



Роман Масленников
PR-элита России: 157 интервью с
высшим эшелоном российского PR

Текст предоставлен правообладателем
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=660785

PR-элита России: 157 интервью с высшим эшелоном российского PR: Авторское; Москва; 2012

Аннотация

Признания, откровения и ценные советы от «серых кардиналов» российского бизнеса и политики.

Первые лица российских PR-агентств, PR-директора больших компаний, главы государственных пресс-служб и преподаватели «связей с общественностью» делятся секретами:

- как они сами добились успеха;
- как подбирать команду единомышленников;
- как получать максимум удовольствия от работы.

А еще – дают уникальные рекомендации по чтению знаковых книг о пиаре и манипуляциях. И главное – и вдохновляют вас на PR-подвиги!

Более трех лет исследования российского PR-рынка – вашему вниманию!

Содержание

Предисловие	6
От автора	7
Благодарности	9
Часть 1. 103 интервью с генеральными директорами и первыми лицами PR-агентств	10
Александр Белоусов (Департамент Политики)	10
Инесса Бабич (Бабич и партнеры)	14
Оксана Романенко (Успех)	16
Татьяна Михайленко (ТМ Communications)	22
Валерий Крючков	24
Светлана Пономарева (Барракуда)	26
Михаил Дворкович (Пресс-Холл)	28
Анатолий Коптев (Центр Создания Новостей «Провокация»)	32
Георгий Михайлец (Stanley & Kaufman)	34
Елена Попыхова (PR-клуб)	36
Елена Галигузова (Причина)	38
Екатерина Антошкина (PR.Project)	40
Елена Пристанская (КультКом. ру)	42
Мария Гергова (United Partners)	44
Роман Масленников (ПРОСТОП: PR & Консалтинг)	46
Елена Ашарапова (Reputation online)	48
Елена Осецкая (StudioPRiority)	50
Виктор Козодой (Сибирское отделение РАСО)	52
Ксения Чабаненко (А-ТАК)	55
Асель Караулова (Казахстанский Пресс-Клуб)	57
Татьяна Никульшина (Pleon)	60
Алексей Ардалин (Друзья ПИАРЩИКИ)	62
Инга Латковска (Латвийская Ассоциация Компаний по Связям с Общественностью, PR Stils)	64
Андрей Лаптенюк (Белорусская Ассоциация по связям с общественностью, BASO)	68
Инна Кабанова (G 3)	70
Денис Терехов (Социальные сети)	73
Анджей Агарков (Propaganda Studio)	75
Виктор Майклсон (Коммуникатор)	79
Елена Кемлер, Наталья Железко (Focus Group)	81
Дмитрий Фетисов (NPR Group)	84
Алексей Семенов («Национальный имидж» («Корпоративная имиджелогия»)	87
Нина Толмачева (Русская школа PR)	89
Тамара Соболевская (Банзай)	91
Илья Балахнин (IABC/Russia)	94
Виктор Шепель (Лига профессиональных имиджмейкеров)	97
Мария Ерохова (Presidium Communications)	99
Анна Федорова (Little Messenger)	101
Олег Матвейчев	103

Иван Овчаров (PR.Director)	106
Дмитрий Гусев (Bakster Group)	108
Конец ознакомительного фрагмента.	111

Роман Масленников

PR – элита России: 157 интервью с высшим эшелоном российского PR

PR-элита России: 157 интервью с высшим эшелоном российского PR
– с директорами и первыми лицами PR-агентств
– с PR-директорами и главами государственных пресс-служб – с
преподавателями «связей с общественностью»
БОНУС: 5 интервью с известными людьми о бизнесе и пиаре
Роман Масленников

Предисловие

Я отлично помню, как три года назад зарождался этот проект. В то время я как раз начинал вести свой блог и стремился быть в курсе всего, что делают в плане коммуникаций в Интернете мои коллеги. «ЖЖ» Романа Масленникова одним из первых стал транслироваться в моей френдленте, с тех пор я с огромным интересом слежу за всеми материалами, которые публикуются в этом блоге. Помню, как уже почти глубокой ночью сам давал ему интервью, вспоминая, как когда-то начинала складываться моя собственная карьера. Очень рад, что эта амбициозная блогерская идея теперь воплощается в книгу.

Что еще более ценно, это – не просто цикл авторских статей о специалистах по связям с общественностью. Помните, как в школе девочки и мальчики передавали по цепочке всему классу тетрадку с цветными аппликациями и старательно выведенным от руки вопросом-ком? Самое интересное наступало в тот момент, когда тетрадка уже была полностью исписана, все ответы можно было, как паззл, собрать в единый рассказ и выстроить из них коммуникативный образ целого поколения.

С одной стороны, эта книга представляет собой живой сборник портретов, а с другой – при правильной конфигурации сконцентрированных в ней автобиографичных материалов, ее можно смело использовать в качестве обучающего пособия по тому, как делать карьеру в сфере публичных коммуникаций.

Станислав Наумов

вице-президент Фонда Сколково по взаимодействию с органами государственной власти и общественностью

президент Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО)

От автора

Как все началось? Когда я задумывал данный проект в 2008 году, то совершенно не думал о том, чтобы публиковать его где-то за пределами блогосферы. Если говорить коротко о цели – я просто хотел познакомиться с пользой со всеми крупными игроками и равными коллегами. Цель достигнута, но речь пойдет о другом – об эволюции сознания.

Некоторые интервью выходили в печать по инициативе редакторов PR-журналов, а также по желанию самих проинтервьюированных персон. И ряд самых интересных интервью, на мой взгляд, вышел в книге «Ты – СуперЛичность! Остальных – к черту». Это случилось по совету Марины Горкиной, у которой я спросил: «Как бы мне все обобщить быстрым образом и выдать на-гора?» – «Опубликуйте самое интересное!» Так я и поступил. Это был 2009 год, а книга вышла в конце 2010 года. Но ни во время того разговора, ни даже в начале 2011 года я не задумывался о публикации всех интервью сразу в виде книги.

И вот, летом 2011 года что-то в моем сознании изменилось. Я, всегда себя считавший поклонником бумажного чтения – хотя бы в том смысле, что «мои-то книги всегда должны быть по-классике», – допёр, что электронная книга – это круто. Это большой простор и большие возможности для того, чтобы сделать ключевое послание услышанным. Именно в электронном виде вышли две моих художественных книги, которые редакция портала «Литрес», к моему приятному удивлению, объединила под громким словом «Сага». Речь о серии «СуперПриключения русских пиарщиков» – книгах «Самый умный» и «Труд во имя». И финансовые результаты меня уже радуют! Только фидбек («обратная связь») пока не очень. А ведь пиарщику нужно именно это.

Послание цикла данных интервью таково: «Российские пиар-специалисты и пиар-специалисты вообще – это люди, от которых зависит будущее. Будущее их клиентов. Будущее страны. Будущее нации». От кого-то больше, от кого-то меньше – зависит от клиентов, стран, народов и профессионального уровня. Но, так или иначе – зависит!

Будут ли какие-то мои обобщения данного исследования? Честно говоря, не хотелось бы навязывать свою точку зрения. Читайте все подряд, проникайтесь духом пиара и делайте выводы. Общие и частные, персональные. Это ни с чем несравнимое удовольствие – сделать вывод, а еще большее удовольствие – свое мнение высказать. Для этого в конце каждой статьи и приведены ссылки на публикации, которые до сих пор и постоянно будут открыты для комментирования.

Должности на момент публикации интервью также специально сохранены. Это очень показательно – кто их поменял, а кто нет. Но показательнее другое: посмотреть, как изменилось восприятие пиара самими пиарщиками. Как-никак, все живут в одном информационном поле, все видят, что происходит. И неважно, какую должность ты занимаешь – руководишь агентством или корпоративными отношениями. К тому же цикл интервью пережил два экономических кризиса. Его не пережили даже некоторые агентства. Но, насколько я помню, именно их как раз в цикле интервью не оказалось.

Как я отбирал персон для интервью? Большую часть – самостоятельно. Кто интересен – к тому и обращался. Кого-то мне рекомендовали проинтервьюировать. Очень благодарен Дмитрию Фетисову, открывшему для меня Олега Матвейчева и Дмитрия Гусева. Кто-то присылал мне интервью сам, уже готовые ответы на вопросы. Их можно понять! К этому я и призывал, собственно, – оказаться в этом цикле интервью бесплатно, по собственной инициативе. Какой же пиарщик без инициативы?

Как-то осознал, что «Высший эшелон российского пиара» – это не только руководители PR-компаний. Так появились тексты с главами PR-премий и редакторами PR-журналов.

Что запомнилось? Был приятно удивлен быстрым ответом Александра Чумикова. Начал-то я с молодых и знакомых мне коллег по цеху, чтобы показать жизнеспособность проекта. А тут сразу подключились и Гуру! Радостно.

Был просто поражен ответами Алексея Ситникова, который прислал их по собственной инициативе, без просьб и уговоров, через помощницу.

Помню марафон за ответами Андрея Гнатюка, протяженностью в год. У него уже сменилось несколько ассистентов, но ответы все-таки удалось получить. К своему и к вашему удовольствию.

Удалось взять несколько живых интервью. Их легко распознать. Но не сразу. Хорошо, расскажу.

Борис Еремин привык относиться к серьезным вещам легко, а к легким – серьезно. Поэтому мы долго беседовали, а сам Мастер скрупулезно вычитывал и правил текст. Уважительно!

Живое интервью было также с Дмитрием Гусевым. Получилось аж в двух частях!

Одно из разочаровавших живых интервью – с Владимиром Мединским. Потому что противоречиво и в итоге после согласований очень коротко получилось.

А вот интервью с Антоном Вуймой и Станиславом Наумовым получились почти как разговорные. Это большое достоинство для интервьюируемых, на мой взгляд.

Очень горжусь интервью с Олегом Матвейчевым, которого удалось уговорить не с первого раза. Чиновникам, которым он в то время являлся, – чтобы вы знали, – запрещено направо и налево раздавать интервью.

Запомнилось еще интервью с Яной Аршиновой, на чудесные ноги которой набросились все, кто только мог. Рекордное количество комментариев!

Еще мне понравились интервью, когда отвечали одновременно два основателя PR-агентства. Оба раза – женщины.

Обратите внимание, что все интервью – это слова первых лиц. У меня есть всего 1 на 157 подозрений, что текст писался не самим человеком, а его помощником. Но это всего лишь сомнение, не более. Сюрпризом для вас станут ссылки на личные блоги некоторых проинтервьюированных пиарщиков. Читайте, изучайте (возможно, будущего начальника или коллегу, или партнера по совместному проекту), заводите свой блог, френдите, дружите!

Рекомендации PR-книг. Крайне ценная информация, полученная по просьбе одного из читателей. Благодаря ему у многих PR-специалистов вы найдете ориентиры по PR-профессиональной литературе.

И напоследок. Проект продолжается!

Благодарности

Сердечно благодарю:

- Эдуарда Мхом – за упорядочивание и техническую редактуру текстов;
- Антона Нестина – за то, что скопировал все тексты из онлайн в «Ворд»;
- Анастасию Малахову – за SMO-оптимизацию в онлайн всех текстов и подбор фотографий;
- Марию Кособокову и Татьяну Малашкевич – за подготовку цикла обзорных статей¹;
- Марию Сидорову за качественную литературную правку авторского предисловия;
- Международную переводческую компанию «Экспримо» и лично Дмитрия Белошапкина и Михаила Лавреновича за перевод цикла обзорных статей на блестящий английский;
- Всех помощников, ассистентов, заместителей первых лиц, которые любезно приоткрыли доступ к телу;
- Всех читателей моего блога за полезные комментарии и перепосты;
- Всех героев интервью, кто перепечатал тексты на сайтах своих PR-агентств;
- Журнал «Пресс-служба», который первый популяризировал проект в печатном виде.

Спасибо всем нам!

¹ Цикл из четырех обзорных статей будет опубликован в блоге Валерия Левченко на английском языке.

Часть 1. 103 интервью с генеральными директорами и первыми лицами PR-агентств

Александр Белоусов (Департамент Политики)



Представьтесь, пожалуйста.

Белоусов Александр, глава экспертного совета консультационного центра «Департамент политики», научный сотрудник Института философии и права УрО РАН, кандидат политических наук.

Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Мы основали «Департамент политики» со своим университетским товарищем Алексеем Чусовитиным. Случилось это лет 5 назад. Жаловаться на отсутствие интересных кампаний и событий не приходится. А интересно ли живется тем, кто продвигается по службе, лучше спросить у них самих.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста. А политтехнолога? Или это призвание? Как было у вас?

Я закончил философский факультет УрГУ. И политтехнологом становиться до 5 курса не собирался. После одной кампании, в которой я вел социологию, ко мне ночью в общагу, еле держась на ногах, пришел один известный человек и пригласил поучаствовать в кампании. От такого заманчивого предложения было трудно отказаться)) Вот поэтому-то мне с трудом представляется, чтобы кто-то сказал, дескать, это мое призвание. Это от лукавого. Базовый набор знаний, которым я пользуюсь на выборах, составляют труды классиков социальной философии и психологии: Бодрийяра, Гуссерля, Шюца, Бэндлера, Милтона Эриксона, Барта, Дерриды, Маклюэна и т. д. Без их чтения вы ничего не поймете в современных коммуникациях. Впрочем, кому-то достаточно воспроизводить придуманные кем-то другим схемы. Позднее я дочитывал классиков теории политических коммуникаций: Лассуэлла, Липпманна, Бернэйза, Эллюля. Там тоже много всего интересного. Плюс работа с многими из тех, у кого вы уже взяли интервью. Вот и все обучение.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста?

Конечно, можно. Обычно принято ругать образовательные курсы по PR. Однако они делают свое дело: готовят СПЕЦИАЛИСТОВ. Вдумайтесь в это слово, прежде чем делать выводы. Чтобы стать из специалиста профессионалом придется пройти большой путь, и никто кроме вас самих никто на нем не поможет.

Правда ли говорят, что для политтехнолога прийти в бизнес-PR – это как из Гарварда сесть за скамью первого класса? В чем главные отличия политтехнологий и бизнес-коммуникаций?

Скорее как из боевых единоборств перейти в академическую греблю: от тебя лично мало что уже зависит, постоянно кто-то дышит в затылок, и нет никакой возможности закончить греблю досрочно. Впрочем, все зависит от сферы деятельности и того, насколько агрессивный маркетинг у компании. Например, некоторые политтехнологи в перерывах между выборами балуются «коммунальными войнами», когда одна управляющая компания подгребает под себя жилищный фонд своих конкурентов. Другие занимаются скупкой земельных паев. Третьи – рейдерскими захватами. Как-то мы беседовали на эту тему с президентом компании Nemiroff Яковым Грибовым. И я ему сказал: «Представьте, что магазин работает один раз в году и вам нужно продать точное количество товара, иначе вы потеряете все». Главные отличия политтехнологий от бизнес-коммуникаций определяются, во-первых, жесткими временными рамками и, во-вторых, тем, что 2-го места, за исключением партийных кампаний, не бывает. Кстати, партийные кампании по части накала уступают выборам по одномандатным округам. Политические технологи строятся на контрпозиционировании – позиционировании от противника, смысл которого – приподнять себя за счет опускания конкурентов. Почитайте «Книгу выбормэна» – там подробно об этом написано. Бизнес-коммуникации – это урезанный вариант политических технологий. Достаточно познакомиться с

историей появления на свет PR, чтобы у вас в этом не осталось никаких сомнений. Дело было в Америке. После Первой Мировой Войны, бывшие сотрудники Комитета по Общественной Информации, занимавшегося пропагандой, начали осваивать коммерческий рынок. Они пользовались тем, что бизнесмены были в шоке от влияния пропаганды на массы, и попросту адаптировали ее методы к мирной жизни, причем зачастую даже не меняя вывеску и продолжая называть свои услуги пропагандой.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Выбираю тех, кого знаю лично – клиент должен знать товар в лицо. За 14 лет много с кем поработали, так что кадровый багаж приличный. У нас нет второго, третьего состава, всегда выставляем первый. Люди с опытом более 5 лет, рано или поздно становятся профессионалами, так что различие между ними часто лежит именно в плоскости личных качеств. Оценка кадров клиентами также часто носит субъективный характер – на нее и ориентируемся. Знание личных качеств позволяет предсказать, въедет человек в забор или нет – это главное на выборах.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR или политтехнологии» или как-то иначе?

Я всегда вру – то есть говорю правду, что работаю в Российской Академии Наук. Действует безотказно – у малознакомых мне людей моя репутация безупречна. Определите, пожалуйста, как можно короче, понятия: PR – это создание и продажа идей Эффективный PR – это создание и продажа идей, которые способны завоевать весь мир. *Определите, пожалуйста, как можно короче, следующие понятия:* Политтехнологии – это: способы заставить избирателей проголосовать за того или иного кандидата или партию. Эффективные политтехнологии – это: те же самые способы заставить голосовать, максимально сокращающие путь от получения информация до проставления отметки в бюллетене.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Кайф испытываю, прежде всего, от клиентов с серьезным настроем. От адекватных, прагматичных людей, которые знают, зачем идут во власть и при этом получают от выборного процесса удовольствие. Всегда приятно выбирать человека, которого потом избиратели благодарят за работу. Когда работаешь с такими клиентами, понимаешь, что все в кампании будет хорошо, и тогда можешь позволить себе получать тысячу и одно удовольствие от избирательной кампании и всех, связанных с этим вещей. Хотите, расскажу один из случаев, от которого получил особое удовольствие? У город, в котором выбирали депутата, была дурная слава города с отвратительным качеством воды. Трубы ржавые, водозабор в неудачном месте, в общем, все плохо. Вода текла ржавая, ей даже мыться было противно. Мы подняли эту тему в агитации, провели референдум, сбор подписей – все как полагается. В общем, своей активностью мы привлекли внимание федеральных министерств и добились того, что целых два (!) министра пообещали включить город в федеральную программу «Чистая вода 2011–2017 гг.». И теперь проблема воды, которая не двигалась с места, уже несколько десятков лет, будет решена в ближайшее время. Такие вещи вставляют круче, чем обычные победы.

Что вы могли бы в целях самообразования посоветовать почитать и посмотреть – книги, фильмы, что-то еще, чьи-то лекции – чтобы разбираться в PR и политтехнологиях лучше, иметь широкий профессиональный кругозор.

То, о чем вы говорите, это внешний способ обновления, который годится для тех, у кого не хватает духа выбрать внутреннее обновление. Все эти списки литературы написаны десятками. Но одного кругозора для успеха недостаточно. Главная составляющая успеха – какой вы человек, что вы из себя представляете. Есть хорошая китайская притча о том, как у флейтиста-виртуоза забрали флейту и он в одно мгновение стал бесполезным беспомощным существом. Хотите расти – занимайтесь самосовершенствованием. Ходите в тренажерный зал, на каратэ, курсы пранаямы или NLP, напишите диссертацию, заведите себе духовного наставника. Благо свободного времени у тех, кто зарабатывает себе на хлеб выборами, обычно довольно много. Большинство успешных выборменов вокруг меня всерьез занимаются не расширением кругозора, а собой. Поменьше забивайте себе голову всякой ерундой, а лучше, наоборот, расчистите ее от ненужных знаний.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Дети должны идти дальше своих отцов. Так что своего сына в этой сфере я вижу не меньше, чем Президентом России. Иначе незачем всем этим заниматься.

21 декабря, 2011

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/400093.html>

Инесса Бабич (Бабич и партнеры)



Представьтесь, пожалуйста.

Инесса Альбертовна Бабич.

Президент ООО «PR-агентство «Бабич и Партнеры».

Председатель совета Бизнес-Клуба «Диалоги» для владельцев и руководителей бизнес предприятий Дальневосточного федерального округа.

Председатель Комитета по связям с общественностью Приморской Торгово-промышленной палаты РФ.

Президент РАСО-Дальний Восток.

Член Гильдии Маркетологов.

Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Я карьеристка. Свою карьеру я начала строить, учась в аспирантуре Дальневосточного государственного университета, по специальности Социология управления. Уже в 24 года я стала заместителем директора Института международных отношений, Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. В то время я читала лекции для слушателей МВА, много стажировалась в частности в Японии. Это дало свой результат, меня пригласили на должность директора по маркетингу и развитию сети киноконцертных комплексов «Иллюзион». Это была интересная работа, в нее я погрузилась полностью, работала с азартом и, не успев проработать и года, меня «перекупили». Мой бывший студент, который учился на втором высшем образовании, учредил медиа-холдинг. И в его структуре, по моей инициативе создал PR-агентство. Так я впервые возглавила PR-агентство, но и эта должность не полностью удовлетворила мои амбиции, и с учредителем у нас возникли разногласия о развитии компании. Он все силы хотел сконцентрировать на политическом PR, я видела потенциал в бизнес PR'е. Договор на следующий год я не продлила, и 12 лет назад стартовала свой собственный бизнес ООО «PR-агентство «Бабич и Партнёры». Если отвечать на вопрос что интересней, у меня была очень успешная и быстрая карьера, но собственный бизнес это ответственность за команду и тяжелый труд, но плюс в том, что ошибки, а главное победы они действительно твои.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

PR – исключительно призвание. Не знаю, как можно обучиться такой профессии.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Личные качества.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Мой сын в первом классе на вопрос кем работает твоя мама, серьезно ответил «Инесой Бабич». Я теперь так с юмором и отвечаю, хотя меня уже давно никто не спрашивает, 13 лет в PR бизнесе дают о себе знать. А если кто-то не знает, то обычно либо человек из глубинки, либо не наша целевая аудитория.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это моя любимая работа. PR – это коммуникация. PR – это контакты.

От чего вы испытываете УДОВОЛЬСТВИЕ в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Самое большое удовольствие в работе я получаю от продаж, и именно ими я и занимаюсь в компании. Потерять вкус к продажам не возможно. Каждый день как маленькая жизнь, каждый день что-то новое, все руководители разные. Особенно приятно, когда в самом начале работы заказчик тебе не доверяет, обжéгшись на работе с непрофессиональными агентствами, а спустя 3–4 месяца, видя результат работы, он говорит: "Делайте так, как считаете нужным".

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Многие отвечают на этот вопрос так: «Дети сами должны сделать свой выбор». Я считаю, что так говорят равнодушные родители. Ведь мы как родители должны помочь советом, рассказать о том, что есть в мире, направить, развивать сильные качества. На вопрос: «Кем ты хочешь быть», мой сын Роберт отвечает: «Папа хочет, чтобы я был военным, бабушка главным врачом, мамочка архитектором или адвокатом, а я хочу быть министром железной дороги». Я думаю, это тоже хорошая профессия.

19 ноября, 2012

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/433719.html>

Оксана Романенко (Успех)



Представьтесь, пожалуйста: вы – ...? Как вы себя определяете: директор пиар-агентства, продюсер, режиссер, кто-то пишет, например, психолог.

Нет-нет-нет, директор пиар-агентства УСПЕХ. Нет, обычный генеральный директор пиар-агентства собственного. Я – хозяйка и генеральный директор.

Агентство работает сколько?

Семь лет. *А вы в нем...?* Пятнадцать лет я вообще в этом бизнесе.

А агентство вы основали?

Когда то мы основали его вместе со Светланой Шпигель, а теперь я одна полноправная хозяйка бизнеса.

Расскажите поподробнее про ваше образование.

Я закончила в городе Престон в Великобритании Ланкаширский университет по специальности «PR and marketing». Этот город недалеко от Лондона, около 3 часов езды на поезде

Как туда можно поступить? Это что-то такое уникальное? Признанное?

Я закончила здесь "Экономическую Академию" им. Г.В. Плеханова как маркетолог во внешней экономической деятельности, и по президентской программе мне предложили стажировку в Великобритании. Я приехала на стажировку, и осталась, потом просто получать образование, третье уже высшее.

