

39 → Моя сопричастность оппозиции обычно затрудняет повседневную жизнь. Я имею в виду все эти «гэбэшные штуки» — наружное наблюдение, прослушивание телефонов и прочая ерунда. Но с другой стороны, есть и свои плюсы — много людей помогает, ты им помогаешь, получаешь от этого удовлетворение.

Ощущение, что я перейду из оппозиции во властные коридоры есть. Вернее, не я, а мы — здоровые люди. И это будет гораздо быстрее, чем того хочет нынешняя власть — буквально через пару лет. Сейчас новая оппозиция перестроится, структурируется, а потом появятся новые смыслы, лозунги, лица, и к осени народная волна пойдет в правильном русле.

МАКСИМ РЕЗНИК, экс-лидер городского отделения «Яблока», депутат ЗакСа:

Как-то исторически сложилось, что мои взгляды и позиция действующей власти в большинстве случаев не совпадают. Я всегда был за демократию, за европейский путь развития страны. В «Яблоко» пришел в конце 1994 года, так как считал, что те люди, которые состоят в этой партии, не дискредитируют демократию, в отличие, например, от «либерала» Анатолия Чубайса. А ряды оппозиционеров я пополнил с того момента, как стал самостоятельным мыслящим человеком — в переходном возрасте, так сказать. Я учился на историческом факультете, а у историков всегда есть свои взгляды. Решающим фактором стало то, что друг моего детства, с которым мы вместе росли, попал в армию, и за его убеждения, что в армии считается плохим поведением, его отправили в Чечню. Он участвовал в штурме Грозного, был ранен, вернулся, и его жизнь потом сложилась очень плохо — травмы душевные оказались сильнее, чем физические. Его уже нет. Когда его забрали в Чечню, для меня это стало последним побудительным мотивом — я решил, что нужно не просто иметь свою точку зрения, но и пытаться ее защищать.

Я даже не задумываюсь, помогает мне или мешает моя оппозиционность. У меня есть своя точка зрения. Многие ее разделяют, еще больше людей — нет. И я не исхожу из удобства жизни — у меня есть мнение, я его буду реализовывать вне зависимости от того, трудно это или легко.

Если моя партия станет правящей, то я могу сказать, что нужно сделать все, чтобы условия конкуренции с перешедшими в оппозицию силами были максимально честны, чтобы равные права были у власти и у оппозиции. Я не скажу, что я сегодня во власти, я просто являюсь депутатом ее представительного органа. Формально-юридически, действительно, я нахожусь на государственной службе. Но, откровенно говоря, мои внутренние ощущения, по сравнению с тем временем, когда я не был депутатом, никак не поменялись — нет такого личного перехода. Разумеется, появились более комфортные условия существования. Моя нынешняя работа позволяет не думать, что завтра поест, а в самые худшие для «Яблока» времена — в правление Валентины Матвиенко — было очень тяжело, такие вопросы реально возникали. ■

ДРУЖНЫЕ СЕТИ КОМПАНИЙ ИНТЕРНЕТ

ЗАНИМАЕТ ВСЕ БОЛЬШУЮ ЧАСТЬ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА. ЗДЕСЬ ТОРГУЮТ, УЧАТСЯ, ОБЩАЮТСЯ, РЕКЛАМИРУЮТ, РАЗВЛЕКАЮТСЯ. ФИЗИЧЕСКИЕ ЛИЦА УЖЕ МАКСИМАЛЬНО ВИРТУАЛИЗИРОВАЛИСЬ, ТЕПЕРЬ К НИМ ВСЕ АКТИВНЕЕ ПРИСОЕДИНЯЮТСЯ ЛИЦА ЮРИДИЧЕСКИЕ.

ВЕРОНИКА ПАВЛОВА



ХОРОШИМ ПРИМЕРОМ ПЕРСОНАЛЬНОГО БЛОГА, КОТОРЫЙ СЛУЖИТ И ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ, ЯВЛЯЕТСЯ БЛОГ ОЛЕГА ТИньКОВА

Отсутствие у компании официального сайта вызывает удивление и неудовольствие клиентов. А в ситуации, когда со всеми вопросами — от расписания поездов до медицинского диагноза, — многие идут в интернет, бизнес движется навстречу потребителям.

Способов работать в сети несколько. Как и в реальном мире, можно идти официальным или неформальным путем. Все официальное — свежие новости, отчеты, контакты, информация для инвесторов и прочее — на сайтах компаний. В зависимости от специфики организации процесс общения может быть формализован в большей или меньшей степени.

