

Имя: Елена Белова.  
 Возраст: 36 лет.  
 Образование: факультет бизнеса и делового администрирования экономической академии имени Г. В. Плеханова.  
 Должность: генеральный директор рекламного агентства Navas Media.  
 Семейное положение: замужем, двое детей.



# Моя история успеха

Семья – отличная школа для менеджеров, считает Елена Белова, генеральный директор рекламного агентства Navas Media. Наверное, к ее мнению стоит прислушаться, ведь она успела не только дважды стать мамой, но и построила головокружительную карьеру. Наша героиня начинала с должности простого ассистента. Елена поделилась с Cosmo секретами успеха, а заодно рассказала, почему руководство коллективом напоминает воспитание детей, что не так в слове “управлять” и какие плюсы и минусы есть в ее работе.

“В семье ты учишься тому, как избегать конфликтов и решать проблемы. Не зря же говорят, что принципы, описываемые в книгах для менеджеров, можно применять в воспитании детей”.

**COSMO:** Как ты попала в рекламу?

**ЕЛЕНА:** Я мечтала об этом лет с шестнадцати. Было начало девяностых, тогда как раз появились первые ролики. Но мне всегда было понятно, что я не стану заниматься креативом, например, придумывать сценарии. Когда я училась в университете на отделении бизнеса и делового администрирования, часто бегала на лекции факультета рекламы и маркетинга, они мне очень нравились. А потом знакомый сказал, что в одном агентстве открылась вакансия ассистента, и предложил мне попробовать свои силы. Я с радостью согласилась.

**Какие плюсы и минусы работы в этой сфере?**

Ты всегда на пике, знаешь все о последних технологиях. Профессионалы индустрии очень быстро замечают изменения в поведении потребителя, к примеру, что люди стали чаще выходить в Интернет со смартфонов. Еще мне нравится выстраивать отношения с нашими партнерами, находить компромиссы, но для кого-то это как раз может быть минусом, ведь люди разные и работать с ними иногда сложно. Недостаток – очень хаотичный ритм, ведь мы вынуждены подстраиваться под график работы рекламодателей. Но ночами стараемся не сидеть: чтобы сотрудники могли решать сложные проблемы, они все-таки должны высыпаться.

**А у вас бывает форс-мажор?**

Конечно, но даже в трудных ситуациях мы никого не подводим. Как-то наш клиент готовил мероприятие, мы в течение долгого времени анонсировали его по всем каналам, а за два дня до события власти города решили изменить место проведения. У нас оставалось совсем мало времени, чтобы предупредить всех об этом. Мы за три часа придумали, как это сделать, потом экстренно договорились со всеми СМИ и запустили новую рекламную кампанию. Обычно на такую работу уходит две-три недели.

**Ты начинала свою карьеру ассистентом. Как ты стала генеральным директором?**

Я вникала во все мелочи, старалась разбираться во всех аспектах работы, делать больше, чем от меня требовалось. Наше агентство занимается в том числе анализом сайтов, газет, журналов, телеканалов. Мы их изучаем, а потом даем рекомендации, где именно стоит размещать ролики, баннеры, статьи. Так что я в подробностях выясняла, как ведут себя телезрители и читатели прессы. Искала данные, старалась понять закономерности – обычные обязанности новичка. Но я стремилась выйти за эти рамки. Однажды нужно было выяснить, какие привычки есть у людей, которые носят очень дорогие часы. В России их немного, поэтому я добывала информацию через знакомых и однокурсников.

**У тебя полторы сотни человек в подчинении, сложно управлять?**

Не люблю слово “управлять”. Я просто понимаю задачи, стоящие перед компанией, и помогаю команде найти решения для достижения наших целей. А вообще, сколько бы ни было людей, ими всегда сложно руководить, у всех же разные характеры.

**Мешают ли семья и дети карьере?**

Они очень помогают, если ты начальник. Дома ты учишься избегать конфликтов и решать любые проблемы. Не зря говорят, что принципы, которые описывают в книгах для менеджеров, можно применять в воспитании детей. Вот, скажем, недавно я была на открытом уроке в школе у сына. Ученики разделились на несколько команд и решали задачи на скорость. Максим сердился на своих товарищей: мол, ничего с ними не получается, работать вместе не выходит. Но когда потребовалось написать что-то на слишком высокой доске, я подсказала: смотри, вот у этого мальчика большой рост, сейчас он вам очень пригодится, дайте ему мел. Это помогло им проснуться, начать все делать вместе. Так же и в любом коллективе. Я объясняю подчиненным, что важно не только продвигать собственное видение проекта, но и рассматривать идеи, выдвигаемые каждым человеком.

**3 КАЧЕСТВА, КОТОРЫЕ ПОМОГУТ ДОБИТЬСЯ УСПЕХА В РЕКЛАМЕ (ПО МНЕНИЮ ЕЛЕНА БЕЛОВОЙ):**

- **готовность работать в команде:** ты всегда находишься в тесной связке с другими людьми, и от твоего умения договориться часто зависит успех проекта;
- **любопытство:** всегда есть очень много аналитических данных и цифр, но нужно смотреть по сторонам и понимать, какие люди стоят за ними, что они любят, какой жизнью живут;
- **умение доводить начатое до конца,** в рекламе важно упорство, с которым ты воплощаешь все свои идеи в жизнь.

ФОТОГРАФ: СТАС МАРТЫНОВ, СТИЛИСТ: ИРИНА МИХАЙЛОВА, ВИЗАЖИСТ: ТАТЬЯНА ВОЛКОВА, НА ЕЛЕНЕ: БРЮКИ, ANNA RITA; БЛУЗКА, MAX&CO; ТУФЛИ, JIMMY CHOO; КОЛЬЕ И СЕРЬГИ, POISON DROP

COSMO