

СНАЧАЛА ЦЕННОСТИ, ПОТОМ БИЗНЕС

Елена Провиз

Петр Аксенов

Юлианна Винер

Инна Дацина

Наталья Ивушкина

Дэвид Хендерсон-Стюарт

Анна Данилова

Татьяна Бочкарева

Яна Кох

Светлана Романова

Мария Кузьмина

Элеонора Любовицкая

Юлия Тычино

Виктория Каширцева

Алеся Корецкая

**Петр Аксенов
Яна Кох
Наталья Ивушкина
Дэвид Хендерсон-Стюарт
Светлана Романова
Татьяна Владимировна Бочкарева
Алеся Корецкая
Елена Провиз
Инна Дацина
Элеонора Любовицкая
Анна Данилова
Мария Кузьмина
Юлианна Винер
Виктория Каширцева
Юлия Тычино
Сначала ценности,
потом бизнес**

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=72456778

ISBN 978-5-00270-052-3

Аннотация

Название книги «Сначала ценности, потом бизнес» говорит само за себя, о том, что сейчас ценности в бизнесе выходят на первый план. Ценности рождаются у личности, поэтому мы говорим о владельцах бизнеса и их личной уникальности.

Интеграция ценностей в бизнес помогает доносить до клиентов не только суть продукта и его стоимость, а также ценности и смыслы, вложенные в проект.

Главная цель книги – показать важность личной уникальности владельца в его проекте. Это развитие бизнеса, построенного на ценностях, что ведет к формированию репутационного капитала для предпринимательства в России.

В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

Содержание

Введение	6
Елена Провиз	9
Петр Аксенов	36
Конец ознакомительного фрагмента.	53

Сначала ценности, потом бизнес

Авторы: Елена Провиз, Петр Аксенов, Юлианна Винер, Инна Дацина, Наталья Ивушкина, Дэвид Хендерсон-Стюарт, Анна Данилова, Татьяна Бочкарева, Яна Кох, Светлана Романова, Мария Кузьмина, Элеонора Любовицкая, Юлия Тычино, Виктория Каширцева, Алеся Корецкая.

Издательство «Перо», 2025

© Авторы, 2025

* * *

Введение

Название книги «Сначала ценности, потом бизнес» говорит само за себя, о том, что сейчас ценности в бизнесе выходят на первый план. Ценности рождаются у личности, поэтому мы говорим о владельцах бизнеса и их личной уникальности.

В книге «Сначала ценности, потом бизнес» представлены 15 проектов из разных сфер бизнеса через личную уникальность владельцев. В бизнесе личная уникальность владельца транслируется через идеологию его проекта, смыслы, которые он вкладывает в свой продукт, его авторский подход, ценности и принципы.

Понимая человека, мы начинаем понимать его продукт. Бывает достаточно рассказать о себе, чтобы клиент понял уникальность вашего продукта, потому что именно ваша личная уникальность делает ваш продукт уникальным.

Интеграция ценностей в бизнес становится трендом и хорошим тоном в предпринимательстве. Это новая культура ведения бизнеса, когда мы доносим до клиентов не только суть и стоимость продукта, а также ценности и смыслы, вложенные в проект.

На смену проектов, направленных исключительно на коммерческую сторону, пришли проекты с фундаментальным подходом к своему позиционированию, основанному на цен-

ностях и принципах их владельцев.

Сейчас большое значение уделяется уникальности проекта и уровню сервиса с индивидуальным подходом. Полноценное позиционирование с трансляцией ценностей и смыслов – это тоже часть сервиса, которая отвечает за связь между клиентом и компанией, когда ее владелец позаботился о том, как и какая информация о его проекте будет донесена до клиента.

Продукты со смыслами становится легко продавать. Мы готовы платить за то, что откликается нам по ценностям, за идею, вложенную в проект, за индивидуальный подход и высокий уровень сервиса.

И наоборот, массовые товары и услуги становится продавать сложнее, потому что многие клиенты смещают свой фокус в сторону концептуальных продуктов, часто они готовы платить больше, при этом быть причастными к смыслам и идеям, вложенным в проект. Такое перераспределение спроса и предпочтений говорит о высокой важности и актуальности истинных человеческих ценностей в обществе.

В наше время людям нужны не просто продукты и услуги, людям нужны смыслы. Успех в бизнесе сейчас не у тех, кто дает больше скидок, а у тех, кто транслирует больше смыслов. Это про уникальность и ценности в бизнесе, ключевые идеи и смыслы, которые владелец вкладывает в свой проект.

Главная цель книги – показать важность личной уникальности владельца в его проекте. Это развитие проектов, по-

строенных на ценностях, что ведет к формированию репутационного капитала для предпринимательства в России.

Читая эту книгу, мы как будто разговариваем с владельцами проектов. Беседа – это всегда живой процесс. Тон беседы задает сам человек, именно его ответы показывают нам, что ему важно и ценно, как складывалась его история жизни и на каких этапах он подошел к тому бизнесу, которым сейчас занимается. В книге нет шаблонов, глава каждого соавтора уникальна, написана в своем стиле и формате, именно это передает личную уникальность каждого владельца бизнеса.

