


МНЕ ПРЕДСТАВИЛАСЬ
ВОЗМОЖНОСТЬ, А МОЙ ОПЫТ
ПОДСКАЗЫВАЕТ, ЧТО ЕСЛИ
ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ, ЛУЧШЕ
ЕЮ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ,
РАЗ УЖ ОНА ЕСТЬ.



БОЛЬШОЙ КРИС
«КАРТЫ, ДЕНЬГИ И ДВА СТВОЛА»

директор М М М Ц
Василий Овчинников

главный редактор
Татьяна Пшеничная

ответственный редактор
Татьяна Пшеничная





руководитель отдела PR и маркетинга
Ирина Злоказова

макет и дизайн
Творческое объединение #4

над номером работали:
Евгения Дудерина
Алиса Машкова
Анастасия Полянская
Мария Саямова
Анастасия Чумакова

в дизайне обложки использован
графический объект, посвященный
пионеру цветной фотографии,
С. М. Прокудину-Горскому

Московский Многофункциональный
Молодёжный Центр
Москва, Ярославское ш., 124
телефон: + 7 (495) 308 94 04
факс: + 7 (499) 181 83 64

Мы в социальных сетях: Регистрация на события:
 — mymfc <http://mymfc.timepad.ru>
 — mymfcrgu Все вопросы и предложения
 — mymfcrgu присылайте на почту:
 — mymfcrgu info@mymfc.ru

содержание

новости 4

актуально 6

интервью 10

10 советов 12

сфера 14

репортаж 16

цифры 20

мнения 22

↓ ДОБРЫЕ ДЕЛА ОБЪЕДИНЯЮТ РЕГИОНЫ

Поделиться своими добрыми начинаниями и узнать о возможности заниматься благотворительностью смогут более 3000 участников III Съезда волонтеров. Он пройдет с 5 по 7 декабря в Москве. На мероприятии соберутся делегаты молодежных благотворительных организаций и центров по подготовке волонтеров. Они примут участие в конференциях, круглых столах и мастер-классах.

Эти события будут разворачиваться на различных образовательных площадках города Москвы в первые два дня мероприятия. Третий день будет отмечен закрытием самого масштабного добровольческого съезда уходящего года. Руководитель Дирекции «Года волонтера» поделилась с нами своими ожиданиями от мероприятия: «Главная проблема, с которой сталкивается благотворительная деятельность в нашей стране, — это недостаточная освещенность проходящих акций в СМИ. Люди просто не знают, насколько активно развивается эта область и скольких успехов мы уже добились. Надеюсь, что после Съезда к нам присоединятся новые участники.»

↓ ОТ СТРАТЕГИИ ДО ПРАКТИКИ

Традиционно для гостей мероприятия будут работать 4 платформы: «Экспозиция», «Активности», «Стратегии» и «Практики».

В рамках «Экспозиции» гости смогут посетить выставку молодежных добровольческих организаций. Организаторы события рассказали о шести основных направлениях волонтерства, в которых можно принять участие: «Очень важна помощь социально незащищенным слоям населения, это работа с детьми и пожилым людьми. К сожалению, всегда есть потребность в переливании крови, и поэтому очень актуальна работа в секторе донорства. Кроме того, существуют экологические волонтеры. Многие ребята с радостью работают в спортивном направлении, которое особенно ярко проявляется на фоне таких мировых спортивных событий как Олимпиада и Универсиада. Еще одна область, где можно себя попробовать - участие в городских событиях.»

Платформа «Активности» создана для тех, кто хочет необычно отдохнуть или научиться чему-то новому. Например, каждый сможет получить приятный подарок на зимней лотерее, порисовать хной, сыграть в настольные игры или советские игровые автоматы. Прямо там, выбрав понравившийся проект, можно будет оформить личную книжку волонтера.

Руководители общественных движений из 50-и регионов России подведут итоги уходящего года, проанализируют количество и качество добрых дел и наметят планы работы на будущий год на платформе «Стратегии».

А платформа «Практики» расскажет всем желающим о международном опыте благотворительности. Посетители смогут пообщаться с иностранными добровольцами и узнать о возможности обучения или волонтерства за границей.

Съезд состоится в здании Центрального телеграфа по адресу ул. Тверская, 7.

Александра Нечаева



МОЛОДЕЖЬ РЕШАЕТ ПРОБЛЕМЫ: «КУБОК МОСКВЫ»

**СТАРТОВАЛА ОСЕННЕ-
ЗИМНЯЯ СЕССИЯ**

«КУБКА МОСКВЫ 2013» —



**31 ОКТЯБРЯ В МОСКОВ-
СКОМ МОЛОДЕЖНОМ
МНОГОФУНКЦИОНАЛЬ-
НОМ ЦЕНТРЕ СОСТОЯЛАСЬ**

**ТОРЖЕСТВЕННАЯ
ЦЕРЕМОНИЯ ОТКРЫТИЯ
ЧЕМПИОНАТА ПО РЕШЕ-
НИЮ ГОРОДСКИХ**

ПРОБЛЕМ

Автор: Мария Саямова



На церемонии выступили специально приглашенные эксперты, в числе которых российский врач-хирург Муслим Муслимов, основатель сервиса GetTaxi Шахар Вайсер, научный сотрудник Московского института развития образования Андрей Алферов, а также многие другие бизнесмены, представители Департаментов Москвы и других регулирующих органов. Они огласили задания заочного тура, а проблемы столицы для удобства работы разделили на 5 направлений: образование, здравоохранение, транспорт, спорт и государственные услуги.

Директор МММЦ Василий Овчинников поблагодарил всех присутствующих за то, что смогли приехать «в такую даль» и добавил: «К сожалению, в Москве существует такая тенденция: важные выставки, культурные и деловые события проходят в центре. Это означает, что жители окраин не вовлечены в события города и в основной своей массе остаются вне их. Хотелось бы немного оттянуть городскую жизнь к окраинам — это не только привлечет местных жителей, но и немного разгрузит центр, ведь если событие действительно важно, то на него приедут и жители других районов. Наш МММЦ находится недалеко от МКАДа, но при этом здесь проходит много интересных событий — например, сегодняшний «Кубок Москвы». Надеюсь, этот турнир привлечет много людей и сможет стать традицией, которая будет реально помогать в решении проблем города».

МОЛОДЫЕ МОСКВИЧИ РЕШАТ РЕАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

«Кубок Москвы по решению городских проблем» — первый официальный чемпионат для столичной молодежи. Организованное совместно с Департаментом культуры, это соревнование привлекает активную молодежь к поискам решений насущных проблем города. По словам Владимира Филиппова, заместителя руководителя Департамента культуры, прошли времена, когда решения принимаются только в кабинетах: «Появляется все больше учреждений, вроде МММЦ, которые призывают молодежь стать «авторами» своего города. На «Кубке Москвы по решению городских проблем» ребята смогут оформить свои проекты, готовые к реализации. Конечно, побеждает только один из них, но победителями дело не ограничивается — те, у кого есть идеи и желание их воплотить, всегда могут прийти в наш Департамент культуры и предложить свои решения по развитию района, двора. Мы открыты для всех новых идей и очень вас ждем».

В «Кубке Москвы» 3 этапа заочного тура и очный финал, которые будут проходить в течение двух месяцев. Принять участие в чемпионате могут москвичи в возрасте от 16 до 30 лет. Для начала нужно собрать команду из двоих человек, зарегистрироваться на сайте кубокмосквы.рф и решить несколько заданий. Кстати, они не выдуманные — это актуальные вопросы, которые требуют скорейшего урегулирования. Например, в разделе «Спорт» предлагается найти способ повысить популярность дворовых видов спорта, а в «Здравоохранении» требуется найти решение, которое поможет убедить людей не игнорировать ежегодную диспансеризацию.

ЛУЧШИМ ДОСТАНУТСЯ ДЕНЬГИ

Команда, успешно справившаяся с заданиями, проходит в полуфинал, где предложенные наработки нужно расширить до полноценной презентации объемом в 10 слайдов. Финалисты заочного тура получают новое задание от Департамента культуры, для которого также требуется создать презентацию. И, наконец, в очный финал выходит пятерка лучших команд. Победитель получит 100 000 рублей. Впрочем, остальные тоже не останутся без призов — их ценность определит рейтинг (количество заработанных командой баллов).

