"
703 человека
- 

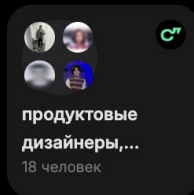
журналисты,
Спортс"
43 человека
- 

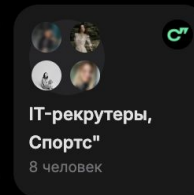
продакты,
Спортс"
29 человек
- 

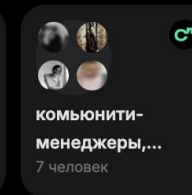
редакторы,
Спортс"
120 человек
- 

копирайтеры,
Спортс"
43 человека
- 

сммщики,
Спортс"
38 человек
- 

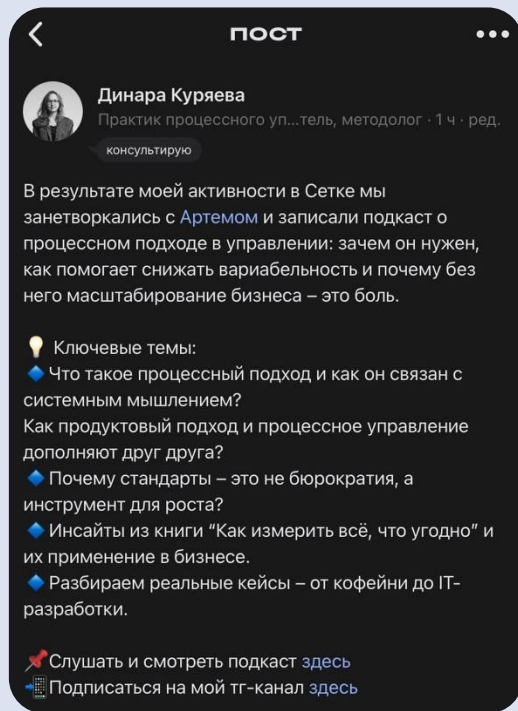
проджекты,
Спортс"
20 человек
- 

продуктовые
дизайнеры,...
18 человек
- 

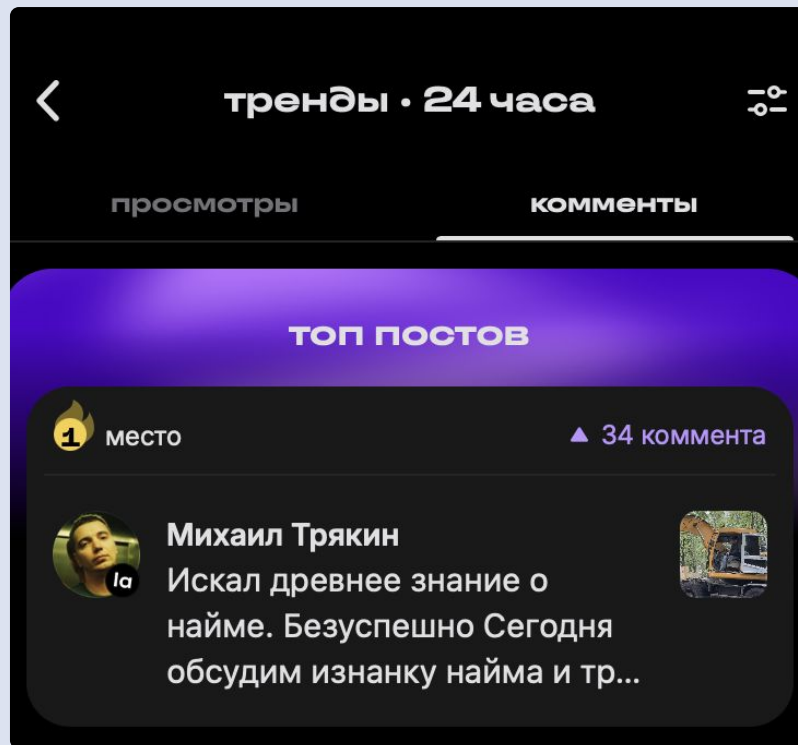
IT-рекрутеры,
Спортс"
8 человек
- 

комьюнити-
менеджеры,...
7 человек

Вписываться в разные активности и коллаборации



Участвовать и создавать дискуссии



Как не надо делать

- Писать абстрактно, массово
- Не понимать, кто ваш собеседник
- Без конкретных предложений

Здравствуйте, приятно познакомиться,

Меня зовут Уильям



У вас есть время поговорить?

