

# Виктория Ленц: Мне захотелось и я сделала!

Вот и пролетело прекрасное лето, наполненное до краев незабываемыми эмоциями, новыми знакомствами и решениями, которые, непременно, изменят жизнь к лучшему. Уже построены планы на осень, для которых точкой отсчета стало 1-ое сентября, планы – немного дерзкие и невероятные, но именно это и делает их чудесными.

ФМк надеется, что все задумки и стремления студентов и выпускников осуществляться и приведут их к новому 1-ому сентября, к новой точке отсчета. Ну, а что надо, чтобы получить задор и мотивацию на великие дела? Конечно же, прочитать интересную историю от нашей выпускницы о том, что в жизни возможно абсолютно все и даже больше. Знакомьтесь – [Виктория Ленц](#) – девушка, которая придумала и создала [бизнес-игру BIGIN](#), стала успешным маркетологом и предпринимателем, самостоятельно проводит семинары и делает все возможное, чтобы жизнь была интересной.



**– Вика, здравствуй. Расскажи пожалуйста, как началось твое знакомство с ФМк. Почему именно такой выбор профессии?**

– Привет. Я была очень упрямой девочкой в 17 лет и хотела попасть именно на маркетинг. Училась я в физико-математической гимназии, и все советовали мне поступать на ФПМ БГУ или в БГУИР. Но, наряду с техническими предметами, мне хорошо давались языки и общение с людьми, и я подумала, что нужно выбрать такую профессию, которая бы совмещала в себе эти направления. Изучив программы университетов, нашла описание маркетинга, поняла внезапно, что моё, поступила целенаправленно на ФМк.

# Надо что-то делать!

На 2 курсе мы с друзьями на факультете начали думать, как же себя проявить и найти практику. Хотелось увидеть реальные компании изнутри, испытать знания о маркетинге на практике, попробовать свои силы в реальных рыночных кейсах. В тот период были хорошо известны бизнес-игры HeadMade и проект бизнес-встреч AlterEDU, который организовывали Алексей Потапенко и Игнат Бобрович. Очень хотелось что-то крутое, независимое, своё. Именно в тот момент и нашелся единомышленник Леша Гуринюк, мой однопоточник, очень умный и талантливый парень. Мы посидели, поразмыслили и придумали сделать собственную бизнес-игру. В ней объединились интересы 3 субъектов рынка: вузов, студентов и компаний. Команды студентов должны решать комплексные бизнес-задачи, разработанные генеральным партнером. Генеральным партнёром каждой игры выступает новая крупная компания. Каждая команда участников формируется организаторами случайным образом, в состав входят молодые специалисты в разных областях деятельности.

Решили утвердить все положения на высшем уровне университета. Придумали название – почти как «call-to-action» – [BIGIN](#), слоган «Wake up and BIGIN!», описали механику и регламент, сделали презентацию, собрали все документы, сходили ко всем, к кому только можно было, и за полгода утвердили бизнес-игру на уровне ректората БГЭУ. С организацией всего процесса очень помог деканат ФМк. Дальше требовалось найти партнера для игры. Первой откликнулась компания [British American Tobacco](#), мы нашли ее банально на ярмарке вакансий. Показали HR-ам презентацию BIGIN, они оказались очень толковыми и пробивными, помогли нам встретиться с руководством. Я тогда отвечала за людей и за связи с общественностью, а Леша за концепцию мероприятия и переговоры.



Первая игра прошла замечательно, и нас позвали работать British American Tobacco: Леша согласился, а я отказалась. Подумала, что пока не время. Дальше наши с Лешей пути стали расходиться, времени стало меньше. Надо было думать, что же делать с BIGIN. И я решила: была не была, буду сама все организовывать! Помню, что пошла к Разумовой Светлане Васильевне, нашей «маркетинговой фее-крестной», которая меня очень здорово поддержала и даже помогла с командой. Это были Саша Криворучко и [Настя \(Крикунова\) Криворучко](#), оба также студенты ФМк, которые и помогли сделать вторую бизнес-игру. Ее партнером были [Сеть ювелирных магазинов «7Карат» и ООО «ДИАМАНТПРОМ»](#). Они дали два кейса: первый касался их сети ломбардов, второй купленной в регионе земли, на которой планировалось построить завод по добыче и переработке сапропелей.