Елена Провиз
Центр интеграции
ценностей в бизнес



«Все в жизни и бизнесе построено на ценностях. Ценности рождаются у личности, поэтому личная уникальность владельца бизнеса выходит на первый план.

Трансляция ценностей в бизнесе делает ваш продукт уникальным, особенно при текущем тренде, когда люди идут на людей».

- Основатель «Центра интеграции ценностей в бизнес».
- Автор и организатор бизнес-мероприятий на гос. площадках и в пресс-центрах федеральных СМИ (Торгово-промышленная палата Российской Федерации, Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации, Московская торгово-промышленная палата, пресс-центр «Россия сегодня» и другие).
- Автор и ведущая программы ТВ-формата «Ценности в бизнесе».
- Автор четырех книг по маркетингу и упаковке бизнеса.
- 20 лет в маркетинге промышленных компаний.
- 10 лет в галерее современного искусства.
- Лектор по упаковке бизнеса в ВУЗах России.
- Образование – маркетинг и налогообложение.

КНИГА «СНАЧАЛА ЦЕННОСТИ, ПОТОМ БИЗНЕС»

Я являюсь идейным вдохновителем и организатором проекта книги в соавторстве «Сначала ценности, потом бизнес». Это уже вторая книга в соавторстве, созданная на основе личного позиционирования собственников бизнеса. В 2024 году вышла книга «Мой проект – мои ценности», в которой было представлено 20 проектов через личную уникальность владельцев.

Сейчас формируется новая культура ведения бизнеса с трансляцией ценностей в проекте. Какие у нас ценности, так мы ведем бизнес. Интеграция ценностей и смыслов в свой проект становится важным трендом.

Идея создания книг в соавторстве пришла ко мне после реализации большого количества проектов по упаковке бизнеса, в которых для меня на первый план вышли истинные человеческие ценности.

Вне зависимости от сферы и формы бизнеса, с которыми я работала при упаковке, у меня была одна и та же эффективная последовательность: сначала мы говорим о человеке, а потом про его бизнес. Сначала мы разрабатываем личное позиционирование владельца, формулируем его ценности, авторский подход, сочетание сфер, смыслы и ключевые идеи, а потом интегрируем это в бизнес. В этом случае лич-

ное позиционирование владельца красной нитью проходит через позиционирование компании.

Концепция представления проектов через личную уникальность владельцев также продолжается в бизнес-мероприятиях, которые я создаю и провожу на государственных площадках и пресс-центрах федеральных СМИ. Выступления участников построены на личных ценностях, интегрированных в их бизнес. Именно такой формат подачи информации сейчас ценится и откликается людям. Среди большого количества продуктов и услуг нам хочется видеть личность и понимать ее принципы и ценности.

ИНТЕГРАЦИЯ ЦЕННОСТЕЙ В БИЗНЕС

Все мои проекты направлены на развитие бизнеса, построенного на ценностях. Одна из целей этих проектов – формирование репутационного капитала для предпринимательства в России.

У меня несколько направлений в бизнесе:

1) Упаковка и продвижение бизнеса.

Это стратегическая настройка бизнеса под ключ.

- Создаю продукты на основе уникальности владельца.
- Разрабатываю личное позиционирование владельца и интегрирую его в бизнес.
- Разрабатываю позиционирование проекта с трансляцией ценностей и смыслов.

- Интегрирую ценности и смыслы во все источники – презентация, сайт, социальные сети, публикации в СМИ, выступления.

- Разрабатываю и реализую стратегию продвижения.

Я готовлю бизнес к продвижению и продажам. Чтобы было что продавать и что продвигать, а также, чтобы были материалы и контент, транслирующие ценность и уникальность.

2) Бизнес-мероприятия на государственных площадках и пресс-центрах федеральных СМИ.

На мероприятиях владельцы представляют свой бизнес через личную уникальность, ценности и смыслы, вложенные в их проекты.

Проведенные мероприятия:

- Конференция «Новая культура ведения бизнеса» на площадке Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации.

- Life & Business Summit в Торгово-промышленной палате Российской Федерации.

- Пресс-конференция «Личное позиционирование для жизни и бизнеса» в Московской торгово-промышленной палате.

- Панельная дискуссия «Продукты и услуги через личную стратегию владельцев» в пресс-центре «Россия сегодня» (РИА Новости).

3) Авторская программа ТВ-формата «Ценности в бизнесе», которую я снимаю в новостных студиях и студиях телеканалов.

В фокусе программы – личная уникальность владельцев, ценности и смыслы, история создания и развития проекта, технологии, инновации, тренды и прогнозы текущей отрасли.

4) Книги в соавторстве.

В книгах представлены проекты через личную уникальность владельцев. Первая книга в соавторстве «Мой проект – мои ценности» вышла в 2024 году. Вторая книга в соавторстве «Сначала ценности, потом бизнес» выходит в 2025 году, презентация книги состоится в Культурном центре ГлавУпДК при МИД России.

