

# Глава 3

## Работа с профессиональными сообществами

Рабинович отправляет телеграмму своему партнеру Гершензону: «Ваше предложение принимаю тчк С уважением Рабинович тчк».

Телеграфист советует:

— «С уважением» можно и не писать.

Рабинович задумывается.

— И правда... А откуда вы знаете Гершензона?

Приняв решение продвигать топа в профессиональных сообществах, вы должны будете представить его как эксперта в определенной области. Но задача эта совсем не так проста, как может показаться. Завоевать доверие коллег по цеху помогут различные PR-инструменты: доклады на конференциях, модерирование проектов, ведение профессионального блога, организация клуба по интересам, подготовка статей для специализированных журналов и даже... написание книг (таких, как эта).

Какие могут быть профессиональные сообщества? Допустим, объединения управленцев (Ассоциация менеджеров России, выпускников Гарварда, бывших сотрудников McKinsey), специалистов в определенной области (банкиров, маркетологов, например Ассоциация российских банков, Гильдия маркетологов) и т.д.

## Участие в рейтингах

По данным СМИ, выпускники бизнес-школы Гарварда зарабатывают в среднем \$177 899 в год, Чикаго — \$176 789, а Стэнфорда — \$175 979. Похоже, бизнес-школа в Стэнфорде — просто отстой...

Различные издания (например, «Коммерсантъ», «Эксперт», «Карьера» и другие), а также профессиональные ассоциации ежегодно оценивают топ-менеджеров России. Например, Ассоциация менеджеров России совместно с газетой «Коммерсантъ» составляет рейтинг самых профессиональных топ-менеджеров страны. Кроме того, существуют и международные рейтинги, например Fortune, где также можно встретить наших соотечественников. Числиться в таком рейтинге очень престижно. Проведите тщательный мониторинг — возможно, в вашем сегменте бизнеса проводятся международные и национальные рейтинги, участие в которых принесет пользу компании. Имейте в виду, обратной стороной этой медали может стать повышенное внимание к наемному топу со стороны хедхантеров после публикации.

Рейтинги могут составляться на платной или безвозмездной основе. Как правило, внутри профессионального сообщества специалисты прекрасно осведомлены, какое место в каком рейтинге сколько стоит. Поэтому решайте сами, насколько вы сможете гордиться приобретенным для вашего руководителя местом. Похвально, конечно, если место в рейтинге, пусть и не самое высокое, топ-менеджер заработал сам. Иначе получится как в анекдоте: рейтинг президента наконец-то превысил 100%, некоторые из опрошенных любят его два раза.

## Конференции

### **Составьте календарь проектов**

Организаторов хороших управленческих конференций не так много, а по узкой конкретной тематике вашего сегмента бизнеса, скорее всего, вообще единицы. Нужно провести мониторинг и выделить те, которые наиболее интересны вашей компании. Не забывайте, что конференции проходят не только в вашем городе или стране, но и в других!

Составьте список всех конференций по темам, которые могут быть интересны вашим топ-менеджерам. Конференции обычно начинают анонсировать за два месяца до даты их проведения. Серьезные деловые издания, как правило, являются информационными партнерами крупных мероприятий и используются организаторами как площадки для анонсов. В числе таких СМИ: газета «Ведомости», РИА Новости, Interfax, «Ъ», SmartMoney и прочие.

Список-календарь конференций удобнее оформить в виде таблицы, включив в нее следующие графы:

- название конференции, дата и место ее проведения;
- организаторы и их контакты;
- спикеры: ФИО, названия представляемых ими компаний;
- участники-аудитория (описание: города, позиции, общее число);
- ФИО топ-менеджера, которому мог бы быть интересен данный проект;
- форма участия (устный доклад — с обязательным указанием количества минут, модерирование, панельный доклад, публикация тезисов и т.п.);
- отзывы с предыдущих проектов (если таковые есть).

Имея такой календарь, вы сможете отслеживать намечаемые проекты и заранее планировать выступления топ-менеджера. Во всех ли проектах стоит участвовать? Конечно, нет! Только в самых-самых. Для этого как раз и нужны пункты таблицы, где записаны выступающие, аудитория и отзывы. Анализируя список докладчиков и участников, вы получите представление о том, как среди них будет смотреться ваш топ-менеджер. Дорос ли он до подобного формата? Или уже перерос его? Отзывы о предыдущих проектах помогут вам принять верное решение. Но это только начало, малая часть той огромной работы, которая вам предстоит.