Победителей каждого этапа определит экспертная комиссия, состоящая из представителей Департаментов города Москвы, партнеров и организаторов чемпионата. 18 декабря состоится церемония закрытия и итоговая презентация пяти финалистов. Это не единственный проект в котором участвует Московский молодежный многофункциональный центр, такого рода. Уже 19 декабря состоится шестой Форум московской молодежи. Там МММЦ будет презентовать свою площадку, а также выступит в качестве соорганизатора. ●



С НАСТУПЛЕНИЕМ ХОЛОДОВ ПОЯВЛЯЮТСЯ НОВЫЕ ПРОЕКТЫ.

УЗНАЙ, НА ЧТО МОГУТ ВДОХНОВИТЬ ЛУЖИ И МОРОЗЫ,

КАКИЕ АКТУАЛЬНЫЕ НОВИНКИ ПОКОРЯЮТ СТОЛИЦУ,

И КАК НЕ ПРОГОРЕТЬ В СЕЗОННОМ БИЗНЕСЕ

ВДОХНОВЛЯЯСЬ



ЧАЙНЫМИ ЦЕРЕМОНИЯМИ

Морозная погода способствует посиделкам у домашнего очага. Редко кто в такие моменты откажется от чашечки горячего напитка. Неудивительно, что чай входит в число наиболее универсальных и распространенных подарков, в том числе и в корпоративной среде. Руководитель и идейный вдохновитель проекта Taminacoffee Юлия Халюкова рассказывает об особенностях продвижения бизнеса и пристрастиях клиентов.

«В нашей большой семье всегда любили собраться и посидеть за чашечкой хорошего чая, но даже на полках в специализированных магазинах не часто встречался достойный по качеству и вкусу продукт. Я не нашла то, что мне нужно, поэтому решила продавать чай сама. Летнее время принято считать убыточным для продажи чая и кофе, и, отчасти, так и есть — если предприниматель идет по проторенной дорожке и не вносит никакие коррективы, дополнения и новшества в бизнес-процессы. Такие изменения необходимы на 100%, если мы не хотим называть бизнес «сезонным». Мир чая и кофе настолько обширен, что для каждого человека и в любой сезон не составляет труда найти и предложить именно тот продукт, который будет отвечать всем требованиям и ожиданиям.

Холодное время года, в первую очередь, связано для предпринимателя с Новым годом и остальными зимними праздниками. По этой причине наибольшим спросом пользуются, конечно, чайные подарки. Они подойдут к любому событию и никогда не будут пылиться на полках или в шкафу. Если говорить о вкусовых пристрастиях, то здесь, безусловно, лидирует черный чай с фруктовыми, цветочными и другими натуральными компонентами. Лечебный чай и травяные смеси также пользуются наибольшим спросом именно в холодное время. В этом году мы запустили новое для нашей компании направление — «Щедрые подарки», представляющее собой изготовление чайных презентов с индивидуальным дизайном под каждого клиента. Чтобы не прогореть в таком бизнесе, необходимо быть не только на шаг впереди своих конкурентов, но и ответственно выполнять свои обязательства перед клиентами. В нашей стране, как показывает практика, с этим огромная проблема. Очень часто предприниматели пытаются завлечь к себе с помощью понижения цен на продукцию. Это, на мой взгляд, неверный подход, даже если предложить больше нечего. Надо работать так, чтобы клиенту не пришлось в голову искать что-то лучшее».

ИСТОРИЕЙ ГОРОДА

Наступление холодов — не повод отказывать себе в познавательных прогулках. Авторы проекта «Иди и смотри» подготовили для жителей и гостей столицы большой выбор «утепленных» авторских экскурсий по необычной Москве. Принципиальное отличие программы, ориентированной на холодное время года, состоит в симбиозе экскурсии на улице и в помещении. «Культурно-спортивно-познавательно-оздоровительные во всех смыслах мероприятия», как их называют авторы проекта, включают в себя посещение музеев, кафе, магазинов и других интересных мест.

Водят на такие прогулки только маленькие группы, что позволяет открывать для себя «уголки» столицы, недоступные большим автобусным турам. Все экскурсии глубоко тематические и разнообразные по своему информационному и эмоциональному содержанию. К предстоящему сезону авторы проекта подготовились основательно. Они предлагают заглянуть в усыпальницу Новоспасского монастыря, прогуляться по «любимой» Москве Есенина, зайти в музей Игоря Талькова или за кулисы цирка, выпить чашечку чая на Воробьевых горах или прокатиться с харизматичным экскурсоводом по Кольцевой линии метро. Пожалуй, в этом сезоне каждый найдет программу себе по душе!

СТАРЫМИ ГАЛОШАМИ

Неизбежная головная боль москвичей в холодное время года — уход за обувью. Модельные сапожки из последней коллекции под воздействием слякоти и реагентов быстро теряют свою привлекательность. Магазин с провокационным названием Shoescondom предложил столичным жителям простое и практичное решение проблемы — вернуть в моду резиновую обувь.

При упоминании галош у многих, несомненно, в голове возникает образ скучной и не очень привлекательной обуви, подходящей, скорее, для работы на даче. Как, напрашивается логичный вопрос, она может сочетаться со стильными нарядами и деловыми костюмами? У норвежских и американских дизайнеров нашлось решение — сделать галоши стильным и практичным украшением повседневной обуви. Оригинальный дизайн позволяет им отлично сочетаться с кроссовками, ботинками и даже сапогами на каблуках, сохраняя обувь сухой и чистой в течение всего дня. Чудо-модели уже покорили Европу, а теперь дошли и до столицы России. →

ГАДЖЕТОМАНИЕЙ И РАСПАЛЬЦОВКОЙ

Тема перчаток, через которые можно взаимодействовать с тачскрином, впервые стала широко раскручиваться в 2008 году. Итальянские дизайнеры из фирмы Ni-Fun предложили новое решение, позволяющее отвечать на звонки в холодное время года, не снимая перчаток и не перерывая содержимое карманов или сумки в поисках звящего устройства.

Они встроили bluetooth-гарнитуру в кончики пальцев перчаток Ni-Cal (динамик расположен на большом пальце, а микрофон — на мизинце). Для получения звонка достаточно прижать к кисти зеленый кружок кнопки вызова. Теперь можно говорить по телефону с распальцовкой а-ля «новый русский», шокируя и удивляя консервативных прохожих.

КОНСЕРВАТОРИЕЙ И ЗАМКОМ СНЕЖНОЙ КОРОЛЕВЫ

В морозные дни у москвичей будет шанс полюбоваться видами заснеженного центра столицы с высоты птичьего полета или даже почувствовать себя гостями ледяного замка. Для этого надо подняться на крышу отеля «Арарат Парк Хаятт» (ул. Неглинная, д. 4) в бар «Консерватория». Раньше терраса на крыше открывалась только в теплое время года, но теперь и зимой в ледяном баре можно опробовать необычное меню из морозной водки или горячего ароматного глинтвейна на выбор и получить на закуску несколько пирожков. Любителям уюта в большей степени подойдет основной зал бара со стеклянными стенами и крышей, которые позволят насладиться окрестными видами, находясь в теплом помещении.

Остается загадкой, почему бар назвали — «Консерватория». Известно, что в переводе с «родного» итальянского оно обозначает приют для сирот и беспризорных, где обучали ремеслам, и только в XVII веке акцент сместился на музыку. Однако, латинская основа слова, имеющая буквальный перевод «охранять или спасать», придает особый смысловой вектор названию. Может, ледяной бар на крыше и призван спасти москвичей от серых и скучных будней?

ТЕПЛЫМИ ПЛЕДАМИ

Прохладной осенью или морозной зимой как никогда хочется провести вечер дома, укутаться в теплый плед и читать интересную книгу, забыв о проблемах и заботах, а отвечать на сообщения друзей в социальных сетях комфортнее, не вылезая из-под одеяла. В таком случае плед с рукавами — просто воплощение мечты! Его крой позволяет укутаться с головы до пят, и не сковывает движения рук. Переключать каналы, заниматься рукоделием, отвечать на телефонные звонки или работать за компьютером в его объятиях вдвойне приятно.

