

Анна Ансилевская: От тактики к стратегии

Работа 24/7, ни минуты покоя, невероятный ритм жизни и при всем этом неутомимая страсть ко всему, за что берутся руки. Сегодня мы познакомимся с очаровательной выпускницей ФМк Анной Ансилевской, которая сумела превратить хобби в любимую работу, научилась выходить из зоны собственного комфорта и справляться с трудностями, какими бы они ни были. Узнайте все о событийном маркетинге в интервью с [Анной Ансилевской](#) – заместителем директора Ивент-агентства [Terra Group](#).



Анна Ансилевская – выпускница ФМк

Креатив+Развитие=ФМк

– Привет, Аня. Расскажи, пожалуйста, немного о себе, почему при поступлении выбрала маркетинг?

– Привет. На самом деле не знаю, как сейчас молодежь делает выбор в сторону того или иного факультета, но когда я поступала, у меня не было особого понимания, куда именно я хочу. В то время я интересовалась различными креативными вещами, т.е. всем, где надо было придумать или предложить что-то новое, поэтому я рассматривала специальности, прямо либо косвенно связанные с этим. Я гуманитарий, и не все университеты для меня. Исходя из этого, выбрала ФМк. Хотелось, чтобы меня окружали творческие люди, рядом с которыми я сама смогу развиваться и расти. Поэтому в последний день подачи документов я посмотрела на баллы и решила подать документы на маркетинг, прошла на бюджет.

– А чем тебе запомнилась учеба?

– В первую очередь, это вне учебная студенческая жизнь: со второго курса я стала культургом факультета, сама участвовала во всех выступлениях. Сейчас с ностальгией вспоминаю и осенние марафоны, и студвесны.

Во-вторых, было очень интересно изучать маркетинг и все, что связано с продвижением товаров и услуг. Я точно знала, что именно в этом направлении хочу развиваться. Надеюсь, что сегодня у студентов на занятиях намного больше практики и реальных кейсов, которые можно применить в жизни и профессиональной деятельности, нам такого немного не хватало. С особым уважением вспоминаю Наталью Черник, она дала хороший бэкграунд и уверенность в том, что я правильно выбрала направление своего дальнейшего развития.

Знаешь, я сейчас учусь в [МВА](#), и там часто сталкиваюсь с тем, что изучалось в универе. Понимаю, мы это учили, но учили в том возрасте, когда ты не осознаешь, где и как эти знания сможешь применить. Студенческие годы у всех одинаковы: учишь ближе к сессии. Третье, что запомнилось, это люди, которые меня окружали. Теперь среди них есть мои лучшие друзья, с некоторыми у меня рабочие отношения, со многими мы коллеги.



Анна Ансилевская – заместитель директора в компании Terra Group

Пределов совершенству нет и не будет

– Как ты оценишь уровень образования, который ты получила в БГЭУ?

– Всегда есть, куда двигаться дальше. По моему мнению, основная проблема состоит в том, что не все на первом-втором курсе понимают, нужно ли им то, чему их учат, не знают, где смогут использовать полученные знания. Поэтому не могу четко определить качество нашего образования, но то, что ты сам должен учиться всегда и постоянно это 100%. Меня очень вдохновляет, когда люди стремятся к саморазвитию, посещают различные семинары, конференции. Многие студенты обращаются к нам, чтобы пройти стажировку и понять, хотят ли они связывать свое будущее с событийным маркетингом. Мы всегда идем навстречу и стараемся помочь.

Я сама в универе всегда стремилась попасть на различные мероприятия. Например, когда только-только появлялся Белый

квадрат, уже не помню какими путями, но я присутствовала на всех фестивалях.

Помню, что мне дико нравился проект АльтерЭго, который вел Леша Потапенко. В университет приглашались руководители по маркетингу различных крупных компаний, они делились своим опытом, практическими навыками. Для меня, студентки второго курса, это были такие двухчасовые лекции, когда я с открытым ртом смотрела на состоявшихся маркетологов, креаторов, директоров и думала, что к такому и надо стремиться! Общение с такими людьми всегда вдохновляет развиваться самому.

Учение – свет, но на работу все равно ходить надо

– А с какого курса ты сама начала работать?

– Начала работать с сентября четвертого курса. Я человек, который всю жизнь добивается всего самостоятельно. Но что касается работы, то тут мне повезло. Работа, считай, пришла ко мне сама. Было все очень забавно. Должность предлагали моему знакомому, но у него на тот момент был уже контракт, и он порекомендовал меня. Сказал: «У меня есть подруга, она ваш вариант». Практического опыта у меня тогда не было, на собеседовании я дико волновалась, даже, наверное, руки тряслись. Но меня взяли. Сейчас я в Terra Group уже шесть лет.

Первоначально я пришла как ивент-менеджер, т.е. необходимо было самостоятельно искать клиента, звонить ему, договариваться, разрабатывать концепции, предлагать идеи, защищать проект перед заказчиком и, конечно, реализовывать его. Раньше мы в основном организовывали мероприятия на 50-100 человек, клиентами были компании, которые только начинали понимать, что ивент-маркетингу необходимо уделять внимание. Тогда рынок событийного маркетинга только зарождался, многое делалось с нуля.