## Новые идеи – Новый формат

Так как сейчас я была без Леша, то хотела как-то отличаться, сделать по-своему. И решила провести игру не только в вузе, а

вывести сразу на уровень всей республики. Первый отборочный этап проводился онлайн, могли участвовать студенты старших курсов со всей страны. Ребятам давался кейс, и они должны были прислать свои решения. Участвовать можно было одному человеку как команде, команде из нескольких человек и одному человеку, но с пометкой определить его в команду. В итоге зарегистрировалось около 500 человек, которых мне нужно было распределить по командам. Ошибкой было не взять себе несколько дней на сортировку информации и не делегировать часть обязанностей. В итоге у меня была ночь, чтобы разделить несколько сотен человек на команды и отослать им вручную письма. До сих пор помню эту черную бесконечно длинную ночь! На следующий день было открытие игры, я пришла в переполненную аудиторию. И тут случился шок: в горле пересохло, было страшно... Я была только на 3 курсе, а там присутствовали и ректор, и проректор, и генеральный партнер. Мероприятие прошло идеально.





А дальше история BIGIN развивалась еще стремительнее. К нам обратилась [digital-компания ARTOX media](#), я встретилась с генеральным директором и они захотели посотрудничать с BIGIN. Так стартовал третий поток нашей бизнес-игры. В тот момент я параллельно работала в школе digital-маркетинга ARTOX, писала по ним дипломную работу и организовывала игру. Это было сложное и, одновременно, очень насыщенное время. Третья игра вышла на международный уровень. В дополнение ко всему я размышляла, что делать дальше. Я ведь уже выпускалась и меня мучил вопрос, кто будет заниматься проектом после меня? Прошло три сезона игры, BIGIN был настоящим детищем. Нельзя было просто так отпустить проект – мне нужен был преемник.

## **Поиск идеального кандидата**

Я была уверена, что это должен быть человек, обязательно поучаствовавший в бизнес-игре, кто знает всю внутреннюю кухню, а уже верхнему уровню работы я его обучу. Нужен был тот или та, кто проникся бы проектом, чтобы был проактивным и позитивным, смелым и рискованным, мог решать в авральном режиме

все проблемы и быть открытым к новому. Я собрала игроков, которых знала по BIGIN, выделила из них человек 20-30 и выбирала, кого я оставлю после себя, не говоря им об этом. Просто встречалась с ребятами и проводила секретные собеседования. В общем, я начала работать как маленькое рекрутинговое агентство.

Со всеми встречалась, разговаривала, иногда даже группами, чтобы посмотреть, как ребята взаимодействуют между собой. Я формировала команду, которая сможет слаженно работать и продолжать проект. В итоге мой выбор пал на в то время ещё студентку ФМк, талантливую [Чура Анастасию](#) (она сейчас учится MBA в университете штата Атланта, США), и я ни разу, ни капельки не пожалела о своем выборе. Я нашла не просто единомышленницу и очень сильного руководителя, она по праву считается соучредителем проекта. Это одно из самых важных и значимых решений, что были у меня как у человека, создавшего проект.



