

# Тренды в PR формируем мы

О командообразовании, работе с Китаем, амбассадорах и стрессовых ситуациях главный редактор «Банковского обозрения» Яна Шишкина поговорила с Полиной Тризоновой, руководителем пресс-службы СберБанка

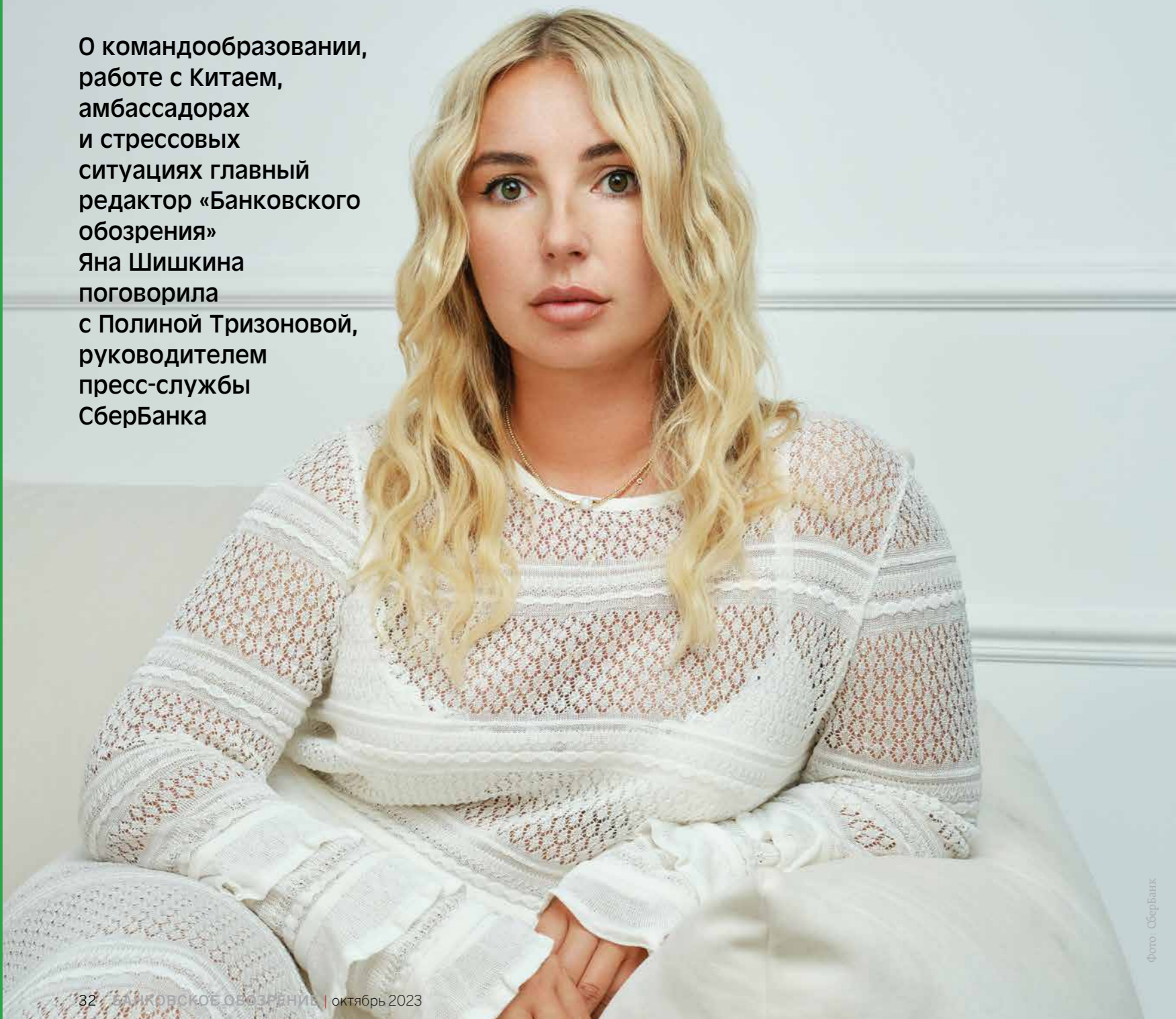


Фото: СберБанк

**Яна Шишкина:** Полина, мы с тобой общались спустя полгода после твоего назначения на должность руководителя пресс-службы Сбера. Это было первое интервью в серии «Разговоры про PR», которую я веду с руководителями PR-подразделений крупных российских банков. Прошло еще два года. Что за это время изменилось в твоём подразделении, в твоей команде?