При составлении календаря вы можете воспользоваться следующими сайтами:

abcForum	abcforum.ru
Adam Smith Conferences	adamsmithconferences.com
AHConferences	ahconferences.com
Eventica	eventica.co.uk
Eventum	eventum.ru
Exposystems	exposystems.ru
Infor Media	infor-media.ru
ITE	ite-expo.ru
Marcus Evans	marcusevans.com
OnConference	onconference.ru
The Moscow Times Conferences	events.moscowtimes.ru
Ассоциация менеджеров России	amr.ru
«Ведомости». Конференции	events.vedomosti.ru
Национальная торговая ассоциация	nta-rus.com
«Секрет фирмы». Конференции	sf-online.ru
«Генеральный директор». Конференции	events.gd.ru
LBS International Conferences	lbsglobal.com
B2BMedia	events.b2bmedia.ru/organizers
«Финансовый мир»	finmir.ru/announcements
«Экономика и жизнь»	eg-online.ru/conference

Ознакомиться со сводными списками конференций по различным темам (ИТ, HR, финансы и прочие) можно также на сайтах MTG ([seminars.ru](http://seminars.ru)) и FINAM ([finam.ru/analysis/scs-info/default.asp](http://finam.ru/analysis/scs-info/default.asp)).

### **Выходите на связь с организаторами**

Подготовив биографию, список тем, фотографии и заручившись согласием топа на участие в проекте, выходите на связь с организаторами.

Ваша задача убедить их, что ваш топ-менеджер — именно тот докладчик, которого они искали. Названия тем, которые вы будете предлагать организаторам, должны быть в меру провокационными, тогда они наверняка вызовут интерес. Например: «Что скрывают за ставками банки?», «Последняя осень мехового бизнеса», «Плюсы и минусы пластиковых карт: как догнать и обогнать Европу?», «Расставание с “чудо-поставщиком”», «Покупка франшизы: подводные течения», «Акционер или управляющий: а за кого болеете вы?»

Напишите организаторам письмо и позвоните. Пример письменного обращения можно найти в *Приложении 11*.

### **Выберите лучшее время для выступления**

Если конференция длится два дня, то выступать лучше всего в первый день до обеда. Известно, что во второй день участников конференций обычно намного меньше, чем в первый, а после обеда многие просто уходят домой или же серьезно опаздывают. Поэтому если ваша компания хочет получить максимум внимания — выступайте в первых рядах!

Но не первыми, так как многие опаздывают, поэтому большинство конференций вовремя не начинается. Кроме того, если во время выступления вашего спикера в зал будет прибывать народ, это отвлекает и спикера, и слушателей.

Хотите привлечь внимание к своему топ-менеджеру? Попросите организаторов поставить его выступление перед (но не после!) выступлением известного гостя, специально приглашенного зарубежного спикера. Наверняка многие коллеги по цеху, а также журналисты захотят его послушать, а перед ним — как раз ваш топ-менеджер. По крайней мере цитируемость обеспечена!

### **Не платите**

Мы не любим конференции, участие в которых стоит денег. Почему? Потому что время вашего руководителя дорого, так что платные конференции обходятся уж слишком недешево.

А главное — ведь участие первых лиц компании повышает ценность конференции, подогревает к ней интерес. Если вы платите, значит, ваш топ-менеджер и его речи никому не интересны сами по себе (без денег)? Или вы не смогли убедить? Тогда вперед, на тренинг по ораторскому искусству или по технологиям продаж!

Исключением могут стать только конференции национального и мирового масштаба, когда конкуренция за каждое место спикера так высока, что без спонсорства (хотя бы небольшого «круглого стола» в рамках этого мероприятия), к сожалению, не обойтись.

### **Ошибки спикеров**

Чтобы понять, какие ошибки спикеры делают чаще всего, мы обратились к организаторам конференций. Вот что они рассказали.

**Мария Большакова, заместитель руководителя  
отдела конференций, The Moscow Times:**

Часто спикер впервые видит текст собственной презентации уже на самой конференции, так как не участвует в ее составлении, прожившись на PR-департамент.