

МАРКЕТИНГ В «ПОРТРЕТАХ»

ЭДУАРД ЗВАРИЧ: «Я ПРЕДЧУВСТВОВАЛ, ЧТО РАБОТА В МАРКЕТИНГЕ – ОДНА ИЗ ЛУЧШИХ!»

Эдуард Зварич, руководитель РА «Майер», – постоянный автор журнала «Новости маркетинга». В своих статьях Эдуард освещает самый разнообразный спектр проблем, которые могут возникнуть в работе специалиста по маркетинговым коммуникациям. Компетентность, профессионализм и глубокое знание излагаемого предмета всегда отличают Эдуарда Зварича как автора специализированного профессионального издания. Разумеется, всегда интересно немного узнать о таком специалисте и как о личности. Приняв участие в нашем проекте «Маркетинг в «Портретах», Эдуард предоставил нам такую возможность.

– Я выбрал маркетинговые коммуникации своей профессией потому, что...

– Предчувствовал, что это одна из лучших профессий.

– И никогда не пожалел о своем выборе, поскольку...

– За 9 лет мне ни разу не было скучно.

– А если не маркетинг, то мой выбор мог бы пасть на профессию...

– Чиновника.

– В работе меня вдохновляет...

– Результат.

– На рабочем столе у меня всегда...

– Порядок и коробка с жевательной резинкой Love is...

– Мое хобби...

– Путешествия и мой бизнес.

– Могло бы хобби стать моей профессией?

– Да, так и есть, так как я именно к этому и стремился – выстроить все так, чтобы моя работа была моим хобби.

– Имя человека, который оказал наибольшее влияние на развитие маркетинговых коммуникаций...

– Огилви.

– Ведь он...

– Был у истоков.

– Лучшая книга по маркетингу – это...

– Книги Огилви!

– Потому что они...

– Настоящие.



9 ЛЕТ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДЛЯ ВАС

«9 лет исключительно для вас» – этим заголовком мы говорим о цели нашей работы, о нашем профессионализме и авторитетности. «Майер» – это бренд, который с каждым годом расширяет географию своей деятельности и объединяет в себе новые направления. «Майер» – федеральное рекламное агентство, полиграфическое производство и интернет-студия. За время работы рекламного агентства проведено более 3000 рекламных акций, организовано более 150 мероприятий различного масштаба. В портфолио мы опубликовали наиболее интересные из реализованных проектов. Нашими клиентами являются крупные российские и международные компании, такие как МТС, «Евросеть», «Юнимилк», SAB Miller Rus, «Газпром», «Лукойл», Sony, Remington, Kikkoman и многие другие. Офисы рекламного агентства находятся в Москве и Санкт-Петербурге, что позволяет качественно обслуживать клиентов не только в двух самых крупных городах России, но и профессионально реализовывать федеральные проекты с количеством задействованных городов более 100.

– Книга, которую я сейчас читаю, это...

– «Вокруг земли. Кругосветное путешествие на мотоциклах».

– Она мне нравится (не нравится) тем, что...

– Есть идея это повторить.

– Я считаю своим лучшим профессиональным достижением...

– Мою компанию.

– Потому что...

– Компания «Майер» работает на рынке 9 лет, занимает серьезную позицию и уверенно движется вперед.

– Бренд (компания), который я бы купил, не раздумывая...

– Никакой. Я строю свой бренд – «Майер».

– Это отличное вложение денег, так как...

– Это стабильный, правильно построенный и интересный бизнес.

– Самый эффективный маркетинговый инструмент – это...

– Рекомендация.

– Потому что он...

– Авторитетный.

– Самое бесполезное (бессмысленное) в маркетинге...

– Делать прогнозы.

– Так как...

– Маркетинг – это не точная наука. Это искусство.

– Будущее маркетинговых коммуникаций за...

– Креативными решениями, творческими подходами, уходом от старинных схем работ.

– Потому что...

– Тривиальность не продает, не развивает, не мотивирует.

МАРКЕТИНГ В «ПОРТРЕТАХ» СЕРГЕЙ РОМАНЮХА:

«В МАРКЕТИНГ Я ПРИШЕЛ ПОСЛЕ СЛУЖБЫ В ВООРУЖЕННЫХ СИЛАХ»

Пожалуй, что профессиональный путь Сергея Романюхи можно охарактеризовать как отмеченный крутыми поворотами. Судите сами: Сергей пришел в маркетинг после... службы в Вооруженных Силах, которые покинул в звании подполковника ВВС России.

Однако Его Величество Случай способствовал тому, что Сергей радикальным образом сменил профессию, а отечественный маркетинг обрел талантливейшего специалиста.

– Я выбрал маркетинговые коммуникации своей профессией потому, что...

– Однажды все совпало – интересы, желания, творческие способности и окружающие люди, например, Вадим Ширяев, который в то время стал моим первым наставником – руководителем отдела рекламы телекомпании. Он мне дал прочитать Филлипа Котлера, так как тогда эта книга еще не попадалась в продаже.

– И никогда не пожалел о своем выборе...

– Поскольку занимаюсь тем, что мне действительно интересно.

– А если не маркетинг, то мой выбор мог бы пасть на профессию...

– В маркетинг я пришел после службы в Вооруженных Силах. Как ни странно это звучит, но на момент работы на телекомпании «СЭТ» в Хабаровске я был... подполковником ВВС России, строил успешную карьеру и иногда зарабатывал «на стороне» в свободное время – с детства неплохо рисую, потому подрабатывал художником-оформителем. А затем, почти совсем случайно, попал в рекламный отдел телекомпании – этот случай изменил всю мою дальнейшую жизнь. Я уволился и начал учиться, учиться... Это увлечение учебой привело к получению еще двух высших образований, трех специальных и научной степени PhD, диссертация хоть и была по психологии, выдержана в рамках моего увлечения, а именно: «Психологическое влияние рекламы

на стиль жизни современной молодежи».

– В работе меня вдохновляет...

– Моя семья единомышленников, тем более что оба сына тоже в рекламе, в известных международных рекламных агентствах.

– На рабочем столе у меня всегда...

– Творческий бардак. Как сказал Эйнштейн: «Зачем запоминать массу информации, проще запомнить, где об этом написано».

– Мое хобби...

– Они такие изменчивые... Раньше был мольберт, потом автомобили, рыбалка. А сейчас – «ди-