**Полина Тризонова:** Я бы сказала, что концептуально в пиаре Сбера изменений нет — это и есть стабильность. После своего назначения я структурировала работу пресс-службы: раньше все занимались всем и базовые проекты для банка делали по мере сил. Я посчитала, что это не слишком эффективно: ежедневная работа должна быть в группах, где каждый должен отвечать за свой участок, и соответственно выстроила процесс. Теперь у каждой группы есть свой постоянный функционал, а над большими проектами, например ПМЭФ (Петербургский международный экономический форум. — *Ред.*) или недавний ВЭФ (Восточный экономический форум. — *Ред.*) ребята работают вместе, чтобы каждый внес свою лепту в копилку инфоповодов.



первое интервью на bosfera.ru

В целом, управление пиаром в Сбере строится по принципу вертикали: сотрудники центрального офиса отвечают за свои направления в дочерних компаниях и территориях, ниже — такая же «матрешка»: каждый территориальный банк глобально управляет меньшими подразделениями с аналогичной структурой подчинения.

**Яна Шишкина:** Как в такой структуре организовано системное управление? Регламенты, планерки, совещания — есть какие-то особенности в этом?

**Полина Тризонова:** Я системный человек и не люблю ничего хаотичного. С моей командой хед-офиса мы проводим еженедельную планерку, где каждый руководитель направления отчитывается о том, что будет делать его группа. В планерках участвует не только PR-отдел, но и все коммуникационные подразделения, потому что зачастую мы обладаем самой актуальной информацией и коллеги также хотят быть в курсе предстоящих событий. Но, к сожалению, мы не всегда готовы расширять состав участников нашего совещания. Не потому, что не хотим делиться сведениями, а так как обсуждаем достаточно чувствительные вопросы, например раскрытие финотчет-



Фото: СберБанк





**Команда пресс-службы СберБанка:** в верхнем ряду слева направо: Дмитрий Безруков, Юрий Угринов, Екатерина Двойникова, Богдан Бондарь, Юлия Щакина, Наталья Рожкова, Илья Гудин, Сергей Недров, Евгений Смирнов; в нижнем ряду слева направо: Анастасия Вахламова, Виктория Клымык, Виолетта Тюрина, Елена Медведева, Ирина Ермолина, Полина Тризонова, Анастасия Гула, Динара Мамедова, Юлия Белоус, Анна Морозова

Фото: СберБанк

ности, которое влияет на текущую стоимость акций, то есть на планерках может обсуждаться инсайдерская информация. Или график президента банка, что тоже не всегда может быть открытой информацией для многих сотрудников в бизнесе и за его пределами.

**Яна Шишкина:** Когда ты стала руководителем PR-службы, что тебе удалось сложнее всего?

**Полина Тризонова:** Осознание того, что ответственна за все. Помню первый ПМЭФ в новой должности. Раньше, когда я вела в пресс-службе направление корпоративно-инвестиционного бизнеса и лидировала проект информационного сопровождения ПМЭФ, легко работала на площадке, ставила задачи коллегам. Я была лидером, но не несла конечную ответственность, потому что был руководитель выше. Он был моим щитом. Когда же несешь ответственность за все, это совсем другое ощущение.

Конечно, огромным стрессом стали санкции, об этом говорить можно бесконечно долго: таких ситуаций, в таком количестве и за такое короткое время, возможно, не было

ни у кого в мире раньше. Мы не только занимались коммуникациями со СМИ, но и контролировали все коммуникации с клиентами: скрипты колл-центров, рассылки, пуши в СБОЛе, сообщения голосовых ассистентов, просматривали и верифицировали инфо, ведь никто не знал тогда, что говорить. Детали сообщений были крайне важны: раньше мы никогда не вмешивались в клиентские коммуникации, банк работал по определенным процедурам, а теперь откуда-то взялись ребята из пресс-службы и стали рассказывать сотрудникам, как общаться с клиентами. Мы объясняли, почему меняем формулировку в письмах, какие нужны акценты, что надо отвечать по телефону и многое другое. И бизнес понимал нас и всегда шел нам навстречу, за что я коллегам бесконечно благодарна.

