

Александр Чекан: Если человек не уделяет собственному образованию время, то что он сможет предложить рынку?

Интерес – это маленькая искра, которая поджигает фитиль желания, целеустремленности и настойчивости. За яркой вспышкой неизбежно следует взрыв идей и поступков, приводящий к самым неожиданным результатам. И только тот, кто не стоит на месте, кто отвергает стереотипы невозможного, кто горит идеей, может добиться большего. Сомневаетесь в своих способностях? Или просто боитесь их испытать?

О том, к чему приводит живой интерес к web-разработке, способность учиться и желание двигаться вперед, читайте ниже. Герой сегодняшней статьи – [Александр Чекан](#).



Преодоление трудностей рождает ВОЗМОЖНОСТИ

– Здравствуй, Саша. Расскажи, как ты выбирал вуз для поступления? Почему решил учиться именно на факультете маркетинга?

– Я достаточно долго не знал, куда идти учиться. В школе мне сложно давалась математика, и приходилось прилагать экстраусилия, чтобы в ней разбираться. Именно по этой причине я пошел в физмат класс и пол-года просиживал на факультативах. Однако после такого интенсива твердо решил, что нужно поступать туда, где есть экзамен по математике. Изучая варианты, увидел, что в нархозе открылась новая специальность по рекламе, которая включала любопытное сочетание предметов: креатив, основы журналистики и при этом есть высшая математика со статистикой. Такой нестандартный набор во многом и

определил выбор будущей профессии.

Таким образом, в 2000 году я поступил в БГЭУ на специальность «[Рекламная деятельность](#)». Продвижение тогда было новым направлением, а к новинкам обычно относятся с осторожностью. Помню, мама говорила: «А что за маркетинг? Зачем реклама? Это ведь дело такое: гречневая каша сама себя хвалит». Уже позже я понял, что на самом деле это была большая мудрость, ведь маркетинг начинается с продукта, о чем часто забывают.

– Что больше всего запомнилось со студенческих лет? Чем занимался помимо учебы?

– Помню, у меня было много пропусков по логистике. И преподаватель по этому предмету, Сербул Игорь Тимофеевич, требовал за каждый пропуск писать реферат. Признавая свою вину, я предложил вместо десяти скучных, списанных из книг рефератов, которыми отделялись все, сделать одну курсовую по интересному для меня направлению интернета и электронной коммерции. В конечном итоге Игорь Тимофеевич остановился на теме «Интернет в логистике»: “В двух учебниках по абзацу написано!” Мол, попробуй спиши :) А я написал! Нашел материалы тематической конференции, приложил диск со всеми докладами, и получилась на самом деле интересная работа.



Помимо учебы я работал. Вел свой проект, который потом показал только что открывшейся компании [TUT.BY](https://tut.by). Через какое-то время пошел туда на практику, а дальше и на работу. Еще до TUT.BY-я преподавал курс по web-дизайну для детей. Поэтому работа всегда шла параллельно с учебой.

Постоянное развитие – условие успеха

– С чем был связан твой первый проект?

– У меня был сайт, посвященный белорусским радиостанциям. Тогда в интернете размещалось очень мало информации, можно было выбрать любую тему и делать под нее контент. Не могу сказать, что я был радиолюбителем, мне оно нравилось как медиа. Я слушал много музыки, а некоторых исполнителей мог узнать даже по голосу. Поэтому первоначально просто создал страницу, на которой стал собирать различную информацию:

расписание, интервью, факты и многое другое. Мне был интересен интернет, и я начал его изучать. Выписывал все мыслимые и немыслимые компьютерные газеты, которые у нас можно было купить. Каждый номер включал небольшой урок по программированию на HTML, который я тщательно разбирал. Выходило так, что я делал web-странички еще до того, как смог увидеть их on-line.

– Где ты учился помимо БГЭУ?

– Полтора года учился в Baltic Management Institute, защитил Executive MBA. Здесь помимо очень классных преподавателей со всего мира была еще одна интересная особенность по сравнению с нашими вузами: образование строилось по принципу командной работы над проектом, причем каждый раз состав рабочей группы менялся. Таким образом, была возможность познакомиться с людьми из различных сфер деятельности, максимально расширить свои знания и представления о бизнесе.

Например, был кейс для компании Adidas Baltics, который предложила наша одноклассница. На его решение давался месяц, и требовалось всесторонне подойти к проблеме, подтверждая все финансовыми расчетами. А работа над диссертацией помогла мне намного лучше понять бизнес самого TUT.BY, что было очень кстати для меня в тот момент.

А когда был в Стенфорде (Stanford Graduate School of Business), изучая курс Managing Teams for Innovation and Success, то каждый день приходил на занятия и искал табличку со своим именем: для каждого нового задания группа заново перемешивалась, что позволяло получить опыт от каждого участника группы. Решали самые разные кейсы, разбирали много реальных ситуаций.



Работа, которая вдохновляет

– Саша, как сложилась профессиональная карьера в TUT.by?

