

Генеральный директор рекламного агентства «Гамма Медиа» Леонид Шапиро о бизнесе, книгах, мечтах и страусе



Генеральный директор "Гамма Медиа" ответил на некоторые вопросы о механизмах ведения бизнеса, а также построении долгосрочных доверительных отношений с клиентами.

- Леонид, почему в какой-то момент именно реклама привлекла вас, как сфера деятельности?

- Всё началось со студенческих времён, когда я участвовал в КВН и писал сценарии с пародиями на рекламу. Более того, в 1993 году я был первым студентом в Санкт-Петербургском государственном инженерно-экономическом университете, дипломная работа которого была посвящена рекламному делу.

- Есть ли стремление стать лидером в своей отрасли сегодня и каковы шансы?

- Безусловно, вопрос только в том, по каким характеристикам это можно сделать? В денежном выражении – навряд ли, а вот в репутационном – да. Я даже считаю, что за тринадцать лет работы на рекламном рынке наше агентство уже проявило себя как одно из самых надёжных для сотрудничества.

- Какие стратегии развития вы видите для рекламного агентства «Гамма Медиа» в будущем?

- На сегодняшний день мы уже оказываем практически все виды [рекламных услуг](#) от создания рекламного буклета до вывода нового [бренда](#) на рынок. Сейчас в планах – стать лидером в области интернет-технологий. Очень хочется активно развивать уже существующий отдел интернет-разработок.

- Миссия «Гамма Медиа» – комфортное партнерство. Что это для вас?

- Любая успешная работа строится только тогда, когда клиент интересен компании. Потому что город Санкт-Петербург маленький, и бумеранг прилетает обратно через шесть месяцев как минимум. Делать что-то некачественное в сфере рекламных услуг просто не выгодно. Если с клиентом не налажено комфортное партнерство, то ничего кроме разовой сделки не получится, в которой ни одна из сторон не заинтересована.

Мы даже готовы минимизировать собственную прибыль, если с конкретным клиентом есть перспектива долгосрочного сотрудничества и дело здесь даже не в длительном получении денежных средств, а именно в качестве взаимоотношений.

- Что бы вы посоветовали молодому человеку, который собирается повторить ваш опыт в открытии рекламного бизнеса?

- Не открывать [рекламное агентство](#), а если и открывать, то не быть, как все!

- Это из соображений конкуренции?

- Нет. Просто прежде, чем создавать агентство нужно узнать всё об этой нише и определить в чём твоя уникальность.

- Тогда в чём уникальность рекламного агентства «Гамма Медиа»?

- В балансе между хорошо отлаженными взаимоотношениями со множеством каналов распространения информации и высокой ответственностью наших менеджеров, которые работают над конкретными проектами. Ещё наша уникальность заключается в честности и порядочности. Быть нашим партнёром действительно комфортно!

- Главный актив любой компании – это ее сотрудники. Как вы оцениваете свою команду?

- Это действительно ценный актив. Мы ежедневно занимаемся обучением сотрудников и развитием корпоративной культуры. Очень хочется, чтобы люди, которые работают в «Гамма Медиа» учились смотреть на вещи несколько шире, что позволит им быть всегда на шаг впереди. Важно, чтобы сотрудники развивались и были искренне вовлечены в процесс.

- Если бы вы занялись кардинально другим видом бизнеса, то что бы это было?

- У меня есть мечта, которая уже претворилась в рабочую идею, и сейчас находится на стадии просчитывания – это создание локальных детских садов при бизнес-центрах. К сожалению, пока этот проект не очень технологичен.

- Ваши источники вдохновения?

- Книги и люди. Впечатлило одно из последних прочитанных произведений, «Правда о деле Гарри Квеберта» Жоэля Диккера. Это роман в романе, который описывает жизнь одного писателя, желающего написать вторую книгу, т. к. первая была бестселлером. Как известно, написать второй экземпляр гораздо сложнее, чем первый. У него начинается творческий кризис, и он звонит своему старому другу и преподавателю, который приглашает его к себе в маленький городок... При этом сам тоже не может начать писать свой второй роман. Интересная сюжетная линия...

Ещё из последнего очень понравились рассказы Георгия Данелия. Это удивительный

режиссёр и не менее уникальный писатель. Жаль, что я пока купил только одну книгу, но уже запланировал поход в «Дом книги», чтобы исправить эту ситуацию.

- А бизнес-литературу читаете?

- Почти нет. У меня сложилось впечатление, что полезная составляющая литературы этого жанра – 10-20 %, а всё остальное просто интеллектуальный мусор. Мне больше нравится общаться с бизнес-лидерами, а не заниматься чтением бизнес-литературы.

- Скорее всего, вы и к бизнес-тренингам относитесь похожим образом. Посещали когда-нибудь такие мероприятия?

- Да, но пока ни одно не впечатлило. Подобные бизнес-тренинги занимают достаточно много времени, а качественного анонса не имеют, чтобы сразу понять стоит туда идти или нет.

- Леонид, в прошлом вы активно путешествовали и видели множество стран. Есть ли какой-то уголок мира, где вы ещё не были, но мечтаете поехать?

- Это Австралия. Для меня это тёмное пятно, но меня туда манит.

- А из покоренных стран, какая больше всего поразила и запомнилась?

– Аргентина, как очень дружелюбная и толерантная страна, наполненная множеством различных климатических зон. Нам довелось три дня жить в полной глуши без телефонной связи и электричества. Кругом была дикая природа. Вокруг свободно путешествовали страусы и лисицы, а до пингвинов было рукой подать.

Оригинал интервью опубликован здесь - <http://gammamedia.ru/generalnyj-direktor-reklamnogo-agentstva-gamma-media-leonid-shapiro-o-reklamnom-biznese-knigah-mechtah-i-strause/>