Все перечисленные проекты я создаю на фундаменте личного позиционирования владельцев бизнеса. Для выступлений на бизнес-мероприятиях, для книг в соавторстве, для программы ТВ-формата я сначала разрабатываю концепцию личного позиционирования владельца, дальше интегрирую личное позиционирование в его бизнес – описываю проект через ценности, смыслы, личную уникальность – и только потом строю сценарий наших выступлений на бизнес-мероприятиях, пишу главы книг о проектах, разрабатываю сце-

нарий ТВ-программ.

Это новый взгляд на ведение и развитие бизнеса, когда мы сначала говорим о человеке, его ценностях и личной уникальности, а потом про бизнес.

СОЧЕТАНИЕ МАРКЕТИНГА И ИСКУССТВА

Если говорить о моих ценностях и смыслах, то у меня сочетание маркетинга и искусства.

20 лет я проработала в маркетинге промышленных компаний: оборудование для стратегически важных сфер – авиационной, аэрокосмической, горнодобывающей, атомной, транспортной промышленности, а также электротехника и светотехника.

10 лет я работала в галерее современного искусства – семейный бизнес, живопись и скульптура, собственная галерея на Патриарших прудах, а также выставки в России и за рубежом.

Также я много занималась художественными и корпоративными съемками – это и художественные фильмы, и бизнес-контент. На съемках работала с известными режиссерами и актерами – это Александр Митта, Валентин Гафт и многие другие.

Две сферы – маркетинг и искусство – сформировали мой взгляд на упаковку бизнеса: я понимаю, как продаются продукты, через какие смыслы и как их транслировать.

НОВАЯ КУЛЬТУРА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Меняется мир, меняется предпринимательство, но ключевые человеческие ценности остаются неизменными. Сейчас в бизнесе на первый план выходит личность. Ценности и принципы владельца бизнеса формируют идеологию компании, определяют ее миссию и создают продукты, транслирующие ключевые идеи собственника.

Покупая продукт, мы хотим знать, кто стоит за этим продуктом. Кто этот человек, какие у него ценности и какие смыслы он вкладывает в свой проект. Нам стало интересно покупать не просто продукт, а личную уникальность владельца в сочетании с продуктом.



Елена Провиз, презентация книги *«Мой проект – мои ценности»*

Понимая человека, мы начинаем понимать его продукт. Бывает достаточно рассказать о себе, чтобы клиент понял уникальность вашего продукта, потому что именно ваша личная уникальность делает ваш продукт уникальным.

Новая культура ведения бизнеса – это возможность реализации собственной идеологии жизни в своем проекте. Это синергия личности и бизнеса. Когда ваш бизнес становится трансляцией ваших взглядов, интересов и ценностей. Это бизнес и маркетинг нового времени.

Тренды новой культуры ведения бизнеса

1) Люди идут на людей.

Важно общение в жизни, бизнесе и в процессе покупки продуктов и услуг. Нам важна личность, ее ценности и принципы. Мы хотим знать, кто стоит за продуктом или услугой.

2) Уникальность проекта.

Это становится нормой и необходимостью для успешного продвижения бизнеса. Нам важны смыслы, вложенные в проект, которые делают его уникальным. Успешными становятся проекты, которые не просто дают скидки на продукт, а те, которые показывают смыслы, вложенные в этот проект.

3) Индивидуальный подход.

Мы готовы платить за время и внимание, которое нам уделяют в процессе покупки продукта и услуги. Нам больше интересны проекты с уникальной концепцией и персональным подходом к клиенту.

4) Качество.

Нам стало важно качество во всем – сервис, организация, качество информации, качество самого продукта.

Время некачественных поверхностных продуктов и услуг прошло, спрос на такие продукты и услуги на фоне новых трендов значительно снижается. Это подтверждается уже сточением требований ко многим сферам продуктов и услуг со стороны законодательства.

МАСШТАБ – ЭТО ГЛУБИНА

Для меня масштаб заключается в глубине. Чем больше смыслов заложено в проект, чем больше видны идеология и ценности его владельца, чем глубже проработан проект с точки зрения уникальности, качества продукта, уровня сервиса, тем масштабнее для меня этот проект или мероприятие. Масштаб, в моем понимании, значит не больше по численности, а глубже по смыслам, выше по уровню участников, качеству и сервиса.

Для меня это норма, я не умею работать по-другому. Подготовка к каждому моему проекту или мероприятию занимает несколько месяцев, потому что проходит в глубину. Я делаю 3–5 проектов в год. Мне важно не количество, а качество. Мне нравится идея о том, что я делаю немного, но очень глубоко. Это про эксклюзив, уникальность, премиальность и качество.

УПАКОВКА БИЗНЕСА – ЦЕННОСТИ, КОТОРЫЕ САМИ ПРОДАЮТ ВАШ ПРОДУКТ

Я занимаюсь стратегической настройкой бизнеса под ключ. Создавая упаковку бизнеса, я готовлю бизнес к продвижению и продажам.

- Чтобы было что продавать и что продвигать.
- Чтобы были материалы и контент, транслирующие ценность и уникальность.

Упаковка бизнеса – это стратегический этап в развитии и ведении бизнеса, без него все остальные этапы не будут иметь смысла, так как не будет фундамента. Сначала упаковка, а потом запуск рекламы и продаж. Упаковка бизнеса – это не продажи, но без упаковки не будет эффективных продаж.