То есть для вас родина пиара – Англия? Или все-таки США?

Ну, на самом деле, образование-то базовое, оно, в принципе, одно и то же практически везде. Просто там больше учат на практике, не совсем на теории, скажем так. Ты приезжаешь в институт, у тебя есть блок основного курса, – ты слушаешь, как лекции, но, в основном, это игры тематические. То есть ты на занятиях, практически постоянно вовлечен в активное действие, своего рода ролевые игры на заданные темы командами. То есть это больше обучение с практической точки зрения.

На живых примерах или...

На живых, конечно! Командам дают совершенно конкретных людей, либо кампании, с экономическими показателями и маркетинговыми исследованиями. Каждая команда представляет к рассмотрению преподавателей своего рода план продвижения и получает баллы за свои мысли.

Так-с, а как вы стали основателем, со-основателем агентства? Ваш профессиональный путь?

Я работала в разных местах. Начинала в «Крем-рекордс», компания Леонида Гуткина, и мой первый проект в шоу-бизнесе – это был Саша Данко, с нуля. Также я занималась пиаром Дельфина, тогда это был очень крутой проект, и для меня было это очень почетно, тем более, что я только пришла после Института. После «Крем-рекордса» я работала в «БИЗ-интерпрайзис» у Бориса Зосимова на «Хит FM». Позже я работала в компании «Медиа-Стар», занималась «Отпетыми мошенниками». Потом я оказалась у Евгения Фридлянда и Ким Брейтбурга в компании, проработала там практически 7 лет. Соответственно, получалось так, что я шла по карьерной лестнице, росла как специалист. И потом уже после работы в компании продюсерского центра Евгения Фридлянда, я решила, что можно уже заниматься собственным бизнесом, наверное. Потому что то количество людей, которое ко мне обращалось за помощью в пиар-продвижении... ну, в принципе, можно было запросто работать командой. Были набраны люди, снят офис, и пошла работа. Сначала нас было двое, я и Светлана Шпигель, на тот момент жена Николая Баскова. Вот, как раз, Николай был нашим

клиентом, Таисия Повалий, Филипп Киркоров – очень много звезд прошло. Потом, когда Светлана вышла замуж, она перестала заниматься работой и компания осталась мне.

Пиращик, пиар-специалист – это все-таки призвание или этому можно научиться?

Мне кажется, этому нельзя научиться. Человек либо должен... ну как вы можете... нет, можно, конечно, научить, но вот эта вот идея креативная, вот эта вот мысль, которая дает возможность разрабатывать какие-то пиар-поводы, стратегические ходы, правильно продумать программу продвижения – это, конечно... это немножко не шаблон, в этом нужна какая-то фантазия. Должны быть творческие люди, которые могли бы что-либо придумать. Соответственно, мне кажется, все-таки научить можно, именно выполнять под чьим-то руководством. Или у тебя такое призвание должно быть все-таки, чтобы ты был достаточно такой все-таки творческой личностью.

То есть вы по призванию, чем по образованию?

Мне кажется, да. Потому что я начала работать пиарщиком еще не имея специального образования. То есть я поняла, что это мне интересно более и уже стала двигаться в этом направлении.

А как вы набираете сотрудников в команду? Это единомышленники или это профи?

Это профессионалы. Нет, ну у нас, во-первых, сплоченный достаточно коллектив. Естественно, люди какие-то меняются, уходят, выходят замуж – ну разные ситуации же бывают.

А предпочтение кому вы отдаете: тем, кого знаете, или тем, кто просто, вот, по резюме профи? Или совмещаете как-то?

Как-то совмещаем. Нет, тех, кого я знаю – нет, это немножко неправильный подход. Это все-таки люди с образованием и люди, у которых, я четко понимаю, видно, что они могут что-то придумать – то есть у них креативное мышление, они неординарные. Поэтому с неординарным человеком интересно работать в команде. Просто люди, которые просто механически работают, мне такие не нужны, потому что я, конечно, сижу, генерирую идеи, руковожу, но я же не могу двадцать четыре часа заниматься всеми клиентами. Поэтому, естественно, необходимо, чтобы вся команда участвовала в процессе работы.

То есть творческие люди выгодны.

Ну конечно! Творческие люди, те, которые имеют и образование и... ну, скажем, не только кичатся своим образованием, а именно те, которые действительно способны мыслить как-то разносторонне – вот это вот и нужно для работы.

Как вы отвечаете на вопрос друзей, родственников или незнакомых людей: чем вы занимаетесь? Говорите как есть – пиар-специалист, – или объясняете, что это такое, что такое пиар, какая-то мини-лекция? Все ли сразу понимают, что это такое?

Не все, конечно, понимают, но проще сказать, что делаю людей известными и знаменитыми. Тогда человек понимает, о чем речь. Понятие Public Relations, За этим будущее – поймут.

Коротко: пиар – определите, пожалуйста, три раза. Пиар – это...

Пиар – это связи с общественностью. Пиар – путь к известности! Пиар – это стиль жизни! Я считаю, что если человек известный и знаменитый, то он должен поддерживать себя на плаву – это что касается уже Звезд, поэтому и пиар остро необходим. Человек, который идет в начале своего какого-то жизненного маршрута, становление карьеры и так далее, конечно, такому человеку нужно по максимуму уделять внимание, вот, именно своему продвижению. Поэтому ему пиар в большей степени нужен, но чтобы догнать вот этих Звезд, должно пройти, конечно, колоссальное количество времени. Ну, опять-таки, для этого существуют правильные, грамотные пиар-ходы, чтобы человек сразу поднялся на какую-то ступенечку повыше, а не тащился в хвосте. Пиар – это стиль жизни, да, действительно. Человек или принимает это для себя, что это ему нужно... потому что очень многие люди, которые уже старого поколения, они, конечно, мало из них кто понимает, что это действительно нужно. Но, так сказать, молодые и талантливые наступают на пятки, так или иначе, и поэтому, конечно, это определенный стиль и уровень даже жизни, я сказала бы.

От чего вы испытываете самый большой кайф в работе?

От того, что я вижу, как те люди, которые приходили с нуля, как они постепенно вырастают в звезд. Это вообще потрясающее ощущение. И ощущение того, что ты смог что-то такое придумать, чтобы человека, о котором никто не знает, взяли в какой-то журнал очень рейтинговый, сняли в интересной программе. То есть ты испытываешь определенный кайф, это своего рода наркотик. То есть ты понимаешь, что ты вот это сделал – всё, ты ничего больше просто не видишь! То есть ты открываешь и кайфуешь от того, что ты это сделал, что ты придумал такую схему, что там тебя поняли, там тоже поняли, здесь взяли, попросили – и вот, все довольны. То есть ты сам испытываешь от этого какое-то, я считаю, моральное удовлетворение.

Наверное, вы много видели проявлений «звездной болезни» в связи с этим?

Конечно! Поначалу все приходят одинаковые, а потом говорят: «Ну это же мы звезды, а вы тут что?» Это нормальная ситуация, никто на это не обижается. *Но, дело для вас, по-прежнему, любимое?* Конечно! Всегда, всегда! Даже это не оспаривается и вряд ли я, наверное, буду заниматься чем-то другим в жизни.

А вы хотели бы, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Ну да, я не против. У меня дочка, правда, хочет быть fashion-блогером и, как бы, она очень хорошо разбирается в моде. Ну, у нее, вот, явно, у нее жилка вот эта креативная, так сказать, семейная.

Она уже блогер? Сколько ей лет?

Шестнадцать. Ну, она, как бы, с двенадцати-тринадцати лет делает различные ролики в интернете, у нее в Твиттере двадцать тысяч «последователей», поэтому она очень популяр-

ная в Твиттере личность. Она общается с Ромой Желудем, Кумиром миллионов в интернете, и еще со многими ребятами, они все так сказать на одной волне. То есть имеется в виду, что она сама в это залезла, никто ее не заставлял. Меня, например, нет в Твиттере, есть Facebook, но я там не сижу. Поэтому это все она сама, она ведет блог в Diary, у нее есть свой канал на YouTube с бесконечными обновлениями по показам. То есть ей это нравится, ну, что же...

А какой адрес Твиттера?

<https://twitter.com/VOGUEDIARY>

Для вас кто гуру пиара в России и в мире?

У меня нет кумиров.

Ну, скажем, какой-нибудь автор учебника, или автор технологий?

Нет. У меня нет ни к кому предпочтений.

А что по пиару, по смежным областям (репутационный менеджмент, там, или еще что-то) посоветуете почитать или посмотреть фильмы, может быть, какие-то, художественную литературу? Чем вдохновиться?

Честно, я в рамках институтской программы прочла всю у литературу, которую рекомендовали, на английском языке в том числе. Больше не прочла ни одной книги – чтобы быть объективной. Потому что я считаю, что каждый специалист должен выращивать себя сам. Потому что то, что написано – это уже написано. Это уже придумано и сделано. Слизовать то, что сделано – это абсолютно никому не интересно и не нужно. Даже тот же учебник Котлера, который, я считаю, что... ну это настолько базово, настолько неинтересно. Это нужно в рамках институтской программы – я с вами согласна. Есть, я сама читала лекции по пиару, на курсах повышения квалификации. Я никогда не говорила «прочтите вот такие-то книги». Всегда интересна Практика!

Фильмы, может, какие-то?

И фильмы, тем более! Потрясающий фильм «99 франков». Вот это вот, считаю, человек, который... ну, не будем обсуждать какие-то его предпочтения, я говорю о том, что это действительно звезда в рекламном и пиар-бизнесе. Вот это да. Но, опять же, нет же такой книги... нет, ну понятно, есть такая книга «99 франков», но я говорю о том, что нет же такой книги, которая сможет обучить специалиста что-то придумать. Ну нет такой книги!

Художественная... не знаю, вдохновиться чем-нибудь?

Я говорю, для этого должно быть креативное мышление, поэтому нет такого, что я что-то прочла или я покупаю книги, читаю по пиару. Я ничего не читаю – говорю честно. И ничего не покупаю! И не лазаю в интернете! И не смотрю, какие «фишки» за границей кто придумал. Ну зачем? у нас есть наша действительность, здесь совершенно другой подход, во-первых, к работе. Когда я училась в Англии, я работала там, то там совершенно все выстроено по-другому. Там пресса рвется, и там все это нацелено на то, чтобы поймать звезду. А здесь такого нет, здесь ты бегаешь и уговариваешь, поэтому здесь позиция другая.

И ваши пожелания молодым пиарщикам?

Приходить на практику в хорошие пиар-агентства. И на живых примерах учиться. То есть сидеть и пробовать под руководством менеджеров, придумывать что-то, именно учиться на живых людях. Потому что все, что прочитают в институте – это только базовые знания. Люди приходят и не понимают, что они вообще учили, зачем они пришли. Ко мне иногда приходят студенты, мы пишем дипломы, а у них всё по книжке. То есть у них нет вот этого... они боятся, что им придется выходить за какие-то рамки, они боятся даже своими словами описывать ситуацию. Они четко по учебнику пишут. Ну, из них получаются хорошие аналитики, финансисты, маркетологи, но никак не пиарщики.

14 ноября, 2012

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/432760.html>

Татьяна Михайленко (TM Communications)



Представьтесь, пожалуйста.

Татьяна Михайленко  [mikhaylenka](#), руководитель PR-агентства TM-Communications, преподаватель связей с общественностью в МГУ им. М.В. Ломоносова

Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Проработав около 5 лет на различных должностях в области PR, я постепенно пришла к мысли, что вполне могу работать на себя и реализовывать именно свои идеи для клиентов. Сначала я стала фрилансером, потом у меня появились помощники, а затем возникло агентство. Несомненно, интереснее самой открыть агентство – двигаться так далеко по карьерной лестнице очень долго и нудно. Мне кажется, я бы не дожидая до этого светлого дня ни в одной компании)))

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Обучиться можно, пожалуй, чему угодно. Однако чтобы работа в PR приносила искреннее удовольствие и чтобы добиться в ней каких-то более или менее высоких результа-

тов, несомненно, нужно иметь определенные склонности и черты характера: нужно любить общаться с людьми, уметь скрывать свои негативные эмоции, уметь мгновенно менять план действий и т. п. Пожалуй, мой характер и набор личных качеств изначально были удачными для карьеры PR-специалиста. Однако, конечно, многим вещам пришлось еще поучиться. В частности, за 7 лет работы в PR я стала еще более гибким и сдержанным человеком.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Честно говоря, при приеме на работу пытаюсь сделать акцент на профессионализм. Но по факту оказывается, что с «неединомышленниками» мы быстро приходим к отсутствию взаимопонимания и расстаемся.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Я отвечаю, что занимаюсь пиаром, но при этом довольно спокойно отношусь к вольной интерпретации этой профессии со стороны разных людей. Проводить мини-лекции уже наскучило)))

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: творчество PR – это: лучше, чем реклама PR – это: самое интересное в бизнесе

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Сейчас я получаю реальное удовольствие, когда клиенты дают мне возможность реализовывать мои дерзкие и эпатажные идеи. К сожалению, 90 % клиентов боятся ярких задумок и неординарных подходов (хотя нередко на словах декларируют, что хотели бы добиться от агентства реализации нестандартных, творческих решений) и в итоге не дают их реализовать, но вот когда попадается клиент, готовый на что-нибудь эдакое – это счастье! От профессиональной рутины немного устала, но это ведь лишь один из аспектов нашей работы;-)

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Мммм... почему бы и нет? Все-таки PR – не самая страшная карьера, которую можно представить, думая о будущем своего ребенка))) Хотя если он выберет какую-то другую профессию, я отнюдь не расстроюсь. Мне бы хотелось, чтобы он не продвигал чужие товары и высокопрофессиональные услуги, а сам их оказывал, стал бы классным остеопатом, например!

4 декабря, 2011

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/396868.html>

Валерий Крючков



Как вы стали первым лицом, руководителем в проектах?

Руководителем PR-проектов стал продвигаясь по службе. Начинал от простого промоутера, далее – бригадиром и т. д. Интереснее руководить, но без практического ознакомления с полевой работой часто бывает невозможно добиться нужного результата. Ссылка по теме – "Как я попал в политику".

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста. А политтехнолога? Или это призвание? Как было у вас?

Профессия PR-специалиста, а тем более политтехнолога – скорее вещь легендарная, чем реальная. Однако без высшего базового, лучше гуманитарного образования не обойтись. Пока в данных профессиях вопросов больше, чем ответов, для наиболее эффективной работы одного образования не достаточно.

Правда ли говорят, что для политтехнолога прийти в бизнес-PR – это как из Гарварда сесть за скамью первого класса? В чем главные отличия политтехнологий и бизнес-коммуникаций?

Главное отличие – во-втором случае более жесткое соблюдение законодательства РФ. В каждом конкретном случае зависит от человека.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Я выбираю единомышленников из профессионалов.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR или политтехнологии» или как-то иначе?

Раньше говорил честно, но приходилось долго объяснять) Теперь представляюсь «транссоциальным навигатором») вопросов меньше).

Определите, пожалуйста, как можно короче, понятия:

PR – это: продвижение продукта (предмета) в информационном поле. Эффективный PR – это: бессознательный выбор твоего продукта.

Определите, пожалуйста, как можно короче, следующие понятие:

Политтехнологии – это: манипуляция общественным мнением, (разница с обычным PR в политическом уклоне). Эффективные политтехнологии – это: получение нужного результата за максимально короткое время.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

В работе я испытываю кайф. Чем больше я этим занимаюсь, тем больше нравится. Каждая последующая задача отличается от предыдущей. Из плюсов так же можно выделить знакомства с влиятельными людьми.

Что вы могли бы в целях самообразования посоветовать почитать и посмотреть – книги, фильмы, что-то еще, чьи-то лекции – чтобы разбираться в PR и политтехнологиях лучше, иметь широкий профессиональный кругозор.

В качестве вовлечения в профессию советую почитать Пелевина и Проект Россия. В качестве профессиональной литературы советую методички «Никколо М» либо свои собственные.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Скорее нет, чем да:)

3 января, 2012

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/401802.html>

Светлана Пономарева (Барракуда)



Представьтесь, пожалуйста?

Пономарева Светлана Александровна – директор pr-агентства: «Агентство Маркетинговых Коммуникаций «Барракуда» г. Владимир.

Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Я решила создать pr-агентство после работы в этой области. В основе, конечно же лежало – постоянное общение с людьми. Работа журналистом, потом начальником информационного отдела, потом директором департамента по связям с общественностью крупной компании привели к решению, что могу отправиться в собственное плавание.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Думаю, что данной профессии можно научиться. Надо знать алгоритм взаимодействия со всеми аудиториями. Этому могут научить. А вот далее, сможет ли молодой специалист в этой области укорениться зависит от его интуиции, призвания, хватки. Я думаю, что в моем случае, микс экономического и журналистского образования – дал успешный вариант работы в области pr-. Кроме того – этим надо жить, я – живу!

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Стараюсь, чтобы совпадали два этих качества. Но чаще отдаю предпочтение – единомышленникам.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

На этот вопрос отвечаю честно и с гордостью, что занимаюсь pr-деятельностью. Если надо – то рассказываю, что это такое.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: образование и информирование PR – это: удачный ход из всех возможных PR – это: продвижение и успех

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Мое агентство – мое детище, любимое детище. Думаю, иначе и не должно быть, уж очень специфична работа. Требуется иногда круглосуточное погружение. Кайф, эйфорию – испытываю от успеха проведенных проектов и реализованных мероприятий. Когда понимаешь, что соединила множество нитей, для того чтобы сейчас все играло, работало, двигалось, гремело, функционировало; когда понимаешь, что механизм запущен и обратной дороги нет; когда видишь удовлетворенные глаза заказчика и понимаешь, что попала в цель.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Да, я бы хотела, чтобы мои дети работали в этой области. За ней будущее. К тому – у них будет возможность узнать изнутри всю «кухню» задолго до того, как они смогут получить профессиональное образование. Такой опыт ни с чем не сравнишь.

от 1 февраля, 2011

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/330065.html>

Михаил Дворкович (Пресс-Холл)



Р. М.: Михаил Дворкович – вы...? Как бы вы себя определили? Ну, можно просто с титулами, номинально. Или призвание какое?

М. Д.: Я – переводчик. Переводчик с любого языка на любой. С языка чиновника на язык бизнеса; с языка бизнесменов на язык чиновников; с языка бизнесмена на язык журналиста и тд. Это правила перевода: с языка продавца покупателю и наоборот. То есть, профессия коммуникатора, пиарщика и джиарщика, да и любого «арщика» – это профессия коммуникатора. Мне больше нравится слово «коммуникации». Оно, хоть и тоже не русское, но более обрусевшее, чем «Паблик рилейшнс» и именно поэтому я занимаюсь не только пиаром, а эволюционно пришел к тому, что, начиная с пиара, пришел ко всем коммуникациям. И в настоящий момент компания, которая мне принадлежит, занимается всеми видами коммуникаций. Мы даже создали две кафедры в МЭСИ и в ГУУ. В МЭСИ, например, это кафедра «Государственных и бизнес-коммуникаций». Я не считаю, что это только джиар, только лоббирование интересов. Это и психология и риторика и менеджмент, и многое другое.

Р. М.: А вы – председатель совета директоров или учредитель коммуникационного агентства?

М. Д.: И учредитель, и председатель совета директоров Коммуникационной группы «Пресс холл». Второй учредитель – мой друг детства, который пиаром никогда не занимался, который работал в различных компаниях и государственных органах власти. Вот он скорее профессиональный джиарщик. Мы вместе три с лишним года назад эту компанию создали.

Р. М.: Не нашел, это кто – соучредитель?

М. Д.: А он есть на сайте в разделе «Команда». Мы намеренно в этом разделе не пишем должности и звания. Потому что мы работаем, как единый слаженный коллектив и структура нашей компании известна только внутри нашей компании. Единственное, когда мы начинаем работать с зарубежными клиентами, они приходят к нам, и мы им раскрываем структуру, показываем, кто у нас кто. Мы больше, конечно, работаем с людьми, а не с должностями.

Р. М.: До «Пресс-Холла» основные ваши вехи в пиаре, что касается этой области?

М. Д.: Пресс-служба министерства экономического развития; пресс-центр ФЦП «Электронная Россия» в Минсвязи; государственная дума – отдельные выборные компании; ряд коммерческих компаний. Потом я работал джидарщиком в «МДМ-банке» в должности вице-президента начальника управления специальных проектов. Было создание нескольких некоммерческих организаций, ассоциаций, некоммерческих партнерств, фондов. Я тоже считаю это коммуникационной деятельностью.

Р. М.: Что больше всех, скажем так, отметилось в вашей памяти?

М. Д.: Корпорация «Миракс групп» отметилась больше всего. А вообще – две вехи. Первая – естественно, Минэкономразвития в период самых активных реформ двухтысячный – две тысячи третий год, когда министром был Герман Оскарович Греф; и это я считаю самой большой школой пиара в своей жизни. У меня были очень серьезные учителя – лучшие пиарщики в нашей стране. Я считаю своим учителем (не знаю, считает ли он меня своим учеником) – Алексея Волина, который тогда был заместителем руководителя аппарата правительства и отвечал за весь пиар в правительстве, и не только пиар; до этого руководил пресс-службой президента, создавал РИА-Новости. Алексей Константинович Волин сейчас уже в другом бизнесе работает, в медийном. Это гениальный пиарщик, я считаю, один из лучших вообще в истории страны. Ну, и другие пиарщики такого масштаба. Ведь пиару научить невозможно. Ему можно научиться, но нельзя научить. И не удивительно, что первыми пиарщиками в нашей стране, именно в стране формата постсоветского, большая часть пиарщиков девяностых – это были выпускники технических ВУЗов, МАИ, Физтеха и так далее. Если вы посмотрите внимательно биографии, так оно и окажется. То есть, это люди, способные строить длинные аналитические схемы, считать на два-три шага вперед. И второй тип пиарщиков (к ним можно отнести, например, Владислава Юрьевича Суркова) – это люди, которые прошли подготовку в качестве сценаристов, режиссеров, получили литературное или журналистское образование. Такие пиарщики тоже есть, – люди, которые умеют написать грамотный сценарий и его реализовать. Так же неплохо получается у шахматистов. Я считаю, что мне в жизни более-менее эффективным пиарщиком помогли стать три вещи: моя учеба в Университете Натальи Нестеровой – я отучился несколько лет на факультете кино и телевиденья по специальности «кинорежиссура». Не окончил, правда. И именно обучение сценарному мастерству и режиссуре очень сильно мне помогли. Второй навык – это игра в шахматы. Мой папа был достаточно известным в шахматном мире человеком. Он был председателем ассоциации арбитров Международного шахматного союза, секундантом чемпиона мира Гарри Каспарова и организатором множества крупнейших шахматных мероприятий. Мы с братом выросли рядом с шахматами, – он с удовольствием играет, мне приходилось играть. Я не такой усидчивый человек, но в шахматы играл и это очень сильно мне помогло. Это позволило научиться считать на несколько ходов вперед, что, в свою очередь, дало возможность обыгрывать своих оппонентов на их же поле, причем часто.

Р. М.: Шахматная история продолжается сейчас, да? Шахматные клубы, турниры?

М. Д.: В память о нашем папе мы создали детскую шахматную школу и закрытый шахматный клуб – ШИ шахматную гостиную имени Владимира Дворковича, где периодически собираются наши друзья, коллеги, играющие в шахматы; общаемся, играем в шахматы. У нас учится уже много десятков детей. Это бесплатная школа, там преподают лучшие тренеры, наши команды уже принимают участие в российских и зарубежных турнирах, международных турнирах. Мы сами организовываем международные детские шахматные тур-

ниры ежегодно летом. Там принимают участие лучшие в мире детские команды. Создан Фонд поддержки шахматного творчества при нашем участии. Брат мой, как известно, возглавляет Наблюдательный совет российской шахматной федерации. Я стараюсь тоже принимать посильное участие в развитии шахматного движения. Да, шахматы помогли. Шахматы, на самом деле, мало кто подозревает, почти в любой профессии полезны. Всем рекомендую в них играть.

