



ФОТО: Михаил Солунин, РБК-Нижний Новгород

## Яна АРБУЗОВА: РАБОТА НЕМЕЧТЫ, ИЛИ ГДЕ ИСКАТЬ МОТИВАЦИЮ

**Не секрет, что рекламный рынок в регионах сильно отличается от рекламного рынка с офисом в Москве. Хотя бы потому, что в нем гораздо меньше замешаны рекламные агентства: служба продаж/маркетинга часто сама занимается баингом и, чего там греха таить, креативом.**

**Я не знаю, плохо это или хорошо. Одно я знаю точно: связь между двумя концами палки в провинции гораздо ближе, чем на федеральном уровне.**

Разместили баннер – продали машину. Побывали в эфире ТВ-программы, завтра вам звонят и предлагают купить абонемент в дорогостоящий фитнес-клуб. Я не придумываю – это все посконная правда нижегородской конверсии. Тем не менее, часто найти смысл и отследить эффект кампании бывает трудно по одной очень простой причине. Сотруднику клиента, размещающему рекламу, все равно, как она пройдет. Все равно на всех этапах: от размещения креатива (не важно статья это или видео, или баннер) до отслеживания ак-

тивности потенциального клиента. И я сейчас не ругаюсь, я констатирую довольно банальный медицинский факт.

Все дело в мотивации. Когда работаешь в маленькой коммерческой компании, нелегко понять коллегу из большого коллектива себе подобных. Из моего кабинета отлично видно лицо бухгалтера, по нему я каждый день наблюдаю весь спектр эмоций касаясь дебета и кредита, читая моего личного дохода. Так что мотивация в моем случае удивительно просто сформулирована в зна-

менитом анекдоте про ноги и мультики. А что видит из своего кабинета маркетолог компании числом в несколько сотен сотрудников? Почему ему должно быть интересно, к какому результату привели его действия? В нашей практике, к сожалению, нередки случаи, когда нам приходится брать практически всю ответственность за подготовку и ведение кампании на себя.

И вот начальство этих больших компаний пытается очеловечить себя: нанимает психологов-коучей, учит трудные слова

типа «эмоциональный интеллект», проводит тимбилдинги и все такое. Все – чтобы убедить своих сотрудников, что каждый из них – ценное звено одного целого муравейника. Кстати, я знаю компании, где эти усилия воздаются сторицей. Работать с такими клиентами удивительно легко, следовательно, эффективность нашей работы в разы выше, чем сотрудничество по сухому тэээ.

Я, впрочем, думаю, что мотивацию нужно искать внутри себя. Недавно я наткнулась на любопытную статью Эмили Эсфакани Смит, где приводится печальная статистика Йельской школы менеджмента: менее 50% людей работают по призванию. Это грустно. Но, с другой стороны, раз каждый второй так попал, значит, и мы с вами не такие уж неудачники. Я, например, в детстве мечтала стать балериной или королевой. Подросла, корону пришлось отложить, жизнь показала, что синица в руках приносит намного более реальную пользу: вот те замечательные туфельки и красивое платье. Потом стало хватать уже и на визиты в «Тейт» и «Уффици». Словом, за хорошую работу неплохо платят – это уже греет. А потом оказалось, что хорошая работа – это хорошая самооценка. Приятно, черт возьми, понимать, что платят тебе не только за красивые глаза и другие части тела, а, к примеру, за профессионализм. То есть без твоей работы компания никогда не сможет продать свои несчастные автомобили/горшки с цветами/туфли/зубные протезы. Потому что именно ты выбираешь каналы связи с потенциальным покупателем и способы продвижения товара. И делаешь это очень круто, потому что хорошо разбираешься в своем деле, пусть и немечты! За сим и прощаюсь с вами в этом году и желаю расти над собой в наступающем. С Новым годом!

Газета «Биржа Нижний Новгород» 16+.  
Номер издания 13-14 (1271-1272).  
Дата выхода в свет 12.12.2017 г. Подписной индекс 51238.  
Директор: Чапыгина А. В.  
Главный редактор: Чапыгина А. В.  
Над номером работали: Оксана Николаичук, Анна Казарина, Евгений Масаков, Михаил Солунин, Илья Лебедев, Яна Арбузова, Ирина Трушина.  
Адрес редакции, издателя: 607635, Россия, Нижегородская обл., Богородский р-н, пос. Новинки, ул. Центральная, д.5, пом.12  
Местонахождение редакции: 607635, Россия, Нижегородская обл., Богородский р-н, пос. Новинки, ул. Центральная, д.5, пом.12, телефоны: 216-36-12, 216-36-13.

e-mail: red@birzha.ru.  
Сайт в сети интернет: www.birzha.ru  
Телефон рекламной службы: 230-88-09.  
Газета отпечатана в типографии «РИДО» (603074, г. Н. Новгород, ул. Шалапина, дом 2а, корпус 1. Тел. (831) 275-14-04).

Газета зарегистрирована Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Приволжскому федеральному округу.  
Регистрационное свидетельство ПИ N ТУ52-01193 от 15 мая 2017 года (название «БИРЖА Нижний Новгород»).

Рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации.

За содержание рекламы и коммерческие материалы редакция ответственности не несет.  
Перепечатка допускается по соглашению с редакцией.  
© ООО «ИД «Деловая практика», 2016.

Номер подписан в печать по графику 05.12.2017 г. в 12:00, фактически 05.12.2017 г. в 12:00.

Тираж 5000 экземпляров.  
Цена договорная.