Одна из распространенных проблем в бизнесе – не донесена суть и ценность продукта. Тогда его сложно продавать и продвигать. При полноценной упаковке бизнеса есть что

продавать, есть что продвигать. Клиенты видят суть, ценность и уникальность продукта. Есть прямая связь, чем лучше упаковка бизнеса, тем больше продаж. Логически это легко объясняется – формируются ценности, которые сами продают ваш продукт. Именно сами. Без вас.

Разрабатывая упаковку бизнеса, я создаю позиционирование проекта в целом, с интеграцией в него ценностей, смыслов и личной уникальности владельца бизнеса. А также интегрирую эти ценности и смыслы во все источники бизнеса – презентация, сайт, социальные сети, публикации в СМИ, выступления.

ЛИЧНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ – ВАШ ФУНДАМЕНТ

В современном мире жизнь и бизнес тесно переплетаются. Часть нашей жизни – увлечения, интересы, принципы – переходит в бизнес и создает проект, построенный на ценностях. Часть нашего бизнеса – опыт и навыки – переходит в нашу жизнь и вносит свой вклад в формирование нас как личности.

За каждым бизнесом стоит личность. И у каждого бизнеса своя история, которая транслирует уникальность проекта. У кого-то это интересный путь к бизнесу, через который прошел владелец.

- У кого-то это авторский подход в бизнесе, который сло-

жился на основе собственной идеологии жизни.

- У кого-то это сочетание сфер, которое реализовано в разных бизнес-проектах.

Все эти элементы формируют личное позиционирование владельца. Я говорю не о личном бренде, а именно о личном позиционировании. Оно гораздо шире, чем личный бренд.

Тема личного позиционирования сейчас актуальна как никогда. Личное позиционирование необходимо абсолютно каждому, вне зависимости, ведете вы свой бизнес или нет. Мы общаемся с друзьями, коллегами, партнерами, клиентами, сотрудниками, представителями СМИ, и нас воспринимают, в первую очередь, как личность. Продукт, который мы создаем, свой личный или находясь в найме, вторичен. Сейчас важно, кто создает этот продукт. Продуктов миллионы, именно личная уникальность владельца делает продукт уникальным.

Текущий тренд – люди идут на людей. Люди покупают у людей, люди выбирают людей. Сейчас у большинства из нас осознанный выбор, мы хотим знать, кто стоит за продуктом, у кого мы его покупаем, кто этот человек, какие у него ценности и идеология жизни, какие смыслы он вкладывает в свой продукт. Мы покупаем не просто продукт, мы покупаем личную уникальность владельца в сочетании с его продуктом.

За каждым продуктом стоит личность – это создано кем-то, это не явление природы, а чей-то талант и труд. Когда мы говорим про ценности в бизнесе – они рождаются у лично-

сти. Поэтому личное позиционирование выходит на первый план.

Личное позиционирование – это ваша уникальная история, со взаимосвязями, смыслами, логическими цепочками. Это не список эффектных тезисов для самопрезентации. Это целая история, на своем опыте могу сказать, что полноценное личное позиционирование разрабатывается в течение 4–6 недель и по объему занимает 10–20 страниц А4. Оно рождается как книга.



Основные элементы личного позиционирования:

- наши ценности показывают, как мы ведем бизнес, по каким принципам работаем, какие клиенты к нам приходят;
- наши ключевые идеи и смыслы показывают, что мы транслируем в бизнесе, какая у нас идеология, что мы даем клиентам своим продуктом;
- наш авторский подход, который есть абсолютно у каждого, его просто необходимо увидеть и сформулировать, делает результат нашего бизнеса уникальным;
- наше сочетание сфер, которое было и есть в жизни каждого, оно добавляет уникальные акценты в бизнес, делая процесс ведения проекта и готовый продукт также уникальными. Причем сферы могут быть и из бизнес-проектов, и из ваших увлечений, и из среды, в которой вы находились, и т. д.;
- наша экспертность, опыт, навыки и интересы также влияют на наш проект, подкрепляя его твердыми фактами, ключевыми событиями и достижениями;
- наш путь к бизнесу показывает, почему мы этим занимаемся, как мы пришли к этому проекту, что для нас сейчас значит этот проект, какая у нас миссия.

Личное позиционирование может быть интегрировано в любой ваш текущий или будущий проект. Это самый эффек-

тивный инструмент, который сделает продукт уникальным и поможет развитию и масштабированию проекта.

Личное позиционирование – это ваш фундамент, проекты могут меняться, сегодня вы занимаетесь одним продуктом, завтра другим, а личное позиционирование останется с вами навсегда.

При интегрированном в проект личном позиционировании:

- вы продаете свой продукт, в первую очередь, самому себе – а только потом рынку;
- вы продаете не продукт, а свою личную уникальность в сочетании с продуктом;
- вы устанавливаете на свой продукт любую подходящую для вас цену, потому что сформированы его ценность и уникальность;
- у клиентов не возникает вопросов – почему так дорого или почему стоит купить именно у вас. На первое место выходит ценность, а только потом цена.