Если же компания решила, что пора появиться в социальных сетях или блогах, она должна быть готова к сетевому общению — с соответствующей скоростью реакции, лексикой и подходом. Иногда эту задачу может решить имеющийся в команде пиарщик, бывает, что временем и способностями располагает руководитель компании, часто надо нанять кого-то нового. Поиск по базе компании HeadHunter дает около полутора десятков вакансий в сфере социального маркетинга от менеджера до руководителя отдела или директора по PR. Зарплаты составляют от 20 до 100 тысяч рублей.

БЛОГИНГ ОТ ЛИЦА КОМПАНИИ

Корпоративные блоги в России существуют менее 10 лет — первый появился в 2003 году. Сейчас они уже стали

вполне обычным явлением, хотя до сих пор есть не у всех. Впрочем, не всем они нужны и не каждый может вести их так, чтобы было интересно читать. Поиск в сети дает не так уж много результатов.

В частности, корпоративный блог Петербургской топливной компании рассказывает как о новостях компании, так и аккумулирует новости про нефть и различный транспорт.

Несколько сотрудников компании «Петербургские отели» — от менеджера до заместителя генерального директора — рассказывают в блоге о гостиницах, мероприятиях, обучающих программах для работников, пишут о Петербурге и развитии туризма в нем, показывают фотографии и картинки.

Блог компании CoolShoes, продающей испанскую обувь бренда El Naturalista, ведется на платформе Livejournal и рассказывает о новых туфлях и ботинках, хождении по лужам, мастер-классам для детей, фотоконкурсах и скидках. «У нас довольно популярный для молодой небольшой компании блог, который приносит заказы», — отмечает соучредитель проекта Евгения Курц. Цели этого ЖЖ — не просто привлечение новых клиентов, а скорее развитие бренда в России. «Мы убеждены, что если о бренде знают, то покупатели найдутся», — подчеркивает госпожа Курц.

С 2010 года в Livejournal есть блог и у авиакомпании «Россия» — его ведут сотрудники отдела по связям с общественно-

стью, а целевая аудитория — от клиентов до любителей и профессионалов авиации. Компания считает ресурс «дневником», где можно рассказать о внутренней жизни и об устройстве самолетов, ответить на наиболее часто задаваемые вопросы. В блоге несколько рубрик. Ведущий специалист группы маркетинговых коммуникаций и управления брендом компании Алиса Лохоня отмечает, что самая популярная рубрика — «Авиаликбез» — рассказывает обо всем, что касается устройства самолета и отвечает на вопросы читателей. С подготовкой материалов помогают летчики и бортпроводники, поэтому тексты могут оказаться интересными как для редко летающих пассажиров, так и для профессионалов. В самой молодой рубрике — «На высоте» — публикуется информация об обзорных площадках по всему миру и фотографии, позволяющие оценить города мира с полетной высоты. Есть еще раздел «Виртуальные экскурсии» — пока их всего три — два по самолетам и один по ангару авиационно-технической базы.

При этом консультант по коммуникациям в социальных медиа Юлия Трушина считает, что в целом корпоративные блоги как инструмент продвижения уже довольно давно изжили себя. «Наибольшей популярностью пользуются персональные блоги, через которые возможно и продвижение компании. Хороший пример — блог Олега Тинькова», — говорит она.

В КОНТАКТЕ С КЛИЕНТОМ Однако если вести интересный личный блог многим руководителям некогда или неинтересно, но без него можно обойтись, то отсутствовать в социальных сетях — уже не коммифо. Еще пару лет назад в сети «В контакте» было не так много компаний. Сейчас же довольно просто найти там все, что нужно — любую услугу или товар. В этой сети работают группы и сообщества образовательных проектов, магазинов, кафе, туроператоров, СМИ — все, что угодно, от оптовых закупок до храмов различных конфессий.

Юлия Трушина отмечает, что в Петербурге, в отличие от Москвы (где социально и экономически активная аудитория предпочитает Facebook), по-прежнему очень актуальна социальная сеть «В контакте». При этом, по ее словам, мало кому удастся поддерживать и развивать сообщества, где присутствует именно целевая аудитория. Среди успешных примеров эксперт называет кофейню CoffeeStation. «Они постоянно организуют мероприятия, обновляют продуктовые линейки и обо всем этом в неформальном стиле рассказывают в своей группе», — констатирует Юлия Трушина.