



ИРИНА ПЕЛЯВИНА,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ РЕГИОНА»

ПОДАТЬ ГОЛОС

Редакция «Коммерсантъ-Прикамье» во второй раз решила на составление рейтинга первых лиц края. Первый рейтинг топ-менеджеров вышел в 2019 году. В прошлом году из-за пандемии мы приостановили проект, а в этом решили обновить систему голосования и увеличить количество отраслей.

Редакция выбрала номинантов из 15 отраслей экономики: металлургия, топливно-энергетический комплекс, машиностроение, ресторанный бизнес, ЖКХ, бумажная промышленность, пищевая промышленность, химия, автодилеры, энергетика, коммерческая недвижимость, банковская сфера, дорожное строительство, телеком, жилищное строительство.

В списке было более 120 персон. В каждой отрасли мы предлагали самим номинантам выбрать из своих коллег того, кого они считают наиболее достойным. В голосовании приняли участие 79 человек. Редакция выражает благодарность руководителям, которые, несмотря на занятость, уделили внимание нашему проекту. Наиболее активно проявили себя представители пищевой промышленности, ресторанного бизнеса, коммерческой недвижимости, банковской сферы и жилищного строительства. В химической и бумажной промышленности итоги рейтинга подвести не удалось из-за низкой активности в голосовании. Интересно, что в некоторых отраслях ситуация оказалась стабильной и лидеры не сдали свои позиции. В других отраслях наметились серьезные изменения.

При составлении прошлого рейтинга организаторы столкнулись с попытками накрутки голосов за счет распространения ссылки для голосования среди третьих лиц. В нынешнем году система была доработана, чтобы исключить возможность такого голосования.

В этом году организаторы столкнулись с другой проблемой: часть номинантов проголосовали за самих себя. Впрочем, большинство соблюдали правила, что позволило определить победителей.

Редакция планирует и дальше развивать тему рейтингов, уже доказавших востребованность и дающих понятные ориентиры для предпринимателей.

ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ НАБИРАЮТ ПУБЛИЧНЫЙ ВЕС

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ ТОП-МЕНЕДЖЕРА СЕГОДНЯ СТАНОВИТСЯ ВАЖНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ БИЗНЕСА. ПО МНЕНИЮ ЭКСПЕРТОВ, КОМПАНИИ С СИЛЬНЫМ ПЕРСОНАЛЬНЫМ БРЕНДОМ РУКОВОДИТЕЛЯ ЗАНИМАЮТ БОЛЕЕ ВЫИГРЫШНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ У КЛИЕНТОВ, ИМЕЮТ БОЛЕЕ ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ДОВЕРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПАРТНЕРОВ. ОПРОШЕННЫЕ ЭКСПЕРТЫ НАЗЫВАЮТ УСПЕШНЫЕ ПРИМЕРЫ ЛИЧНОГО БРЕНДИНГА В МЕСТНОМ ПАБЛИКЕ, НО ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ПЕРМСКИЙ БИЗНЕС ПОКА НЕДООЦЕНИЛ ПОЛЬЗУ ОТ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА. ЕВГЕНИЯ АХМЕДОВА



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

ЛИЧНЫЙ БРЕНД ПОМОГАЕТ ПРОДВИГАТЬ КОМПАНИЮ

Эксперты в области PR и коммуникаций, опрошенные VG, считают, что бренд топ-менеджера компании сегодня является жизненной реальностью или критерием прозрачности и открытости корпоративных коммуникаций. «Этого требует жизнь, сегодня личный бренд помогает продвигать компанию, а топ-менеджеру — стоить дороже. Причем если раньше руководители компаний набирали публичный вес для политической карьеры, чтобы стать депутатом, например, то сейчас этого требует бизнес», — поясняет консультант по PR Борис Майоров.

КОМПАНИИ С СИЛЬНЫМ ПЕРСОНАЛЬНЫМ БРЕНДОМ ВЫИГРЫВАЮТ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ДОВЕРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ИНВЕСТИРОВ И ПЕРСОНАЛА

ВЫИГРЫШНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ Директор агентства коммуникаций «Фаст Решение» Ольга Фаст говорит, что компании с сильным персональным брендом выигрывают с точки зрения доверия потребителей, привлекательности для потенциальных инвесторов и персонала. Положительная репутация первого лица формирует лояльность у СМИ, что особенно полезно в случае возникновения негативных информационных поводов о компании. Госпожа Фаст полагает, что пермский бизнес пока недооценил пользу от соз-

дания и развития личного бренда. «Это связано и с провинциальной скромностью, и с особенностями теории поколений. Поколение 1960–1980-х годов — именно эти люди сегодня составляют основную долю бизнесменов, — не склонно к развитию личного бренда. При этом бизнес людей поколения Y и Z более персонализированный», — замечает эксперт.

Кандидат политических наук, доцент ПНИПУ Юлия Лекторова считает, что успешную формулу личного бренда руководителя составляют такие →



БРЕНД

КОЛОНКА РЕДАКТОРА