Р. М.: Да, мне в лагере помогли шахматы дополнительные полднишки получать. Так! Как вы подбираете единомышленников в команду? Профессиональные качества или это личные интересы, общие интересы, как?

М. Д.: Для меня на первом месте стоит инициатива. Компания у нас достаточно молодая – три года срок небольшой. И так как отрасль динамичная, компания уже успела претерпеть ряд изменений за эти недолгие три года. Мы были и на грани распада, и на грани разорения, были и очень хорошие времена. Сейчас немножко стабилизировались. Менялась несколько раз структура, даже состав сотрудников менялся два или три раза полностью. Нынешний состав команды у нас работает уже больше года, и он уже более-менее стабилен. Люди приходили из разных мест, некоторые приходили с проектами, некоторые с идеями, некоторые просто просились поработать. Стиль у нас необычный. Я – необычный руководитель и не каждый со мной сможет работать рядом. Я иногда бываю очень мягкий, а иногда очень требовательный, и угадать когда я какой буду можно, только поняв мой принцип работы. А принцип основан на максимальной эффективности. Я абсолютно честный человек и не переносу, когда люди лукавят или обманывают. И люди сами того не замечают, как произносят массу лишних слов или начинают обманывать сами себя. И я часто стараюсь раскрыть людям глаза на то, что они реально думают; учу их говорить правду даже самим себе.

Р. М.: Психологическое образование у вас или подковка какая-то?

М. Д.: Скорее, жизненный опыт, который позволяет это делать. И те, кто хочет развиваться, учиться, с нами остаются. Те, кто привык к монотонной работе, с нами работать не смогут, потому что у нас монотонной работы нет, просто не существует. У нас даже секретарь в офисе – многостаночник.

Р. М.: Образование или практика – что нужнее молодому пиарщику?

М. Д.: К сожалению, у нас цивилизованного рынка пиара пока еще не сложилось. В России, насколько я помню, чуть менее двух десятков пиар-факультетов в Вузах. И в большинстве из них учат, что пиарщики должны уметь осваивать бюджеты. И целью пиара преподаватели в ВУЗах называют повышение узнаваемости, повышение привлекательности, развитие имиджа. Все же совсем по-другому в реальной жизни. Цель пиара – заработать больше денег при меньших затратах. Вот цель пиара. Лучший пиар, – который не требует бюджета или требует минимального бюджета. Оценка деятельности пиарщика – прибыль. Вот это вот мое мнение.

Р. М.: А пиар должен продавать?

М. Д.: Пиар должен создавать условия, при которых нельзя не продать. Пиар – это все, что касается внешнего облика компании, а часто и внутреннего. Внутренний пиар не

менее важен, потому что если каждый из сотрудников компании понимает по-разному свою компанию, по-разному ее оценивает, по-разному описывает ее деятельность, это значит, что эта компания успешной быть не может.

Р. М.: Вы сказали о рынке, о том, что он не сложился. Имидж пиарщика в России – перспективы?

М. Д.: Имидж пиарщика сейчас разный «внутри компании» и «снаружи». Внутри компании в большинстве случаев, пиарщиков считают проедателями бюджетов, которые никому не нужны. Так считает большинство подразделений любой компании.

Р. М.: Понятно. В целом, сейчас – негативный, если констатировать.

М. Д.: Снаружи пиарщиков считают уже обманщиками. То есть, в общем, негативный, но как раз об этом нужно думать меньше всего, об имидже пиарщиков. Какая разница, как думают о пиарщиках? Главное, что они сами о себе думают, и как они делают свою работу. Рынка не сложилась по другой причине. По той причине, что до кризиса у компаний были огромные пиар-бюджеты. Сейчас эта ситуация возвращается. Это пришло к нам с Запада. Но никто не подумал о том, что большинство западных пиар-механизмов и инструментов в России просто не действует. И эти бюджеты расплывутся. И появилось огромное количество пиар-компаний, которые сели на эти бюджеты, осваивают их. Какое красивое словосочетание, оно существует только у нас в России – «освоение бюджета». Осваиваются эти бюджеты, как на дрожжах растут пиар-компании. Подобных компаний уже стало до кризиса стони, тысячи. В них работают по три-пять-десять человек, они осваивают, кушают эти бюджеты, но не развиваются и профессиональным пиаром не занимаются. Креативные агентства, в которых сидят десять наркоманов, курят травку, пьют пиво и придумывают слоганы для компаний – мобильных операторов.

Р. М.: Где будет востребован пиар?

М. Д.: Особая потребность в пиаре будет ощущаться в таких областях, как: ритейл, строительство и сопутствующие сферы, шоу-бизнес; все, кто выходит на фондовый рынок – обязательно. И главный заказчик пиара – государство.

Р. М.: Что почитать по профессии рекомендуете, Михаил?

М. Д.: Детективы и фантастика, книги о бизнесе, либо историческая литература. Не рекомендую читать что-то по пиару.

от 24 ноября, 2010

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/310595.html>

Анатолий Коптев (Центр Создания Новостей «Провокация»)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Основал. Сначала было продвижение по службе в другом агентстве, но там я уперся в потолок. Решил создавать свое. Что интереснее? Все зависит от того, чем ты хочешь заниматься. PR-агентство – это бизнес, и надо в первую очередь быть бизнесменом, а потом уже PR-специалистом. Хочешь заниматься бизнесом – можешь основывать агентство, хочешь быть пиарщиком – иди работать в уже существующее.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста или это призвание? Как было у вас?

Обучиться можно всему. Другое дело какие у тебя учителя и какие цели ты перед собой ставишь. Я, например, долго шел к тому пониманию связей с общественностью, которое имею сейчас. Зато я понимаю те псевдопиарагентства которые рекламу пиаром называют, они просто искренне заблуждаются.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Оба параметра одинаково важны. Мне нужны в первую очередь преданные сотрудники, которые смогут самостоятельно делать свою работу. С теми, кого надо заставлять из под палки, мы быстро расстанемся. Есть вакансии, на которые чтобы попасть нужен опыт, есть вакансии, на которые мы сами обучаем.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Я говорю, что создаю новости. Придумываю события, цепочки событий и рассказываю о них средствами массовой информации (интернет, социальные сети, блоги и форумы – тоже средства массовой информации).

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это когда о тебе говорят другие (реклама – это когда ты говоришь о себе).

PR – это неизбежная часть жизни каждого из нас.

PR – это деятельность, которая формирует мнение о человеке, товаре, компании.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Первое что мне нравится, так это когда клиент выбирает самые стоящие, на мой взгляд, идеи. Нравится сама реализация проекта. Нравится, когда ты живешь в определенном отрезке времени, и остального времени не существует. Нравится видеть результаты своей работы.

Вкус к работе теряется, когда очень много проектов или проект сделать не получается. Однако постепенно это забывается и хочется новых побед.

Я в принципе считаю, что ВСЕ должны заниматься любимым делом. Только хотелось бы заметить, что мы любим не то, что мы делаем, а то, как мы делаем. Поэтому не надо «искать себя», надо уже заняться чем-нибудь и довести это до совершенства.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Да. Но только не именно в Public Relations, а в принципе в бизнес. Если мы все себя продаем, то мы все бизнесмены. Только вот не все себе в этом признаются. Я хотел бы чтобы мои дети тоже стали самостоятельными.

от 6 ноября, 2010

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/308554.html>

Георгий Михайлец (Stanley & Kaufman)



Представьтесь, пожалуйста.

Михайлец Георгий Петрович, советник генерального директора ГУЛ «Мосгортранс», по совместительству директор пиар-агентства «Stanley & Kaufman» и еще Бог знает кто.

Какие этапы в вашей PR-карьере вам запомнились больше всего? Ваше текущее место работы – это старт, пик или финал вашей карьеры в сфере «связи с общественностью»?

Первая любовь остается в памяти навсегда:). Первый опыт работы в индустрии – начальник пресс-службы ЦВ «Протек». На тот момент компания была крупнейшим в стране дистрибьютором фармпрепаратов – впрочем, насколько я знаю, и сейчас таковой остается. Годовой оборот с девятью нулями в американских деньгах, более 25 % российского рынка, в общем, все, как положено. Нынешнее место работы считать стартом явно нельзя, финалом, надеюсь, тоже, одним из пиков – наверняка.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас? Считаете ли вы себя в полной мере PR-специалистом на текущей работе или же круг ваших обязанностей намного шире?

Обучиться можно всему. Другое дело, нужно ли. Даже самый способный пловец не очень может конкурировать с очень средней рыбой. Так же и в пиаре – как, впрочем, во многих сходных профессиях – тщательно обученная посредственность уступит по всем статьям одаренному человеку, имеющему совершенно постороннее образование. Я, скажем, по первому образованию врач, второе также не имело отношения к пиару. И при этом имею нескромность полагать, что мне это не мешает. Но при этом мне вспоминаются слова одного старого мудрого спортивного тренера, который любил говорить: *«Олимпийским чемпионом нужно родиться, но стать мастером спорта можно на голом трудолюбии – если, конечно, здоровье позволяет»*. Так же и в пиаре – если ты не совсем бездарен, то стать средней руки профессионалом вполне можно.

Порекомендуйте, пожалуйста, 5 книг (можно и больше), которые были полезны в вашей профессиональной деятельности?

Чукча – не читатель, чукча – писатель. «Практическая имиджелогия: управляй своей репутацией», ныне покойный ИД «Вершина», 2008 год. А если серьезно, в профессиональ-

ной деятельности полезно читать хорошо написанные книги. Не про пиар – любые, от Толстого и Шекспира до Довлатова и обожаемой мной Линор Горалик. Я вообще являюсь убежденным фетишистом в вопросах русского языка. Это такая альфа и омега нашей профессии. И вот чтение качественных книг очень способствует развитию собственных возможностей в этом плане. А читать о том, как правильно общаться с журналистами и оформлять пресс-релизы – увольте. Напрасно потраченное время.

По каким критериям выбираете партнеров для своей деятельности – подчиненных, подрядчиков и контрагентов? Часто ли вы встречаете людей, понимающих ваши задачи и готовых работать частично «за идею»?

Я сам не люблю работать за идею – и не требую этого от окружающих. А что до выбора контрагентов – есть ровно один ключевой критерий: общая адекватность. По остальным вопросам всегда можно договориться. Плюс я очень люблю оказываться с окружающими – будь они подчиненными или заказчиками – на одной волне. При таких раскладах всегда легче и комфортнее работать. И надо сказать, мне везет – тьфу-тьфу-тьфу.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть связи с общественностью» или как-то иначе?

Честно говорю, что по первому образованию – психиатр, и пусть из медицины ушел (а, точнее, никогда толком и не приходил), но мозги по-прежнему лечу, просто другими методами.

Определите, пожалуйста, как можно короче, три раза:

Эффективное развитие общественных связей – это: черная магия.

Эффективное развитие общественных связей – это: вселенское надувательство.

Эффективное развитие общественных связей – это: при умелом использовании – очень эффективный инструмент для достижения крайне многих целей.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Основной кайф – в этой работе не соскучишься. Постоянная «смена картинки» – это для меня очень важно. В свое время, будучи в Японии, я видел конвейер на заводе «Тошиба». Очень чисто, очень технологично, все нормы безопасности и комфорта рабочих соблюдены на 101 %, все ходят в белых штанах, хоть и не Рио де Жанейро, да и зарабатывают вполне прилично. Но поставьте меня на такую работу – и я через два дня уволюсь, а если не отпустят, то на третий кого-нибудь убью. И, конечно, важный элемент кайфа – сделать красивый проект, получить за него достойные деньги и понимать, что отработал их до последней копейки.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Если честно, то не уверен. Мой сын в свои без малого 4 года демонстрирует блестящие задатки менеджера – такими темпами быть ему в совете директоров где-нибудь в первой сотне «Fortune 500». Впрочем, если моя компания лет через 20 окажется в том самом «Fortune 500» – почему бы нет:).

от 20 сентября, 2010

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/301355.html>

Елена Попыхова (PR-клуб)



Представьтесь, пожалуйста.

Елена Попыхова, Председатель PR Клуба, Всероссийского частного объединения консультантов в области связей с общественностью и маркетинга.

Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

PR Клуб – это мое личное детище, созданное после практики работы как на стороне клиента, т. е. in-house, так и на стороне – агентства, т. е. на аутсорсинге. Увидев процесс коммуникационного консалтинга с двух сторон – я поняла, что из компании в компанию, из года в год, повторяются одни и те же ошибки консалтинга, которые вредят и агентству, и его клиентам.

Многие агентства работают профессионально, но не многие из них стремятся сделать что-то БОльшее для своих клиентов, чем работа по определенным опциям договора.

Задача профессионального консультанта – решить проблему, или достигнуть поставленных целей, а не просто выполнить работу от А до Я, даже если она не принесет никакого результата. Да и сам клиент, зачастую, плохо осознает, что именно ему нужно получить по результатам коммуникационной кампании.

Таким образом, PR Клуб – это, прежде всего, качественный консалтинг. Мы не работаем с теми, кто хочет просто сделать какую-то работу непонятно зачем. Мы решаем проблемы, мешающие развитию бизнеса наших клиентов.

Таким образом, интереснее для мета стало создание PR Клуба, агентства нового формата. Просто продвигаться по службе – тоже интересно, но рано или поздно все равно «упрешься в потолок».

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Для мета это было сначала обучение, а потом призвание. Когда я пошла учиться, – выбрала специальность, потому что она загадочно для меня тогда звучала, а через год поняла – что это мое. И с тех пор работаю только по специальности.

Хотя в этой сфере деятельности, чтобы добиться успеха, – нужно действительно призвание. Образование – дело второе.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Выгоднее всего единомышленники-профессионалы, но таких очень мало. Поэтому приходится ориентировать на профессионалов. Профессионалы дорожат своей репутацией и поэтому работают всегда на 100 % результат.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Честно провожу лекцию о том, что такое PR с примерами PR-кампаний. Во-первых, так понятнее. Во-вторых, всегда звучит почему-то очень загадочно. Потом люди пересказывают эту историю друг другу, или просят меня рассказать еще раз, а как это было. Забавно за этим наблюдать.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: искусство.

PR – это: наука.

PR – это: ремесло.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Как только вкус к работе стал пропадать – я поняла, что нужно создавать что-то свое. Создавать еще одно агентство – не хотелось. Вокруг много замечательных успешных конкурентов, многих из которых я знаю лично. Поэтому был создан PR Клуб – аналог английский клубов, имеющих там почти тысячелетнюю историю, а у нас только зарождающихся.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Не знаю. Скорее нет, чем да. Хотя пусть занимаются тем, что им интересно. Если им будет интересен PR – пусть это будет тогда PR.

от 13 сентября, 2010

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/297956.html>

Елена Галигузова (Причина)



Представьтесь, пожалуйста.

Меня зовут Елена Галигузова. Я возглавляю агентство коммуникативных технологий «Причина», г. Пенза. Да, именно тот город Пенза, о котором поет Павел Воля.

Многих интересует – почему «Причина»? Когда разрабатывалось название для агентства, мы с партнером углубились в философию. Причина – это первоисточник любого события, явления, происшествия. Либо наоборот, чтобы что-нибудь произошло, необходимо совершить определенное действие, т. е. создать причину чего-либо. В общем, глубоко копнули:) Теперь зато есть легко-запоминающееся, русскоязычное слово с глубоким смыслом, очень хорошо характеризующее деятельность агентства.

Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Агентство было организовано мной. Продвигаться по службе в региональных маленьких агентствах, в которых сам руководитель-владелец выполняет более половины функций, бессмысленно. Это только опыт.

Лично мне более интересно самой организовать агентство, т. е. стоять у истоков зарождения компании. Быть причиной появления агентства:)

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

В PR-сфере, как и в любом деле, есть профессионалы от природы, а есть обученные специалисты, овладевшие техниками и технологиями профессии и очень удачно функционирующие в ней. В любом случае, чтобы быть успешным, независимо от специфики деятельности, обучаться и повышать свою квалификацию необходимо.

Я со школьной скамьи хотела работать с людьми. Думала про профессию переводчика. Но к моменту моего поступления в ВУЗ PR стал известен, про него начали говорить как про очень перспективный вид деятельности. Решила попробовать и еще ни разу не пожалела.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Очень сложный вопрос Вы задаете, Роман. Идеальный случай, когда человек профессионал и к тому же лояльный компании единомышленник. Но такого не бывает:) Учитывая

кадровую недостаточность в разных сферах бизнеса действую по ситуации: если человек профессионал до мозга костей, но мы не сходимся во мнениях по каким-то вопросам, это можно пережить. Язык нам на то и дан, чтобы договариваться. Если же мне понравился человек по личным качествам, и он не против работать в сфере PR, то дотянуть его профессионально не составит труда. Да, потребуется время и усилия, но они в любом случае окупятся.

Выгодно нанимать профессионалов. Но растить профессионалов еще выгоднее, т. к. они к тому же будут лояльными.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Если человек искренне интересуется моим видом деятельности, то я с удовольствием ему подробно и доступно все расскажу. Если же меня спрашивают «из вежливости», то зачем тратить время свое и другого человека. Общие знания по профессии «связи с общественностью» есть сейчас практически у всех.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: тяжелый интеллектуальный труд, (чтобы молодые специалисты не думали, что PR – это просто болтовня);

PR – это: управление мнениями;

PR – это: творчество.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Самое большое удовольствие в работе мне приносит результат. Когда ты видишь конечный результат проекта, когда видишь реакцию людей на проделанную работу, когда понимаешь, что работа проделана на зря и что работа проделана качественно. Это никогда не надоест! Создание новых проектов, улучшение существующих. Тем более самостоятельно этой деятельностью занимаюсь не так давно.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Роман, ответить на этот вопрос не могу только потому, что всегда учитываю мнение другой стороны. А спрашивать пока некого:)

от 13 сентября, 2010

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/297640.html>

Екатерина Антошкина (PR.Project)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Основав. Интересно и то, и другое, просто первое намного быстрее:) Неделя – и ты «генеральный директор» по всем документам – садись и рули.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Нет, не думаю, что можно обучиться. Обучиться можно механическому набору действий – например, рассылать пресс-релизы, делать пресс-клиппинги и презентации красивые. Но вот уметь собрать в одной точке миллион маленьких дел, так, чтобы выгодно было всем – должно быть призвание. Потому что нет призвания – будет механический работник, ну или работник по принципу программистов – отработал задачу – подписал у клиента – получил зарплату. А в пиаре надо думать, творить и быть заинтересованным в результате. То есть – всегда искать возможность для всего, если так можно выразиться.

Что касается меня в пиаре, то вот уж кем-кем, а пиарщиком я быть никогда не хотела, но один проект так удачно получился несколько лет назад, что я просто с тех пор не могу остановиться – понравилось.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

О, я выбираю себе профессионалов по личным качествам. Вообще, так как мне самой лет не очень много, матерых пиарщиков я брать не могу чисто из-за психологии – они же меня задавят:) Возрастом:). Поэтому мои сотрудники – во-первых, все с красными дипломами, во вторых, с умением системно мыслить, но при этом с гуманитарным образованием, в третьих – ужасно амбициозны. Это помогает нам расти.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Да, хороший вопрос, очень. Я думала, меня одну на этой планете беспокоит, как объяснить моей 75-и летней бабушке, что у меня за профессия. Оказывается, нет. Вообще некоторым я говорю «я не работаю». Так, например, думают все охранники-парковщики на стоянке, где я ставлю машину. Бабушке я говорю, что «я приглашаю журналистов на мероприятия»,

хотя и это кажется ей достаточно сложным для понимания «зачем?» – и вообще, «их кто-то разве приглашает»? Незнакомым людям, по виду которых понятно, что они умеют пользоваться компьютером, я говорю, что я пиарщик. Ну и родственникам, конечно. Ужони-то понимают, что это.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

Ох, подождите, хорошо, что вы секундомер не поставили к этому вопросу, нужно же подумать хотя бы полминуты. Так вот:

PR – это: слава PR – это: стиль жизни PR – это: суета сует

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Я конечно банальная, но больше всего на свете я люблю когда все получается в этом непростом деле. Например, когда проект дает такой итог, что сам заказчик теряет дар речи от удовольствия. Или от суеты, которая сопровождает все большие мероприятия – люблю носиться и всех координировать, чтобы механизм мероприятия работал идеально. Люблю комменты писать на какие-нибудь невероятные темы, а потом рассказывать друзьям, что я разбираюсь ДАЖЕ в таком-то и таком-то удивительно редком предмете:). Люблю работать системно и четко.

Вкус к делу еще не потеряла – как можно потерять вкус к ТАКОМУ!

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

О нет! А то у меня не будет внуков – они же всегда будут работать:)

А вообще дети вправе заниматься, чем им хочется – хоть астрономией хоть скульптурой.

Я за демократию:)

от 7 сентября, 2010

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/296563.html>

Елена Пристанская (КультКом. ру)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Основала. Оно выросло само собой, из разрозненных проектов. Однажды пришло осознание, что агентство по сути уже есть, его осталось только юридически оформить, что и было сделано два года назад. Так что компания совсем молодая.

Не могу сказать, что интереснее. Думаю, что и тот, и другой путь имеют свои плюсы и минусы.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Человека без музыкального слуха можно научить игре на фортепиано, и человека без коммуникативной одаренности можно «натаскать» и вручить диплом PR специалиста. Вопрос только – будут ли эти люди достойными профессионалами или, скорее, несчастными людьми?

Думаю, что без природных способностей, без призвания, в сфере PR делать нечего – уровень стресса тут очень высокий и без призвания можно быстро сгореть.

Я пришла в PR из издательского бизнеса и журналистики. Занималась какое-то время наукой, защитила кандидатскую диссертацию по культурологии. Связями с общественностью начала заниматься в 1995 году.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Разумеется, на уровне резюме отбираю тех, кто по своим профессиональным навыкам и опыту больше соответствует требованиям вакансии. Очень одобряю резюме с фотографией. PR – не модельный бизнес, здесь не нужно быть сногшибательным

красавцем, однако приятная, располагающая к себе внешность – условие обязательное.

На личной встрече выбираю человека интуитивно, глядя в глаза. Если человек имеет открытый, прямой взгляд, если человек умеет слушать и грамотно говорить, – это уже прекрасная заявка на будущее.

Нужно сказать, что мне везет – даже в самых срочных ситуациях мне попадаются «правильные» люди. Надежные, умные, быстрые. Эти качества я ценю.

Что выгоднее? Выгоднее брать пиарщиков без страха и упрёка, которые не будут ни есть, ни спать, ни болеть, а только работать и работать. Это очень выгодно. Жаль только, что у нас пока нет вуза, который таких готовит...)

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Действительно, термин PR, при всей широте его использования, до сих пор остается массе людей малопонятным. Стараюсь, естественно, объяснить простыми словами. В зависимости от ситуации говорю, что помогаю людям и компаниям показывать себя с выгодной стороны, или что занимаюсь продвижением интересных проектов и брендов. Если человеку интересно, то могу и мини-лекцию прочитать, поскольку убеждена, что каждый из нас несет какую-то ответственность за имидж нашей профессии во внешних аудиториях.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: любовь к людям и понимание их психологии

PR – это: искусство убеждать PR – это: точный расчет

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Кайф – от удачного решения сложных задач. Чем задача сложнее, тем острее радость победы. Специфика работы такова, что постоянно встречаешься с интересными людьми, ставишь новые цели и их достигаешь. Картинка меняется, как в калейдоскопе, – как она может наскучить?

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

К сожалению, у меня пока нет детей, которые могли бы пойти по моим профессиональным стопам... Когда будут – тогда подумаю над этим вопросом.