Степень и форма интеграции личного позиционирования в продукт зависят от проекта.

Одна из моих любимых фраз – люди любят покупать, но не любят, когда им продают. Никто не хочет покупать продукт, чтобы кто-то просто заработал на нас деньги, все мы хотим покупать идею, легенду и смыслы. Чтобы клиенты увидели эти смыслы, стоит интегрировать свое личное пози-

позиционирование в свой бизнес.

ПРИНЦИПЫ РАБОТЫ ПО УПАКОВКЕ БИЗНЕСА

За время работы с упаковкой бизнеса у меня сформировались определенные принципы, которым я следую, они помогают мне создавать качественный продукт, построенный на моих личных ценностях.

Стратегическая последовательность

Мне важна последовательность этапов работ, в упаковке бизнеса она играет очень важную роль. Сначала необходимо создать, что продвигать и продавать, а потом уже идти в рекламу, выступления и продажи. Без этапа упаковки или формирования полноценного позиционирования остальные этапы не имеют смысла. Будет слив рекламного бюджета и будет сложно продавать продукт.

Фундаментальный подход

После любой моей услуги у вас остается фундамент – материал, который разработан по вашей личной уникальности и уникальности вашего проекта.

Вне зависимости от того, какой проект я реализую из списка моих бизнес-направлений – упаковка бизнеса, участие в бизнес-мероприятии, книге в соавторстве или ТВ-

программе, – я начинаю работу по нему с фундамента: создания уникальности, формирования ценностей и смыслов.

100 % погружение и вживание в проект

Я не просто консультант. Я живу проектом, знаю его изнутри. Работаю на стороне клиента, но со своим подходом и взглядом на бизнес и упаковку.

Это индивидуальная работа по созданию вашей личной уникальности. Для эффективного формирования личной уникальности всегда требуется взгляд со стороны. Мне важно передать клиенту готовый материал и стратегически настроенный проект, а не просто рекомендации по бизнесу.

Интеграция личной уникальности владельца в любой продукт

Независимо от услуги, которую вы у меня заказываете – упаковку бизнеса, выступление на бизнес-мероприятии, участие в ТВ-программе, – я, в первую очередь, разрабатываю концепцию вашего личного позиционирования и интегрирую ее в ваш проект.

Формат и объем интеграции личной уникальности владельца зависит от сферы и формы бизнеса. Для личных брендов и b2c – это один объем интеграции. Для b2b этот объем может быть меньше и создан через уникальность и идеологию бренда.

АВТОРСКИЙ ПОДХОД

Мой авторский подход в моих проектах – формирование смыслов и ценностей и трансляция их с самой эффектной стороны. Чем бы я ни занималась, мне важно дойти до глубоких смыслов и показать их с самой эффектной стороны.

Я конкурирую не на уровне продукта, я продаю не тексты позиционирования, не презентации, не статьи и сайты. Я продаю свой авторский подход и взгляд на упаковку бизнеса, формирование уникальности и интеграцию ее в бизнес.

Конечно, у меня также есть и твердые факты – многолетний опыт работы, автор книг, читаю лекции в государственных ВУЗах, создаю и провожу бизнес-мероприятия на государственных площадках и пресс-центрах федеральных СМИ, снимаю программу ТВ-формата, – но это были бы просто твердые факты без моей уникальности. Твердые факты без ценностей и смыслов сейчас не работают, потому что на рынке большое количество достойных игроков. Нам необходимо показать свои ценности и личную уникальность, чтобы эффективно развивать бизнес.

ПУТЬ К БИЗНЕСУ

Мой путь в маркетинге начался с первого высшего обра-

зования, которое я получила по этой специальности. Продолжился в промышленных компаниях, где я проработала 20 лет на руководящих должностях. Это было оборудование для стратегически важных сфер: авиационной, аэрокосмической, горнодобывающей, атомной, транспортной промышленности, а также сферы электротехники и светотехники. 60 % всего профессионального опыта было для зарубежных рынков на английском языке. Это был не только маркетинг, а еще и стратегическое развитие бизнеса.

Также в моей жизни была сфера искусства, 10 лет я проработала в галерее современного искусства – семейный бизнес, собственная галерея на Патриарших прудах. Живопись и скульптура, выставки в России и за рубежом, в команде мастера из учебных заведений Глазунова, Строганова, Сурикова. Один из проектов нашей галереи – мы организовали выставку Пако Рабан в Москве, известный французский модельер, который приезжал в Россию с выставкой своей графики.

Также у меня большой опыт в съемках художественного и корпоративного контента. Фильмы о компании, интервью с владельцами, реклама. Участвовала в проектах по съемке художественных фильмов культовых российских режиссеров – Александра Митты и других, работала на одной площадке с известными актерами – Валентином Гафтом и другими.

И в итоге я пришла к собственному делу – упаковке и продвижению бизнеса, в котором сочетаю и стратегический маркетинг, и творчество, и смыслы, и ценности. Когда проект

упакован – сформированы его ценности и смыслы, его надо продвигать – транслировать эти ценности и смыслы во внешний мир. Так как мне важен фундаментальный подход во всем, то я начала создавать и проводить собственные проекты для трансляции ценностей и смыслов – бизнес-мероприятия на государственных площадках и в пресс-центрах федеральных СМИ, программа ТВ-формата «Ценности в бизнесе», книги в соавторстве, где представлены проекты через личную уникальность владельцев.