19:28

**Главный принцип
нетворкинга:
«Не брать, а давать»**





Сетка для авторов

09.10

Как эксперту извлечь идеи для постов из собственного опыта

Отсутствие идей — ловушка, в которую регулярно попадают сильные эксперты. Когда человек годами работает с одной темой, знания становятся настолько встроенными, что он перестаёт их замечать. То, что ка
читать далее

СВОЙ ОПЫТ — ИСТОЧНИК ИДЕЙ
для постов

Составьте список распространенных мнений в вашей сфере. Это могут быть мифы, массовые убеждения или спорные моменты. Зовите на помощь ИИ. На каждое мнение задайте себе вопрос: «А что я думаю об этом?». Ваш ответ — и есть пост.

О ЧЁМ ПИСАТЬ

Согласен
с мнениемНе согласен
с мнением

Почему до сих пор важно и актуально об этом говорить?

Почему это ошибка, и как сделать правильно?

Почему об этом должны узнать как можно больше

К каким проблемам приводит

Любой эксперт сталкивается с вопросами по своему профилю. Встаньте на место клиента и расспрашивайте себя о нюансах в вашей сфере. А еще лучше — собирайте реальные вопросы. Ответы на них и станут идеями для постов.

Если вопрос прозвучал больше трех раз — это знак, что он нужен аудитории. Отмечайте их в заметках или собирайте в отдельный список «часто задаваемых».

пример флюю

- 1 Сформируйте список вопросов в Notion, Google Docs или заметках.
- 2 Записывайте ключевые вопросы клиентов во время коммуникации.
- 3 Ответьте на все вопросы.

Разбирайте маленькие детали. Расскажите подробно про правила, приёмы, ошибки. Маленькие куски складываются в системный блог лучше, чем попытки охватить всю тему.

как находить детали?

- 1 Распишите рабочие процессы поэтапно. Каждый этап — отдельный пост. Как можно упростить или усилить этап?
- 2 Проанализируйте последний проект и выделите 5 мелких приёмов или ошибок. Каждый пункт — тема поста.

НЕ надо Делать

Писать пост ради поста. Если тема неактуальная — не пишите о ней.

Превращать кейс в хвастовство. Сохраняйте экспертность и выдержку. Вспомните кейсы и ситуации из вашей практики — яркие и не очень. Это может быть взаимодействие с клиентом или решение какой-то отдельной задачи. Такие посты повышают лояльность к эксперту и подтверждают опыт через действия.

Вспомните кейсы и ситуации из вашей практики — яркие и не очень. Это может быть взаимодействие с клиентом или решение какой-то отдельной задачи. Такие посты повышают лояльность к эксперту и подтверждают опыт через действия.

Люди лучше всего усваивают теорию через истории. Кейсы дают контекст, проблему и решение, а значит — эмоциональную вовлечённость.

как описать кейс

- Задача или проблема.
- Вводные данные.
- Контекст или сложности.
- Метод решения.
- Результаты и выводы.

- 1 Причинно-следственные связи. Мы сделали X, и результат оказался Y.
- 2 Правильные и эффективные действия. Мы сделали N, и это сработало.
- 3 Контрасты «до/после». Было X, мы сделали N, и стало Y.
- 4 Ошибки и неудачные кейсы. Мы сделали X, но ошиблись и переделали на Y.

worksheet

Составьте список из 5-ти вопросов, 3-х кейсов и 2-х мифов в вашей сфере прямо сейчас.



лучше[®]



Пересечёмся в Сетке