от 21 ноября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/240090.html>

Мария Гергова (United Partners)



Представьтесь, пожалуйста.

Maria Gergova, owner of one of the leading PR agencies in Bulgaria – United Partners and President of the International PR Association for 2009.

Как вы стали президентом IPRA? Какие еще были этапы в вашей PR-карьере? Расскажите, пожалуйста, об основании агентства United Partners.

After serving 4 years as IPRA council member and 4 years as IPRA Board member, I was elected as IPRA president. It was great honor for me as I was the first IPRA President representing the ex-Communist countries. That is a great recognition for the development of the PR industry in our countries.

Regarding the agency – It was established 1997, and I had exciting time developing the agency and myself. We have a lot of international clients as IBM, P&G, Western Union, ING and many more.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

I believe that the most successful PR people combine the knowledge and education with a great personal qualities. In today's 24/7 news world, PR people should keep working on their development and education every day in order to stay on the cutting edge of the PR profession.

When I was at school, I was responsible for organizing all cultural events in my class and later for the whole school. That makes me think that PR was vocation for me.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

I believe that personal qualities are more important as education is something you can get, but is difficult to change personal qualities after 25. I want to see the sparkle in the eyes of the people when hiring people for my agency. You need to work with passion to be successful.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Very interesting question... Sometimes it is difficult to explain it especially to the older generation... Usually I say that I help companies and organizations to talk to different audiences that are important for them... When I have time I'm more than happy to explain PR in more details. Part of our role as PR people is education. In our region PR is still not very well understood and sometimes it has not that good image. So I use any opportunity to explain and contribute for the good reputation of PR profession.

Что вы можете сказать об имидже PR-специалиста в Болгарии? Ваши прогнозы?

As I mentioned above, the image of PR profession is not that good. The reason is that the profession became very trendy and there are so many people not educated and qualified that work as PR specialists. On the top of that media contribute for the bad image of PR as quoting very often PR as spin and nothing else.

We have to work harder to improve the image of our profession.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: honest communication.

PR – это: building understanding and trust.

PR – это: help companies and organizations make friends through communication.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Every day in PR agency is different. Every day you discover something new, you learn something new, you become a better and more knowledgeable person. That is the driving force for me – to know I make another step forward every day.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

My daughter is 18 years old and she is very interested in communications, so maybe I have influenced her a little bit. I will be happy if she can combine the communication skills and her will to help the planet to stay green and healthy.

от 18 ноября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/238923.html>

Роман Масленников (ПРОСТОР: PR & Консалтинг)



Представьтесь, пожалуйста.

Роман Масленников, генеральный директор PR-агентства ПРОСТОР: PR & Консалтинг, автор книги «СуперФирма: Краткий курс по раскрутке. От Тинькова до Чичваркина» и соавтор цифрового руководства «СуперДиджей: 33 рецепта».

Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Я основал PR-агентство ПРОСТОР в 2006 году, а мечтал о нем всегда, когда строил осмысленную PR-карьеру. Интереснее то, что подходит тебе по психологическому типу: творить «под прикрытием» в какой-то мере безответственно или делать бизнес. Но сложно решиться делать что-то одно определенное. Интереснее всего получать результаты, которые вдохновляют тебя и клиентов, тебя и работодателя, – а в каком качестве генерального директора PR-агентства или PR-директора по большому счету не имеет значения.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Обучиться можно на практике. Как мы с друзьями делали наш клубный проект – организовывали вечеринки в ночных клубах Твери, – приходилось завязывать связи с журналистами – убеждать, чтобы напечатали анонсы; делать встречи СМИ и звезд мероприятия, организовывать интервью с диджеями, писать короткие тексты и рассылать их по собранной базе журналистов, потом смотреть – что вышло, оценивать, как перестраивать отношения, кого можно привлечь как спонсора мероприятий и мн. др. Только потом из книжек я узнал слова «лояльный пул СМИ», «пресс-конференция», «пресс-релиз», «пост-релиз», «фоллоу-ап», «эксклюзив», «мониторинг», «фандрайзинг», и т. п. Я отчетливо помню момент, когда после прочтения мельком одной из глав книги Фрейзера П. Сайтела «Современные публик рилейшнз» (Fraser P. Seitel "The practice of PR") мы идем с другом в редакцию тверской газеты «Караван Плюс» по мосту через Волгу. Холод, ветер. И я озаряюсь:

«Стас, так мы же делаем не что иное, как построение коммуникационных потоков!»
Да! И это грело душу.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Единомышленники были на первых этапах. Если мы не расходимся в принципиальных вопросах: здоровье, виды отдыха, музыкальная ориентация, отношение к жизни в целом, – для меня это достаточно. Профессионалы однозначно выгоднее для бизнеса. Именно профессионалы чаще всего могут постоянно бурлить идеями, быть инициативными, грамотными, точными, постоянно совершенствоваться, чему-то постоянно учиться, учить тебя и коллег. От просто «единомышленников» мне и бизнесу не холодно не жарко, но такое понимание пришло не сразу.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Я всегда за лекции и мини-лекции. Это повод поговорить, убедит в своих идеях «на местах». Основами пиар-технологий должен владеть сегодня представитель любой профессии, студент, школьник, родственник в конце концов, друг. Без пиара продвигаться по жизни практически невозможно – и в этом я стараюсь убедить всех, кто еще этим не проникся. Очень стараюсь в такие моменты не сорваться в «прогруз», «вынос мозга» и «запаривание ума», но, кажется, удачные формулировки и метафоры стали находиться.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: общение с пользой для себя, для фирмы, для клиента, для друзей, родственников и коллег и вообще.

PR – это: решение конкретных бизнес-задач или просто достижение целей элегантно, гармонично и экономно.

PR – это: та изюминка, которой порой не хватает в своих кампаниях больших фирмам, звездам, продуктам; божественная искра!

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Кайф до дрожи в руках испытываю от каждого опубликованного сРКовоцированного материала – комментария в Интернете, заметки в деловой газете, колонки в журнале, статьи в региональной прессе, упоминанию бренда в деловом журнале, «письма в редакцию» в глянце. Помню, самым счастливым днем на 1-м курсе университета для меня стал день, когда утром в ларьке я приобрел газету «Вся Тверь» с моей статьей и журнал «ОМ» с моим «письмом читателя». Причем не важно, упоминание это относится к моему клиенту или моему агентству. В означенный час икс утром я перед трудовым днем я бегу в киоск "Пресса" за своей порцией восторга: сначала просматриваю не покупая: если нет – день потерян, разбор полетов; если есть ОНО – беру сразу несколько экземпляров и перечитываю, перечитываю, всем звоню или смс-каю "вышло!", горжусь.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

У меня все родственники, родители прошли базовый пиар-курс. Думаю, что и моим детям не составит труда войти в PR-профессию, благо такие навыки помогут и в любых других областях. Девочка, путешественница, непоседа – все предпосылки есть!

от 13 ноября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/238672.html>

Елена Ашарапова (Reputation online)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

В моем случае результатом продвижения по службе стало основание компании)) Интересно и то, и другое, но гораздо увлекательнее – сама трансформация – из менеджера в предпринимателя и обратно – но уже на другом качественном уровне, поскольку по мере роста бизнеса предприниматель должен снова развивать в себе менеджера, если он, конечно, хочет управлять компанией.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Эта профессия требует постоянного обучения. Нужно учить матчасть, нужно учиться у практиков, иногда – от противного. При желании можно учиться у всех – у партнеров и конкурентов, руководителей и подчиненных, клиентов и подрядчиков, у преподавателей и студентов. Читать книги, по возможности – знакомиться с авторами, задавать вопросы и внимательно слушать. Когда я получала образование, наши вузы не готовили специалистов по связям с общественностью. Моя база – русская филология, позднее осваивала то, что было остро необходимо на разных этапах: сначала это была узкая профессиональная специализация «Реклама в компьютерных сетях», потом – менеджмент со специализацией «Предпринимательство», дальше – стажировка в Германии по управлению изменениями, спецкурсы, семинары, конференции. Я учусь даже тогда, когда преподаю.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Неоднократно слышала от коллег по цеху высказывания о том, что главное в нашем деле – горящие глаза и все такое. Я скептически отношусь к этой позиции. Слишком много на нашем рынке людей, которые носятся с горящими глазами, несут чушь и увлеченно делают то, что лучше бы вообще не делать. Они дискредитируют отрасль и сильно усложняют работу (и жизнь) профессионалам. Я выбираю людей с потенциалом, людей думающих, имеющих потребность в развитии и совершенствовании.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Все зависит от того, с кем я разговариваю. Версия для друзей – «я помогаю людям быть оптимистами», для дочери – «я делаю известными замечательных людей».

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза: PR-это:

А можно я вам сначала историю расскажу? Что такое PR, я поняла много лет назад, неожиданно и как-то вдруг. Хотя тогда я не знала этого термина. У меня была университетская подружка, Татьяна. Она и сейчас есть (Таня, привет). Когда мы только познакомились, она много рассказывала о каких-то невероятных событиях и мероприятиях, в которых участвовала. Это было восхитительно, искрометно и заманчиво. Я ее слушала и думала: «Надо же, какая увлекательная у человека жизнь». Потом мы подружились и стали вместе бывать в одних и тех же местах. И однажды я услышала, как она рассказывает об одном из мероприятий, на котором мне тоже случилось присутствовать. Для меня это был инсайт. Мне вдруг открылось, что события у всех – одни и те же. Только видим мы их по-разному. Так что для меня PR – это в первую очередь – способность видеть.

PR – это: люди.

PR – это: открытость, восприимчивость, цветное зрение.

PR – это: отрасль, над развитием которой нам еще работать и работать.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Да я постоянно под кайфом)). От работы. Люди, которые не утратили вкуса к жизни, редко теряют интерес к профессии. Моя специализация – Интернет, а здесь так быстро все меняется, что заскучать невозможно. Еще есть кайф угадать тренд, есть кайф провести успешные переговоры, решить нерешаемую задачу, кайф наблюдать, какие гигантские шаги в развитии делают люди, работающие рядом, кайф быть полезным... остановите меня))

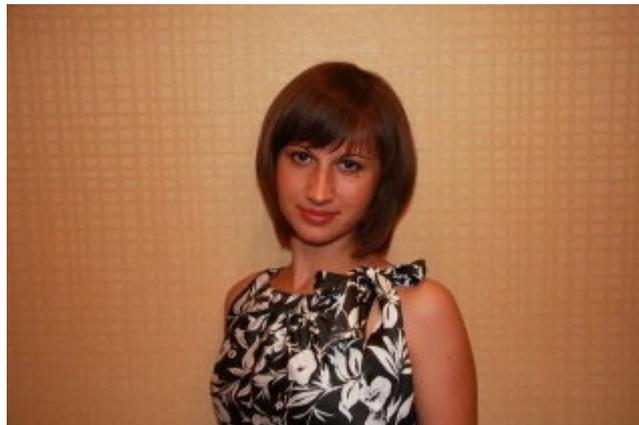
Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Я бы хотела, чтобы дочь нашла свой путь и свое дело. Хотя чем бы она ни занималась в современном обществе, высока вероятность того, что это будет иметь отношение к коммуникациям, интернет-технологиям или управлению. Так что профессиональных стоп, скорее всего, не миновать))

от 19 октября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/232860.html>

Елена Осецкая (StudioPRiority)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Идея открыть собственное агентство пришла в голову совершенно спонтанно. Как-то во время очередной встречи с моей подругой Евгенией Первес абсолютно случайно беседа переключилась на то, как бы было замечательно открыть собственный бизнес. К тому времени у нас у каждой уже был за плечами многолетний опыт работы в PR-бизнесе. Сказано – сделано. Зарегистрировали фирму и приступили к работе. Постепенно стали появляться первые клиенты. Вначале работали вдвоем из дома. Трудное время было. Но в то же время очень интересное! Со временем обзавелись офисом, сформировали команду, одним словом, вышли в большое плавание.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Мне кажется, я с ранних лет знала, чем хочу заниматься, только не знала тогда, как это называется. Как оказалось позднее, это и был PR. Мне кажется, в нашем деле только практика имеет настоящее значение. Безусловно, она должна быть подкреплена основательной теоретической базой. Но любая теория без практики, без реализованных кейсов, по моему мнению, ничто. Ну, и, безусловно, PR-специалист должен обладать определенными личностными качествами, без которых он просто не сможет комфортно себя ощущать в этом бизнесе.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Конечно, первым делом мы смотрим на профессиональный опыт человека. Но в то же время я, например, очень сильно прислушиваюсь к своей интуиции. Иногда, казалось бы опыт у соискателя хороший, однако чувствуешь, что не «твой» это человек, да и в команду не вписывается. А иногда, наоборот, приходит совсем «зеленый», но глаза горят, рвется в бой, готов учиться и познавать. Как правило, из таких людей вырастают отличные специалисты, работающие на одной волне с тобой.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

За долгие годы моей работы в этой области всем моим друзьям и родственникам был раскрыт тайный смысл замысловатой аббревиатуры PR. Но, если кто-то из незнакомых спрашивает, стараюсь не занудствовать и объяснять людям неподготовленным попроще, приводя примеры.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: общение

PR – это: инструмент влияния PR – это: гармонизация

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Конечно, любимо! Как может быть любимо собственное дитя. Каждый день для нас – это вызов. Прежде всего, вызов самому себе. Всегда надо стремиться вперед, всегда есть нечто новое, непознанное. Как только остановишься, считай – начало конца.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Я поддержу любой выбор своих детей. Главное, чтобы то, что они выберут, было любимо ими.

от 26 сентября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/229615.html>

Виктор Козодой (Сибирское отделение РАСО)



Представьтесь, пожалуйста.

Козодой Виктор Иванович, кандидат исторических наук (в мае 2009 года защитил докторскую диссертацию), ректор Сибирской академии управления и массовых коммуникаций (г. Новосибирск), Президент Сибирского отделения РАСО, депутат Совета депутатов г. Новосибирска.

Как вы стали президентом Сибирского отделения Российской Ассоциации по Связям с Общественностью? Какие еще были этапы в вашей PR-карьере?

Идея создания Сибирского отделения РАСО, можно сказать, витала в воздухе достаточно давно. К его созданию, нас в частности активно подталкивал наш хороший друг Алексей Глазырин, который сейчас сам является Президентом общероссийского РАСО. А окончательное решение о создании отделения было принято весной прошлого года. В апреле 2008 года мы совместно с коллегами из Новосибирской, Омской, Томской, Кемеровской и Иркутской областей, Алтайского края провели учредительную конференцию СО РАСО. В общей сложности в конференции приняли участие и вошли в состав отделения около двадцати организаций. Среди них есть представители и государственных, и коммерческих структур, кафедры ведущих вузов сибирского региона. На этой конференции меня и избрали Президентом отделения.

Что касается других этапов моей PR-карьеры, то могу сказать, что этой деятельностью я стал заниматься по воле случая, еще в далеком 1993 году и началось все с работы на выборах в Государственную Думу, тогда первым нашим клиентом стал Василий Липицкий. Потом в 1997 году вместе с товарищами организовали собственное PR-агентство Фонд «Сибирь-Форум», активно занимались избирательными технологиями, политическим консалтингом, со временем стали заниматься и бизнес-проектами. А следующим этапом стало создание в 2004 году Сибирской академии управления и массовых коммуникаций, которую я сейчас возглавляю. В 2006 году мы сделали первый набор студентов, сейчас активно развиваемся и в октябре этого года будем отмечать свое пятилетие. Ну и, как я уже говорил, весной 2008 года мы создали Сибирское отделение РАСО.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Когда я начинал, профессии PR-специалиста еще не было, не было и вузов, которые готовили по данной специальности, по крайней мере в Новосибирске. Поэтому приходилось

работать и параллельно заниматься самообразованием. Учились у коллег, изучали литературу, в то время это были в основном переводные издания. Изучали этот опыт, адаптировали его и старались применять на практике в наших российских реалиях. Я больше чем уверен, что основная часть специалистов моего возраста шли примерно таким путем, пришли в профессию волей случая и по мере практической деятельности изучали теорию. В то время когда я получал высшее образование никто и понятия не имел, что существует такая профессия.

А что касается того, можно ли обучиться профессии PR-специалиста, то конечно можно, тем более что для этого сейчас есть все условия: и вузы, которые готовят по этой специальности и достаточно серьезные теоретические разработки, адаптированные именно для российских условий. Единственно, на что надо обращать внимание – кто учит. Если преподают люди далекие от PR, которые ни дня не занимались практикой – то тогда у них вряд ли можно чему-то научиться. Также как и в любой другой профессии.

Мы это четко понимаем, к примеру у нас в САУМК качеству профессорско-преподавательскому составу уделяется очень большое внимание. Во-первых, подавляющее большинство преподавателей, которые ведут профессиональные дисциплины, имеет высшее педагогическое образование, ученые степени или учатся в аспирантуре, и помимо этого уже долгие годы занимаются практической деятельностью в своей области.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

На мой взгляд, противопоставление по личным и профессиональным качествам несколько искусственное. Профессионал может и не обладать нужными мне личными качествами и наоборот, единомышленник вполне может быть хорошим профессионалом. Я, к счастью, избавлен от этого выбора. Наша команда сложилась уже давно, более десяти лет назад, вместе работали – вместе учились и до сих пор работаем вместе.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Бывает и так, и так. В зависимости от ситуации и от человека, который меня об этом спрашивает. Разные варианты, если надо сказать совсем кратко, то говорю, что я консультант. Даю советы в обмен на денежные знаки. Если более серьезно, то объясняю, что PR – это выстраивание взаимоотношений между организацией и ее аудиторией.

Что вы можете сказать об имидже PR-специалиста в Сибири? Ваши прогнозы в частности относительно конкурса «Золотой Соболь»?

Говорить, что сложился какой-либо имидж PR-специалистов именно в Сибири сейчас преждевременно, также как и о сложившемся PR-сообществе, в большинстве случаев это носит фрагментарный характер. Другими словами эти процессы сейчас находятся в стадии развития и становления. Правильнее будет сказать, что у отдельных PR-специалистов есть свой определенный имидж, но это больше личностный имидж. Кстати создание Сибирского отделения РАСО и учреждение конкурса «Золотой Соболь» – это один из шагов по формированию имиджа PR-специалистов и по созданию более сплоченного профессионального сообщества. Про сам конкурс могу сказать, что он вызывает большой интерес у наших коллег не только в сибирском регионе, к нам поступают заявки и с европейской части страны и с Урала и с Дальнего востока, я уже не говорю про Восточную и Западную Сибирь. У профессионалов из Казахстана тоже большая заинтересованность – многие заинтересованы в развитии связей с Россией, в том числе и в профессиональном плане. Так что я уверен,

что несмотря на то, что мы проводим конкурс первый год, он состоится, к нам уже поступило несколько десятков заявок, активно присылают уже готовые проекты. Приглашаем всех желающих присоединиться, время для этого еще есть.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: выстраивание взаимоотношений между организацией и ее аудиторией.

PR – это: управленческая функция.

PR – это: образ жизни.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Дело конечно любимое, иначе я бы им не занимался. Самый большой кайф – от решения сложных задач. Таких, за которые многие брались и не смогли, а мы взялись и получили результат. Или когда проект сам по себе интересный. К сожалению, это случается в последнее время все реже и реже, в основном приходится заниматься просто рутинной, это конечно не так интересно. Но несмотря на это вкус и интерес к любимому делу я не потерял.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Я считаю, что дети должны выбирать свой путь самостоятельно. К тому же путь, который прошел я не самый простой, в любом случае – решать должен каждый сам для себя.

от 22 сентября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/228041.html>

Ксения Чабаненко (А-ТАК)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Целым департаментом маркетинга мы выделились в отдельное коммуникационное агентство из компании – системного интегратора. На прежней работе я была директором по маркетингу, а в новой компании стала со-основателем и директором.

Мне кажется, что и создание собственного агентства и карьерный рост в качестве наемного менеджера до самого верха – это история про личное движение и развитие. А каждая личная история – она обязательно интересна.

Специфика работы в агентстве оказалась мне очень близка – она открыла возможность работать с большим числом отраслей, решать больше разноплановых и разнокалиберных задач, знакомиться с совсем разными людьми.

Креативная мастерская А-ТАК – это, конечно, совсем не большой бизнес по сравнению с компаниями, в которых я работала раньше. Но это компенсируется большей насыщенностью каждого рабочего дня и тем, что мест приложения роящихся и не дающих спать идей стало в разы больше.

Что касается нашей бывшей компании, то это сказка со счастливым концом – мы не только тесно дружим, сегодня СМ ТРЭЙД – наш крупный и любимый клиент:).

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

"Я родилась с пятью идеями PR-концепций и парой реализованных кампаний за плечами". Шутка:).

В профессии PR'щика очень важна технология. Создать новую идею, разработать системную концепцию, организовать невиданное событие очень важно, но грамотно пригласить журналистов на пресс-конференцию – иногда важнее. И здесь есть ряд своих технологических приемов, которыми надо владеть – они позволяют быть эффективнее: решать задачи быстрее, затрачивая меньше ресурсов. Этому, конечно, можно научиться и я училась. И учусь до сих пор.

А слово "призвание" – оно мне не совсем близко. От него веет чем-то уже свершившимся, уже решенным за тебя.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Сотрудники обязательно должны быть или профессионалами в своей области или не столь опытными, но очень динамичными и любопытными к выбранному делу моторами. Еще очень бы хотелось, чтобы наши ценности не противоречили друг другу. Тогда работать можно быстро, успешно и, что очень важно, с удовольствием.

Что касается единомышленников, то это большая удача, если они есть. Соратником нельзя назначить – кто-то может стать им, только когда сам решит встать рядом с тобой плечом к плечу, сам этого захочет. Мне такая удача улыбнулась:).

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Обязательно приведу несколько примеров, если после вопроса "чем вы занимаетесь" спросят: "а что это такое?".

А в противном случае не стану читать никаких лекций – с друзьями и родственниками лучше поговорить о другом...

Даже с клиентами иногда лучше поговорить "о другом".

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: с целью

PR – это: конкурентное преимущество PR – это: когда по любви:)

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Я люблю свою работу. Если я ее не люблю, то я ее не могу работать:). И для меня дело не только в том, чем конкретно я занимаюсь. Когда я не решала PR-задачи, я ломала голову над другими. Это такой подход к жизни, когда работа – ее важная, большая часть, а хороший результат – показатель существенности того, что ты делаешь.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Я не хочу и не не хочу этого. Дети пусть все решат сами.

от 12 сентября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/226245.html>

Асель Караулова (Казахстанский Пресс-Клуб)



Представьтесь, пожалуйста.

Асель Караулова, Президент Казахстанского Пресс-клуба (КПК), Управляющий партнер агентства PG Communications (дочерняя компания), член IPRA.

Как вы стали главным президентом Казахстанского Пресс-клуба? Какие еще были этапы в вашей PR-карьере?