Сложное было время, но ни один человек из моей команды тогда не дрогнул, никто не уволился и не уехал. Все сразу сконцентри-

ровались и уловили основной месседж: мы работаем и делаем все максимально хорошо и качественно.

**Яна Шишкина:** Давай теперь о настоящем. Как вы работаете с Китаем, самым перспективным сейчас направлением, как выходите на их рынок? Это же новый опыт, он отличается от европейского?

**Полина Тризонова:** Модели поведения отличаются сильно, я это ощутила, когда мы стали больше общаться с коллегами из китайских СМИ. До этого, конечно, всегда взаимодействовали с ними, делали интервью руководителей в «Жэньминь Жибао», «Синьхуа». Это крупнейшие китайские СМИ, и с ними нельзя не считаться, но такие PR-активности были единичными. Сейчас мы систематизируем эту работу, выстраиваем пул китайских СМИ. Они работают иначе, чем российские и западные медиа. В первую очередь — это психологические особенности, не все так быстро, как у западников. Те сразу же берут быка за рога, начинают задавать острые вопросы, журналистам нужно все и сразу. Коллеги из КНР другие, им нужно сначала поговорить, совершить определенный церемониал и только потом перейти к бизнес-повестке. Я говорю не про работу и написание новостей (там как раз все очень быстро), а именно про общение. Вот мы с тобой: «Здравствуй Яна». — «Привет. Как дела, Поля? Пора встретиться на интервью». — «Да, давай, в какое время?» И все, мы договорились. А там будет такой диалог: «Глубокоуважаемая Полина! Спасибо вам за значимый подарок (хотя это просто сувенир или открытка к празднику), назначаем такую-то встречу в такое-то время, ждем с надеждой».

У нас есть сотрудница, которая занимается перепиской с Китаем, она иногда ставит меня в копию, и я вижу, что она уже прониклась этим духом. Китайский коллега, например, спрашивает: «Как найти ваш офис?» Она ему отвечает: «Это две башни, подпирающие небо и соединенные золотой короной».

Я раньше все время торопилась общаться, обсудить, какие проекты будут, как построим взаимодействие, но потом поняла, что здесь надо притормозить, почувствовать их, это другая культура общения, другая профессиональная культура. Одной встречи мне хватило, чтобы понять, что я делала неправильно. Меня слушали два часа про наши дивиденды, финансовые рекорды и не проронили ни звука. А когда я начала рассказывать про регионы — где какая гастрономия, какие блюда готовят, — все сразу оживилось. Мы прекрасно начали общаться, коллеги сами



Фото: СберБанк



Фото: СберБанк



Фото: СберБанк



**Любимые книги (в разное время жизни)**

- «Портрет Дориана Грея» (Оскар Уайльд)
- «Гордость и предубеждения», «Чувство и чувствительность», «Эмма» (Джейн Остин)
- «Ярмарка тщеславия» (Уильям Мейкпис Теккерей)
- «Прислуга» (Кэтрин Стокетт)
- «Черный замок Ольшанский» (Владимир Короткевич)
- «Американская трагедия» (Теодор Драйзер)
- «Незнайка на Луне» (Николай Носов)

**Книги (последние прочитанные)**

- «Внутри убийцы» (Майк Омер)
- «Контрощица» (Фонд А)



**Любимые фильмы**

- «Покровские ворота»
- «Собачье сердце»
- «Опасный элемент»
- «Пряности и страсти»
- «Талантливый мистер Рипли»
- «Зеленая миля»
- «Офицер и шпион»
- «Дворецкий»
- «Дикие истории»
- «Килл Билл»
- «Адвокат дьявола»



Кадр из кинофильма «Покровские ворота»

**Любимые художники**

- Густав Климт
- Амедео Клементе Модильяни
- Анри Матисс
- Михаил Врубель

стали меня спрашивать, чем могут помочь, и у нас сложился диалог.

Это крайне важно и ценно, потому что в Китае, как мы поняли, нет ярко выраженного коммерческого контентного взаимодействия в медиа, то есть «нативки». В России — по-другому, здесь можно делать спецпроекты с финансовой составляющей. В Китае же для реализации ярких проектов нужно в первую очередь уметь правильно общаться.