Такое необычное покрывало очень пригодится на даче или в палатке, а для семьи с ребенком одеяло с рукавами будет просто находкой, защищая кроху от сквозняков и вечерней прохлады, — утверждает сайт магазина «Футужама».



ЛЮБОВЬЮ

К НАРЯДАМ

Продавать одежду и аксессуары пробуют многие. Тем не менее, чтобы найти свою нишу и добиться значительных успехов, необходимы опыт и понимание рынка.

«Занимаюсь бизнесом уже 3 года. Я люблю красиво одеваться и увлекаюсь зимними видами спорта, и это не только послужило для меня источником вдохновения, но и задало определенный вектор моему проекту», — рассказывает Анастасия Кочнева. В этом сезоне девушка открывает новый магазин Life in colour, специализирующийся на продаже одежды и обуви для прогулок, спорта и активного отдыха.

«Основная трудность состоит в том, что осенне-зимний сезон длится около 6 месяцев, и часть продукции остается нерезализованной. Деньги приходится замораживать до периода следующих закупок, — делится Анастасия, — к новому сезону нужно начинать готовиться за полгода или даже за 3 месяца — все зависит от поставщиков и от страны, из которой импортируется продукция.

В любом бизнесе, особенно требующем стартовых вложений, регулярно возникают непредвиденные трудности, не говоря уже о том, что первый блин часто бывает комом. Поэтому всегда важно не сдаваться, верить в свое дело и не бояться спрашивать советы у людей, которые работают в этой сфере уже достаточно долго и успешно».

ГОРНОЛЫЖНЫМИ

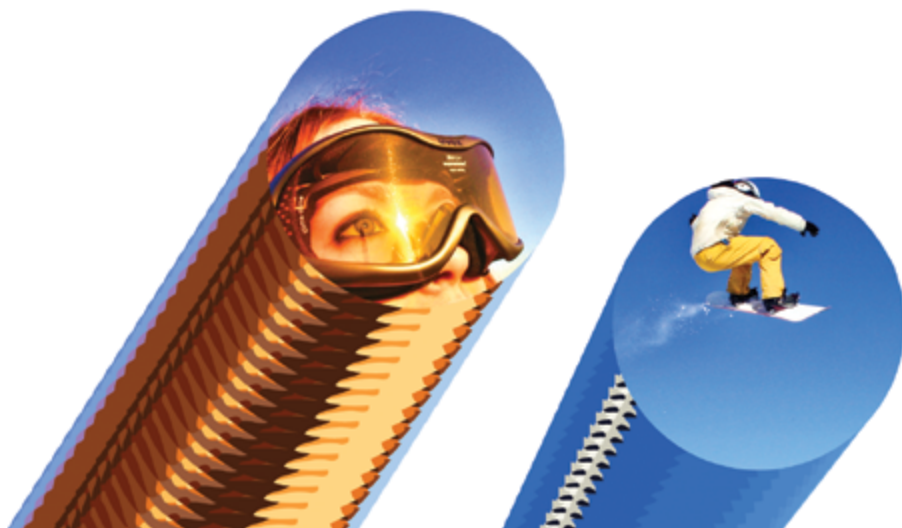
СКЛОНАМИ

Отличная идея для бизнеса часто рождается в тот момент, когда сталкиваешься с сервисом, который было бы сложно назвать клиентоориентированным. Так произошло и с Александром Гришиным. Молодой предприниматель рассказывает читателям, как пришла идея создать проект «Борд-прокат» и почему на качество не экономят:

«Прокатом сноубордов и горных лыж я занимаюсь 2-й сезон. Этот бизнес возник не благодаря, а вопреки... Как-то раз, когда мы были студентами, нас охватило любопытство, азарт и жажда экстрима, и мы поехали зимой в Сорочаны, чтобы посмотреть, что это за чудо такое — катание на горнолыжном склоне. К нашему печальному удивлению, тарифы на прокат комплекта оборудования начинались от 600, 900, и 1100 руб. в час (!) в зависимости от уровня оборудования (начинающий, середнячок, профессионал). Дополнительно необходимо было оставить залог в размере 15 000 руб. и документ, удостоверяющий личность. В итоге, потратив 2 часа на поездку от Москвы до Сорочан, мы были вынуждены пешком спускаться и подниматься по склонам «в режиме пешеходов». Так мне пришла идея организовать недорогой прокат горнолыжного оборудования и сноубордов по доступным ценам.

Самые «дорогостоящая» трудность, с которой приходится сталкиваться, — это поломка сноубордов: расслоения, неремонтируемые трещины в скользящей поверхности и тому подобное. К сожалению, менталитет нашего народа такой: «Я заплатил деньги и теперь могу делать что хочу». Главное, что пришлось усвоить за это время, — нельзя экономить на оборудовании. Оно должно быть крепкое, известных брендов, так как дешевых сноубордов хватает только на один сезон.

Как говорится, готовь сани летом... Я бы порекомендовал начинать подготовку к запуску сезонного проекта минимум за полгода, еще лучше — за год. Чтобы получать прибыль, а не работать только на окупаемость, лучше обзавестись хорошими связями и снимать помещение по льготным ставкам». ●



ЖИЗНЬ В РЕЖИМЕ ЭКО

ИЛИ НОВЫЕ ГОРОДСКИЕ РЕШЕНИЯ



КАК СТАТЬ ДИЗАЙНЕРОМ СРЕДЫ?

**ЗАЧЕМ УЧАСТВОВАТЬ В КОНКУРСАХ И ФОРУМАХ? ЧТО
ТАКОЕ ВЕРТИКАЛЬНЫЕ САДЫ И ЗАЧЕМ ОНИ НУЖНЫ?
ОБ ЭТОМ M-DIGEST РАССКАЗАЛА АННА ПОДОЛИНА
— ДИЗАЙНЕР СРЕДЫ, ЭКОЛОГ, СОЗДАТЕЛЬ ПРОЕКТА
«ЭКОДОМ. ПРОФЕССИОНАЛЬНО».**



Автор: Мария Саямова

Деятельность Анны Подолойной, как дизайнера среды, посвящена улучшению ее экологического состояния, распространению и популяризации экотоваров, а также «умному» озеленению пространства — созданию условий, в которых среда сама перерабатывает отходы, вырабатывая полезные ресурсы, такие как воздух, энергия, тепло и т. п.

Еще в детстве Анна начала мыслить экологично. Вместе с сестрой-близнецом они играли в сортировку отходов: устраивали в комнате свалку игрушек, перемешивали, а потом разбирали. В результате все оказывалось полезным и мусор полностью исчезал, что это приносило пользу планете, а главная героиня «зарабатывала» на этом кучу денег, а потом встречала свою любовь... Так из детских фантазий выросло призвание. Анна с малых лет увлекалась рисованием, конструированием, любила природу: «Поначалу я думала, что буду дизайнером интерьеров, но на практике оказалось, что в этом направлении природы почти нет. Тогда я ушла в ландшафтный дизайн, но работу затрудняли небольшой спрос и сезонность... В результате я пришла к варианту, соединяющему оба моих увлечения, — дизайну среды. Постепенно мое направление перешло в инновационный «зеленый» дизайн».

Девушка окончила Московскую академию образования Натальи Нестеровой по специальности «дизайн среды». Она традиционно считается одной из наиболее сложных, так как объединяет сразу 3 направления: архитектуру, интерьер и ландшафтный дизайн. Параллельно Анна прошла курс графического дизайна, что позволило ей выполнить ряд успешных заказов и создать отличную репутацию и неповторимый стиль собственного бренда.

↓ **ЗДОРОВЫЙ ДУХ КОНКУРЕНЦИИ**

В 2009 году Анна, будучи уже дизайнером среды, попала на молодежный форум «Селигер», научилась не только грамотно оформлять бизнес-проекты, но и правильно подавать их. Там же она начала разработку своей авторской идеи под названием «Зеленые крыши», которую позднее, в 2012 году, представила на конкурсе молодежных проектов «Инновации для города» Московского молодежного многофункционального центра. И, несмотря на большое количество заявок, работа Анны прошла в финал.

