



Брызгалов Константин Юрьевич

В областях стратегического планирования и управления, актуального администрирования, креативных разработок, маркетинговых коммуникаций, публичного представительства практикует более 20 лет. Отдает предпочтение практическому направлению в сфере маркетинга.

Профессиональный и жизненный опыт убеждают в том, что продать можно все, что угодно, главное, чтобы это было кому-нибудь нужно. Как правило, может убедить отдельного человека и массовую аудиторию в том, что именно "это" – и нужно.

При общении с партнерами, клиентами и людьми, которые могут кем-то из них стать, руководствуется принципом Глеба Жеглова: "с человеком надо говорить о том, что ему интересно". Предлагает руководствоваться этим правилом как одним из главных принципов маркетинга.

При осуществлении маркетинговых проектов считает своей задачей максимально приблизить действительный результат к желаемому.

Профессиональная подготовка:

1992 - Ленинградский Институт Киноинженеров

2003 - Калининградский Институт Международного Бизнеса, «Управление маркетингом»

Многочисленные профессиональные тренинги «Управление проектами», «Управление брендом» и пр.

Опыт и основные профессиональные достижения

Имеет опыт работы на Свердловской киностудии в качестве звукооператора, режиссера, исполнительного продюсера ряда документальных и художественных фильмов.

С 1994 года возглавлял продюсерскую группу «Профи-М», занимающуюся производством фильмов и рекламных роликов. Имеет профессиональные награды: Гран-при и призы в категориях на Московском международном фестивале рекламы (1998), «Фестиваль-диалог рекламистов» (СПб, 1998), фестиваля «Идея!» (Новосибирск, 1999) и др. Наиболее известные продукты группы: серия рекламных фильмов про купца Савву Тимофеевича ("Хорошо идут дела в компании Ростэп"), ролики кондитерской фабрики "Конфи" ("Екатерина Великая"), ролики страховой компании "Кольцо Урала" ("Страховаться надо").

С 1999 г. являлся директором по маркетингу и официальным спикером компании сотовой связи "МОТИВ" (ООО «Екатеринбург-2000»). Под его руководством в 2003 году был проведен ребрендинг («Мотив»), достигнуты значительные рыночные успехи - абонентская база увеличилась до 1,4 млн., компания вошла в число 20 крупнейших российских компаний связи, является де-факто крупнейшей частной компанией связи в стране. В 2005 г. по результатам ребрендинга компания получила золотую Премию «Бренд года»/EFFI, (победитель в категории «Региональные бренды»).

С 2008 г. занимается проектным маркетингом, включая создание департамента маркетинга, разработку, планирование, старт-ап рекламной компании; разработку и внедрение новых технологий клиентского сервиса.

Сферы профессиональной компетенции:

- Стратегическое планирование деятельности
- Маркетинг, разработка и вывод новых продуктов на рынки B2C, B2B
- Генеральное управление
- Управление торговыми марками
- Управление отношениями с потребителями
- Креативные разработки