В моей жизни всегда было и есть сочетание маркетинга и искусства. Искусство идет с детства, это было бесконечное увлечение театрами, перфомансами и съемками. Эти же увлечения есть в моей жизни сейчас – я не могу жить без театров, перфомансов, выставок и съемок. Это мое вдохновение, которое дает мне энергию, чтобы идти вперед в бизнесе.

ВОЕННАЯ ДИСЦИПЛИНА

Я из семьи военных, поэтому ответственность и дисциплина во мне заложены на уровне ДНК. В моей жизни всегда есть жесткая дисциплина, я не умею жить по-другому.



Елена Провиз

Для меня важна дисциплина во всем:

- личный распорядок и график дня,
- настройка правил и атмосферы в компании,
- дедлайны в проектах,
- выполнение обязательств.

Если есть дисциплина, то это выстраивает систему. Бизнес без системы не работает. Поэтому дисциплина – это самое главное для предпринимателя.

Личные достижения тоже без дисциплины невозможны, везде требуется соблюдать какие-либо правила и условия для достижения результата.

ЦЕННОСТИ

Честность

Для меня это самое главное в жизни. Мне очень важно знать, что вокруг меня правда. Если нет честности, то не получится бизнес или какие-либо отношения.

Семейные традиции

Я за стандартные семейные традиции, где в семье есть верность, поддержка, уважение, помощь родным и т. д.

Ответственность

Во мне заложена гиперответственность. Мне очень важно держать слово, быть пунктуальной, делать все в срок и каче-

ственно. Я все делаю на 100 % или не делаю вообще.

Смыслы и эмоции

Во всем, что я делаю и что меня окружает, я нахожу смыслы и создаю эмоции. Мне важна суть. По-другому мне неинтересно. Все, что мы делаем, должно вызывать эмоции, иначе это не работает. Если мы не понимаем суть, не видим смыслы, то это не вызывает у нас эмоций, и мы проходим мимо. Так бывает и в жизни, и в бизнесе.

Эстетика, стиль и красота

Мне очень важно, чтобы все было эстетично, красиво, элегантно, стильно. Это относится ко всему – и оформление проектов, которыми я занимаюсь, и одежда, и личный контент и т. д. Красота вдохновляет, а ноты женственности и элегантности создают уникальный стиль.

Я очень опасаясь перебора, который может превратить любую вещь в безвкусицу. Я отношу это правило ко всему – и к одежде, и к проектам. Если переборщить с цепляющим эффектом, он станет просто кричащим без всякого смысла. Если переборщить с яркими красками, то они просто сольются в один набор цветов, где нет акцентов.

Именно поэтому я всегда держу баланс. Я могу сделать что-то эффектное, но я всегда остаюсь в рамках эстетики и стиля.

Скорость

Я очень люблю скорость, быстро принимаю решения, быстро воплощаю свои идеи и задумки. Причем это касается и мелких, и глобальных бизнес-проектов, и жизненных ситуаций.

КОНТАКТЫ:

events-proviz.ru

Петр Аксенов

Ювелирный дом Russkaya Skazka



«Благодарность – самое сильное благородное чувство, которое помогает человеку решить любые проблемы.

Если принимать все жизненные обстоятельства с благодарностью, это помогает идти вперед и не останавливаться».

- Основатель Ювелирного дома Russkaya Skazka.
- Дизайнер, художник-ювелир.
- Изделия, созданные Петром Аксеновым, входят в коллекции Юсуповского дворца и Фонда драгоценных металлов Государственного исторического музея.
- Автор драгоценных украшений для исторических российских и зарубежных кинофильмов: сериал «Екатерина» (Россия), фильм «Матильда» (Россия), сериал «Война и мир» (BBC, Великобритания), фильм «Последний богатырь» (Disney, США).
- Идеальный вдохновитель и организатор светских мероприятий Ювелирного дома Russkaya Skazka – благотворительные концерты, детские новогодние елки, поэтические и музыкальные вечера, искусствоведческие лекции.
- Член Императорского православного палестинского общества.
- Меценат.

ВЕРА КАК ФУНДАМЕНТ СТАНОВЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Я родился в Москве, в семье глубоко религиозной и творческой. Отец – фотограф Юрий Александрович Аксенов, а мама – художник-иконописец и реставратор, Лариса Николаевна Шеховцова. С раннего детства родители прививали мне традиционные смыслы и высокие нравственные ориентиры, мало-помалу формируя христианское мировоззрение. Но особенно важным в моем становлении стало пребывание в Оптиной пустыни.

Мне было одиннадцать лет, когда маме предложили встать во главе группы художников-реставраторов во Введенском ставропигиальном мужском монастыре. Важно отметить, что на тот момент это был второй по счету монастырь, который советская власть официально передала Русской православной церкви. Сразу после перестройки люди вновь потянулись в храмы и стали посещать святыни. Я вспоминаю это время с большим трепетом и благоговением, ведь буквально у меня на глазах формировалась братия Оптиной пустыни.