## Большому кораблю – большое плавание

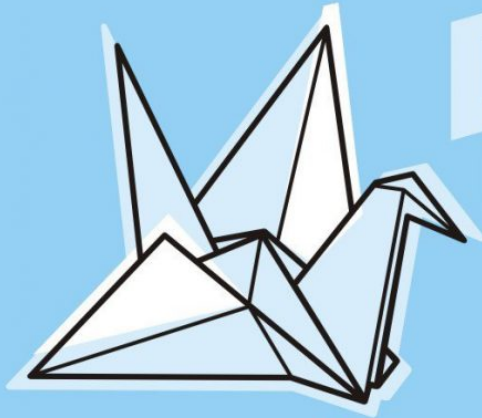
Настя привела в бизнес-игру одного из самых крупных наших партнеров – [Danone Belarus](#). И она смогла вывести BIGIN на более высокий уровень. Она принимала решения на некоторых этапах во многом лучше, чем я, всегда думала стратегически и смотрела на несколько шагов вперед. В сезоне с Danone Belarus полноценно участвовали ребята с других регионов Беларуси, которые приезжали в столицу на оффлайн-встречи, а некоторые на время игры даже переехали жить в Минск. Компания организовывала экскурсии на свои заводы в Шклов и Пружаны, проводила встречи в офисе. Ребят учили ораторскому мастерству, мы проводили для них и другие обучающие тренинги. По условиям кейса требовалось разработать и упаковать новый продукт для компании. За 2 месяца игры всеми командами в сумме было придумано 7 новых рецептов молочных продуктов с обоснованиями их дальнейшего производства.

У Danone Belarus еще и до бизнес-игры были планы разработать свою внутреннюю программу обучения, чтобы привлекать студентов и растить для себя новых сотрудников. Компании требовалось больше ресурсов, чтобы доработать свою программу и довести ее до вузов, это привело к сотрудничеству с нами. После бизнес-игры в БГЭУ они пригласили Настю дорабатывать внутреннюю [трехступенчатую систему обучения](#), которая сейчас есть в Danone Belarus: стажировки Internship, бизнес-игра High-Flyer и программа трудоустройства для выпускников Young Graduates. Рекрутмент-проект BIGIN стал фактически подрядчиком для Danone Belarus. Через несколько лет Настя уехала во Вьетнам, выполняла некоторые работы удаленно, а я еще пару лет продолжала продвигать Young Graduates и High-Flyer в Минске и регионах.





BIGIN совместно с DANONE представляют проект HIGH-FLYER



FLY WITH US  
WAKE UP & BIGIN!

## Придумай идею и попробуй её на вкус!

### ЧТО ТАКОЕ BIGIN?

Масштабный молодежный проект для студентов 3-5 курсов всех факультетов и вузов Беларуси, суть которого состоит в решении комплексных бизнес-задач, разработанных генеральным партнером Danone.

### ВОЗМОЖНОСТЬ

- Применить на практике имеющиеся знания.
- Получить престижное место практики или трудоустройства.
- Создать свой уникальный продукт.
- Выиграть главный денежный приз (призовой фонд — 8500 евро).

### РЕГИСТРАЦИЯ

begin.by  
danone.by

vk.com/bseu\_begin  
fb.com/bigin.by  
fb.com/pages/Work-at-Danone-Belarus



телефон: (+37529)335-97-46 Анастасия  
эл. почта: bigin.proekt@gmail.com



Весной 2014 года партнёром BIGIN стал крупнейший в Беларуси поставщик химической продукции – [ОАО «Белхим»](#). Это был интересный опыт, так как компания является государственной организацией со специфическими товарами. Сезон с ОАО «Белхим» был более закрытый, так как партнёр не хотел сильной огласки, но все равно участников было очень много. Тогда был кейс, нацеленный не на продвижение товара или разработку PR-стратегии, а на решение определенной бизнес-задачи: определение необходимости и экономического обоснования создания новой бизнес-единицы; определение логистической схемы работы в БЕ; выбора способа построения системы активных продаж. Участникам надо было выполнить много аналитической работы, качественно продумать решение и представить его.

