



Алексей БЕЛОЗЕРОВ

Директор, Фонд поддержки социальных и информационных программ государственных ведомств «Народная инициатива»

Окончил МГИМО в 2001 году – факультет международной информации, специализация – связи с общественностью.

Трудовую деятельность начал в 1997 году главным редактором информационного издания МГИМО, газеты «Международник».

С 2000 по 2001 год – пресс-служба ГУВД МВД РФ.

С 2001 по 2003 - управляющий проектами с государственными структурами коммуникационного агентства «Кузьменков и партнеры».

С 2003 года – генеральный директор Фонда поддержки социальных и информационных программ государственных ведомств «Народная инициатива».

Отмечен многими государственными грамотами.

Выдвинут на соискание Премии «Медиа-Менеджер России-2009» в номинации «За формирование и успешное многолетнее развитие сегмента социальной рекламы в Российской Федерации».

«НАМ НЕ СТЫДНО ЗА РЕЗУЛЬТАТ НАШЕЙ РАБОТЫ»

– Вы выдвинуты на Премию «Медиа-Менеджер России» за формирование и успешное многолетнее развитие сегмента социальной рекламы в Российской Федерации. Скажите, насколько сложнее работать в данном сегменте?

– Социальный маркетинг явление в России относительно новое, но активно развивающееся. Но надо признать, что далеко не все российские предприниматели полностью понимают и принимают такой общественный институт, как социальный маркетинг. «Народная инициатива» стала первой в России некоммерческой организацией, успешно развивающей данный сегмент. Безусловно, быть первопроходцами крайне сложно, однако именно преодоление трудностей делают нашу работу такой захватывающей и придают нашему делу невероятный драйв.

– Расскажите о самых ярких, запоминающихся проектах.

– Наиболее яркими проектами 1-го полугодия Фонда «Народная инициатива» является программа «Правила безопасного Интернета». Проект был поддержан Министерством связи и массовых коммуникаций и включен в программу мероприятий в рамках Года безопасного Интернета. Программа реализуется при спонсорской и экспертной поддержке компании «Лаборатория Касперского». Помимо реализации комплексных маркетинговых программ, фонд «Народная инициатива» имеет большой опыт в выполнении государственных контрактов. В январе 2009 года мы выиграли тендер на разработку креативной концепции для Пенсионного Фонда Российской Федерации. Плоды нашей деятельности по этому проекту Вы можете видеть на

улицах города, в федеральной прессе и на центральных телеканалах. И могу вам честно признаться – нам не стыдно за результат нашей работы!

Также Фонд успешно реализует стратегические социально-информационные программы. Начиная с 2007 года при поддержке Министерства финансов РФ проводится программа, направленная на повышение финансовой грамотности россиян. В период реализации проекта более чем в 60 городах были проведены бесплатные семинары, создан информационный портал www.fin-gramota.ru, проведен всероссийский марафон финансовой грамотности, включающий в себя использование всех средств массовых коммуникаций.

– На каких принципах Вы строите свою работу, и какими результатами гордитесь больше всего?

– Принцип комплексного подхода к разработке и реализации программ – основа нашей деятельности и залог нашего успеха. Сегодня все программы, которые реализует Фонд, носят исключительно комплексный характер и включают в себя все возможные медиа-технологии – от наружной рекламы и размещения макетов в федеральной и региональной прессе, до специальных кампаний в сети Интернет и эксклюзивных PR-мероприятий.

– Как Вам удается достичь баланса между работой и личной жизнью?

– Действительно найти баланс между работой и домом порой найти весьма сложно: моя должность обязывает меня отдаваться работе все 24 часа в сутки. И рецепта у меня нет... Всем близким с этим приходится только мириться.