



ЮРИЙ МАРТЫНОВ

ПОЛУЧИТЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ПРОИСХОДЯЩЕМ В МИРЕ МОЖНО ВО ВСЕХ ФОРМАХ СМИ, ИНСАЙДЫ ЖЕ ДО СИХ ПОР ПОПАДАЮТ К ТОП-МЕНЕДЖЕРУ СТАРЫМ ПРОВЕРЕННЫМ СПОСОБОМ

25 → Больше времени у руководителей уходит на изучение профильных ресурсов и сайтов государственных органов. Они разнятся в зависимости от сферы деятельности руководителей, но в среднем ежедневно топы тратят на них 20–30 минут, чаще всего в первой половине дня.

Генеральный директор рекламного агентства «Профитатор» Сергей Макаров читает зарубежные новости в мобильном приложении The Guardian, потому что там можно сегментировать публикации по странам Европы и отраслям бизнеса. «В приложении и на сайте Medium читаю несколько блогов о бизнесе. Ресурс интересен тем, что авторы постов — владельцы крупных российских и зарубежных компаний», — аргументирует господин Макаров.

**ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ВЫЖИМКИ** Партнер онлайн-сервиса бытовых услуг YouDo.com Николай Шестаков по утрам читает новости в приложении Media Metrics. Ему этот интегратор удобен тем, что учитывает, на какие новостные сюжеты переходили больше всего людей за последний час, сутки, неделю. Это позволяет понять оперативную картину дня с точки зрения социального интереса.

Профильные новости для экономии времени основатель электронной торговой площадки для малого и среднего бизнеса Supl.biz Евгений Дьяченко получает через «Яндекс.Новости». Там есть функция подписки на новости по интересующим запросам. «Как только появляется публикация о нашей компании, отрасли, либо о конкурентах, мне на электронную почту приходит письмо с уведомлением», — говорит господин Дьяченко. Новости и публикации изданий он читает изредка в обеденный перерыв, либо пока едет в такси.

В компании dodidone, которая занимается развитием облачных сервисов, используют корпоративный чат. «Сотрудники в течение дня делятся тем, что их заинтересовало: аналитика рынка, новости конкурентов, мировые тенденции. Это позволяет быть в курсе событий, получать информацию из различных источников. Сейчас очень удобно подписаться через социальные сети на страницы СМИ и лидеров мнений. Благодаря этим инструментам на сбор и анализ новостей уходит меньше времени, чем еще несколько лет назад», — делится директор по развитию dodidone Дмитрий Леванков.

«Новостную повестку мониторию через Telegram, в этом помогают каналы-агрегаторы. В течение дня могу пробежаться по заголовкам VC.ru, РБК, «Ведомостей», «Хабрахабра», «Коммерсанта». Если есть интересный, но объемный материал, не трачу на него время, а добавляю его в сервис Getrocket и прочитываю после работы», — рассказывает о своих отношениях с новостями основатель сервиса продажи авиабилетов Kupibilet.ru Алексей Комок.

**ВЕСТИ С СЕТЕЙ** Большинство опрошенных SR руководителей не представляют свою жизнь без Facebook, остальные соцсети меньше задействованы в их работе. «Смотрю, что происходит в отраслевых конференциях, настроен народ. Редко захожу во «В контакте», — комментирует генеральный директор «Слетать.ру» Андрей Вершинин, ежедневно посвящаящий Facebook около 20 минут.

На всех конкурентов, коллег и значимых персон старается быть подписан и Николай Шестаков. «Последний год все чаще использую Facebook, нежели элек-

тронную почту. Тут все намного проще: не надо искать адрес, достаточно помнить имя человека, можно сразу перейти на его страницу и проверить, что нового произошло в его жизни», — объясняет господин Шестаков.

Помимо этого, утверждает Алексей Комок, это хороший источник бизнес-знакомств. К нему часто обращаются с предложениями о партнерстве именно в этой социальной сети.