Далее был кейс, в котором участвовала [транспортно-](#)

[логистическая компания «ПроЛив»](#), они специализируются на перевозке наливных грузов автомобильными цистернами. Сутью кейса была разработка алгоритма вхождения компании в международную ТНК в качестве подрядчика по автомобильным перевозкам продуктов изготовителя или поставщика. Настя делала игры и управляла командой организаторов полностью сама. Пару раз я ездила на встречи с партнерами, поддерживала, при необходимости давала какой-то совет, была ментором. Несмотря на то, что у BIGIN была слаженная команда, сердцем я все равно всегда рвалась как-то помочь и поучаствовать.

## **Теперь это не игра. LET'S BATTLE**

Крайним на текущий момент был 7 сезон с [Wargaming \(C000 Гейм Стрим\)](#). Каждый раз, когда мы начинали искать компанию, условием сотрудничества с нашей стороны было то, чтобы партнер был крупным, мог дать интересный кейс и аналогичный кейс из такой профессиональной сферы деятельности ребята еще не решали. Wargaming в тот период искали способы поработать в вузом, естественно, им нужен был высокий уровень организации и качества проектов, поэтому BIGIN оказался отличным решением для них. В сезон с Wargaming мне удалось вернуться, как организатору. В рамках кейса участники определяли необходимость создания реальной и/или виртуальной Game Academy в СНГ, разрабатывали концепцию «Game Academy» как нового продукта. Мероприятие действительно получилось очень масштабное и красивое.



Уч. заведения в Беларуси государственные или частные.

## Теперь это не игра. Предложи свои идеи Wargaming

Ты студент 3-5 курса или выпускник?  
Готов решить кейс и доказать, что побеждать можно не только в онлайн-играх?  
Значит 7 сезон бизнес-игр BIGIN для тебя! Мы ищем: маркетологов, психологов и педагогов, IT-шников, менеджеров, экономистов или финансистов.

Регистрация на сайте [begin.by](http://begin.by) до 24 марта!

+375 44 739 22 78 (Татьяна)

**BIGIN**

ООО "ТЕЙМ СТРИМ", МИНСКИЙ ЦЕНТР РАЗРАБОТКИ WARGAMING.NET

ДЕЛО



Bel.biz



marketing.by

TUT.BY

Увы, после 2015 бизнес-игра не проводилась и на данный момент находится «на паузе». Тем не менее со многими игроками я поддерживаю тесную связь, слежу за их карьерой и за тем, как участие в бизнес-играх повлияло на их судьбу.

## Все только начинается

Сейчас я снова поступила на ФМк, в магистратуру. И так как теперь буду гораздо чаще появляться в университете, то думаю, что вполне возможно возобновить традицию проведения бизнес-игр. Очень приятно, что деканат ФМк и, в частности, [Александр Александрович Цыганков](#) очень поддерживает эту инициативу. Вполне вероятно, что в 2018/2019 учебном году появится новый сезон BIGIN. Думаю, это должно быть что-то очень интересное и

нестандартное, так как игре уже 8 лет, мы многое знаем и готовы действовать.



Цыганков Александр Александрович – декан ФМк

***– Вика, спасибо за чудесный рассказ про бизнес-игру. А как складывалась твоя рабочая карьера?***

– Некоторое время я работала наемно в компании ARTOX маркетологом школы digital-маркетинга, после – маркетологом в международной юридической компании. Потом где-то полтора года в компании интернет-провайдере [OneNet](#) тоже маркетологом. В конце 2015 года я полностью ушла заниматься своими собственными проектами. Так я работаю уже около 3 лет. Сама по себе я новатор, мне сложно заниматься однообразной деятельностью длительное время. Работа на себя конечно же дает больше свободы, но и приносит много рисков и трудностей. Нужно выкладываться на 200% и очень любить то, чем занимаешься. Может, работая на себя, ты стараешься даже больше. Хотя если говорить откровенно, то сейчас стирается граница между наемной и проектной работой, значительно важнее именно твоя эффективность.