По утрам я старался подходить под благословение к отцу-наместнику архимандриту Евлогию, после чего спешил в школу. В тот период я учился в военном городке в Козельске. Но несмотря на близкое соседство с монастырем мне часто

приходилось преодолевать более четырех километров пешком, чтобы попасть на учебу. Автобусы тогда ходили редко или не приезжали вовсе. Попутно я проходил музыкальное обучение, пел на клиросе и иногда нес монастырское послушание, помогая гостиничному иноку расселять паломников. Скромность монастырских трапез, местный уклад и братские молебны не только остались теплыми воспоминаниями в памяти, но и наложили определенный отпечаток на всю мою дальнейшую жизнь.

С благословения отца Ионна Крестьянкина мы приобрели дом недалеко от монастыря – в деревне Стенино. Постепенно простой деревянный сруб с русской печкой начал приобретать новые очертания, а внутренние помещения стали схожи с интерьерами конца 19 и начала 20 века. Дом наполнился антикварной мебелью, старинными самоварами и вазами, в которых всегда стояли полевые цветы. Именно здесь я привык праздновать свои именины. На день Петра и Павла я старался собрать близких и друзей, приглашая их в наш дивный сад, где накрывал столы и выставлял плетеную мебель. В русской классической литературе можно встретить множество ярких описаний именин, а также их значимость для православного человека. Отчасти поэтому для меня именины являются не менее важным праздником, чем день рождения.

Со времен моего детства наша жизнь не раз менялась, даже случались переезды, однако дом рядом с Оптиной пустыней всегда оставался местом силы и душевного равновесия.

А привитые здесь знания и мироощущение помогают мне и по сей день, как в работе, так и в духовной жизни.



РУССКАЯ КУЛЬТУРА КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ

Удивительным образом совпало, что среди моих предков смешались аристократы, священнослужители, церковные певчие и купцы первой гильдии. Особенно интересен род моей мамы. Начиная с 16 века это служивые дворяне из Курской губернии. И когда Екатерина Великая дала им вольную, предки не захотели расставаться с государственной службой, продолжая военное дело из поколения в поколение. Изучая свои корни, я все сильнее проникался русской культурой, ощущая сопричастность и силу рода.

Большое влияние на мое формирование оказала русская опера: «Царская невеста» и «Псковитянка» Римского-Корсакова, «Борис Годунов» Мусоргского, неподражаемая «Пиковая дама» и «Евгений Онегин» Чайковского. Я также проникся глубокой музыкой Рахманинова, который искал вдохновение в церковных песнопениях допетровской эпохи. Мою любовь к Родине особенно усилили русские классики – Толстой, Достоевский, Тургенев. А также блистательный живописец Брюллов и фундаментальный Иванов, чьи работы пронизаны христианскими ценностями. И, конечно, Львов – архитектор, который изменил мое видение и восприятие

русской архитектуры.

С большим почтением и уважением я отношусь к семье Романовых. Особенно к нашему последнему императору – Николаю II – и его отцу, Александру III. Они оба являют для меня пример высокой нравственности и христианской добродетели. Благодаря их покровительству в России на рубеже 19–20 столетия настал «Серебряный век» в искусстве, «Золотой век» в литературе и появилось множество новых крупных музеев и храмов. Пожалуй, самое яркое детское впечатление, связанное с семьей Романовых, случилось со мной в Псково-Печерском монастыре. Там я увидел фотографии Николая II во время его визита в монастырь 1903 года. Помню, как меня поразили образ царя, зародив живой интерес к его жизни и биографии. В дальнейшем у меня было множество пересечений с Романовыми. Например, я тесно общался и дружил с выжившими родственниками и ближайшим окружением императорской семьи. Оглядываясь назад, понимаю, что на мое становление оказали большое влияние рассказы о государе и воспоминания, которые осторожно передавались в этих семьях из уст в уста.

Мне кажется важным не просто жить, а именно любить свою Родину, ее культурные особенности и самобытность. Ведь каждый из нас несет в себе часть национального кода, продолжая многовековую традицию.

ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ RUSSKAYA SKAZKA

«Русская сказка» уже несколько лет широко известна и любима не только в России, но и за рубежом. Эстетика бренда формировалась под влиянием шедевров великих художников и литературных классиков. Нас отличает глубочайшая любовь к истории, культуре и монархическим традициям былых эпох. А в наших изделиях всегда доминируют национальные мотивы, которые изящно переплетаются с современными тенденциями.

Каждый раз, приступая к работе над новой линией, я стремлюсь отталкиваться от большого образа и глубокой идеи. Прототипом легко может стать литературный герой или живописное произведение. Очень часто я ищу вдохновение в русской опере, сказках и народных промыслах. С большой любовью и почтением в нашем Ювелирном доме относятся к допетровской Руси. Обращаясь к этому периоду, мы не просто заимствуем идеи, а восстанавливаем давно забытые и утраченные ценности. Так появились серьги «Рогнеда», названные в честь жены князя Владимира, брошь «Палеолог» в честь великой княгини Софии и перстень «Боярыня Морозова».