Я занимаю эту должность уже 15 лет. История нашей компании необычна и в чем-то уникальна: КПК был создан в 1994 году при поддержке ЮСАИД – Американского Агентства по международному развитию. Изначально мы работали как часть большого коммуникационного проекта по приватизации и рынку ценных бумаг, но в 1996 году ЮСАИД закончил этот проект и КПК стал работать как самостоятельная информационная структура, с 1999 года было открыто дочернее PR-агентство PG Communications, совладельцем которого я и являюсь. Моя PR карьера началась именно с проекта ЮСАИД и с работы в компании Burson-Marsteller, которая являлась оператором данного проекта. Я очень благодарна судьбе, что начала познавать PR-индустрию именно в этой компании: опыт и международные стандарты работы ВМ позволили быстро и эффективно обучиться, затем открыв свой собственный бизнес, выросший из 3-х человек до 39 сотрудников и PR-агентства полного цикла. До прихода в Берсон я работала журналистом в казахстанских СМИ, а также имела опыт работы в пресс-службе Президента РК.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Мое глубокое убеждение, что этой профессии можно обучиться, но только имея определенные личностные навыки, прежде всего коммуникативные – умение слушать и слышать, устанавливать контакт с любой аудиторией и презентовать свою точку зрения. PR-щик – прежде всего экстраверт, ему должно быть легко и комфортно с людьми, у него обязательно должна быть личная харизма, навыки убеждать и располагать к себе аудиторию, аналитический ум, «всеядность» и умение делать несколько дел одновременно. Я уже не говорю о «хронической грамотности», хотя бы на одном языке. Я, как и многие PR-специа-

листы, закончила факультет журналистики в Алматы, и планировала свою карьеру в качестве редактора издания или театрального обозревателя. Но судьба круто повернулась – в 1992 году в Алматы был открыт КИМЭП – первый международный проект по подготовке управленческих кадров под эгидой Президента, и я поступила на отделение МВА со специализацией по международному маркетингу. После этого началась моя управленческая карьера. А в 1998 году мне посчастливилось выиграть грант Американского правительства по программе Маски, и я получила степень Master of

Public Affairs в Университете Миссури-Коламбия. У нас в Казахстане, к сожалению, очень мало специалистов, имеющих как теоретическую, так и практическую подготовку по PR, я сумела удачно соединить эти две составляющие, что во многом способствует моему профессиональному успеху. Глубокое знание теории PR-индустрии плюс 15-ти летний опыт разработки и реализации PR проектов, тренинговый и преподавательский опыт дает и мне, и нашей компании возможность роста.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

В нашей компании приняты стандарты качества, в том числе процедуры приема сотрудников на работу, включающие тестинг, интервью, критерии отбора и т. д. Но я лично никогда не довольствуюсь формальной оценкой. Уже на первом интервью с кандидатом виден его/ее потенциал. Мне важно, чтобы человек любил свою профессию, имел определенный опыт, хотел учиться новому, обладал развитым интеллектом и был порядочным. Звучит старомодно, но для меня – это ключевое понятие. Порядочность – очень емкий термин, и включает в себя способность человека взаимодействовать с командой и с внешней аудиторией: не подводить, не подставлять, не обманывать, умение честно признать свою вину и исправить ситуацию, ответственность за свое дело и т. д. Для успешного бизнеса нужны и единомышленники, и профессионалы, но идеально – когда эти две характеристики сочетаются в одном человеке, наряду с порядочностью.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Обычно мини-лекцию. Говорю, знаете что такое имидж и репутация? Вот мы занимаемся коррекцией и выстраиванием того и другого. Привожу примеры, в том числе и анекдоты про PR и PRщиков, которых сейчас очень много.

Что вы можете сказать об имидже PR-специалиста в Казахстане? Ваши прогнозы?

В последние годы я могу констатировать, что в целом имидж PR-специалистов вырос. Как в глазах топ-менеджеров компаний, которые стали понимать, что репутация – основной нематериальный актив, так и в глазах руководителей государственных структур: PR-менеджеры начинают входить в Советы директоров компаний, в гос. структурах вводят должность PR-специалиста. Можно отметить, что и журналисты стали более активно работать с PRщиками, понимая их роль и признавая необходимость данной позиции. Тем не менее, все не так радужно: зачастую PR-специалисты все еще воспринимаются, как лишний барьер между СМИ и топ менеджментом компаний, понятие черного PR полностью не изжило себя, и этот «оттенок» ложится на репутацию нашей профессии. Далеко не все стейкхолдеры понимают, чем же все-таки занимаются PRщики и зачем они нужны. Очень много для популяризации профессии делает Клуб PRшы – неформальное объединение ведущих казахстан-

ских PR-специалистов. В общем, в этом направлении еще предстоит сломать много стереотипов.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: управление репутацией

PR – это: построение взаимоотношений

PR – это: аудитория – коммуникация – позитивное восприятие

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Как ни странно, ловлю себя на мысли, что за 15 лет интерес к работе вырос: новые задачи, новые проекты, новые высоты, новые люди. Для меня это любимое дело, свое дело, родное, как дети. Конечно, много рутины и она надоедает. Но особый кайф испытываешь, слыша слова благодарности от клиента и когда видишь конкретный результат работы. Это у меня срабатывает синдром отличницы, которой я всю жизнь была: очередная похвала – это пятерка. Еще кайфую от работы с нашей командой, когда люди заряжены позитивной энергией и работают на результат. И главное, что мне нравится именно в нашей профессии – это постоянный интеллектуальный рост.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Сложный вопрос. Мы с мужем оба PRщики, и двоих в семье хватает. Хотя сын – однозначно прирожденный PRщик: харизматичный, коммуникабельный, экстраверт, прекрасно говорит и пишет, ему сейчас 18 и он определяется с выбором профессии. Мы не давим, пусть сам выбирает, подсказываем по возможности. А дочь – очень творческий человек, возможно, будет заниматься искусством. Хотя, как наверное любые родители, хотим чтобы кто-то из детей был врачом. Я сама собиралась в медицинский, но испугалась в последний момент. Так что, видимо, не суждено...

от 11 сентября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/225835.html>

Татьяна Никульшина (Pleon)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

В 2006 году собирала чемоданы для работы в Лондонском офисе компании, где работала раньше, но позвонили «охотники за головами» и попросили встретиться с главой BBDO Group Эллоу Стюарт. Элла предложила построить с нуля московский офис сетевого агентства и я согласилась.

Интересно работать в любом качестве. Вопрос ответственности и рисков. Есть хорошие наемные менеджеры, а есть хорошие предприниматели. Я скорее всего отношусь к первой категории.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

В начале 90-х, когда начинала свою профессиональную карьеру, слово «пиар» было еще не так распространено. И в тот момент многие профессию не выбирали – важную роль играл случай, желание, трудолюбие, знакомства. Возможности были колоссальные. Ты мог стать и брокером, и нефтяником, и челноком, и «менеджером» чего угодно. Случай (или удача?) привели меня в профессию пресс-секретаря. Так все и началось. Обучиться профессии PR специалиста не очень сложно. Адекватность, природное любопытство, желание думать и анализировать, просчитывать ситуацию вперед и предугадать все риски в сочетании с навыками хорошего письменного и устного русского языка – это уже отличный старт. А далее уже практика, практика и практика. Легкий тест на профпригодность для начинающего (возможно чуть поверхностный) – если сможете бесконфликтно пройти любым способом на закрытое мероприятие, конференцию, семинар, познакомиться там с несколькими гостями, запомнить детали организации и отметить, что можно было бы сделать лучше – у вас, возможно, есть хорошие задатки для этой профессии.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

В первую очередь – это профессиональный опыт. А уже в процессе собеседования или работы присматриваешься к личным качествам. Это важный фактор. Оптимально – профессиональная команда единомышленников. Но очевидно, что просто «хороший человек» без

профессиональных навыков выгоды (в денежном выражении) как менеджер сразу не принесет. Это одновременно и инвестиции, и некоторый риск.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Большинство моих друзей понимают эту профессию и более того – сами пиарщики. Если кто-то из новых знакомых не знает ничего про PR, то дальше все зависит от настроения и результатов мысленной экспресс-анкеты из двух вопросов: «а ему это нужно?» и «а нужно ли это мне?». Тогда либо мини-лекция, либо переход на другую тему. Я считаю, что образовывать рынок, растить понимание и немаловажно – уважение к профессии – это тоже часть нашей работы.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: построение репутации компании или человека.

PR – это: отношение объекта X к объекту / продукту / услуге / бренду / событию / действиям / решению (продолжать можно долго).

PR – это: не самая простая профессия с практически неограниченными возможностями профессионального развития.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Работа в агентстве – это постоянный драйв и ежедневная смена сферы деятельности. Потерял интерес – поработай на мероприятии, разработай стратегию, придумай вирус для интернета, прочитай лекцию, разработай программу, напиши пресс-пакет, просчитай бюджет. А если хочется легкой встряски и смены профессии – включайся в интегрированные проекты группы компаний BBDO. А там хороший микс из креатива, интернета, BTL, брендинга, медийки и PR – масса возможностей для творчества и работы.

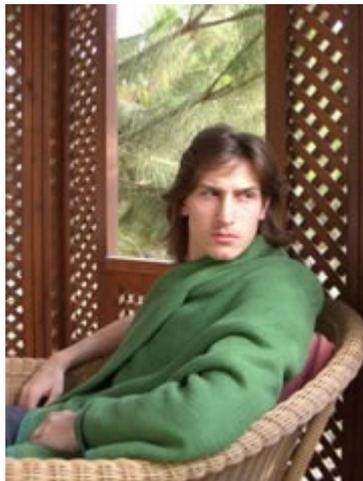
Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Моя дочь обладает хорошими навыками общения, она любознательна, приводит интересные аргументы в защиту своих поступков. Задатки есть. Подрастет и определится сама, а если это будет PR – замечательно! Мне не будет скучно на пенсии.

от 10 сентября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/225507.html>

Алексей Ардалин (Друзья ПИАРЩИКИ)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Создание Друзей ПИАРЩИК OR имеет много подводных камней, с одной стороны это произошло в следствии продвижения по службе, тогда как с другой стороны компания была создана мною с нуля. У меня был долгий путь работы в различных сферах и именно занимаясь чем-то другим, но не целенаправленным пиаром позволило планомерно расти как специалисту в области связей с общественностью. В итоге это привело к созданию компании. Несомненно мой путь для меня видится самым интересным, так как до того как приступить к труду пиарщика мной были в буквальном смысле проиндексированы все нюансы политики ведения деятельности в таких сферах как недвижимость, инвестиции, арт-шоу-бизнес, FMCG.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Дать четкий ответ на тему можно ли обучиться или это призвание это тоже что обсуждать тему "пиар или реклама?". В том смысле, что и то и другое полезно и стратегически важно. Обучиться можно – и фактически мне требуется немного времени чтобы "снарядить" молодого специалиста всем, что может быть необходимо и потребуются. Но также важно чтобы человек чувствовал в глубине души что эта деятельность – пиарщика ему нравится. Я порой сразу вижу что человек не в своей тарелке и ему стоит попробовать что-то другое. Но при этом даю сотруднику возможность себя попробовать. Также отмечу

– для того чтобы быть грамотным и успешным специалистом, достаточно знания делового этикета, упорства и ответственности. Эти качества ключевые для успеха в любой сфере, так что пиарщиком может быть каждый успешный человек, главное желание. Про себя скажу что навыки получил в процессе долгих профессиональных баталий. Но также и созвездие стрельца при рождении предопределило мой успех в пиаре.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Сотрудников выбираю по исполнительности. Это и выгоднее (прибыльнее) и ближе душе. У меня к себе есть требования и те же требования предъявляю сотрудникам. Чаще

всего те, кто соответствуют рамкам моих взглядов на труд, также соответствуют моим человеческим симпатиям. Это касается как сферы профессиональной так и личной.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Вот именно фраза "проводите мини-лекцию" очень подходит. Обычно Если не улавливают слово пиар, добавляю "связи с общественностью". И если человек, чувствуется, не уловил о чем идет речь, то буквально в трех предложениях описываю всё, что пиар из себя представляет. И что именно мы делаем.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: Связи с общественностью.

PR – это: Неотъемлемая составляющая успешного бизнеса.

PR – это: Самый лучший способ вложить в человека активно-действующую информацию.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Кайф испытываю на каждом этапе работы. Самое важное – когда в новом проекте стоит очередная не рядовая ситуация. И вот когда приходит идея как решить эту поставленную задачу при помощи верного пиар хода – тут возникает первая волна приятных эмоций. А потом по нарастающей, когда этот пиар ход, в соответствии с планом, разворачивается в процессе исполнения стратегических действий. Вкус потерять сложно, так как с каждым разом не возникает чувства что идешь по уже пройденной дорожке. Возможно в будущем и не будет новизны и все может стать скучным, но пока у нас каждый проект краше предыдущего.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

У меня очень либеральные взгляды на жизненный путь своих детей. Считаю что духовно и физически развивать и помогать это моя обязанность. Тогда как фактический путь, то есть чем конкретно заниматься в жизни и в чем найти приложение своим навыкам, решать каждому человеку самостоятельно.

от 4 сентября, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/225254.html>

Инга Латковска (Латвийская Ассоциация Компаний по Связям с Общественностью, PR Stils)



Представьтесь, пожалуйста.

Меня зовут Инга Латковска, я являюсь владельцем „Sabiedrisko attiecību agentūras PR Stils” и уже 14 лет руковожу данным PR-агентством. Также являюсь доцентом в Видземской высшей школе, уже почти 10 лет работаю со студентами, которые изучают коммуникацию – читаю лекции, руковожу годовые проекты и дипломные работы. Время занимает и работа в нескольких консультативных советах, где я делегирована представлять позицию ассоциации.

Как вы стали главным президентом LSAKA – Латвийской Ассоциация Компаний, работающих в области «Связи с Общественностью»? Какие еще были этапы в вашей PR-карьере?

В результате выборов! LSAKA – эта общественная организация, которая объединяет 8 ведущих PR агентств Латвии. Руководитель ассоциации ежегодно избирается заново. В течении последних двух лет имеется определенная последовательность – заместитель руководителя становится руководителем в следующем году. Это облегчает работу, за которую не платят не сантима, а требуют многого. Вдвоем работать намного легче! У меня в этом году сложилось отличное сотрудничество с Марисом Плуме, который является партнером и руководителем „Hauska & Partners” в Латвии. У нас единое понимание проблематики, исполнения, совпадает стиль мышления.

Мое первое соприкосновение с Public Relations произошло в начале 90-ых годов. Мои сыновья тогда уже немножко подросли, и надо было вернуться на рынок труда. Мне очень повезло – я создала агентство фактически уже с двумя клиентами – Motorola и Audi. Встречая тех фантастичных людей, которые тогда руководили данными предприятиями, я училась у них и отдавала им свои знания и опыт. Я во многом благодарна им за то, что достигла сегодня. Телефонами данной марки, к сожалению, больше не пользуюсь, но свою любовь к Audi не потеряла – это мой бренд, езжу на данной марке по сей день.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Я принадлежу к поколению, у которого не было возможностей изучать общественные отношения. Я имею диплом журналиста и академическую степень магистра в науке по коммуникации. Но мое мнение таково, что в PR-ом должны заниматься люди «адвокатского типа» – надо любить клиента, тему, проблему. Об этом надо постоянно думать, надо искать возможности, новые и интересные решения. Информационная среда, (под этим я подразумеваю не столько средства массовой информации, сколько умы людей), настолько насыщена, что фактически идет борьба за привлечение внимания. Эта не работа с 9-17. Лично ко мне лучшие мысли и решения приходят около пяти утра. Что делать? Встаю и пишу!

Кризис, слава богу, принес определенную ясность и в PR. Но часть молодых людей все еще живут в иллюзиях, что общественные отношения – это cool guy в костюме Hugo Boss и с розовым галстуком, который участвует во многих тусовках, получает награды и раздает советы налево-направо без какой либо ответственности. И получает очень хорошую зарплату.

Когда я студентам говорю, что давать советы – эта огромная ответственность, их иногда это пугает. А хорошая зарплата приходит только с опытом и способностью взять на себя большую ответственность. К тому же многие осознают, что аналитическое мышление, моделирование, что являются основой для PR – не их сильная сторона.

Поэтому я согласна с сегодняшней политикой по образованию, что математику необходимо изучать в школе. Не для того, чтобы выучить формулы, а для того, чтобы научиться думать логично. Процесс коммуникации увлекательный на каждом этапе – как рутинные повседневные дела, так и сам бизнес. Между прочем – умение мыслить в категориях бизнеса – эта еще одна необходимая черта истинного профессионала. Наша миссия – способствовать достижению целей организации. Это относится и к коммерческому предприятию, и к негосударственной организации, и к государственному или самоуправленческому учреждению.

В рамках моих курсов студенты создают оригинальные PR-кампании. Я им иногда говорю: представьте себе, что в вашем распоряжении миллион латов и – совершенно свободные руки. То, что в итоге получаю – это неоценимый в деньгах полет мысли. Его мне удается поймать и в ходе повседневной работы в агентстве. Это доставляет такую радость! Я горжусь тем, что студенты из Видземской высшей школы конкурентоспособны на рынке труда, они находят работу без особых проблем.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Профессионализм и личные качества. На профессиональном уровне важно понять происходящие в обществе процессы, что на них влияет, и какие коммуникационные процессы необходимо использовать. При этом надо уметь увидеть клиента в этом контексте. Анализировать, прогнозировать, продвигать процессы. С точки зрения личных качеств – любознательность, позитивное мышление и желание «сдвигать горы». Мне кажется важным, чтобы в коллективе был хороший микроклимат, чтобы человек не чувствовал себя подавленным и осознавал, что рядом всегда будет коллега, у кого можно спросить совет. Утверждать «я все знаю» – это примета ограниченности. А творческий полет и умение при этом уложиться в конкретный бюджет – это ценность. Идеальной вариант получается тогда, когда все это в комплексе. К этому стремлюсь. Заносчиво могу признаться, что обычно мне это удается!

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Я не трачу на это время. Тем, кто не знает этот процесс «изнутри», трудно это понять. И не надо. Когда между собой разговаривают два IT-специалиста, я догадываюсь, о чем речь,

но в деталях не разбираюсь. То же самое в отношении PR. Обычно на этот вопрос я отвечаю: это что-то похожее на работу пресс-секретаря или адвоката.

Что вы можете сказать об имидже PR-специалиста в Латвии? Ваши прогнозы?

В этом плане нам еще расти и расти. Профессиональная ассоциация является важным инструментом в упорядочении среды в бизнесе, но она одна не в силах метать ситуацию. Надо упомянуть три фактора, которые влияют на этот процесс.

Во-первых, в агентствах работают профессионалы высокого класса, и наша сильная сторона – разные know-how. В агентстве ярко выражена работа в команде, таким образом, оборот информации происходит намного успешнее, чем работая только в одном секторе. Осознавая возможности и силу коммуникации, агентства более активно разъясняют ситуацию в отрасли.

Во-вторых, на предприятиях public relations еще часто находятся в подчинении маркетинга. Конечно, можно и так, поскольку PR является эффективным инструментом маркетинга. Но приоритетно PR – это инструмент управления, средство, которое помогает достичь цели в бизнесе. Многие предприятия это уже осознают, используя корпоративные общественные отношения, коммуникацию корпоративной социальной ответственности, внутреннюю коммуникацию. Возможностей много, но главное – надо понять смысл этого процесса и поддержать его на руководящем уровне. Тогда будет результат.

В-третьих – средства массовой информации. Писать о PR не просто. Надо понимать среду, преодолеть определенный барьер ревности между журналистикой и PR. Те медиа, которые пишут о PR, понимают и знают, что делают. Ассоциация намерена расширить это поле деятельности.

2008 год однозначно характеризовался изменениями в новых технологиях и медийной среде. Быстрое распространение блогов и других PR-инструментов существенно повлияли на рынок коммуникационных услуг. Коммуникация сейчас стала более фокусированной, росло понимание того, что «сказать всем обо всем» нет никакой необходимости, да к тому же финансово не выгодно. Необоснованно говорить о сужении коммуникационных каналов. Учитывая возможности, которые предоставляют интернет-медиа, социальные сети, блоги и другие новые формы коммуникации, каналов становятся все больше. Самое существенное все еще – это содержание!

У рекламы и PR стиль работы отличается. Реклама должна быть заметной, а нам это не всегда актуально. Часто удачный PR-проект как раз тот, которого не замечают. LSAKA очень удачно продвигалась вперед своими двумя «флагманами» – призом и конференцией. Установлены очень хорошие контакты с другими профессиональными организациями. В этом году упомянутые мероприятия сообща организовали ассоциации всех трех Балтийских стран. Было нелегко, но мы получили более 100 заявок – это небывалая поддержка конкурсу. Мы имеем международное жюри – там нет никого из Балтийских стран. Таким образом говорить о конфликтах по интересам не приходится. У нас есть хороший сайт, в котором доступна уникальная библиотека case study Балтийского PR.

Плодотворная деятельность любой профессиональной ассоциации свидетельствуют о зрелости отрасли. LSAKA объединяет большие и средние агентства, (если оценивать в масштабах Латвии). Хотя и нужды в упорядочении среды бизнеса у нас общие, в нюансах они могут отличаться. Над устранением этих различий будем работать и впредь.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: умение видеть процессы во взаимосвязи.

PR – это: анализ.

PR – это: творческое мышление.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Когда-то режиссер Никита Михалков сказал, что его интересует процесс, а не результат. Со мной что-то похожее: я «ловлю кайф» на этапе анализа, планировки и продвижения идеи/проекта. Сложить проект как LEGO – моя слабость. Когда все готово и надо приступить к реализации, мой интерес быстро слабеет. К сожалению, страдаю от недостатка терпения. Мне все надо быстро!

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Я не думала об этом. Мой старший сын студент SSE Riga (Stockholm School of Economics). Он мог бы быть хорошим PR-профессионалом – коммуникабелен, умен, с математическим складом мышления, владеет языками... но изучает экономику. Младший сын в этом году оканчивает среднюю школу с уклоном английского языка и не интересуется этим родом занятий. С другой стороны – бизнес есть бизнес, и в нем свои закономерности. Так что время покажет. Я считаю, что сама еще хочу и могу работать в этой сфере. Сейчас так много интересных вещей, связанных с кризисом. Я по характеру очень любопытна и любознательна – это мое время!

от 26 августа, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/223504.html>

Андрей Лаптенко (Белорусская Ассоциация по связям с общественностью, BASO)



Как вы стали президентом Белорусской Ассоциации по связям с общественностью? Какие еще были этапы в вашей PR-карьере?

В начале 90-х я и мои юные коллеги, студенты последних курсов различных минских ВУЗов были большими романтиками и страстно загорались всем новым и интересным, что появлялось в общественной жизни. Увидев в киоске „Союзпечать“ рядом с журфаком книгу Сэм Блэк „Что такое Паблик Рилейшнз“, мы купили с моим однокурсником, а ныне председателем Совета учредителей Института PR (Беларусь) единственные 2 экземпляра этой книги и в одночасье стали главными хранителями секрета PR:). Надо отдать должное Игорю, он эту книгу увидел первым. Потом была поездка в Москву к профессору МГИМО – Александру Борисову. Появилось решение о включении белорусского PR-сообщества в PR Ассоциацию Советского Союза. И сразу развал Союза, как следствие, в Беларуси, появились Институт PR и Белорусская Ассоциация PR. Поскольку в создании Ассоциации я был главным мотором, коллеги доверили управление общественной организацией именно мне.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Я думаю всему можно научиться. Для того чтобы, стать профессионалом достаточно лишь 2 условия – желание им стать. И опыт, который приходит с годами. Но вот станет ли тот, кто выбрал эту профессию, первоклассным специалистом, что в нашей профессии все же больше исключение, зависит и от того, что было заложено в человеке природой. И воспитанием.

PR – это сфера гуманитарных технологий. И мы работаем с людьми, именно поэтому, лично я больше доверяю тому, кто учил в университете Всемирную историю и творчество Достоевского, чем тому, кто решал математические формулы. Я в PR пришел классическим путем – после журфака БГУ. Около 35 % специалистов приходят в PR после журналистского образования.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Важно и то, и то. Я думаю, тут главное соблюсти баланс.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Сейчас об этом говорить гораздо проще, за окном 2009 год! Аббревиатура PR – прочно вошла в лексикон постсоветской общественности. Оттенки, понятно, разные – от почти-тельно-негативного до таинственно-могущественного. Очевидно одно, когда начинаю говорить о том, чем занимаюсь, у собеседника это вызывает как минимум – уважение.

Что вы можете сказать об имидже PR-специалиста в Беларуси? Ваши прогнозы?