Генеральный директор RCG Ольга Лисунова уважает детище Марка Цукерберга за настройки и инструменты, которые позволяют влиять на то, что появляется в ленте. «Можно сортировать друзей, скрывать посты. Это удобно и существенно повышает качество контента для просмотра и чтения. Сейчас еще начала читать через каналы Telegram, уведомления и звук тут можно настроить так, чтобы не отвлекали», — добавляет она.

В dodidone как части международного холдинга все руководители используют Facebook и LinkedIn, зарегистрированы под настоящими именами и являются участниками профессиональных групп. «Мы также просим наших сотрудников регистрироваться в социальных сетях, принимать участие в профессиональных дискуссиях и не терять связь с рынком. Мы часто ищем новых сотрудников через официальные страницы нашей компании в соцсетях или через посты на страницах сотрудников», — поясняет Дмитрий Леванков.

Когда в России полноценно работал LinkedIn (в ноябре 2016 года ресурс был заблокирован по решению Роскомнадзора из-за отказа локализовать информацию о пользователях. — SR), решать профессиональные вопросы

было проще, согласен глава представительства Plantronics в России и СНГ Дмитрий Чариков.

Регистрация под реальным именем — обязательное условие для топ-менеджмента, настаивает руководитель агентства по личному брендингу ВАКЕ Pro Екатерина Кононова. Она советует использовать одну и ту же фотографию профиля в разных сетях. Чтобы время, проведенное с этими ресурсами, не превратилось в прокрастинацию, госпожа Кононова составляет расписание, по которому проверяет сообщения, публикует новые посты и читает новости.

Руководителям важно разграничивать корпоративное и личное в сети, потому что аккаунт топ-менеджера — это отражение рабочего места, где он продолжает проживать свой ненормированный рабочий день.

Генеральный директор компании Intercomp Global Services Илья Пантелеев уверен: «Для топ-менеджера социальная сеть — это приемная перед клиентской переговорной комнатой. Что говоришь в переговорке, можно сказать в сети, а что никогда не скажешь при клиенте, нельзя писать на своей странице. Не стоит, например, обсуждать вещи, которые случайным образом могут «зацепить» культурные установки и вызвать немедленную отрицательную реакцию, выставлять напоказ свою личную жизнь, поднимать традиционно болезненные вопросы из области политики, религии».

**ЛЕНИВЫЙ УИКЕНД** Редкий руководитель в выходные ограничивает себя в использовании интернетом, зато в эти дни меняются темп и тематика публикаций. Например, Дмитрий Леванков из dodidone изучает аналитические статьи на тему управления и развития бизнеса, которые в течение недели он добавлял в «Избранное». Сергей Макаров по выходным читает на producthunt.com о новых технологиях и маркетинговых инструментах, в Telegram-чате узнает лайфхаки для путешественников или листает сайт о технологиях Mashable. Андрей Вершинин по субботам и воскресеньям может посвятить час порталам «Хазин.ру» и «Политикус». Доходят руки до полученных за неделю email-рассылок конкурентов и образовательных курсов.

Николай Шестаков отдыхает от новостей и находит время для лонгридов и приложений, которые помогают в поиске интересных мероприятий в городе («Афиша», Gettable, Parter). Дмитрий Чариков обращается к «Коммерсант Weekend» и The Village, чтобы найти стоящие мероприятия для своей семьи. «Я надеюсь, мне удалось избежать интернет-зависимости, поэтому я не ограничиваю свое время в сети по выходным. А вот моя восьмилетняя дочь, по-моему, в интернете проводит больше времени, чем я», — шутит он.

Хотя к вопросу можно подойти и более радикально. «Есть много других интересных активностей, которым можно себя посвятить. Стратегия делать в выходные дела, отличные от будничных, себя очень хорошо оправдывает: человек более качественно отдыхает и на рабочей неделе более продуктивен», — рекомендует генеральный директор агентства делового туризма «Аэро клуб ИТ» Яков Гольдфарб. В выходные он старается не только не заходить в соцсети, но вовсе не пользоваться интернетом. ■