

Роман Масленников



157 интервью с высшим эшелоном российского PR

Роман Масленников

**PR-элита России: 157 интервью с
высшим эшелоном российского PR**

«Автор»

2011

Масленников Р. М.

PR-элита России: 157 интервью с высшим эшелоном российского PR / Р. М. Масленников — «Автор», 2011

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!

© Масленников Р. М., 2011

© Автор, 2011

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	25
Светлана Пономарева (Барракуда)	28
Михаил Дворкович (Пресс-Холл)	30
Анатолий Коптев (Центр Создания Новостей «Провокация»)	34
Георгий Михайлец (Stanley & Kaufman)	36
Елена Попыхова (PR-клуб)	39
Елена Галигузова (Причина)	41
Екатерина Антошкина (PR.Project)	43
Елена Пристанская (КультКом. ру)	45
Мария Гергова (United Partners)	47
Роман Масленников (ПРОСТОП: PR & Консалтинг)	49
Елена Ашарапова (Reputation online)	51
Конец ознакомительного фрагмента.	53

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 начал 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? 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 Гнатыюка, 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 проговорчиво 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 политтех-

нологий 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 «Инессой 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, обжёгшись 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 кампании «МедиаСтар», занималась «Отпетыми мошенниками». Потом я оказалась у Евгения Фридлянда и Ким Брейтбурга в кампании, проработала там практически 7 лет. Соответственно, получалось так, что я шла по карьерной лестнице, росла как специалист. И потом уже после работы в кампании 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.

Пиарщик, 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 продумывать 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 старшего 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 популярная 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 результатов, 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 попадает 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 «транс-социальным 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 джигарщика, 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 джигар, 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 джигарщик. 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 – ШИахматную 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 турниры 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 полдники 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. Стилль 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 переношу, 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 распыляются. 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 расстаемся. 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 имиджология: управляй своей репутацией», ныне покойный ИД «Вершина», 2008 год. А если серьезно, в профессиональной 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.

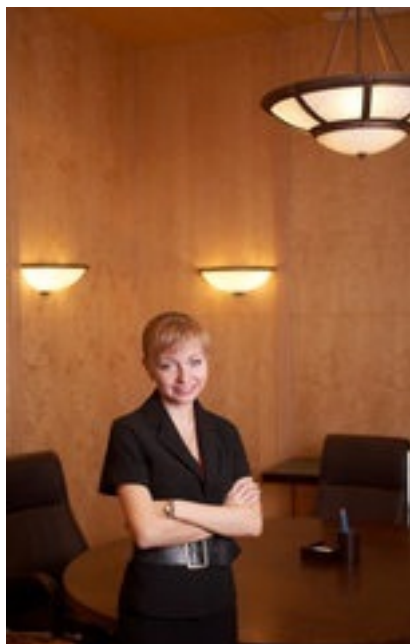
Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

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 меня 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 меня 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.

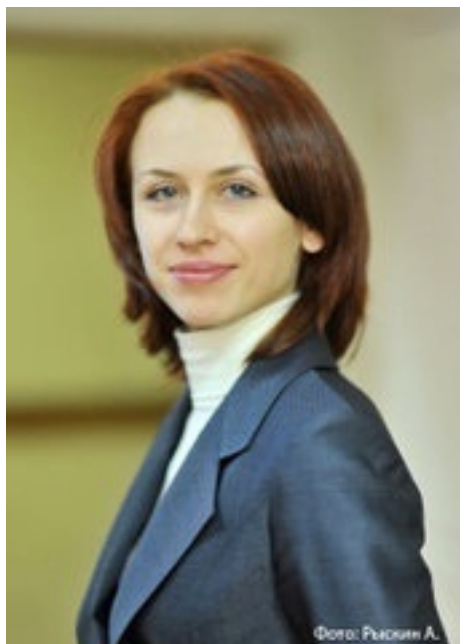
Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

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.

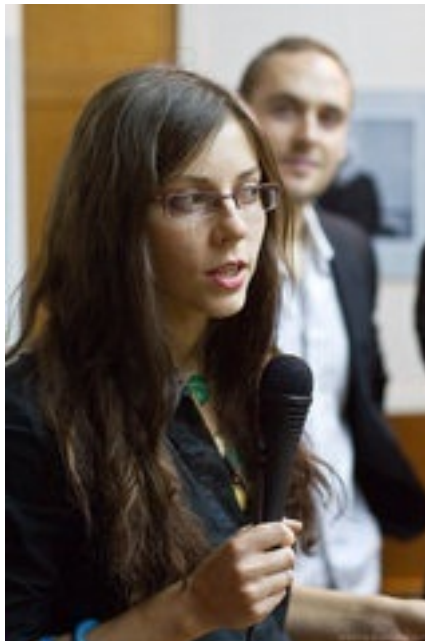
Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

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.

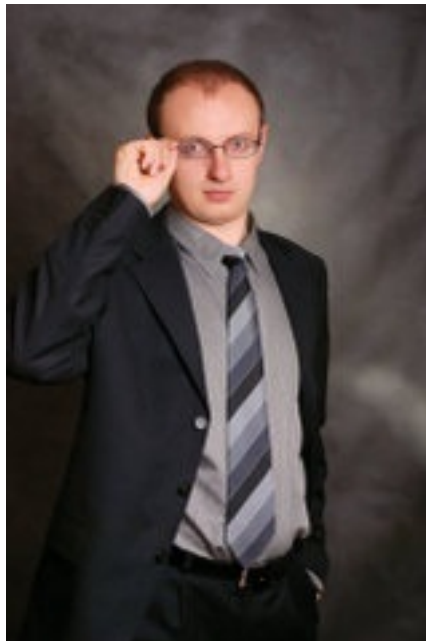
Вы бы хотели, чтобы ваши дети пошли по вашим профессиональным стопам?

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 подруга, 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.

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.