Украшения ювелирного дома Russkaya Skazka. Тиара Princess Anastasia, серьги Princess Anastasia, кольцо Anastasia

Особым вдохновением для меня стала Альма Пиль – художница и ювелир, работавшая на фирму Фаберже. Именно ей принадлежит разработка удивительного узора со структурой льда. В 2020 году в Санкт-Петербурге совместно с музеем Фаберже «Русская сказка» презентовала коллекцию, посвященную выдающейся художнице. Мы подготовили свою вариацию со структурой льда. В 2021 году мне предложили создать свадебную тиару и именнные венчальные кольца для праправнука Великой княгини Ксении Александровны,

сестры последнего российского императора Николая II. Для меня и команды было большим удовольствием изготовить ювелирные украшения для Ростислава Романова и его невесты Фотеины Георганты.

Нередко «Русская сказка» берется за восстановление утраченных ценностей. Так, в этом году мы создали драгоценный венец и нимб для Феодоровской иконы Божией Матери. Сейчас образ находится в Марфо-Мариинской обители, а для его украшения мы частично использовали пожертвованные драгоценности прихожан, после чудесных исцелений перед иконой.

Мы открыты для новых проектов и регулярно сотрудничаем с кинематографом. Наши изделия представлены во многих известных российских и зарубежных картинах: сериал «Екатерина», фильм «Матильда», снятые в России, сериал «Война и мир» (BBC, Великобритания), фильм «Последний богатырь» (Disney, США). Некоторые украшения бренда входят в коллекции Юсуповского дворца и Фонда драгоценных металлов Государственного исторического музея.

Большинство изделий нашего бренда создаются в Костроме – ведь недаром ее считают колыбелью русского ювелирного искусства. В нашу артель входят не только костромские мастера, но и профессионалы из других городов. Например, камнерезы из Петербурга создают для нас камеи, а в Ростове трудятся наши лучшие эмалиеры.

Могу с уверенностью отметить, что в «Русской сказке»

собралась обширная команда единомышленников, которые всей душой любят Россию, историю и искусство. Это позволяет создавать актуальные коллекции и развивать новые значимые проекты. «Русская сказка» ежегодно проводит детские новогодние Елки, благотворительные концерты, искусствоведческие лекции и иммерсионные экскурсии по историческим русским памятникам архитектуры. Я также принял в команду много молодых ярких студентов из Санкт-Петербургской академии художеств и Академии им. Глазунова. А чтобы усовершенствовать рабочий процесс, регулярно прибегаю к консультациям крупных специалистов – историков, искусствоведов, живописцев, которые глубоко знают русскую историю и нашу культуру.



ПУТЬ К ЮВЕЛИРНОМУ ДЕЛУ

Жажда творчества во мне развивалась органично, благодаря семье, окружению и воспитанию. С раннего детства меня определили в музыкальную и художественную школы. Обязательны были занятия спортом и посещение храма. Расписание в течение дня всегда было очень строгим и плотным, что попутно приучало к дисциплине и ответственности. С родителями мы регулярно ходили в театр, на выставки, музыкальные концерты, посещали музеи. В подростковом возрасте меня познакомили с шедеврами кинематографа, погрузили в наследие Тарковского, Эйзенштейна, Феллини, Бертолуччи и Антониони.

В детстве меня всегда окружало искусство. Будучи маленьким мальчиком, я постоянно сновал между мастерскими художников, скульпторов или декораторов. Я наблюдал, как мама реставрировала картины и иконы, сам становясь неотъемлемой частью творческой среды. Мне даже не покупали привычные детские игрушки, взамен предложив макеты к театральным постановкам. По первому образованию моя мама была художником-декоратором, и, создавая миниатюрные модели сцен, она часто дарила их мне или приноси-

ла модели других мастеров. Так ко мне в руки попали удивительные маленькие макеты для постановок «Бориса Годунова», «Гамлета» и «Горя от ума». Эти впечатления укрепили во мне желание самому стать художником.

Получив фундаментальное богословское образование (Православный Свято-Тихоновский гуманитарный университет, Университет Святого Иоанна Богослова и Псковско-Печерская семинария), я захотел попробовать себя в творчестве. В тот период меня привлек успех современного искусства, которое захотелось исследовать и понять. Поначалу я с интересом изучал мир фотографии, глянца и маркетинга. Желание перемен подтолкнуло меня к долгосрочной поездке по Америке и Европе, где я смог добиться успеха. Мне посчастливилось работать в Condé Nast, GQ, Vogue, Tatler и многих других крупных изданиях. Постепенно мой интерес привлек дизайн. Я начал создавать частные интерьеры, рестораны и другие общественные пространства, пока наконец не попал в ювелирную индустрию.



Попробовав себя в Cartie, Carrera у Carrera и Montblanc, у меня появилась стойкая идея создания собственного Ювелирного дома. Но посвятив большую часть времени западным проектам, я быстро понял, что мне интересно работать исключительно с русской ДНК и создавать исключительно то, что отражает мои корни и мировоззрение, а не просто приносит доход.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.