В июне этого года Анна покорила новую вершину, перейдя на более серьезный уровень: выиграла всероссийский конкурс «Моя страна — моя Россия» с проектом «Эко-картины (вертикальные сады)». О конкурсе она узнала через МММЦ, который помог с оформлением документов.

Участие в соревнованиях и тематических встречах помогло Анне обрести не только уверенность в себе, но и известность в профессиональных кругах: «Мне звонили люди проконсультироваться по поводу зеленых крыш и стен — оказалось, что специалистов мало». Кроме того, значимым

результатом конкурса «Инновации для города» дизайнер среды считает приобретение навыка эффективных презентаций: «Мой сайт сделан по принципу презентаций, письма по работе — это те же мини-презентации».

↓ **ЭКОДОМ, В КОТОРОМ МЫ ЖИВЕМ**

В прошлом году родился один из главных и любимых проектов — «ЭкоДом». Его «прародителями» можно считать предыдущие работы — «Волшебный сад» и «Волшебный дом». Благодаря новому названию удалось не только объединить в себе несколько направлений, но и дать короткую, простую и, главное, понятную формулировку сути новой компании.

«ЭкоДом» предлагает целый комплекс эко-услуг: от специализированных товаров до разработки проекта комплексного реформирования пространства. Подобная реорганизация как небольших объектов (квартира, офис), так и крупных (здание, квартал, поселок, город), позволяет добиться создания замкнутой самообновляющейся среды, которая способна более экономно потреблять ресурсы, вырабатывая часть из них самостоятельно. Такой эффект дают «живые системы», подобные «зеленым» крышам и вертикальным садам (система фитостен, созданная из совокупности растений, размещенных вертикально в специальных конструкциях).

Сейчас Анна уже не просто дизайнер, а индивидуальный предприниматель: она сама себе инвестор, своими силами создала сайт и успешно занимается его развитием. Пожалуй, свое эко-мышление и стремление к самодостаточности девушка перенесла и в способ организации труда: «У меня сложные проекты, которые могут иметь различные варианты развития. А малейшее разногласие мешает работе — поэтому мне лучше руководить самостоятельно». У «ЭкоДома» нет постоянного персонала, а раскрутке, в основном, способствуют полезные знакомства, которые Анна завела, участвуя в выставках, тематических мероприятиях, также хорошо помогает старое доброе «сарафанное радио» и вездесущие социальные сети.

↓ **НЕ ОСТАНАВЛИВАТЬСЯ НА ДОСТИГНУТОМ**

Несмотря на то, что Анна с «ЭкоДомом» уже многого добилась, она не хочет останавливаться на достигнутом. Этим летом девушка снова участвовала в конкурсе «Инновации для города» с новым проектом «Экологичный общественно-личный транспорт». Она предложила создать доступный сервис по прокату машин на экологичном топливе.

Кроме того, в планах Анны несколько новых инициатив, связанных с озеленением города и общественным транспортом: «Я сейчас как раз ищу пути договориться с чиновниками, чтобы в метро ввести вертикальное озеленение и создать больше кислорода. Также ведутся переговоры о том, чтобы появилось озеленение в наземном транспорте». ●

ПО E-MAIL МАРКЕТИНГУ



**МНОГИЕ НАЧИНАЮЩИЕ ПРЕД-
ПРИНИМАТЕЛИ СТАЛКИВАЮТСЯ
С ПРОБЛЕМОЙ ОТСУТСТВИЯ БАЗЫ
КЛИЕНТОВ. ЮЛИЯ САВИЦКАЯ,
ВЕДУЩИЙ МЕНЕДЖЕР КОМПА-
НИИ MAILIGEN, РАССКАЗАЛА
О ВОЗМОЖНОСТЯХ, КОТОРЫЕ
ДАЕТ E-MAIL МАРКЕТИНГ —
ОДИН ИЗ САМЫХ ЭФФЕКТИВНЫХ
ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ БИЗНЕСА**



Средний показатель ROI (Return on Investment — возврат инвестиций) e-mail маркетинга составляет 40%, он эффективнее баннеров на 30%, дешевле других маркетинговых инструментов в 5–10 раз. Увеличение прибыли, сокращение рекламного бюджета, рост лояльности потребителей, автоматизация работы отдела маркетинга, повышение узнаваемости бренда — все это результаты использования e-mail маркетинга. Эксперты считают, что в данный момент он является самым эффективным онлайн-каналом в мире, деля верхнюю строчку с SEO-продвижением. Хорошие данные, согласитесь? В Америке нет такого вида бизнеса, где не применялся бы этот маркетинговый инструмент. Аналогичная картина наблюдается в Европе и многих странах Азии. Иная ситуация — в России.

→ 1 → Позвольте подписчикам выбрать — какую информацию, в какой день и как часто они хотят получать.

→ 2 → Дайте им возможность отвечать на ваши письма.

→ 3 → Проводите опросы, узнайте, что интересует ваших потребителей. Многие процессы в e-mail маркетинге автоматизированы. Все, кто начинает его использовать, задают один вопрос: «Где взять базу?» Собрать, конечно же. У вас на сайте есть форма подписки?

Вы решаете проблемы ваших посетителей, можете помочь один раз или несколько? Способов попросить e-mail — тысячи, важно найти оптимальный, и человек с удовольствием оставит свой адрес. Главное — помнить, что электронная почта — это личная информация, которую вам доверили. Не злоупотребляйте!

→ 4 → Разместите на сайте форму подписки. Укажите, что узнают или получают люди, которые оставят вам свой e-mail.

→ 5 → Продумайте все возможные точки контакта с потенциальными клиентами и постарайтесь получать e-mail из всех источников. Например, если у вас есть магазин, вы можете просить покупателей заполнить анкету постоянного клиента. Или, если проводите мероприятия, попросите оценить их и заполнить анкету. Возможностей получить заветный электронный адрес — множество. Используйте их все!

→ 6 → Продумайте, какая информация о подписчике вам нужна для максимально персонального предложения. Не стоит делать форму подписки большой (максимум 3 поля: например, e-mail, пол и город), иначе люди не будут ее заполнять. Узнать дополнительную информацию можно позже. Итак, заветный e-mail оставлен — у вас появился первый потенциальный клиент. Потом их будут тысячи и сотни тысяч. Все они разные, со своими

Mailigen — это агентство и платформа для интегрированного e-mail маркетинга. Материнский холдинг Mailigen был создан в 2010 году. Сегодня компания занимает лидирующие позиции в 83-х странах на рынках Европы, Азии и США. Mailigen входит в топ-10 ведущих мировых сервисов e-mail маркетинга по оценкам TopSeos и TopTenReview. В 2013 открыт офис в России. Компании, которые сотрудничают с Mailigen: BMW, Bosch, K-RAUTA, Bayer, LEXUS, DNB, AviaSales.ru, Oriflame, Japan Airlines и другие.

потребностями и интересами, поэтому необходимо их хорошенько изучить. Простые советы.

→ 7 → Используйте анкеты и опросы, анализируйте статистику по реакции на ваши письма. Все это поможет сегментировать базу и делать предложения максимально персональными.

→ 8 → Четко определите цели вашей e-mail кампании: информирование, PR, продажа и т. д. Исходя из задачи, необходимо найти подходящее содержание и тему для письма, продумать призыв к действию и выбрать показатели, по которым будете определять успешность предприятия. Все это необходимо, чтобы ваши отношения с потенциальными клиентами были максимально понятными. Информация сегодня мгновенно распространяется, а устаревает еще быстрее, поэтому особое внимание стоит уделить мобильному маркетингу.

→ 9 → Создавайте мобильную версию писем для тех, кто большинство информации получает через телефон. Здесь важно все: формат и верстка письма, содержание, время отправки, простота перехода и возможность принять решение здесь и сейчас.

→ 10 → Максимально задействуйте социальные сети. Скоро интеграция электронных писем и социальных сетей станет еще более тесной. Оба канала будут использоваться интенсивнее для получения максимальной прибыли.