Имидж PR специалиста в Беларуси очень неясны. К сожалению пока еще идет размывание образа профессии, компании принимающие на работу, упорно избегают связывать вакансию с аббревиатурой “PR”. “Специалисты по маркетингу и рекламе” – вот как чаще называют нас работодатели. В этом смысле, в Беларуси большие перспективы. И у Ассоциации много работы впереди, что не может по своему не радовать. Но слабая заинтересованность в PR-специалистах среди бизнес-структур – это факт, которые вы найдете на сайтах предлагающих работу в Беларуси.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: связи с общественностью.

PR – это: искусство информации.

PR – это: моя жизнь.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Испытываю кайф от успешных проектов, думаю, как и многие. Когда постоянно в поиске, креативе – интерес и вкус не теряешь. Да, пожалуй, любимое.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Если им будет интересно, pourquoi pas?

от 3 августа, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/218562.html>

Инна Кабанова (G 3)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Создать собственное дело – это для меня лично и моих коллег, соучредителей G3, всегда представлялось более интересным, чем работа по найму. В какой-то момент – независимо друг от друга – и я, и Сергей Володенков, и Кирилл Самошонков, – мы все пришли к выводу, что переросли рамки «работы на дядю». Сегодня забавно вспоминать, как именно в тот момент, когда мы с Сергеем обсуждали перспективы создания собственной компании, позвонил Кирилл с вопросом: а не задумывались ли мы о создании собственного агентства? К тому моменту у каждого за плечами был опыт работы в избирательных проектах, PR-сопровождения политиков вне выборов, работы в агентствах, коммерческих структурах, СМИ, тренинговой и преподавательской деятельности. В каких-то проектах мы работали по отдельности, в каких-то – вместе... В общем, это решение было логичным продолжением пройденных этапов профессионального становления, и вызовом себе самим. У меня лично есть еще одно забавное воспоминание на эту тему: несколько лет назад я работала по найму, и однажды, пытаясь убедить руководство пересмотреть одно явно ошибочное решение (через пару месяцев, кстати, так и произошло), я услышала, что мне свой бизнес создать надо и делать там то, что я сочту нужным. Это был худший начальник в моей жизни – и лучший в моей жизни совет:-)

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Можно обучиться навыкам, которые найдут применение в работе. Но для того, чтобы стать PR-специалистом нужны личностные характеристики, свойства характера, особенности темперамента, которые либо есть, либо нет. Так же дело обстоит с журналистами, например, с психологами. Можно прочитать учебник, два, три, десять, но для того, чтобы стать профессионалом, этого мало. При этом, я бы не стала приуменьшать значение обучения и – особенно – практики. Другой вопрос, что вузовское образование, как мне кажется, сильно теоритизировано... У нас с коллегами есть несколько авторских курсов, мы постоянно ведем тренинги, лекции читаем, и везде – от аудитории в МГУ до молодежного лагеря на Байкале или на Селигере – лучше всего воспринимаются занятия, построенные на разборе реальных кейсов, реальных достижений и ошибок.

Что касается мета лично, то я пришла PR из журналистики. И как только пришла – сразу поняла: это именно то, чем я хотела заниматься всю жизнь! Обучения как такового не было, было много практики, а потом уже – «запойное» чтение специальной литературы и общение с профессионалами высочайшего класса. Практика – главный критерий истины.

В общем, знания следовали за опытом, в виде рефлексии и осмысления. Когда разрабатывала свой первый учебный курс по управлению информационными кампаниями, сама удивилась: ого, мне, оказывается, действительно есть что сказать:-)

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

В идеале – необходимо сочетание личных и профессиональных качеств. Но единомышленники, для меня лично, ценнее. Ну, хотя бы потому, что работа рядом с теми, кто «одной крови» дает такую энергетическую подпитку, что горы можно свернуть! И еще: по моему опыту, тот, кому нравится работа – «выгоднее», чем «крутой проф», который уже все понял в этой жизни. Профессионализм приходит со временем, а вот азарт, желание расти, интерес к тому, что делаешь – либо есть, либо нет. А вообще, когда ищешь сотрудника, вспоминается старая песенка про поиски мужа под ряд критериев: «чтоб не пил, не курил, чтоб цветы всегда дарил...»

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Еще несколько лет назад приходилось проводить мини-лекцию. Сейчас PR так «пропиарен», что можно обойтись и без этого. Обычно говорю: «PR, реклама», и этого достаточно. Теперь приходится объяснять, что такое «коммуникационный менеджмент»:-)

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: креатив и расчет, азарт и ответственность – сочетание несочетаемого.

PR – это: способ сделать мир чуть лучше (во всяком случае, мне в это хочется верить):-)

PR – это: конструирование того, о чем СМИ расскажут завтра.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Кайф возникает от предвкушения интересной задачи, от поиска решений. Когда вспыхивает: вот оно, то, что нужно. Когда видишь, что клиента тоже «зацепило». От мозговых штурмов. От ощущения единства, когда работаешь с теми, кто тебе дорог и чье мнение – важно. От хорошо сделанной работы, когда сам себе можешь сказать: а неплохо получилось!

Потерять интерес и вкус к этому делу – трудно. Надоесть может однообразная, рутинная работа. А здесь – и задачи, и решения – все индивидуально. Вот сейчас делаем презентационную продукцию, с которой наши клиенты будут участвовать в МАКСе, для других – разрабатываем стратегию продвижения в Интернете, параллельно – коммуникационный аудит по заказу одной из региональных администраций, переговоры по грядущим избирательным кампаниям... Как каждый человек, так и каждый бизнес, каждый клиент, каждый проект – уникален, и решения каждый раз – индивидуальные, абсолютно нетиповые. Именно поэтому – любимое, да. Мне трудно представить, что я занимаюсь чем-то другим. Хотя никогда не знаешь, что ждет впереди...

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Каждый человек хорошо делает лишь то, что ему по-настоящему интересно – в полном согласии с народной мудростью про охоту, которая пуще неволи. «Заталкивать» в профессию точно не буду. Хотя иногда мне кажется, что определенные задатки налицо. Во всяком случае, мое самое любимое определение того, чем же я, собственно, занимаюсь, придумал мой старший сын. Лет пяти, наверное, от роду его очень занимал вопрос: раньше мама была в телевизоре, по радио, а сейчас – чем занимается, непонятно. И я попыталась объяснить, растолковать, но он уже и сам разобрался: мама придумывает то, что по телевизору покажут завтра!

от 30 июля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/217886.html>

Денис Терехов (Социальные сети)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Мои партнеры по бизнесу Вячеслав Лащевский и Георгий Гаврилин – владельцы одного из крупнейших в Восточной Европе PR-холдингов – AGT Communication Group. Я знаком с ними без малого 10 лет, за это время мы успели реализовать целый ряд проектов, так сказать, на внештатной основе. В декабре 2007 г. Лащевский пригласил меня создать совместный бизнес-проект. Мы вели переговоры в течение пары месяцев, в результате – в феврале 2008 г. «Социальные Сети» родились как бренд и на первых порах вели свою хозяйственную деятельность через AGT, а с июля 2008 г. мы стали самостоятельными юрлицом. Старап – это всегда энергия, креатив и немного авантюра. Поэтому, конечно, создавать агентство, стоять у его истоков интереснее.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Можно обучить инструментам, делопроизводству, менеджменту. Но научить человека придумывать «фишки» и «мультики» невозможно. Креативщик – это образ мысли, это призвание, если угодно. Мне кажется, что агентства, способные заниматься не только реализацией задач, воплощением в жизнь чужого креатива, но и умеющие придумать нетривиальное содержательное решение, всегда будут в выигрыше. Я учился в Питере на PR-е, потом в Кирове на рекламе. Но при всем уважении к моим преподавателям должен заметить, что тонной умных учебников не научишь тому, чему человек может научиться за неделю работы в нормальном агентстве.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

На этапе становления бизнеса важнее единомышленники, затем, наверное, профессионалы. Задача хорошего руководителя или иметь единомышленников-профессионалов, или вырастить профессионалов из единомышленников за время старапа. Я стараюсь поступать именно так. Насколько это у мета получатся, мне судить сложно, но я доволен своей командой.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Раньше я говорил: я даю советы за деньги, иногда шутил: я обманываю людей за деньги. Сейчас я стараюсь пользоваться краткими, но содержательными формулами. Для тех, кто в теме: я занимаюсь разработкой и реализацией комплексных интеграционных решений в интернете и социальных медиа. Для тех, кто не в теме, ограничиваюсь всем понятной фразой: реклама в интернете.

Вот, что меня, действительно, ставит в тупик, так это ответ на подобный вопрос, который мне через какое-то время задаст моя дочь. Ей пока 1,5 года и я судорожно придумываю что же сказать.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это хорошая зарядка для ума.

PR – это способ заработать деньги головой.

PR – это звучит гордо.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Я испытываю кайф, когда понимаю, что у меня что-то получилось. Еще вчера это был сложный проект, за который не понятно с какой стороны взяться, а сегодня мы придумали, как все сделать.

Пока что я с радостью хожу на работу, так что дело – любимое.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Упаси Господь. Пиар – это мужская, тяжелая, неблагодарная работа. Шучу.

На самом деле, мне кажется, что каждый должен заниматься тем, что у него получается лучше всего. Так что я загадывать не хочу.

от 28 июля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/216979.html>

Андрей Агарков (Propaganda Studio)



Как вы стали руководителем PR-агентства? Какие этапы были в Вашей карьере?

Руководителем агентства я был назначен в момент регистрации его основателем, то есть мною же.

Я был беспощадно одарен грузом ответственности локомотива агентства с функциями администратора, креативщика и коммерсанта в одном лице. Наконец то:)) К моему большому удовольствию.

Начинал я свою карьеру с функции рекламного агента, стучащего в каждую дверь, и предлагающего недорого и качественно произвести визитки и календарики. Это была хорошая школа. Но не лучшая. На мой взгляд, подобный опыт необходим будущему руководителю агентства. Там учишься работать с отказами:)) Там передовая рекламного бизнеса.

Затем был журнал с тематикой – реклама, маркетинг, PR... и я в качестве исполнительного редактора.

Потом рекламное агентство и продакшн-студия. Тут случилось начало моего понимания собственного потенциала и видение себя как человека таки креативного. Здесь первый опыт работы в качестве сценариста и креативщика для ведущих рекламодателей Молдовы на тот момент. Это и коммерческие банки, и операторы мобильной связи, и интернет-провайдеры... Видео, аудио, механика акций, международные бренды. Завертелось, закрутилось. Маленькие и большие работы.

Далее телевидение. Местный телевизионный канал. Работа бренд-менеджера. Этот опыт показал мне все изнутри. Как делаются новости, как работать с агентствами, как работать с рекламодателями. Как формируется ценообразование. Как работать с показателями аудитории. Построение рекламных блоков и логика сетки вещания.

Тем не менее, я жаждал работать на стороне заказчика...

Чудо свершилось, и я стал PR-менеджером серьезной винодельческой компании. Лучшего я и не смел желать. Правильный менеджмент проектов, строгий подход к планированию, командировки и общение с коллегами по цеху. Коммуникации и знакомства. Все это откладывалось опытом-кирпичиками в пути моей карьеры.

Спустя чуть более года меня пригласили в самую крупную компанию Молдовы производящую вина и коньяки. Должность бренд-менеджера плавно перетекла в должность директора по маркетингу. Три с небольшим года научили меня следующему. Сроки и показатели. Бюджеты и поставщики. Задачи и позиционирование. Имидж и стимулирование сбыта. Личная и коллективная ответственность. Мотивация персонала и делегирование. И

много практики... Очень много практики. Винодельческий бизнес характеризуется стремлением к диверсификации рынков. И каждый рынок из стран Европы, Америки либо Азии давал свой опыт. Нечто новое, специфичное. И полезное – знания.

Перед тем как открыть собственную компанию, на четыре месяца я ушел с головой в шоу-бизнес и занялся запуском проекта «Фабрика Звезд» в Молдове.

В качестве продюсера по запуску я руководил созданием имиджевого пакета – логотип, стилистика, графическая составляющая; проводил кастинги (это было очень интересно); разработал и запустил сайт проекта; участвовал в организации первых концертов и первых дней жизни «звездного дома». Передав все телевизионщикам, я открыл Собственное Дело.:))

Я не подвожу сейчас черту. Фактически я только начал «собственную» жизнь с «собственным детищем». Я буду его растить со всей любовью и заботой на которую способен. А пока так ничего ребяенок получился – и выглядит привлекательно (имидж), и говорить уже начал (позиционирование), и оценки неплохие получает (эффективность).

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как это было у Вас?

Если рассматривать «призвание» как врожденный дар – то не соглашусь с подобным утверждением.

Понятие «призвание» может рассматриваться только как рвение, как образ мышления, как непрерывное самосовершенствование.

PR-у нужно учиться, затем практиковать, затем анализировать, опять учиться, и далее по виткам спирали возвышаться к уровню Специалиста по связям с общественностью.

В первую очередь, необходимо понимать науку маркетинга. PR-специалистом не может стать человек, просто хорошо разбирающийся в журналистике. Для этого нужно знание и понимание законов маркетинга, его теории и практики. PR-специалистами становятся. Но просто врожденной коммуникабельности для этого не достаточно – нужно обладать определенным набором качеств, знаниями и опытом. Только тогда человек приобретает право называть себя PR-специалистом. Это лично мое мнение. База – маркетинг. Существуют и другие точки зрения. Например, PR – это самостоятельная наука, у нее свои законы, механизмы и инструменты. Я согласен и как никто рад развитию данной науки, но без навыков практического маркетинга, на мой взгляд, мало шансов стать действительно Специалистом по связям с общественностью.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

В силу молодости, даже младенчества, специализации PR на постсоветском пространстве найти профессионалов, в принципе, нереально. Пусть я утрирую, но я и себя с большим авансом доверяя нанимал.:))))

Сотрудников я выбираю исключительно по следующим личным качествам:

– Маркетинговый склад ума. Человек должен мыслить как я. С одной стороны ему тяжело, с другой стороны профессионально интересно, к примеру, смотреть телевизор – в новостях он видит PR национального масштаба; в развлекательных передачах и различных шоу он «находит» заказчика и «чувствует и читает» сценарий; я уже не говорю о политической предвыборной гонке – там вообще истинный корень и смысл любого посыла могут читать только специалисты, как значки на экране в «Матрице». Другой пример – он должен чувствовать и тут же понимать реальную механику любой активности любой персоналии либо бренда. По меньшей мере, ему должно казаться, что он понимает. Само по себе задаваться подобными вопросами уже о многом мне говорит.

– Активная жизненная позиция. Обожаю оптимистов и активных людей. Я от них заряжаюсь. С большим уважением относишься к решению твоего сотрудника по твоей просьбе остаться сегодня допоздна поработать, когда ты знаешь, что он должен был идти на... репетицию в свою рок-группу, в кружок юных археологов или архитекторов, устраивать бои без правил... и что либо подобное.

– Красивость. Особенно для девушек. Да, я хочу окружать себя только красивыми людьми.

– Орфографическая подкованность. Человек должен знать хотя бы один язык. И он не должен стесняться стремиться к совершенству в своих познаниях.

– Терпеливость. Только терпение не получаешь бонусом от природы ко всем своим качествам. Его надо вырабатывать.

– Амбициозность. Тут и пояснять нечего.

Так вот. Перед такими людьми любая задача стелется «шелковым» планом активности. Который, соответственно, вы-пол-ним!

Как Вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей, чем вы занимаетесь? Говорите честно и проводите мини-лекцию про PR или как-то иначе?

Как правило, происходит следующий диалог:

– Чем ты занимаешься?

– Пиаром занимаюсь, маркетингом...

И далее, вы не поверите, никто не спрашивает что такое пиар. Далее идет вопрос.

– И кого ты пиаришь?

– Да всех кого не лень.

Всё! Почему-то большее никому не интересно.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза: PR – что это?

PR – это 50 % планирования, 40 % позитива и 10 % креатива.

PR – это ключ к манипуляции мнением аудитории.

PR – это комплекс действий, направленных на популяризацию того или иного бренда, компании либо персоны.

От чего Вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли ещё вкус к делу? Оно для Вас любимое?

Начну с конца. Любимое. Да. Осознанно любимое. Я не чувствую влюбленности к своей профессии, она уже прошла. Я четко знаю, за что я люблю, как я люблю, что я получаю от своей любви. И самое главное – чего ждет от меня моя профессиональная любовь, что я должен делать ради взаимности, ради любви с ее стороны.

Вкус к своему делу я совершенно не потерял, и кайф я получаю от двух вещей. Во-первых, обожаю фразу «а мы это можем?» произнесенную клиентом. И во-вторых, получать подписанные «Акты выполненных работ».

Алеее, хоп! И все довольны. Мы работаем за деньги.

Вы хотели бы, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

О, да!

Я надеюсь, силы убеждения у меня хватит, чтобы впечатлить, увлечь, зажечь профессиональными идеями пиара, маркетинга и рекламы своего ребенка. Своим примером, своими достижениями, своими мечтами.

от 23 июля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/215365.html>

Виктор Майклсон (Коммуникатор)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Я «основал» агентство достаточно случайно: я работал в сетевом агентстве, у нас были «идеологические расхождения» с руководителями-англичанами: они не хотели работать со средними российскими клиентами, а я, наоборот, предпочитал их транснациональным корпорациям. В результате у нас произошел «цивилизованный развод»: я ушел с ненужными им клиентами, и открыл агентство. Слово «основал», я думаю, к нашим юным компаниям, можно будет при менять лет через... сят, когда ими будут управлять наши внуки....

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Безусловно, можно и нужно. Я преподаю PR и связанные предметы уже десять лет и с полной уверенностью могу сказать, что обученные люди делают в разЫ меньше ошибок! Мне самому очень часто не хватает фундаментальных знаний, молодые сотрудники – бывшие мои студенты – подсказывают мне какие-то вещи.

Но в моем случае это было, безусловно, призвание (а скорее – случай). Я работал в Международной Финансовой Корпорации (часть Всемирного Банка). Работа была широкого профиля – project management. В какой-то момент мои руководители попросили меня сосредоточиться на работе со СМИ, сказав, что у меня это получается «лучше всех»... так что это был не сознательный выбор с моей стороны, а именно Случай.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Важно и то, и другое. Поскольку работа во многом творческая (как и любой консалтинг), то доверительная атмосфера важна чрезвычайно – иначе люди зажимаются и не креативят, хоть ты кол на голове чеши, хоть плати любые деньги! Но без конкретных навыков сотрудники – даже супер-креативные – очень малопродуктивны – за ними приходится доделывать, переделывать.... Это быстро надоедает.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Ну, большинство моих знакомых знают, что такое PR. Вообще же я говорю, обычно, что консультант, так как сфера моей компетенции охватывает не только чисто PR, но и маркетинговый консалтинг, и работу с персоналом, и управленческий консалтинг.

Последнее время занялись уже совершенно неопределимой деятельностью: кино-УеВ2.0-промо-интернет-viral- ARG... рассказывать об этом сложно... сам не всегда понимаю, что мы делаем.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: консалтинг в сфере коммуникаций.

PR – это: упаковка информации в выгодную для обоих участников коммуникации форму. PR – это: управление информационными потоками.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

О нет, «прет» и еще как! Очень творческая работа – от сценария ролика до бизнес-решения, от формата тренинга до построения имиджа спикера – сплошное творчество. Единственное преимущество в моем положении «босса» – я могу делегировать рутинную работу, оставляя себе «самое вкусненькое»

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Моя дочь – профессиональный психолог, работает с умственно-отсталыми детьми. Это, по большому счету, подвижничество, а не только профессия. Так что переделывать ее я не буду.

Хотя поначалу хотел...

от 10 июля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/213283.html>

Елена Кемлер, Наталья Железко (Focus Group)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

К. Е.: Руководителем агентства я стала сразу после того, как зарегистрировала свое предприятие. Сама себя назначила, скажем)) Быть владельцем своего дела, строить его, развивать – что может быть интересней! Ну разве что преподавание... Вторая моя ипостась. Расту вместе с моим бизнесом, продвигаю себя вместе с моими студентами!

Н.Ж.: Поскольку я никогда не была наемным сотрудником в сфере публичных релейшнз, мне сложно ответить, что интереснее достигается руководящий пост – лестница успеха или основание бизнеса... Для нас, по сути, с каждым клиентом и очередным заказом идет также поэтапное продвижение, только не по службе, а в плане освоения новых горизонтов. Так, могу сделать вывод, что ничего не потеряли.

А рождение пиарщика и его становление в профессиональной сфере наблюдаем мы с каждым новым реализованным проектом со своими студентами в «Студенческом PR-агентстве» и на практических занятиях-семинарах. (Мы с Еленой также являемся преподавателями Сибирского федерального университета и руководителями студенческого проекта «Медиахолдинг СФУ»).

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

К. Е.: Начну со второй части. У меня было так – сначала экономическое образование – к окончанию вуза жизнь благословила меня на журналистский путь. Сначала на практике этому училась, потом теорию дополучила. Там, на телевидении и началось мое становление в качестве PR-специалиста, только не в прямом его качестве. Профессии обучиться можно – было бы желание, терпение и постоянно генерирующее серое вещество!

Н.Ж.: Как в любой специальности, на мой взгляд, сначала есть призвание, потом пиарщик наращивает «мышечную массу» в процессе обучения. Но, если нет призвания и желания работать в данной сфере – научиться этому будет очень сложно. На мой взгляд, в PR, как ни в какой другой специальности, присутствует так называемый, индивидуальный подход, что означает огромную долю креативного мышления. Этому однозначно научиться нельзя – либо дано, либо нет.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

К. Е.: Нам с коллегой нравятся рациональные сотрудники – с хорошим темпом, отсутствием суеты и выверенными шагами в пути. Можно причислить их к единомышленникам, но у каждого единомышленника должно быть по профессиональному обстоятельству – в виде образования, опыта и реальных показателей – работы над проектами.

Н.Ж.: Профессионализм однозначно. Каждый сотрудник, который работает над выполнением заказа – лицо компании, и его привлекательность в первую очередь определяется уровнем профессионализма. Чтобы глаза горели, и темп всегда был марафонским. Для нас с Еленой принципиально, чтобы сотрудники нашей фирмы были «живыми» – в смысле максимально подвижными в работе.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Н.Ж.: Говорю честно: работаю в агентстве маркетинговых и PR-коммуникаций «Focus Group». Если просят пояснить, отвечаю, что наше агентство занимается продвижением товаров и услуг, привлечением внимания потенциальных потребителей к нашим клиентам и выстраиванием программы лояльности со стороны органов власти и общественности.

К. Е.: С Вашего позволения присоединюсь к словам Натальи – потому как очень часто мы хором отвечаем на подобные вопросы.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

К. Е.:

PR – это: полезные отношения организации с группами общественности.

PR – это: копирайт и спичрайтинг.

PR – это: взаимодействие с целевыми аудиториями.

Н.Ж.:

PR – это: наука, которой до сих пор ученые не дали точного определения.

PR – это: стратегические маневры при взаимоотношениях организации с внутренней и внешней средой.

PR – это: управление информацией об организации.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

К. Е.: Не любимым делом, к счастью, заниматься не приходилось никогда. Вкус не потеряла, полагаю, и не придется он мне. Все дозировано потому что. Как руководителям нам приходится погружаться не только в рг-деятельность компании, но и в менеджмент, в финансы. А «кайфую» я от эмоций, которые каждому нормальному человеку дает приобретение очередного клиента и проведение еще одного мероприятия.

Н.Ж.: Дело по-прежнему любимое и до сих пор для меня с очень приятными и ярко-выраженными вкусовыми особенностями. Кайф я бы заменила словом драйв. А он идет по нарастающей: с момента знакомства с очередным проектом и до момента получения конкретных результатов от четко спланированной деятельности.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам? К. Е.: Не думала об этом. Думаю, у моей дочери это должно получиться.