**Яна Шишкина:** По каким критериям ты отбираешь людей в PR-команду?

**Полина Тризонова:** Всех руководителей ключевых направлений растила внутри. У нас нет готовых специалистов, на небольшие позиции берем из журналистов, из дочерних компаний. Важные качества — это стрессоустойчивость и способность понимать с полуслова, потому что нам точно некогда долго рассуждать. У нас колоссальные объемы коммуникаций, поэтому, если человек не умеет или не хочет делать что-то быстро, он просто не сможет здесь работать. И, конечно, нужны ум и обаяние.

**Яна Шишкина:** Как вы общаетесь внутри команды? Что помогает соединить разных людей?

**Полина Тризонова:** Есть общебанковская программа адаптации новичков Buddy (сотрудник, близкий по возрасту, берет за пример, знакомит с коллегами и компанией и общается с ним в неформальной обстановке. — Ред.). Это очень классное движение, я сама могу быть Buddy для своих ребят или назначаю Buddy. Если говорить о неформальном общении в моей команде в хед-офисе, то нас объединяют общие интересы, причем мы попробовали разные форматы и единодушно решили, что просто сидеть вечером в ресторане скучновато, все больше любят танцевать. Еще у нас есть формат завтраков команды, раз в квартал собираемся и вместе завтракаем: едим блины, кашу и просто болтаем — не только о работе. Периодически в это время возникают интересные идеи; например, у нас был выезд в «Остров мечты» (московский крупнейший в Европе крытый парк развлечений. — Ред.) всей командой, но без детей. А если вернуться к официальным мероприятиям, то обязательно раз в год мы устраиваем большую встречу для всей команды PR, где собираются ключевые сотрудники группы — 120–150 человек. Проводим также выездную стратегическую сессию по коммуникациям для территорий, тут помогает HR-отдел.

**Яна Шишкина:** Что тебе нравится в твоей профессии?

**Полина Тризонова:** Все, конечно; ведь мы, пиарщики, тщеславные. Я бы не смогла каждый день выполнять какую-то рутинную работу, общаться с одними и теми же людьми. В нашей профессии мне нравится активность, возможность быть причастной к большим событиям, то, что это работа «на виду». И люди, конечно же. Есть громкое слово «призвание», когда человек не просто так идет в профессию, я думаю, это как раз тот случай (смеется). То есть мне непонятно, как в пиаре работают интроверты, хотя и такое бывает.

**Яна Шишкина:** Каким ты видишь будущее профессии пиарщика и кем бы ты стала, если бы не пошла в пиарщики?

**Полина Тризонова:** Я уверена, что эта профессия будет, но в каком виде, не могу точно сказать. Сейчас огромную роль играют технологии, они многое изменят и в нашей специальности. Как это будет или как могло бы быть — это тема для отдельной большой беседы.

А если бы я не перешла в PR из журналистики, то сейчас, наверное, открыла бы галерею, или продюсировала забытых музыкантов, или работала в школе учителем русского языка и литературы и с удовольствием сеяла бы разумное, доброе, вечное.

**Яна Шишкина:** Мы сейчас в «Б.О.» готовим обзор про амбассадоров российских банковских брендов. Иногда они, условно говоря, внешние (например, селебрити), а иногда это люди из самого банка, которые помимо управленческого функционала играют еще и такую роль, может быть, даже сами того не планируя. Иногда бренд банка или компании и бизнесмен-основатель — это одно имя, одно лицо, личные сильные и слабые стороны которого неизбежно в общественном восприятии «зеркалятся» на бренд. В связи с этим такой вопрос: ты считаешь вашего президента банка еще и амбассадором бренда Сбера?

**Полина Тризонова:** Утверждать это было бы упрощением. Герман Оскарлович — это, безусловно, личность такого масштаба, что его имя работает на бренд компании, но называть его амбассадором мне кажется неверным. При этом у нас в Сбере есть специальный курс внутри банка для тех, кто хочет быть амбассадором бренда. Очень интересное и правильное движение.

**Яна Шишкина:** Какие тренды в пиаре достойны сейчас твоего внимания?

**Полина Тризонова:** Мы формируем эти тренды (смеется).

БО

Недавнее увлечение Полины: живопись маслом