→ **Дополнительный совет** → следите за тенденциями. Сегодня, самое развивающееся направление — триггерные письма, в которых содержание одного послания плавно переходит в цепочку автоматических мейлов. Начинается она с приветствия нового подписчика, а заканчивается — индивидуальным письмом с конкретным предложением, отвечающим интересам и потребностям конкретного человека. Существует множество тенденций и маркетинговых инструментов. Некоторые из них быстро устаревают. E-mail маркетинг будет актуален в течение всего времени, пока вы способны предложить своим подписчикам что-то ценное. ●



Книга

КАК ИДТИ К НАМЕЧЕННОМУ

Почему что-то удается с легкостью, а другое не получается вообще? «Психология достижений» от специалиста по мотивации Хайди Грант Хэлворсон объясняет это неправильной постановкой цели. «При отсутствии конкретной цели призыв приложить максимум усилий — верная дорога к невысокому качеству работы», — пишет психолог. Вы должны четко представлять, что хотите получить в итоге. Чем выше планка, заявленная цель, тем большего результата можно ожидать

Хайди сравнивает этот процесс с путешествием. Важный шаг — «сбор багажа». Вы должны для себя понять, ЧТО не даст вам свернуть с намеченного пути. То, о чем говорит психолог — это не теоретические разглагольствования, а добыты «потом и кровью» опыт, результаты кропотливых исследований, прочувствованные и, потому, действенные. Как правильно определять причины своих неудач и не нарезать круги по «грабельному полю» — вот чему собирается научить своих читателей Хэлсворт.

Знаком ленивой человеческой натуры предлагает целый ряд практических заданий и рекомендаций для тех, кто не может встать с дивана и начать действовать.



Гаджет

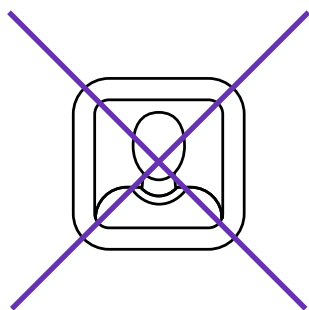
ВСЕ НА SCROOSER!

Для тех, кто не любит ни автомобили, ни велосипеды, придумали новое транспортное средство. Теперь добраться до работы можно с помощью экологически чистого скутера.

Концепт Scrooser — это гибрид самоката и электрического скутера. От своих «коллег по цеху» он отличается мягким ходом, чего удалось достичь с помощью огромных 8-дюймовых колес, простым управлением, легкостью конструкции (всего 28 кг!), отличным дизайном — куда уж без этого.

Это инновационное средство передвижения оснащено электромотором мощностью в 250 Вт, начинает работать в момент отталкивания от земли, разумно используя старую добрую инерцию. Когда скорость становится недостаточной — ниже 3 км/ч, — автоматически включается двигатель. Умный Scrooser рачительно использует возможности аккумулятора.

Максимальная скорость новинки — около 25 км/ч. Создатели электросамоката замечают, что каждая поездка напоминает городской вариант серфинга или сноубординга. Разработчик, дрезденская стартап-компания IFPEG GmbH, которая занимается созданием принципиально новых транспортных средств, заявляет, что заряда в экономичном режиме хватает примерно на 25 дней, в то время как, собственно, на зарядку уходит от одного до трех часов. Цена Scrooser варьируется от 500 до 5 000 \$ и более.



Сервис

DELETE ME, PLEASE!

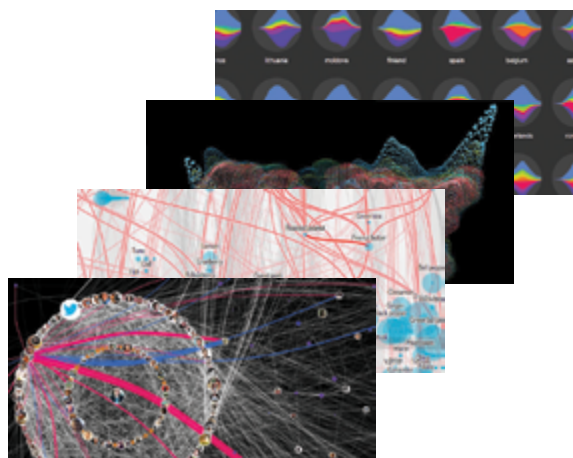
Удаляйтесь из соцсетей! В этом вам поможет justdelete.me. Новый сервис justdelete.me помогает пользователям Интернета быстро и безболезненно удалиться из какой-либо социальной сети.

По сути, это каталог социальных ресурсов с прямыми ссылками на страницы, где вы можете удалить свой профиль. Он был создан программистами из Великобритании.

На данный момент сервис поддерживает более 120-ти социальных сетей и других сайтов, в числе которых, что немаловажно, и российский сайт «ВКонтакте». Just Delete Me можно установить и в качестве приложения в браузере Google Chrome: на любом социальном сервисе оно будет показывать, каким образом можно «самоустраниться».

В зависимости от того, насколько сложно удалить профиль, каждому из ресурсов соответствует определенный цвет. Так зеленый сигнализирует об очень простом удалении, желтый говорит о среднем уровне сложности процесса, красный — о том, что ликвидация аккаунта будет непростой, и, наконец, черный дает понять, что удаление невозможно.

Интересно, что самые популярные социальные сети, например, Facebook, Twitter, Dropbox или русские «Одноклассники» помечены зеленым цветом. В то же время, Wikipedia, Evernote или некогда всеми любимая «аська» — ICQ — черным.



Сайт

ВИЗУАЛИЗИРУЕМ ДАННЫЕ

Надоело читать нудную статистику? Вам срочно необходима инфографика? О том, как ее сделать, можно прочитать в блоге Information Aesthetics.

Дэвид Мак Кэндлесс всегда был за данные, которые приятно не только читать, но и просто смотреть. Для этого он создал блог, в котором регулярно освещает сферу визуализации. Дэвид публикует факты, новости из области дизайна, а также отвечает на наиболее частые вопросы. Там же любой желающий сможет найти примеры работ. Например, в форме инфографики изображены бюджеты Голливуда, калорийность продуктов, где учатся студенты по обмену и даже Вселенная стартапов. Мак Кэндлесс — писатель и дизайнер. Он написал книгу «Information is Beautiful», а также работал над игрой «Helicopter Games».



БИЗНЕС-ТРЕНЕР – АНАТОМИЯ ПРОФЕССИИ

КТО ОНИ, ЭТИ ТАИНСТВЕННЫЕ БИЗНЕС-ТРЕНЕРЫ, ВСЕЗНАЮЩИЕ ГУРУ, ХРАНИТЕЛИ УЧЕНИЙ, КОТОРЫЕ СПОСОБНЫ СДЕЛАТЬ ИЗ ПРОСТЫХ СМЕРТНЫХ АДЕПТОВ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТА И КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ? ЧТОБЫ РАЗОБРАТЬСЯ, ЧЕМ ЗАНИМАЮТСЯ СПЕЦИАЛИСТЫ ЭТОГО ЭКЗОТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ, АНАСТАСИЯ ВЫГОВСКАЯ РЕШИЛА ПОБЕСЕДОВАТЬ С ОДНИМ ИЗ НИХ.

Когда семинары и лекции проводят знаменитые бизнесмены, стартаперы, политики, которые обладают бесценным личным опытом, то сразу понятно, почему на встречу с ними спешат толпы. Но чему учат те, для кого бизнес-трениги — это просто работа, как учитель, инженер или бухгалтер? Как у них получается профессионально наставлять людей на путь истинный?

Определение гласит: «Бизнес-тренер — это специалист по обучению персонала и руководителей коммерческих компаний приемам, методам и алгоритмам работы в бизнесе». Но, чтобы внести полную ясность, лучше пообщаться с живым человеком. Николай Арапов в этом году получил диплом МГТУ им. Баумана, но, вместо того, чтобы строить стартовые ракетные комплексы, занялся обучением людей и сейчас является успешным и перспективным бизнес-тренером, одновременно работая в двух проектах.