Чаще всего я работаю с проектами, связанными с построением стратегии продвижения. Например, сейчас я маркетолог в молодой, но быстро растущей [веб-студии Waiwi.ru](http://waiwi.ru). Там у меня гибкий график, удобно совмещать с личными проектами. На данный момент 2 важных направления деятельности: первое – это участие в исследованиях рынка, конкурентном анализе, выборе каналов продвижения, разработке плана маркетинга, настройке контекстной и таргетированной рекламы, продвижении в социальных сетях, поиске партнеров, связей и прочее. Второе – это организация и проведение мероприятий, преимущественно образовательных, как больших, так и маленьких. Поэтому иногда я работаю как маленькое event-агентство. Что очень приятно, меня стали приглашать проводить собственные мероприятия по маркетингу как спикера, например, 30 августа 2018 я провела в Минске платный [тренинг «Эффективный бизнес-аккаунт в Instagram»](#) для представителей различных сфер бизнеса. Осенью состоится серия открытых мероприятий в Минске от Waiwi.ru.



Собственно так я совмещаю все, что люблю. Без этого мне будет скучно, хотя иногда количество задач зашкаливает. Среди моих личных увлечений есть психология, иностранные языки и музыка, многое из этого применяю в работе. Я стараюсь всегда учиться чему-то новому, прохожу курсы, читаю книги, хожу на мероприятия разного профиля.

Всем начинающим маркетологам советую почитать конечно же Котлера, желательно в оригинале, чтобы вникнуть в сущность маркетинга, и И.Манна «Маркетинг без бюджета. 50 работающих инструментов». Книги, которые считаю очень полезными: Гарри Беквит «Продавая незримое: Руководство по современному маркетингу услуг», Чан Ким «Blue Ocean Strategy», М. Ильяхов и Л. Сарычева «Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст»,

Роберт Чалдини, Стив Мартин и Ноа Гольдштейн «Психология убеждения. 50 доказанных способов быть убедительным», Хэлворсон Хайди Грант «Психология Мотивации».

Слежу за профессиональными новостями и нахожу «фишки» здесь: [vc.ru](http://vc.ru), [geniusmarketing.me](http://geniusmarketing.me), [marketing.by](http://marketing.by), [dnative.ru](http://dnative.ru) (блог про SMM и Instagram), [блог Лилии Ниловой](#), [ramu.ru](http://ramu.ru), [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), [AMA](#), [www.entrepreneur.com](http://www.entrepreneur.com), [onlinemarketing.de](http://onlinemarketing.de), [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com).

Вообще все самые трендовые новости маркетинга стоит искать на зарубежных ресурсах, так как все-таки американский и европейский рынки гораздо более развитые, чем наш. В целом, я стремлюсь быть максимально полезным маркетологом, event-менеджером и предпринимателем. Пропагандирую проактивный образ жизни. Надеюсь, у меня получается. Старайтесь, получится и у вас.

Пообщаться с Викторией и узнать подробнее о секретах маркетинга можно через Telegram/Viber/Whatsapp ([+37529 373 73 25](tel:+375293737325)) или через страницы [FB](#) и [VK](#).

Подробнее с проектом BIGIN и всеми кейсами можете ознакомиться в презентации:

[Скачать \(PDF, 3.29MB\)](#)

---

Каждый может сделать очень-очень многое, главное хотеть и не лениться это делать. Впереди новый учебный год, новые задачи, цели и конкурсы, впереди невероятные знакомства, хорошие друзья и замечательные победы. ФМк желает своим студентам и выпускникам вдохнуть теплый осенний воздух полной грудью, наполнить им паруса и стремиться к новым горизонтам. Потому что жизнь полна чудес, надо просто к ним двигаться!

P.S. Другие истории выпускников ФМк читайте в нашей [рубрике Истории выпускников](#).

*Путинцева Екатерина  
Путинцева Татьяна*