– Когда я пришел в компанию, в ней работало всего пару человек, поэтому более или менее все делали всё. Я модерировал каталог сайтов, размещал контент и новости на портале, продавал рекламу и хостинг. Со временем компания росла, и я перешел на должность менеджера по маркетингу. Приходилось много работать с клиентами, пока не начали выстраивать службу продаж. Дальше был директором по маркетингу, занимался развитием клиентских проектов и постоянным поиском новых ниш для самого TUT.BY. Следующим этапом была должность заместителя генерального директора по маркетингу. А последние пять лет до марта этого года проработал уже на позиции генерального директора. На сегодняшний день являюсь миноритарным акционером компании.

– А чем занимаешься сейчас?

– Последние годы я был активно вовлечен во внутренние и внешние стартапы компании и стартап мероприятия, был ментором многих из них. В 2016 году получил награду “Ментор года” в Imagigi. Тогда же я хотел создать в Минске бизнес-акселератор, но пересчитав несколько раз бизнес-модель, понял, что собрать фонд можно, а вот вернуть инвесторам деньги в такой модели крайне сложно. Большинство европейских акселераторов работают на бесплатных деньгах Евросоюза, правительств и муниципалитетов – надеюсь, и в Беларуси когда-то появятся такие институциональные инвесторы.

Но работа над акселератором не прошла даром: когда Юрий Гурский вместе с партнёрами основал инвестиционную компанию Nahus и предложил сотрудничество, я согласился и стал венчурным партнером фонда. Сейчас я помогаю портфельным стартапам Nahus с экспертизой и развитием бизнеса.



Интерес разжигает действие

– Какие проекты были для тебя самыми интересными?

– Это всегда очень сложный вопрос. Каждый проект интересен по-своему: некоторые влиянием, которое они оказали на бизнес или общество, а некоторые привлекают людьми, с которыми удалось поработать и познакомиться. Любая идея может быть реализована, если ей по-настоящему загораться. Например, мы первыми сделали конференцию «Деловой интернет». В 2006 году это было первое крупное отраслевое и даже шире – первое крупное IT-шное мероприятие. Тогда подобных вещей еще не было, и конференция всегда была пионером в своем направлении: у нас был первый публичный wi-fi, первая видео трансляция, первые билеты по штрихкодам. Мы застали дни, когда это все было впервые и вау! Я горжусь и причастностью к развитию TUT.BY, и к появлению у нас [“Про бизнес”](#) с его мероприятиями. Надеюсь, впереди еще много интересных проектов.

– Как получалось найти столько новых идей? Есть ли какая-то методика?

– Иногда случайно изобретаешь велосипед, но это возможно только, когда ты много читаешь, впитываешь новую информацию. У каждого в голове есть какие-то нейронные связи, которые сформированы тем или иным способом. Поэтому знания – единственное ограничение наших возможностей. Вообще что-нибудь читать по профессии – это ежедневная работа. Со стороны может показаться, что ты сидишь и ничего не делаешь, но, на самом деле, думать – это главное, чем нужно заниматься. И если ты придумал *что* и *как* сделать, то нужно просто взять и сделать. Невозможно создать идею, если в голове ничего нет. У нас всегда было правило ездить на профессиональные конференции в Москву (а лучше еще дальше), чтобы пообщаться со специалистами из разных областей. TUT.BY всегда работал на локальном рынке, но общение, например, с польскими коллегами или чтение американских источников позволяет заглянуть в будущее. Как

этим можно не пользоваться? Если человек не уделяет собственному образованию время, то что он сможет предложить рынку? Только то, что было известно каждому еще позавчера.



Сюрпризы не заканчиваются

– Саша, чем ты занимаешься в свободное время?

– Я как-то поймал себя на мысли, что хобби у меня меняются каждые пару лет. Например, был период, когда я собирал Lego. И это вообще очень классное, медитативное занятие! С одной стороны – заставляет думать, с другой – совершенно очищаешь голову. Пару лет назад летом делал ягодные наливки, что, по отзывам дегустаторов, у меня замечательно получалось. Под настроение могу испечь торт “Наполеон”. Правда, использую готовые коржи и каждый раз думаю, что крем не заварится, но все равно получается вкусно. Много путешествую, хотя чаще всего это связано с рабочими вопросами.

– И напоследок скажи пожалуйста, какой совет ты можешь дать будущим маркетологам?

– Самое основное это продолжать учиться. В профессии маркетолога важно знание и того, что сейчас объединяется под понятием data science, и английский язык, и хорошие коммуникативные навыки. Но времена, когда можно было получить профессию и остановиться, давно закончились. Мир меняется, и нужно уметь идти в ногу со временем и технологиями! Благо, сегодня возможностей для самостоятельного и дополнительного образования – полная Coursera :)

ФМк гордится своими выпускниками и бесконечно рад их достижениям и победам! Саша, мы желаем тебе всегда гореть и зажигать остальных новыми идеями и проектами, быть на страже инноваций и опережать время.

Путинцева Татьяна

P.S. Читайте больше вдохновляющих статей про успехи выпускников ФМк в рубрике "[Истории выпускников](#)".