Арапов Николай — бизнес-тренер по управлению проектами в группе компаний «Проектная ПРАКТИКА», член Сообщества деловой молодежи, бизнес-тренер образовательной программы SBA Ассоциации Менеджеров России. Реализовывал программы обучения для сотрудников таких известных компаний, как «Лукойл Оверсиз», «Альфа-банк», «Газпром энергохолдинг», «ТатнефтьМехСервис», BCG, Банк «Русский Стандарт», «Системные решения», МОФ «МИР молодежи», Центр продюсирования инноваций.

Мы встретились в кафе во время обеденного перерыва — сказывается традиционный московский цейтнот. За столик присел высокий и симпатичный молодой человек, мой ровесник. Строгий костюм и хорошие манеры сразу навели на мысль, что передо мной серьезный, деловой человек. В то же время, обаятельная улыбка сразу располагала к простому и непринужденному общению. Поздоровались — по хорошо поставленному голосу, правильной речи и манере держать себя я без труда распознала в нем представителя публичной профессии.

— Николай, ты, насколько я понимаю, не так давно закончил Бауманку. Но почему выбрал столь «экзотическую» работу, ведь сейчас представители технических специальностей очень востребованы?

— Да, согласен, моя нынешняя профессия больше подходит гуманитариям. Вообще, в бизнес-тренеры я попал случайно... Или, наоборот, — не случайно... Сначала я хотел поднимать отечественную науку, проходил практику и работал на предприятии. Но быстро, к своему глубочайшему сожалению, осознал, что реальность далека от фантазии. Я попал в среду абсолютного застоя. Мы что-то собирали, согласно плану, создавали видимость деятельности, но проявить инициативу совершенно не удавалось. Да и зарплата, что уж скрывать, составляла завидовать даже каким-нибудь работникам общепита. Тогда я понял, что оставаться на заводе — не вариант... Но больше ничего я не умел. Знания, полученные в университете, никак не подготовили меня к встрече с реальным миром. Тогда я решил самостоятельно искать ответы на свои вопросы — попал на тренинг, многому научился и в процессе понял, что этим-то я и хочу заниматься.

— Но нельзя же просто сказать «хочу» и начать вести занятия?

— Конечно. Сначала я прошел специальный тренерский курс, получил диплом, побыл на «подхвате» у более опытных профессионалов — только после этого стал заниматься с собственными группами. Сейчас я работаю бизнес-тренером сразу в двух компаниях: коммерческой и некоммерческой. Понятное дело, одна обеспечивает стаж и стабильный заработок, зато вторая помогает реализовывать собственные инициативы и проявлять творческое начало.

— И что это за компании?

Сейчас у меня обеденный перерыв в «Проектной ПРАКТИКЕ». Эта компания — один из крупных игроков на рынке управления проектами со стажем более 20-ти лет. Чем мы занимаемся? Выражаясь казенным языком, «создаем корпоративные системы управления проектами, внедряем информационные системы, обучаем и сертифицируем специалистов, оказываем оперативную помощь в организации работы над проектами». Попытаюсь объяснить наглядно... К примеру, есть фирма, которая выпускает бублики — постоянно и качественно. Но вдруг она решает расширить ассортимент и заняться булочками с корицей. Запускают проект. Но это деятельность отличается от налаженной и привычной. Что делать? Как успешно запустить новую линейку продукции? Можно идти путем проб и ошибок, тыкаться, тратить время и деньги. Но, чтобы избежать мороки, лучше обратиться к нам. Наши консультанты пишут нормативные документы, план бизнес-процессов, тактику внедрения. Но, так как компания большая, нельзя оставлять преобразования на бумаге. Тут и появляемся мы — специалисты-тренеры, которые внедряют разработки на практике. Главный момент — обучить персонал, помочь этим людям перестроиться с привычной схемы на обновленную. Приходится много работать с сотрудниками, устраивать теоретические курсы с деловыми играми, разборами ситуаций и т. д., разрабатывать программу в Microsoft Project. В общем, наша цель — успешная реализация нового проекта.

Договор мы подписываем с абстрактным заказчиком, фирмой, а приходят к нам реальные люди — как рядовые сотрудники, менеджеры, так и топы, главы отделов, начальники. И видят они, к примеру, меня — молодого «зеленого» (в их то 40 лет) парня. Станут ли они мне доверять? Будут ли прислушиваться к тому, что я им говорю? Здесь-то и проявляется наше искусство! В конце мы всегда спрашиваем мнение клиентов о тренинге, раздаем анкеты, собираем отзывы и оценки. Нам важно знать, насколько эффективно мы поработали. Как правило, нам ставят «8», «9», «10» по десятибалльной шкале. В любом случае, довольны они или не довольны, мы должны их научить.

— А бывает ли, что эти самые взрослые люди, которых посылают к тебе, не воспринимают тебя серьезно? Как они вообще реагируют, когда некто неизвестный начинает их учить тому, чем они, по сути, всю жизнь занимаются?

У нас, как правило, не бывает неадекватных слушателей, которые в открытую выражают протест. Если человек пришел, то →

он примерно понимает, чего ожидать, и подозревает, что, раз его посылает фирма, — это плюс-минус то, что ему нужно. Бывают так называемые «сложные участники» — с темпераментом: им нужно говорить, не соглашаться, спорить. И это нормально. Вместе с тем, подобное поведение как раз означает, что человек активно вовлечен в тренинг. Здесь-то мы и включаем наши «суперспособности» (смеется).

Есть такая штука — называется «цикл Колба». Психолог Дэвид Колб разработал особый способ обучения взрослых. К примеру, ребенок, в отсутствии критического мышления, легко принимает на веру информацию, полученную от авторитета. Но взрослый человек — другое дело! Это уже сформировавшаяся личность, которая вряд ли станет беспроблемно верить какому-то непонятному тренеру. Наша задача — подтолкнуть человека к тому, чтобы он сам, на основе собственного опыта пришел к определенным выводам. Тогда он будет уверен, что до всего додумался сам и никакой заходный бизнес-тренер ему ничего не «втюхал». Искусство подводить человека к нужной нам мысли — вот главное мастерство, которое должен освоить каждый бизнес-тренер, в его основе лежит суть профессии. А уже чему учить — это специфика каждой отрасли.

Модель Колба — теория специалиста по психологии обучения взрослых Дэвида Колба, посвященная поэтапному формированию умственных действий. Она в различных вариациях широко применяется в ходе интерактивных уроков. Теория содержит 4 основных стиля обучения, которые основаны на 4-х этапном учебном цикле, и предлагает способ понимания различных стилей обучения конкретных людей, а также объясняет цикл универсального эмпирического обучения, применимого для всех.

— Получается, в «Проектной ПРАКТИКЕ» вы действуете в соответствии с программой, планом. А чем отличается вторая работа от этой?

— В Москве (пока только там, но идет уже экспансия в регионы) существует такой проект — SBA (Student of Business Administration) или, другими словами, Сообщество деловой молодежи при Ассоциации менеджеров России, членом которого я являюсь. Это молодые люди, которые интересуются и занимаются развитием бизнеса и общественной деятельности в молодежной среде. Вместе мы создаем большую образовательную программу. Каждые полгода начинается новый курс: из нескольких тысяч заявок мы отбираем 100-200 человек, с которыми занимаемся на протяжении нескольких месяцев.

Ассоциация Менеджеров (АМР) — независимая общественная организация национального масштаба, деятельность которой направлена на всестороннее содействие переходу российского делового сообщества к международным стандартам и этическим нормам ведения бизнеса, интеграции России в мировое экономическое пространство, налаживанию конструк-

ИСКУССТВО ПОДВОДИТЬ ЧЕЛОВЕКА К НУЖНОЙ МЫСЛИ – ВОТ ГЛАВНОЕ МАСТЕРСТВО, КОТОРОЕ ДОЛЖЕН ОСВОИТЬ КАЖДЫЙ БИЗНЕС-ТРЕНЕР

тивного диалога между властью и бизнесом, формированию позитивного отношения к отечественному бизнесу в обществе и за рубежом.

К нам приходят студенты с первого по последний курс, которые понимают, что им не хватает той информации, которую они получают в вузе. (Как и я в свое время.) Им дают базовые, технические знания, а так называемые Self Skills — навыки общения, публичных выступлений, организации работы — у них отсутствуют. То есть они даже не могут грамотно пройти собеседование.