Н.Ж.: Нет. Слишком сложный бизнес и слишком неблагодарная профессия.

от 4 июня, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/207249.html>

Дмитрий Фетисов (NPR Group)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Считаю, что основать свое собственное агентство и возглавлять его гораздо интереснее, чем занять такую же должность в результате продвижения по службе. Своя фирма предполагает больше ответственности. Это как дети. Ты переживаешь за нее, внимательно следишь за успехами своего детища. К тому же создать свое PR-агентство и занять свое место на рынке консалтинга – это своеобразная PR-акция. Для мета PR никогда не был средством заработка. Он приносит мне удовлетворение от возможности реализовать собственные идеи.

Я являюсь основателем «NPR Group». Спустя некоторое время, после основания агентства, в состав учредителей вошли мои партнеры. На собрании учредителей было решено, что первым лицом организации оставаться по-прежнему мне. Поэтому в данный момент я являюсь директором консалтингового агентства «NPR Group»

Я хочу, чтобы связи с общественностью развивались в России как наука. И я очень рад, что сейчас специалисты из России достигли признания со стороны коллег во всем мире.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

К сожалению, сейчас в России профессия пиарщика стала модной. Это очень грустно. Профессии PR-специалиста, конечно можно обучиться, но только не в ВУЗах на специальности «Связи с общественностью». Давайте посмотрим, кто преподает PR в ВУЗах? Это теоретики, начитавшиеся плохо переведенной западной литературы, которая просто сильно отстает от современной действительности. Возьмите пример с политконсалтингом. Что могут дать американские учебники? Американцы учат: как правильно завязывать галстук кандидату, как поднимать правильно руку при приветствии избирателей. Чему учат наши учебники? Именно, как вести избирательную кампанию. Наши политтехнологи приобрели в 90-х годах потрясающий опыт ведения выборов. Поэтому низкокачественную западную литературу можно просто выбросить на помойку.

И что самое интересное, преподаватели PR в ВУЗах прекрасно это понимают.

У меня нет образования по специальности «связи с общественностью», но меня достаточно часто приглашают с просьбами провести мастер-классы в ВУЗах, потому, что понимают – их теория не заменит реального опыта.

Овладеть профессией PR-специалиста можно, но не в ВУЗах. Для этого нужен практический опыт и самообразование. Сейчас мы дорабатываем и готовим к запуску не имеющий

аналогов в мире образовательный проект в сфере связей с общественностью. Возможно, что это позволит молодым специалистам найти себя, определить своё место в специальности, получить колоссальный опыт решения реальных проектов.

Многие спрашивают: «Где взять опыт?»

Да очень просто. Выбирайте любую фирму в вашем городе и думайте, как организовать продвижение ее продукции. Думайте, старайтесь мыслить творчески. Креативно. Идите в эту фирму с придуманным вами кейсом и предлагайте его реализацию. Они спрашивают: «А кто со мной согласится?». Я отвечаю: «А какой же Вы специалист, если не владеете техниками убеждения?». Кстати этому тоже в ВУЗах не учат.

Лежать на диване и мечтать о работе пиарщиком, это не быть пиарщиком. А тем более специалистом в этой области.

Я попал в PR случайно. Мое знакомство с ним начиналось с политконсалтинга. Еще школьником я подрабатывал на выборах – клеил листовки, разносил газеты по почтовым ящикам. Мне понравилась атмосфера выборов и я начал читать специальную литературу. Потом мне на глаза попала шикарная книга О.Матвейчева и В.Новикова «Предвыборная кампания: практика против теории»

Я понял, что PR – это мое и постепенно стал предлагать свои идеи на выборах членам штаба. Ко мне стали прислушиваться. Потом как-то раз получил место в избирательном штабе и так постепенно я начал профессионально заниматься пиаром.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Мы поступаем немного иначе. Мы берем на работу людей, у которых видим желание заниматься PR. Это не профессионалы, но мы делаем из них профессионалов. Учим их, подсказываем, объясняем, помогаем. И практика показывает, что такие люди очень быстро учатся и становятся на те высоты, которых заслуживают. Поэтому нам удобен именно такой смешанный стиль. Отбор идет как по личным качествам, так и по профессиональным.

Бывает и так: где-то в провинции на высокой должности «обитает» специалист неплохого уровня, но сфера деятельности его компании не позволяет ему вырваться дальше и реализовать себя. Если это пиарщик «от души» он легко забудет про должность и вряд ли откажется от моего предложения.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Надо отметить, что сейчас благодаря популяризации пиара, стало намного проще отвечать на этот вопрос, чем несколько лет назад. Про пиарщиков снимают фильмы, пишут книги. Поэтому я всегда говорю, что занимаюсь пиаром, если же человек не понимает, то стараюсь прочитать для него мини-лекцию. Но, как правило, до чтения лекций в последнее время не доходит. Сейчас у большинства людей сложились свои стереотипы по поводу нашей специальности. Причем абсолютно разные. Однако отношение простых людей к пиарщикам заметно улучшилось в силу разных причин.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: стиль жизни

PR – это: способ влиять на мир

PR – это: один из способов активного отдыха

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Наверно большинство пиарщиков получают кайф от реализации своих идей и проектов. Я не исключение. Интерес и вкус к делу я наверное не потеряю никогда. Для меня PR, это не просто работа, это жизнь. Мы живем в проектах. Можно сказать, что это как наркотик. Я очень люблю свою работу.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

С одной стороны, конечно, хотелось бы. А с другой стороны – это тяжелая работа. Поэтому, я считаю, что мои дети должны самостоятельно выбирать свой путь в жизни.

от 30 апреля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/201503.html>

Алексей Семенов («Национальный имидж» («Корпоративная имиджелогия»))



Как вы стали издателем журнала «Корпоративная имиджелогия» Какие еще были этапы в вашей карьере, связанные с PR?

Издателем журнала я стал, в общем-то, случайно. Время запуска журнала было тяжелым, рынок труда сумасшедшим – пришлось брать все в свои руки. Опыта, конечно, не было практически никакого, буквально все приходилось осваивать самостоятельно и очень быстро: время не ждало. И ошибок, конечно, избежать не удавалось. Спорным было даже название: отношение к нему было неоднозначным. И, в результате, мы решили сменить довольно тяжеловесное название на более простое: «Национальный имидж».

До журнала напрямую с PR сталкиваться не приходилось, но по сути, будучи некоторое время заместителем руководителя, приходилось активно заниматься внутренними коммуникациями, выстраивая комфортные условия взаимодействия в коллективе, а отчасти – и внешними... Впрочем, любой руководитель является своего рода «пиарщиком».

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Нужно ли обучаться PR-навыкам даже не PR-специалистам? С чего начать?

Мне кажется, что обучиться можно практически всему. И профессия PR-специалиста здесь не исключение. Как и во многих других сферах, можно научиться быть прекрасным ремесленником, даже не имея призвания, и не обучаясь, быть классным специалистом, как говорят, «от бога». Конечно, эффективность будет разная.

Неспециалистам в области PR обучиться некоторым PR-навыкам стоит. Руководителю нужно уметь пиарить свою компанию (организацию), а каждому человеку стоит уметь про-пиарить себя и свою работу.

А с чего начать, как мне кажется, вообще не важно. Лично я предпочитаю начинать с актуальной проблемы, требующей разрешения сейчас.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Выгоднее всегда единомышленники. Они могут работать даже «за идею». Правда, эксплуатировать единомышленников не стоит – они могут обидеться (и перестать быть единомышленниками). Да и вообще, к людям стоит относиться по-людски: они этого заслуживают, особенно если делают с вами одно дело.

Мне комфортнее работать с единомышленниками.

Впрочем, разделение довольно условное. Единомышленники все-таки должны быть профессионалами или хотя бы быть готовыми стать профессионалами. И я имею в виду именно эту категорию. Хорошие, но совершенно непригодные к конкретной работе люди (единомышленники-непрофессионалы) могут остаться друзьями, а профессионалы, не разделяющие общие цели (профессионалы-неединомышленники), могут остаться знакомыми. И те, и другие могут пригодиться где-нибудь еще.

Ваше отношение к имиджу PR-специалиста в России? Прогнозы?

Думаю, что имидж PR-специалиста в России потихоньку улучшается. Возможно, это происходит и оттого, что о необходимости пользоваться услугами PR-агентств заговорили в правительственных кругах. Ранее «пиарщик» воспринимался больше с негативным акцентом. Так что, прогноз скорее позитивный.

Впрочем, голословно утверждать что-либо не буду, а результатов каких-либо исследований у меня на руках нет, и я не уверен, что подобные исследования проводились. А в рейтинге ВЦИОМа PR-специалист даже не упоминается – это явно далеко не престижная работа для среднего россиянина.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: коммуникации

PR – это: коммуникации PR – это: коммуникации

Общение – это все для PR. И очень странно, что довольно много PR-специалистов не связывают relations и коммуникации, да и вообще не обращают большого внимания на коммуникации. А на чем, собственно, еще можно выстроить эти самые связи с общественностью?

Порою складывается ощущение, что единственной целью отдельных пиарщиков является составление безликих пресс-релизов и рассылка их по известным им адресам без какой-либо активности в дальнейшем.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Да, любимое. Я получаю кайф от общения с интересными людьми, от захватывающих идей, которые (идеи), к сожалению, не так часто встречаются.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Почему бы и нет?

от 29 апреля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/201041.html>

Нина Толмачева (Русская школа PR)



Представьтесь, пожалуйста.

Нина Толмачева painatreff, вице-президент Холдинга Русская школа PR, Дягилевъ Центра. А также по совместительству, руководитель отдела региональных продаж группы компаний ХимМаш-Металл.

Как вы стали вице-президентом холдинга Русская школа PR.? Какие еще были этапы в вашей PR-карьере?

Это было закономерно. С ныне покойным президентом Дягилевъ Центра и Русской школы PR я проработала в общей сложности больше 10 лет. Он «изъял» меня к себе на работу из VIP-клуба, в создании которого я непосредственно участвовала еще в 1990-х годах. Юрий Любашевский как раз собирался заняться политическими выборами (институт выборов тогда только зарождался), а я к тому времени имела весьма неплохой послужной список, несмотря на юный возраст: работала помощником заместителя тогдашнего мэра Москвы г-на Попова, с представителем президента Ельцина в Москве г-ном Камчатковым, а также мне посчастливилось рука об руку проработать несколько месяцев с Эдуардом Шеварднадзе.

И вот, придя на работу в Дягилевъ Центр, я активно включилась в избирательные кампании, которыми занимался Юрий Яковлевич. Сначала мы занимались только политическим пиаром, но потом, естественно, начали работать и в области корпоративного. И вот с течением времени, я плавно стала вице-президентом Холдинга.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

С моей точки зрения, пиарщик – это не профессия. Это – образ жизни. К сожалению, у нас в стране пиар почему-то принято ассоциировать с журналистикой. Кстати, это была одна из причин моего ухода из «большого» пиара.

Если говорить про обучение, то могу сказать следующее: любого мыслящего человека можно обучить чему угодно. Но смысл? Главное, чтобы человеку нравилось то, чем он занимается. Можно быть теоретически подкованным на пять с плюсом, но ненавидеть свою профессию. Когда себя не можешь убедить в том, что чем ты занимаешься – это восхитительно, то уж других не сможешь убедить в этом и подавно. Так что обучать чему-либо нужно тех, у кого к этому «чему-либо» есть призвание.

А у меня это, как я уже отметила выше, образ жизни.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Я правильно понимаю, что под профессионалом в данном контексте Вы подразумеваете специалиста в конкретной области? В этом случае мой ответ будет звучать следующим образом:

Все зависит от ситуации. Если мне нужен специалист на краткосрочный заказ, то я предпочту профессионала. Но если мне предстоит работать с человеком долго, то выбирать буду только по личным качествам.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Я отвечаю честно. Что я пиарщик, но сейчас трубы продаю. В ответ на вопрос как так получилось, отвечаю тоже честно: «Да повезло просто!»

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: создание образа и внедрение его в сознание. Так что трех раз не выйдет у меня. Не люблю усложнять.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Адреналин. Чем сложнее задача, тем она интересней. Интерес и вкус к работе пиарщиком в какой-либо компании я потеряла давно. А опыт и знания в этой области я приметаю ежедневно, ежеминутно и ежесекундно. Как я уже говорила, PR – это образ жизни. В этом плане, PR для меня, безусловно любимое дело.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Я хочу, чтобы мой ребенок был профессионалом в любом деле, которое он для себя изберет.

от 23 апреля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/199662.html>

Тамара Соболевская (Банзай)



Представьтесь, пожалуйста.

Тамара Соболевская, кандидат филологических наук, директор агентства коммуникаций «Банзай», Новосибирск.

Член экспертного совета ежегодных региональных PR-конференций под эгидой журнала «ЭКСПЕРТ-СИБИРЬ», руководитель Сибирского представительства Всероссийского конкурса студенческих работ в области связей с общественностью «Хрустальный Апельсин», член экспертного совета программы «Тебе слово» при Управлении по делам молодежи Администрации Новосибирской области, руководитель регионального представительства журнала по связям с общественностью «Советник».

Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Хотелось найти место, куда хочется ходить на работу. Не нашла. Пришлось организовать самой... Почти 10 лет назад я совершила рискованный поступок: оставила очередную наемную должность в СМИ и пустилась в свободное плавание, имея неплохой опыт в рекламном деле и никакой – в менеджменте. Так появился на свет «Банзай», сначала просто как рекламное агентство, теперь – агентство коммуникаций. Родные и близкие были в шоке. Мне указывали, (и по сей день указывают), на какие-то управленческие ошибки, но я считаю, что нашла свое «Дао» и следую этой стезей вполне успешно.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Совсем недавно мне довелось писать статью в журнал «Советник», (который, кстати, «Банзай» представляет в Сибири), как раз на эту тему – про PR-образование и качество подготовки местных студентов. Набрал около десятка оценок уважаемых мной профессионалов, я оказалась перед неизбежным выводом: лучше классического университетского образования пока ничего нет и не предвидится. Я сама закончила гуманитарный факультет Новосибирского государственного университета (НГУ), из стен которого вышло немало профи российского PR; хотя образование может быть экономическим, биологическим (как у Алексея Ситникова), математическим... Главное – чтобы оно было фундаментальным.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Когда мой сын был маленьким, то на вопрос «Чего ты хочешь больше, котлету или курицу?» мудрое дитя ответило: «И то, и другое!». Таков же ответ и на Ваш вопрос. С одной стороны, «хороший человек – это не профессия». С другой, хотела бы я посмотреть на человека, написавшего про себя в резюме – «агрессивный хитрый эгоист».

Поэтому я отбираю людей прежде всего по профессиональным критериям, хотя наш HR-консультант обязательно тестирует их на лояльность, стрессоустойчивость, эмоциональность, даже на лживость, а также на пунктуальность и остроту реакции... А потом идет медленный процесс насыщения новичка нашими коллективными ценностями – прежде всего, ценностями профессиональной и качественной работы с клиентами.

Кстати, при приеме на работу мы новых сотрудников знакомим с нашим «Домашним кодексом самурая» – внутрикорпоративным кодексом, где наша система измерения (человеческая и профессиональная) подробнее прописана.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Лучшие друзья нашей семьи – это семейная пара: женщина-экономист с богатой юридической практикой и замдиректора института, кандидат биологических наук. Если род занятий подруги мне как-то понятен, то из вежливости или любопытства интересоваться у ее мужа какими-нибудь стволовыми клетками мне и в голову не приходило... Вообще, я считаю, что если ты качественно и организованно работаешь на своем месте, то с друзьями и родственниками лучше обсуждать другие темы. Когда человек всегда и со всеми норовит говорить о своей работе, то это признак низкой самоорганизации, слабого самоконтроля. Да и нездоровья тоже: неумение переключаться расстраивает психику.

Но если кому-то сильно хочется знать, чем я занимаюсь, то рассказываю притчу про собаку Алкивиада. Очень наглядно.

Печальная история про Алкивиада.

Афинский политик Алкивиад отрубил хвост своей собаке и выпустил на улицу.

Его спросили: "Зачем ты это сделал?" – "А затем, чтобы все Афины только это и обсуждали!"

Дело не в собаке, которую жалко, а в манипулировании общественным интересом! :))) Четче примера на ум не приходит...

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: Дао (путь)

PR – это: До (мастерство)

PR – это: Ясно слышимый звук от хлопка одной ладонью!

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Когда я открывала «Банзай», то стремилась к новому качеству самой себя. Теперь я поняла, что это не состояние, но процесс. Совершенствование бесконечно – в полном соответствии с принципами кайдзен. Соединив под одной крышей рекламу и PR, мы начинаем развивать новые направления работы. Причем не вопреки кризису, а благодаря ему. Он хорошо почистил рынок от неумех и бездельников. Для реалистов же, каковыми я считаю себя и своих сподвижников, наступают хорошие времена.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

25-летний сын уже пошел по моим стопам. Будучи студентом исторического факультета НГУ, он отработал в агентстве «Банзай» четыре года, параллельно с учебой осваивая на практике профессию рекламиста. И сейчас работает менеджером по маркетингу и коммуникациям в известном европейском банке.

от 21 апреля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/198134.html>

Илья Балахнин (IABC/Russia)



Представьтесь, пожалуйста.

Балахнин Илья Александрович. Главный редактор информационно-аналитического портала IABC/Russia. Заместитель руководителя PR-агентства Re: mark. Частный консультант по вопросам инновационных коммуникаций. Экс-руководитель PR-отдела «Объединенных ювелирных служб». Студент 5-го курса МГУ им. М.В. Ломоносова, политолог с красным дипломом =)

Какие этапы в вашей PR-карьере вам запомнились больше всего? Ваше текущее место работы – это старт, пик или финал вашей карьеры в PR?

Главным этапом в моей PR-карьере стала, как ни странно, прочитанная книга. И вовсе не по PR. Это была книга Ф. Котлера "Маркетинг Менеджмент". Было это на 2-ом курсе, 3 года назад. Пожалуй, именно после прочтения этой книги я – доселе полный и окончательный гуманитарий, увлекавшийся философией – понял, как из хорошего гуманитарного образования можно извлекать прибыль и делать что-то по-настоящему полезное. Ну, а поскольку мне пока всего 21 год, то я склонен полагать, что данный этап – несомненно, старт. На пик рассчитываю выйти годам к 40.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Профессии PR-специалиста можно научиться. Дело лишь в том, кого именно считать PR-специалистом. Если речь идет о "доморощенных" PRnjHKax, то выучиться писать тексты, отправлять пресс-релизы и планировать кампании, конечно, можно. Если речь идет о творчестве, антикризисе или коммуникациях, опосредованных Интернетом, то, конечно, выучиться нельзя. В институте, по меньшей мере. Впрочем, я, например, с моим уважаемым коллегой проводим тренинги для сотрудников корпоративных PR-служб на предмет выстраивания коммуникаций в сети Интернет. И люди обучаются! =)

Порекомендуйте, пожалуйста, 5 книг (можно и больше), которые были полезны в вашей профессиональной деятельности?

– Ф. Котлер, "Маркетинг менеджмент". Она на всегда останется для меня символом профессионального становления;

– Г. Почепцов. Любая работа. Книжки Г. Почепцова учат крайне просто излагать клиенту смысл вещей и явлений, которым еще даже название никто не успел дать.

– И. Манн "Маркетинг на 100 %". Это книга, давшая мне понять, что теория суха, а "древо жизни пышно зеленеет".

– А. Лебедев. "Ководство". Прочитав эту книгу один раз, начинаешь не только лучше разбираться в визуальных коммуникациях, но и следить за эффективностью доносимых до клиента мыслей.

– У. Шарп. "Инвестиции". Всем рекомендую – позволит с клиентом говорить на одном языке – языке "эбитды", "ди си эф" и "акций – облигаций".

Моя собственная книга, которая сейчас готовится. Помогла в профессиональной деятельности тем, что постоянно укоризненно требовала "допиши меня, Илья!".

Но самой лучшей и самой полезной книгой для меня явилась, несомненно, небольшая книжечка, написанная моей женой. С простым названием "Почему я тебя люблю". Не работает и не думается – берешь, читаешь и сразу легче. Лучший мотиватор!

По каким критериям выбираете спутников по PR-деятельности – подчиненных, подрядчиков и партнеров? Для вас важен опыт работы или «огонь в глазах»? Часто ли вы встречаете сочетание молодости и профессионализма?

Сочетание молодости и профессионализма встречаю регулярно. И даже на своем примере. У опытных, но возрастных PR-профессионалов часто есть один недостаток: они всего добились, сыты и довольны. И их главная забота – сделать как можно больше. Молодое поколение – совсем другое. Наша главная забота – сделать инновационно и дешевле. Сделать что-то такое, чего никто, кроме нас, предложить не может. Как я выбираю сотрудников? У меня есть стандартизированный тест, содержащий вопросы из области PR, маркетинга, рекламы, экономики, финансов, дизайна, навыков презентации и речи, русского языка (грамотности), общего кругозора, касающийся также любимых книг, фильмов, игр. Зачем мне это нужно? Потому что я уверен, современный профессионал – это завод по производству коммуникаций. Современный профессионал – тот, кто может заменить собой весь отдел. А если это не так, то лично мне такой сотрудник не нужен.

Кроме того, мне не нужен "юноша бледный со взором горящим", которому нужно разъяснять азы. Не нужен и "прожженный" мэтр, который будет подходить к работе исключительно как к технологии. Мне нужен умелый и с горящим взглядом. И такие, не поверите, есть.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Отвечаю просто: "Я создаю дополнительную стоимость компании". Мои знакомые такой ответ легко понимают.

Определите, пожалуйста, как можно короче, три раза:

Эффективный PR – это – коммуникационный микс;

Эффективный PR – творческая технология;

Эффективный PR – дешевые, но сверхэффективные решения, решения с высокими ROI.

От чего вы испытываете кайф в работе?

Кайф в работе я испытываю от всего: креатива, технологии, тактики, стратегии, воплощения, тренингов, переговоров. Интерес и вкус к делу еще не потерял – не так давно

им занимаюсь. И PR – без вопросов, мое самое любимое дело.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Очень бы хотел. К моменту, когда они станут взрослыми, рынок PR будет совсем другим: честным, открытым, прозрачным. Транспарентным, как сейчас модно говорить. И на этом рынке будут цениться те компании и люди, которые умеют делать все и сразу, которые не сидят на месте, ожидая крупных заказов, а ожидают небольших компаний, чтобы сделать из них великие. В общем, надеюсь, мои дети, как и я сейчас, будут нацелены на создание чего-либо значительного!

от 20 апреля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/197692.html>

Виктор Шепель (Лига профессиональных имиджмейкеров)



Представьтесь, пожалуйста.

Виктор Шепель Максимович, доктор философских наук, профессор Педагогической академии, академик, заслуженный деятель РФ, основатель имиджологии, президент Лиги профессиональных имиджмейкеров.

Как вы стали Президентом Лиги Профессиональных Имиджмейкеров? Какие еще были этапы в вашей PR-карьере?

Разрабатываю имиджологию – науку и искусство нравиться людям, и пропагандирую ее основные положения, убеждался в возрастающем интересе разных людей к моей инновации.

Первая серьезная апробация моих положений по технологии имиджа прошла в процессе консультирования Председателя Верховного Совета СССР проф. А.И Лукьянова. Затем в работе с Президентами ряда бизнес-структур.

Создал кафедру в Институте повышения квалификации работников образования Московской области «человековедческих технологий», при которой открыл первый в стране тренинговый кабинет для преподавания учебного курса «Технология личного обаяния».

В процессе работы над имиджологией опубликовал семь книг: монографии и учебные пособия. Одна из новых моих работ – учебник для имиджмейкеров – «Профессия имиджмейкер», изд. «Феникс», 2008 г.