На данный момент я являюсь заместителем директора. Произошло это на самом деле незаметно. Отправной точкой стало то, что в 2012 году компания решила открыть филиал в Калининграде. Мне предложили развивать это направление и уехать работать туда. В Минске меня ничего не держало, поэтому я охотно согласилась. Это был переломный момент, 2 года в Калининграде сделало из меня взрослого человека и квалифицированного специалиста. Там я столкнулась с довольно сложными условиями, научилась выходить из зоны комфорта, принимать решения самостоятельно. После 2-ух лет работы там я вернулась обратно. Оказалось, что в Калининграде довольно закрытый рынок, практически полностью распределенный между российскими крупными компаниями. Когда я приехала в Минск, мне предложили должность заместителя директора.

– Происходят ли сейчас активные изменения внутри компании?

– Конечно, постоянно что-то меняется. Ведь мы становимся крупной бизнес-единицей, возникает необходимость установления определенных правил и методов работы. Например, если раньше у нас каждый специалист был человеком-оркестром, который самостоятельно выполнял абсолютно все работы, то теперь мы разграничили должностные обязанности. Есть отдел продаж – ребята, которые ищут клиентов, напоминают о себе, знают абсолютно все организации. Они полностью ведут первоначальную коммуникацию с клиентом. После этого вступает в работу аккаунт-отдел, его курирую непосредственно я. Мы общаемся с заказчиком, определяем его потребности, работаем с брифом, разрабатываем тендерное предложение для сотрудничества. После подключается команда ивент-менеджеров, дизайнер, копирайтер, пиарщик и другие специалисты.



TERRArist Анна Ансилевская

Умеешь говорить – умеешь все

– А что для тебя самое сложное в работе?

– Самое сложное, но при этом самое интересное – это коммуникация. Мы не производим товар, а создаем проекты, итоговым результатом которых становятся эмоции. И, естественно, все рабочее время мы общаемся с людьми, у которых разные характеры, психотипы и цели. Важно быть хорошим психологом, понимать типы личности, видеть, кто перед тобой, знать, как стоит вести диалог, и делать это не через полгода, а буквально в течение пяти минут после того, как вы познакомились. Главное для ребят, которые начинают общаться с клиентами – это умение найти общий язык с человеком и способность генерировать идеи в условиях ограниченного времени.

– Аня, а можешь рассказать о проектах, которыми вы гордитесь?

– На самом деле мы гордимся всеми своими работами. В любой проект вложены силы, душа, нервы и бессонные ночи. Нельзя сказать, что мы ценим только определенный сегмент своих работ. Каждое мероприятие – это новый опыт, возможность что-то пересмотреть, сделать иначе. Есть небольшие клиенты, работа с которыми была настолько хорошая и слаженная, что это незабываемо.

– Есть ли в компании некоторая специализация по проектам?

– В основном мы занимаемся внутрикорпоративными мероприятиями, это порядка 80% наших проектов. Но стараемся диверсифицировать услуги, поэтому с этого года у нас открылся отдел спецпроектов. Отдел занимается разработкой и проведением мероприятий не для сотрудников, а больше для брендов, т.е. специализируется на организации различных выставок, презентаций, фестивалей, открытий торговых центров.



Event-агентство Terra Group

Качественно, креативно, профессионально

– *Как разрабатываются идеи для мероприятий?*

– Все зависит от того, что хочет клиент. Он может прийти с четким пониманием концепции, мы должны предложить ему инструменты, с помощью которых это можно сделать наиболее эффективно. Иногда клиент ввиду отсутствия опыта проведения мероприятий может попросить решение с нуля. Тогда предложений ждут от нас. Мы изучаем потребности клиента и предлагаем, что-то интересное и необычное. Хорошее предложение – это не всегда какая-то крутая новая идея, это может быть классическое

качественное мероприятие с четко проработанной логистикой. Еще стоит отметить, что любое мероприятие – это совместная работа компании и агентства, а не когда тебе дали задание и в течение нескольких месяцев ты что-то сам себе делаешь. Должен быть симбиоз, обсуждение небольших и более глобальных деталей, ведь мелочи решают все. Мы всегда полностью погружаемся в проект, понимаем, что от нас многое зависит. Мы не только формируем собственную репутацию, но и поддерживаем репутацию организации в глазах ее сотрудников и партнеров.

Всегда учимся на своем опыте. Есть такое понятие, как «эмоциональный счет» клиента. На нем накапливаются положительные и отрицательные эмоции от сотрудничества. Исходя из этого, надо думать и действовать стратегически обоснованно и рационально.

Еще очень важно постоянное развитие, как личное, так и профессиональное. Надо учиться самому, учить своих коллег, совершенствоваться. Это позволяет выйти на новый уровень, добиться поставленных целей и стать еще лучше. Поэтому желаю всем никогда не останавливаться на достигнутом, стремиться к новым высотам, развиваться профессионально и лично.

ФМк невероятно гордится своими выпускниками и их профессиональными достижениями. Мы желаем Анне дальнейшего роста, новых вершин, огромного позитива и не угасающего стремления к развитию. Ведь, чтобы дотянуться до звезд, надо самому гореть и всеми способами двигаться только вперед.

Все еще боитесь рискнуть и использовать возможности, которых, поверьте, ОЧЕНЬ много? Если все же нет, то Анна ищет в дружную команду [Terra Group](#) творческих ребят на должности аккаунт-менеджера, креатора и менеджера по продажам. Используй свой шанс стать крутым TERRArist-ом.

Чтобы использовать свой шанс пишите [Анне в FB](#) или на почту anna@terra-group.by

Путинцева Екатерина

P.S. Уже очень скоро появится крутая статья про тех, кто взбирается на Олимп вместе с одним из самых крупных медиа-порталов РБ. Следите за нашими новостями и читайте рубрику [Выпускники ФМк](#). Обещаем еще больше интересных и мотивирующих историй.