Наш курс состоит из 3-х ступеней. База — «Личностная эффективность»: сюда входят эти самые Self Skills — целеполагание, командная работа, коммуникация, тайм-менеджмент, поведение в конфликтных ситуациях. Все это помогает молодым людям правильно подать себя в любой ситуации.

«Деловая эффективность» — продажи, проектный менеджмент, аналитика — где уже идет упор на бизнес-тематику, что пригодится любому предпринимателю. Блок «Профессиональная эффективность» — это узкоспециализированные мастер-классы с известными спикерами. Есть разные программы — маркетинг, финансы, HR, PR, управление персоналом и т.д. Тут каждый выбирает свою сферу. Мы выделяем каждому ученику своего «коуча» — личного наставника, составляем с ним план развития, отслеживаем его, ставим оценку, помогаем начать свой проект, из которого часто вырастает собственный бизнес. Например, одна милая хрупкая девушка открыла фирму по продажам экструдерного оборудования! Многие ребята устраиваются на хорошие должности в топовые международные компании. Согласитесь, многие к таким результатам идут годами.

— В итоге, кому могут пригодиться бизнес-тренинги?

— Я считаю, что необходимость бизнес-тренингов, особенно для молодежи, проистекает из глобальных проблем нашего образования. Людям в голову упорно запикивают знания, но, как ими пользоваться, как правильно преподнести себя, не учат. Мне кажется, программу нашей первой ступени — «Личностной эффективности» — нужно всем преподавать в университете! Количество нетрудоустроенных молодых специалистов, а также тех, кто не может определиться, чем он хотел бы в жизни заниматься, заметно бы снизилось.

С другой стороны, радует сама тенденция — многие задумываются, как и где получить недостающие навыки, ищут программы, подобные нашей, и получают результат. Именно поэтому у нас на тренингах почти не бывает недовольных — люди сами к нам стремятся. Да и нет у нас привычки запикивать готовые шаблоны в головы. Самое важное, что мы делаем, — мы заставляем людей думать, планировать, искать цель, даем толчок. А дальше — дальше они справляются сами. И никаких чудес тут нет. ●



Алексей Банников,
выпускник МГТУ
им. Баумана, инженер:

На бизнес-тренинге понравилась неформальная атмосфера, которая сложилась в группе за все время занятий Коли. И, конечно, получил положительные впечатления от лекций таких известных тренеров, как Наталья Грэйс, Радислав Гондапас и др. По прошествии определенного времени после окончания занятий я понял, что сам по себе тренинг не оказал никакого значительного влияния на реальное развитие. Скорее, он послужил мотивацией, но без планомерной ежедневной работы ничего не получится. Поэтому тренинги — это не панацея, а лишь способ общения с людьми, позволяющий обменяться идеями, опытом и обрести стимул к дальнейшему развитию. Далее все зависит от воли и усердия человека. Если посмотреть правде в глаза, в моей жизни после тренингов мало чего изменилось. Я продолжил работать в инженерной сфере.



Камилла Бадаева,
занимается
брендингом:

Я довольно часто прохожу тренинги и выбираю те, которые соотносятся с моей профессией. Мне нравится общаться с теми, кто в теме, на одной волне, нравится находить новые, интересные методы работы и применять их на практике. Я планомерно пополняю копилку знаний и довольна своими успехами.



Зинаида Реуцкова,
студентка 4 курса
МГТУ им. Баумана:

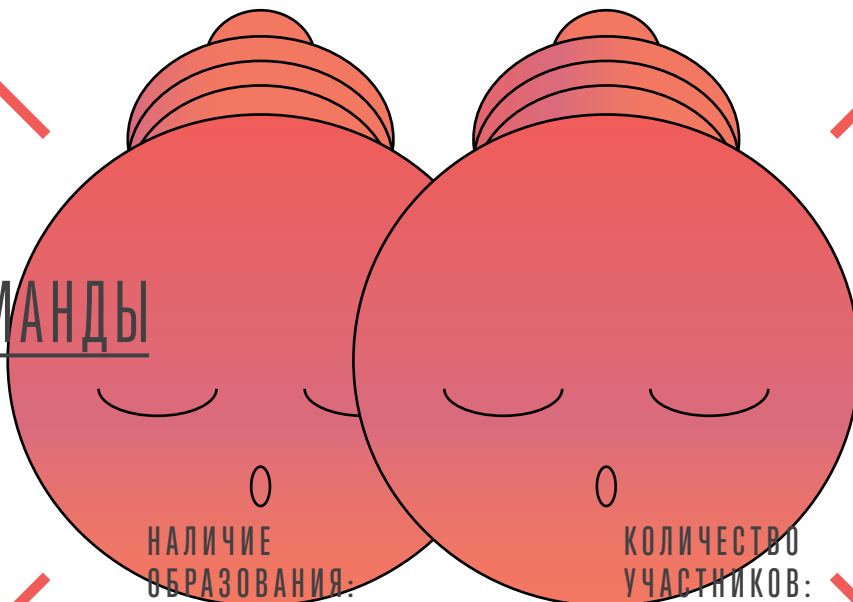
Я прошла тренинг по личностной эффективности. Решилась на участие, потому что знала свои слабые места и хотела поработать с тренером, а не просто читать книжки. Интереснее всего было взаимодействовать внутри группы и выполнять задания, так как можно обсудить результаты и поделиться опытом. Собственно, это и принесло пользу: во-первых, вместе интересней делать — это не рутина, во-вторых, мы действительно дружим теперь!



Артем Дьячков,
выпускник ИУПЭиС:

По окончании учебы я чувствовал, что мне не хватает актуальных знаний. Случайно увидел объявление Ассоциации менеджеров и решил попробовать. Я занимался в тематике государственных отношений, сделал проект, получил опыт и применил его на форуме. Но, главное, я стал чувствовать себя более уверенно и раскрепощенно при общении с незнакомыми людьми, не боюсь больше и не сижу в сторонке: я решился участвовать в казанской Универсиаде в качестве волонтера, хотя раньше сидел бы в сторонке. Зимой собираюсь в Сочи!

ПОРТРЕТ КОМАНДЫ СТАРТАПОВ



ВОЗРАСТ УЧАСТНИКОВ:

17-20 ЛЕТ	4%
21-25 ЛЕТ	28%
26-30 ЛЕТ	32%
31-35 ЛЕТ	18%
> 35 ЛЕТ	8%

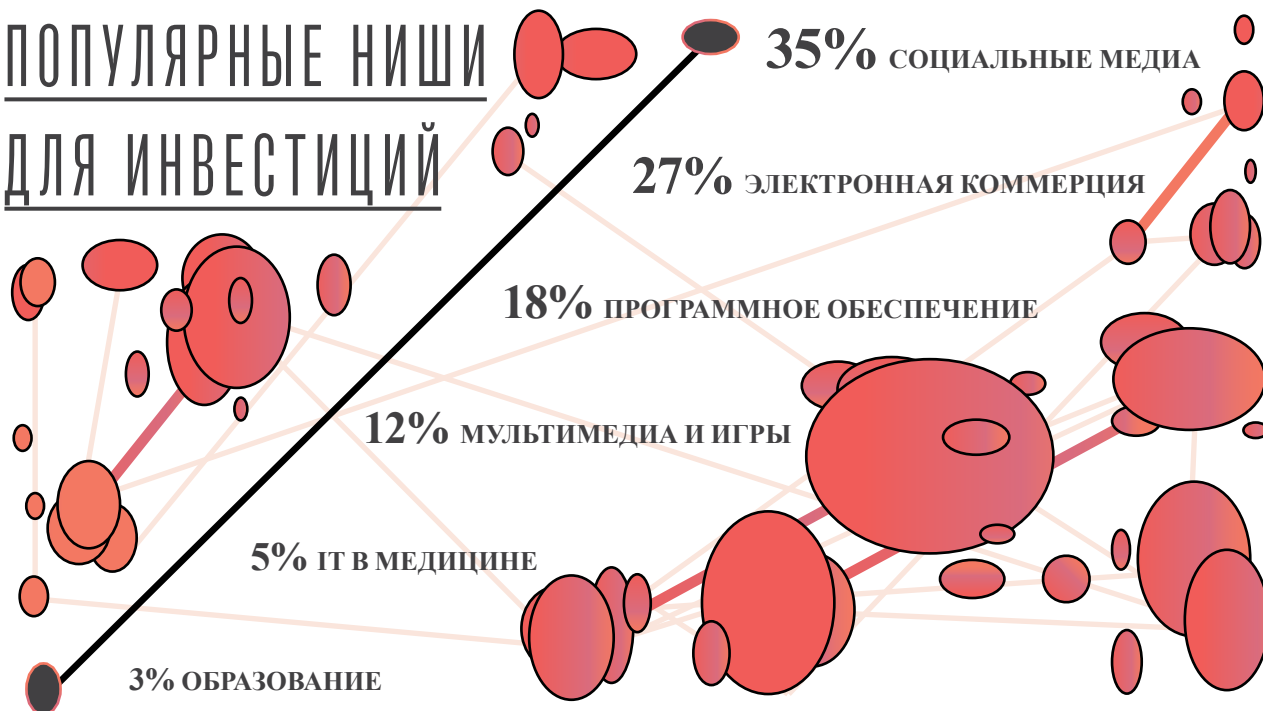
НАЛИЧИЕ ОБРАЗОВАНИЯ:

ВЫСШЕЕ	73%
НЕОКОНЧЕННОЕ ВЫСШЕЕ	2%
ДРУГОЕ	7%
СТУДЕНТЫ	18%

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ:

ОТ 2 ДО 3	57%
ОТ 4 ДО 6	31%
ОТ 7 ДО 10	4%
1 УЧАСТНИК	8%

ПОПУЛЯРНЫЕ НИШИ ДЛЯ ИНВЕСТИЦИЙ





– МОСКВА –

СРЕДИ ДРУГИХ ГОРОДОВ СТОИТ НА ПЕРВОМ МЕСТЕ

В РОССИИ ПО КОЛИЧЕСТВУ СТАРТАПОВ – 34%

НА ВТОРОМ – САНКТ-ПЕТЕРБУРГ – 17%

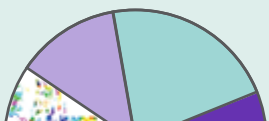
НА ТРЕТЬЕМ – НОВОСИБИРСК – 14%

СТАРТАПЫ, КОРРЕКТИРУЮЩИЕ СВОЮ СТРАТЕГИЮ НА ОСНОВАНИИ
ОБРАТНОЙ СВЯЗИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ПРИВЛЕКАЮТ В 2,5 РАЗА БОЛЬШЕ ДЕНЕГ
И НАРАЩИВАЮТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКУЮ БАЗУ В 3,6 РАЗ БЫСТРЕЕ.

СТАРТАПЫ, ОДИН ИЗ РУКОВОДИТЕЛЕЙ КОТОРЫХ – ТЕХНИЧЕСКИЙ
СПЕЦИАЛИСТ, А ДРУГОЙ – БИЗНЕСМЕН, ПРИВЛЕКАЮТ НА 30% БОЛЬШЕ
ДЕНЕГ И НАРАЩИВАЮТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКУЮ БАЗУ В 2,9 РАЗА БЫСТРЕЕ.

СТАРТАПЫ, КОТОРЫЕ ЕЩЕ НЕ ПРИВЛЕКЛИ ИНВЕСТИЦИИ,
ПРЕУВЕЛИЧИВАЮТ РАЗМЕР СВОЕГО РЫНКА В 100 РАЗ И ЗАЧАСТУЮ
ОШИБОЧНО СЧИТАЮТ ЭТОТ РЫНОК НОВЫМ.

ОСНОВАТЕЛИ СТАРТАПА ПЕРЕОЦЕНИВАЮТ СТОИМОСТЬ ПРОДУКТА
ДО ДОСТИЖЕНИЯ ИМ РЫНОЧНОЙ ГОТОВНОСТИ НА 255%.



M-DIGEST

ПООБЩАЛСЯ

С ЭКСПЕРТАМИ

И ЛЮБИТЕЛЯМИ

НА ТЕМУ

КРЕАТИВНОСТИ

И РОЖДЕНИЯ

НОВЫХ ИДЕЙ



Ольга Суворова, специалист отдела рекламы:

Креативность равняется творчеству. Различий нет, просто если ты используешь первое, ты «в тренде». Я, например, предпочитаю «творческий», нежели «креативный». А по поводу того, как рождаются идеи... Совершенно произвольно — любое событие может быть источником. Я, порой, иду на работу или домой (почему-то в такие моменты генерация идей значительно лучше, чем когда ты напрягаешься, стремишься породить что-то оригинальное) и записываю идеи в блокнот или на диктофон.



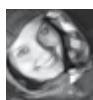
Дарья Крылова, журналист:

Поскольку я визуал, я привыкла думать «картинкой». У меня рождаются фотографические образы, которые я очень точно вижу в голове. Именно их я и пытаюсь описывать. Журналистика — это вообще не творческая область. Особенно, телевизионная журналистика. И особенно — новости. Никакого творчества, потому что задача журналиста — дать информацию. Если мы говорим об аналитике, то творчество здесь можно найти, но с натяжкой. И на нее имеют право очень немногие. Когда мы говорим о продакшене, о создании программ творческого типа, которые можно найти, например, на «Москве 24» — это и вправду креативность. Там вступает инфографика, языковая игра, интересные приемы съемки. Наверное, творчество в журналистике — это такая комбинация текста и визуальных средств, которая создает образ, заставляющий задуматься.



Анастасия Власихина, художник-мозаичист:

Про креативность... Честно сказать, для меня это просто иностранное слово, которое сейчас все чаще используют вместо «творчество». А идеи... Это всегда по-разному, иногда идею рождает какой-нибудь совсем простой бытовой предмет, ну или красивое сочетание цветов или форм. Бывает, и просто человек, встреченный на улице. Есть еще такой богатый на идеи момент — когда ложишься спать, но засыпаешь не сразу, а лежишь и просто в голове все подряд прокручиваешь, или если проснулся, а вставать еще не обязательно... Главный секрет — не напрягаться и не думать усиленно, а как будто расслабить голову.



Юлианна Лайкова, студентка режиссерского факультета ГИТИСа:

Креативность, как мне кажется, — это способность к гибкости и созданию чего-то нового. Актуальность в рамках заданного — т. е., чем бы ты ни занимался, наличие этого дает тебе способность быть успешным, актуальным. Новые идеи рождаются у каждого по-своему: наверное, человек видит мир, современный мир и отражает его через себя. За счет этого слияния и фантазии что-то рождается. А новое, еще и не примитивное, зависит от художественного воспитания личности и интересности ее же, способности транслировать и создавать.



Родион Панин, химик:

Креативность — это способность человека самостоятельно генерировать новые идеи, либо новые способы их реализации. Новые идеи появляются в голове. Мне кажется, детальный механизм их рождения зависит от особенностей мышления конкретного человека. Кто-то формирует идею в результате обобщения эмпирических фактов, кто-то использует аналогию с уже известными идеями, а кто-то, напротив, мыслит от противного: что можно предложить такого, что никому бы в голову не пришло предложить.

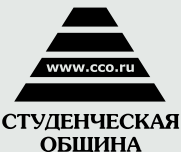
ПАРТНЕРЫ:



ПРАВИТЕЛЬСТВО
ГОРОДА
МОСКВЫ



ЦЕНТР
ИННОВАЦИОННОГО
РАЗВИТИЯ
МОСКВЫ



СТУДЕНЧЕСКАЯ
ОБЩИНА



ОТКРЫТЫЕ
ИННОВАЦИИ
Форум и Выставка



мегаплан



smallbusiness.ru
Портал предпринимателей



ФЕДЕРАЦИЯ
КОМПЬЮТЕРНОГО СПОРТА
РОССИИ

W-O-S.RU




FLACON
ДИЗАЙН-ЗАВОД



В БАБОЧКАХ

The
Village



СЛЕДИТЕ
ЗА СОБЫТИЯМИ
МУМФС.RU