Все это актуализировало необходимость создания Лиги профессиональных имиджмейкеров.

Мною был создан первый стране факультет "связи с общественностью и имиджологии" в Московском институте индустрии моды, затем Институт имиджмейкинга и связи с общественностью на базе Международного университета бизнеса и управления.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Можно обучиться, но при наличии ряда природных данных. Правда, пиарменом стать «легче», чем имиджмейкером. Тот факт, что имиджмейкер – это ваятель личности, о многом говорит. О чем подробно пишу в своих книгах.

В моем генотипе оказались качества, способствующие мне и научно, и практически выступать в роли профессионального имиджмейкера. Плюс колоссальная работа над собой. Не случайно, тираж моих книг превышает 500 тыс. экз.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Прежде всего, нужно единомышленники и, конечно, профессионалы. При этом – неординарно мыслящие профессионалы, которые обладают умением переводить свои мыслительные наработки в технологическое мастерство. Вопрос о выгоде – не корректен!

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

При знакомстве с людьми, как правило, предлагаю свою визитку, в котором черным по белому написано кто я как профессионал.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: мастерство создания легенд целевого назначения.

PR – это: мастерство опредмечивания системных знаний.

PR – это: мастерство проектирования и внедрения особого класса человековедческих технологий – репутационных технологий.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Когда привыкаешь работать креативно, то кайф в работе – твой вечный спутник.

Поэтом и не теряется вкус к работе, ибо она представляет тебе возможность мыслительные результаты превратить в реальность. И каждое достижение подобного – мощный стимул к работе.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Нет! У них другие дарования, а потому другие интересы. И противиться этому – не гуманно, а главное – бесперспективно! Надо уважать выбор молодежи. Тем более, когда он разумный. Ведь, огромное счастье жизнь прожить долго и радостно по-своему.

За идею интервью с Виктором Максимовичем Шепелем благодарю генерального директора Бюро переводов "Фонетике" Степана Владимировича Грабовского, а за контакты – издателя журнала «Корпоративная имиджелогия» Алексея Семенова.

от 16 апреля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/197484.html>

Мария Ерохова (Presidium Communications)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Проработав в разных компаниях по направлению маркетинг и PR, как со стороны компании-заказчика, так и со стороны агентства, и добившись значительных успехов, многочисленных продвижений, стала задумываться о создании своего агентства. Зная всю внутреннюю кухню агентской работы и рынка, несколько лет вынашивала и разрабатывала стратегию открытия КА Presidium. В какой-то момент целенаправленно сменила профессию на IR-специалиста, так как это профессия только набирала обороты на рынке и была мне интересна в качестве дополнительного направления в коммуникационном агентстве. В тот момент я также писала Магистерскую диссертацию на тему Фондового рынка ЕС на соискание степени магистра по направлению «Экономика ЕС» в МГИМО, которую с успехом защитила. Проработав год в одной крупной энергетической компании по направлению IR, я и мои партнеры открыли агентство Presidium Communications.

На мой взгляд, открытие собственного дела не сравнится ни с каким продвижением по службе. Во-первых, для того чтобы открыть собственное агентство, необходимо добиться немалых успехов и получить достаточно опыта, во-вторых, открыв свое агентство, ты ощущаешь всю ответственность как за свою Команду, так и за свой Бизнес.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Обучиться профессии, конечно же, можно, другой вопрос, принесет ли пользу это обучение в работе. Если человек не обладает определенными качествами, то результативной работы, основываясь только на образовании, он не получит. Ну и, конечно же, в работе необходим «огонек», которой не выдается вместе с дипломом.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Процесс подбора сотрудников у нас долгий. Можно даже разделить его на два этапа. Сначала тщательно выбираем профессионалов, а потом среди них ищем единомышленников. Так получилось, что коллектив у нас очень дружный, мы любим работать командой, а для этого нужно хорошее взаимопонимание.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Я обычно говорю, что занимаюсь общественными и финансовыми коммуникациями. Если дальше идет просьба пояснить, тогда рассказываю. Если про PR люди хоть что-то раньше слышали, то про IR не слышали, как правило, ничего, кто-то слушает с большим интересом, кто-то, услышав слова «фондовый рынок», «акции, облигации», «инвестпр-проекты», «аналитика» и т. д., просто пугаются.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: грамотное использование информационных инструментов.

PR – это: инструмент продвижения бизнеса.

PR – это: признак успешности бизнеса.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Кайф в работе я испытываю от всего: от процесса завоевания клиента, от любой работы по проектам, испытываю удовольствие, когда вижу, что мои сотрудники приходят на работу с улыбкой и хорошим настроением. Но самый большой кайф я получаю, когда вижу результат нашей работы и признание со стороны клиента.

Интерес, думаю, не потеряю никогда. Для меня это все равно, что потерять вкус к жизни!

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Я хочу, чтобы мои дети в первую очередь нашли себя в профессии, и это дело было их любимым. А кем они будут – все равно.

от 6 апреля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/194335.html>

Анна Федорова (Little Messenger)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Слово «развитие» мне всегда нравилось больше, чем слово «карьера», а слово «предприниматель» – больше, чем слово «менеджер»... Шутка. В 2002 году мне было некуда податься после окончания университета, и я решила делать что-то свое.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Можно, но это не имеет никакого отношения к обучению в российских вузах.

Каждый человек – пиарщик, поскольку занимается созданием и развитием собственного, персонального бренда. От его слов и поступков в социальном поле зависит, что будут думать о нем люди (целевые аудитории;-). К сожалению, большинство людей занимаются пиаром бессознательно.

Профессиональный пиарщик – человек, ухитрившийся осознать данный простой факт и сделать это своим преимуществом. Все остальное, то есть технологии и навыки, приложится – если слегка потрудиться.

Пиарщики учатся на ошибках. Мои провалы и поражения дали мне куда больше, чем хорошо сделанные проекты.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Странно сформулирован вопрос. «По личным качествам» и «единомышленников» совершенно не обязательно совпадают. Почему это противопоставлено «профессионализму» – для меня тоже загадка. Но я попробую ответить. Для меня значительно важнее, каким человек успел стать к моменту встречи со мной, чем его конкретные умения и навыки. Объяснить специфику Интернет-среды или особенности российского публичного поля значительно проще, чем сделать человека ответственным или честным. Поэтому для экономии усилий (то есть для повышения эффективности) надо выбирать людей по личным качествам.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Нет ничего смешнее человека, серьезно и гордо утверждающего: «Я занимаюсь пиаром!». В современной русской культуре это слово нагружено максимумом отрицательных значений. Иногда я говорю, что занимаюсь консалтингом, хотя с восприятием консалтинга тоже беда. В последнее время я предпочитаю указывать на специфику нашего агентства и говорю, что мы занимаемся Интернет-проектами.

Чтением лекций «что есть PR» я займусь, только если меня очень попросят.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это бесконечные попытки хоть что-то понять про реальных людей, скрывающихся за словами «целевая аудитория».

PR – это искусство вызывать доверие у внимательных и подозрительных адресатов.

PR – это технологии управления повесткой дня.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Я люблю, когда реальность отзывается на мои усилия. Люблю красивые идеи. И вкус победы.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Я хочу, чтобы мои дети имели возможность всю жизнь заниматься восхитительно некоммерческими проектами. Если им почему-то придет в голову устроить консалтинговый бизнес – их дело. Но в науке и творчестве больше красоты, так что я предпочла бы вырастить художника или математика.

от 2 апреля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/192746.html>

Олег Матвейчев



Представьтесь, пожалуйста.

Матвейчев Олег, советник Управления Президента Российской Федерации по внутренней политике.

Персональный сайт – <http://www.matveychev.ru/>

Какую роль вы играли в создании Бакстер Групп?

Долгое время, почти 10 лет мы с друзьями работали без образования юридического лица и без бренда. Только в 2000 году мы стали выступать от имени «Бакстер групп». Я, наряду с Гусевым Дмитрием, Ринатом Хазеевым и Сергеем Чернаковым был учредителем. С 2006 года в связи с уходом на госслужбу я не имею отношения к «Бакстер групп».

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

В Сибири, откуда я родом, у шорцев есть такое поверие – родился шаман или нет – узнают по «лишней кости» (суок). У меня такая кость торчит сзади правого уха. Так что духи верхнего и нижнего мира дали мне такое призвание. Без него в пиаре делать нечего. Так что всем, у кого нет «лишней кости» – лучше идти вон из пиара и заняться чем-нибудь другим!..

Если бы пиару нельзя было научить, то зачем бы я стал писать 10 книг? Зачем бы я стал профессором, преподавателем в ВШЭ и МГУ? Зачем бы я читал лекции в ВШУ, движению «Наши» и многим другим? Я считаю опыт нашей команды бесценным. И главное, он отрефлексирован, осмыслен и дидактически препарирован. Жаль, что этого не делают другие практики. Практика, которая не приводит к новому знанию, к теории, к книгам, к передаче опыта это как «бездетный брак». Человек только потребляет, а не отдает, все думает «потом-потом», не хочет хлопот, хочет удовольствия и спокойствия. Потом проходит жизнь – и он несчастен. Пиарщики, которые работают для денег и для власти не передают опыт, ничего не отдают – оглядываются на пройденный путь и им кажется, что это потерянные годы. Все время придумывать и реализовывать чужие проекты, не создать не только ничего своего, это тяжело. Преподавание, книги это хотя бы способ как-то капитализировать потраченную на других людей свою жизнь. Я уж не говорю про то, что они закупают многим людям годы опыта, труда, шишек. Они фиксируют нынешнее состояние, от которого молодые уже могут двигаться вперед.

Когда я начинал, то не было никаких книг. С 16 лет я был в неформальных движениях, потом студентом был агитатором, социологом, расклейщиком, потом работал в кампаниях на различных функционалах, с 1995 года стал самостоятельно вести кампании.

Наша команда возникла снизу, а не для освоения бюджетов крупных корпораций. Мы прошли все круги ада, лично попробовали все, это и сейчас необходимо любому профессионалу, чтобы стать профессионалом. Это не отменяет теоретическую подготовку, наоборот, научит отличать зерна от плевел в теории, после приобретения опыта у человека появляется «то, чем» он может начать понимать чужие книги, теории, опыт.

Вы выбираете себе со-трудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Люди должны быть с чувством юмора, креативные, понимающие друг друга с полуслова. Не избалованные большими деньгами, и не жадные, не скаредные, не скандальные.

Только в этом случае в команде создается атмосфера, которую передают фильмы «Хвост виляет собакой», «Абсолютная власть», «День выборов». Это атмосфера творчества, юмора, победы. Там, где скандалят, где много анализируют, прежде, чем что-то сделать, где есть куча строгих начальников и нагнутых подчиненных, где есть контроль, ответственность, правые, виноватые и проч. там всегда будет поражение.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

Смотря, кто спрашивает. Я стараюсь отвечать всегда на «уровне понимания» того, кто задает вопрос. Я представляюсь то философом, то софистом, то просто ученым, то политологом, то политическим консультантом, то преподавателем, то государственным служащим.

Вообще, это позор, что до сих пор каждая собака в стране не знает и не понимает, что такое пиар. За последние 20 лет мы вырастили целую школу, которая намного превосходит зарубежные образцы. У нас сейчас без работы тысячи офицеров информационных войн, которые могут растерзать весь мир. Этот потенциал до сих пор не задействован, но это именно то, что спасет Россию от кризиса. Россия возродится, когда это наконец-то поймут, когда перестанут поклоняться экономике.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это такая реклама, которая настолько хороша, что за нее платит, не производитель, как за плохую рекламу, а сам потребитель, и поэтому пиар это такая штука, которая начинается с целью продвижения чего-либо, но имеет потенциал стать самостоятельным бизнесом, то есть, идеальный пиар – это не освоение сметы, как в рекламе, идеальный пиар это, то что само же еще приносит деньги.

PR – это как добыча нефти и газа. Только там добывают энергию природы для индустрии, а пиар добывает энергию общества для функционирования общественных институтов. Энергия возникает от противоречий, поэтому пиар – это антиреклама. Реклама работает с абстрактным согласием, а пиар с конкретным конфликтом.

PR – это противоположность аналитике и фактам, это не прошлое, а сбывающееся будущее, изменяющее действительность.

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Самый прекрасный момент в работе, это когда рождается гениальная и потенциально богатая событиями рискованная идея, момент ее обсуждения, развития, шлифовки. Самые

поганые моменты – видеть, как какой-нибудь тупорылый баран эту идею просто не понимает, или губит по принципу «как бы чего не вышло». А всякие «реализации идеи» мне уже скучны. К победам и поражениям я тоже довольно равнодушен. Главное, не процесс, и не результат, а начало, генезис! Я люблю мозговые штурмы и креативные группы.

Если же говорить о самом любимом деле, то нет ничего лучше, чем в деревянном доме, в лесу, на берегу озера утром хлопотать по хозяйству с большой семьей, играть с детьми, днем пописывать заметки для новой книги, а на ночь почитать Хайдеггера.

Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

При Сталине инженеры имели большие зарплаты и квартиры. А в 70-ые годы их наплодили без меры, это была самая простая и обыкновенная профессия. В 90-ые все пошло в бухгалтера и юристы, сейчас это тоже девальвированная профессия. Боюсь, то же случится с пиарщиками к тому моменту, как мои дети подрастут. Когда я начал заниматься пиаром, это было не модно, это было редко и уникально. Сейчас это уже мода. Я бы хотел, чтобы мои дети занимались чем-то абсолютно уникальным, а не модным. И чем-то более благородным, чем экономика и политика. То есть, это сфера философии, науки, религии, культуры, искусства, творчества и языков.

от 2 апреля, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/192319.html>

Иван Овчаров (PR.Director)



Как вы стали первым лицом PR-агентства – основав его или в результате продвижения по службе? Как вы считаете, что интереснее?

Сначала появилось агентство Eventiv, основная специализация которого была – организация событий и частных праздников. Впоследствии стали появляться заказы на – PRсопровождение, подобралась команда специалистов. Так и появилось агентство PR.Director.

Можно ли обучиться профессии PR-специалиста? Или это призвание? Как было у вас?

Сейчас получить PR-образование проще и доступнее. Сложились факультеты, школы российского PR, есть PR практика. У нас даже есть свои гуру. Десять лет назад, когда я только входил в профессию, обучали профессии в нескольких вузах. Давали образование в основном по зарубежным, переводным учебникам. Сейчас есть свои книги – о российском PR. Безусловно, что для работы в связях с общественностью должны быть определенные навыки, желание. Прежде всего, человек должен быть хорошим коммуникатором, уметь общаться и выстраивать связи с большим количеством людей. Я часто говорю о том, что PR – это способ мышления, своего рода философия. Пиарщика видно сразу, это общительный, яркий человек, хороший организатор, кампанейский и активный сотрудник.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или профессионалов? Что выгоднее?

Прежде всего, PR – это командная профессия. Задачи, которые ставит перед нами клиент, комплексного характера. Для проекта привлекается немало специалистов, именно для этого нужна команда. Посему с членом команды должно быть комфортно работать и находиться в замкнутом пространстве длительное время. В связи с этим, я подбираю команду по личным качествам. Уже потом шлифуем знания и навыки специалиста в области PR.

Как вы отвечаете на вопрос, например, незнакомых людей или родственников, или друзей – «чем вы занимаетесь?» Говорите честно и проводите мини-лекцию «что есть PR» или как-то иначе?

На такие вопросы я отвечаю, что работаю пауком, плету паутину, в которую заманиваю интересных и полезных людей. О PR в трех словах для непосвященного человека сложно

рассказать так, чтобы он проникся и прочувствовал нашу профессию. А рассказ о пауке метафоричен, быстро можно понять, чем я занимаюсь.

Определите, пожалуйста, как можно короче три раза:

PR – это: деловое общение в пользу клиента

PR – это: паутина деловых связей PR – это: тамада бизнеса

От чего вы испытываете кайф в работе? Не потеряли ли еще интерес и вкус к делу? Оно для вас любимое?

Безусловно, PR за десять лет стал любимым делом. Чтобы не терять вкуса к профессии я провожу тренинги по связям с общественностью, являюсь наставником нескольких новичков, пишу статьи. Стараюсь шире смотреть на профессию, общаться с коллегами, придумывать новые проекты, которые так или иначе связаны с PR.

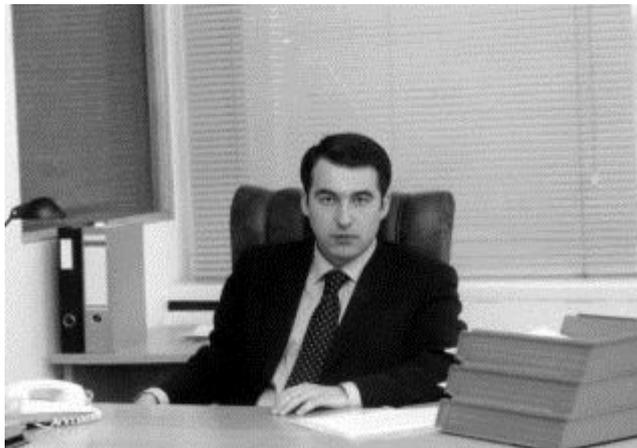
Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

Это вопрос выбора самих детей. Уверен, что их профессия может быть погранична PR – журналистика, кино, искусство. Так кажется мне, а что будет в действительности, покажет время.

от 30 марта, 2009

<http://pr-maslennikov.livejournal.com/191964.html>

Дмитрий Гусев (Bakster Group)



Как появилась Bakster Group, какую роль вы играли в ее создании?

Бакстер Групп – это организация, которую создавали четыре человека – Олег Матвейчев, Ренат Хазеев, Сергей Чернаков и Дмитрий Гусев. Мы вчетвером вместе начали заниматься сначала избирательными компаниями, затем пиаром, и всем, что связано с влиянием на общественное сознание. Олег Матвейчев сейчас вышел из учредителей в связи с тем, что работает на государственной службе в администрации президента.

Бакстер Групп – это организация, которая объединяет людей-единомышленников, тех, кто креативный, тех, кто на передовой интеллектуальной мысли. Всех, кто хочет этим заниматься, они приходят к нам в «Бакстер Групп», и называют себя «бакстерами».

«Я – бакстер», – говорит человек. Если ты называешь себя бакстером, значит, ты креативный чел, ты постоянно хочешь что-то новое придумать, улучшить, и ищешь какие-то новшества, пытаешься их реализовать. Это – бакстер.

Бакстер Групп – объединение бакстеров.

Можно ли обучаться профессии пиар-специалиста или это призвание?

Мы же начинали это все в середине 90-х, когда не было никаких пиар-специалистов, ничего.

Один из наших партнеров – Олег Анатольевич, – заканчивал философский факультет. Я заканчивал философский, Сергей Чернаков – философский, а Ренат Хазеев – юридический. Олег еще кандидат философских наук.

Мы все испытали на себе. Каждый из нас четверых прошел через все виды работ избирательной кампании. Мы сами клеили листовки, сами разрисовывали из пульверизатора стены, сами печатали листовки и расклеивали их, агитировали, собирали подписи – делали все на свете. Мы все пробовали на себе, и до всего сами доходили. Потому что американские книжки, например, не отвечали на те вопросы, которые у нас были. Они не решали тех задач, которые стояли тогда в середине 90-х перед политконсультантами. То есть мы в этом смысле «самоделкины».

Что касается PR-образования, и можно ли научиться? Конечно, можно, но вся проблема состоит в следующем. Ситуация с PR-специалистами мне напоминает ситуацию с экологами. В середине 80-х и второй половине 80-х была очень модная специальность «эколог». Была такая волна, все считали, что «экология – это очень важно, и это мировой тренд». Где

сейчас эти люди, поступившие на всякие экологические отделения разных факультетов, я не знаю? Их были тысячи, остались единицы. Тоже самое и с пиаром.

Молодые ребята читались книжек, посмотрелись фильмов и увидели пиарщиков и политконсультантов успешными ребятами, ездящими на мерседесах с дорогими сотовыми телефонами и подумали, что они будут такими же. Вот эти парни, которые зарабатывают миллионы долларов и гоняют по всему миру, никто из них пиару не обучался в смысле, не получал специального пиар-образования. И мы с коллегами – когда были вначале пути, – это была вновь создаваемая отрасль, мы ее одни из первых начинали формировать.

И сейчас все приходят на удобренную почву. Когда десять лет назад директору завода говорили, что «нужен пиар-специалист» – он смотрел как на дураков. – «Все решим и без них». А сейчас каждый считает своим долгом иметь в штате пиар-специалиста, только стоит он 300–500 долларов и занимается какой-то ерундой. И он получил специальное образование. И это удел, к сожалению большинства ребят получивших специальное пиаробразование в каком-нибудь ВУЗе. Потребности в таком количестве пиар-специалистов нет ни у нас, ни в мире, нигде.

При том, что уровень пиар-образования очень низкий. Я видел несколько – не буду называть заведений – целых курсов, закончивших, так называемое «пиар-отделение» и очень слабый уровень подготовки. Я не знаю, чему их пять лет учили? Они не имеют глубоких знаний, и толком не владеют специальностью. Потому что их преподаватели, это люди, которые прочитали десять импортных книжек и им добросовестно пересказали – вот и все PR-образование в России. К сожалению, это так.

Можно ли все-таки говорить о PR-призвании?

Что такое – PR-специалист? Вот как был устроен мир, скажем, 20 лет назад? Было общество, вот субъект – предприятие, организация, политик... (показывает на окружающих предметах – пепельница, пиала, солонка). И субъект посылал обществу сигнал напрямую. А сейчас между обществом и, так сказать субъектом социальным, – медиа разного рода: газеты, телевидение, Интернет и прочее, и прочее. Значит, PR-специалисту в этом лабиринте медиа нужно провести сигнал от субъекта и донести его до общества. И чтобы сигнал был правильный, чтобы достигнуть цели и результатов для данного субъекта. Когда появилась профессия PR-специалиста? Когда должен был появиться тот, кто может с этим управляться.

Теперь в этой ситуации находятся все. И, по сути, каждый человек, каждый субъект – сам является PR-специалистом. Любой человек, который завел блог в Интернете – он уже PR-специалист. Он занимается как раз тем, что управляет информационно-коммуникационными потоками. Каждый в этом случае является PR-специалистом!

Поэтому, минимальный уровень знаний и действий в PR есть у каждого абсолютно. Когда возникает более сложная задача, конечно, требуется профессиональный пиарщик. Так вот, если говорить о призвании, каждый сам на своем месте в своей жизни постоянно является PR-специалистом. Везде и всегда. Поэтому, какое призвание? Это часть жизни каждого человека.

Вы выбираете себе сотрудников по личным качествам (единомышленников) или же профессионалов? Что выгоднее?

Самое главное, чтобы этот человек хотел и умел учиться. Все остальное неважно. Если он что-то не умеет, он этому научиться. Если он очень хочет получить результат, он его получит. Мы работаем с людьми, которые очень хотят добиться результатов в своей сфере.

Мы работаем с людьми долго, с некоторыми по 10 лет и больше. Кто-то за это время создал уже свои проекты, добился чего-то своего. Тем не менее, мы все по-прежнему называемся бакстерами, параллельно существуем.

Как вы отвечаете на вопрос «чем вы занимаетесь?»

Просто. Мы говорим: «Вы про выборы слышали?» – «Слышали». «Кто-то же их организует?» – «Вот мы и организуем». Вот и все. Пять-десять лет назад можно было говорить, что люди не понимают, чем мы занимаемся. А теперь по этому поводу вышла куча фильмов, куча книжек: начиная от «Generation P» и «99 франков» заканчивая «Хвост виляет собакой» и «Основные цвета» и прочее, и прочее о рекламе, пиаре, политической жизни. Люди себе сейчас прекрасно представляют, что есть специалисты, которые занимаются организацией этих процессов.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.