



# Нефедов Александр

Мужчина, 38 лет, родился 22 июля 1986

+7 (925) 7370022 — предпочитаемый способ связи

a@nefedov.eu

Другой сайт: <https://nefedov.eu>

Проживает: Москва, м. Новослободская

Гражданство: Россия, есть разрешение на работу: Россия

Готов к переезду, готов к командировкам

## Желаемая должность и зарплата

### Руководитель отдела маркетинга и рекламы

Специализации:

- Директор по маркетингу и PR (СМО)
- Руководитель отдела маркетинга и рекламы

Занятость: полная занятость

График работы: полный день

Желательное время в пути до работы: не более часа

## Опыт работы — 14 лет 3 месяца

Апрель 2024 —  
настоящее время  
10 месяцев

### CAPITANIA

Пушкино (Московская область), [capitania.ru/](http://capitania.ru/)

Товары народного потребления (непищевые)

- Одежда, обувь, аксессуары, текстиль (производство)

#### Директор по развитию

- Создание (за 2 недели), наполнение и ведение сайта компании с "0"
- Работа с маркетплейсами
- Создание и курирование дополнительных каналов продаж
- Мониторинг и анализ конкурентов
- Развитие каналов продвижения
- Брендинг
- Разработка и контроль реализации маркетинговой стратегии
- Составление, согласование, контроль исполнения маркетингового бюджета

Ноябрь 2023 —  
Март 2024  
5 месяцев

### Expert Clinics

Москва, [expertclinics.ru/](http://expertclinics.ru/)

Медицина, фармацевтика, аптеки

- Лечебно-профилактические учреждения

#### Директор по развитию

- Организация и контроль рабочих процессов клиники
- Подбор, адаптация, мотивация сотрудников, контроль дисциплины, разработка и контроль соблюдения стандартов
- Повышение NPS и возвращаемости пациентов
- Обеспечение роста выручки: традиционная медицина, anti-age, обучение
- Мониторинг и анализ конкурентов
- Контроль репутационного поля клиники
- Развитие каналов продвижения
- Брендинг
- Разработка и упаковка продуктов (совместно с врачами клиники), внедрение новых услуг

- Разработка и контроль реализации маркетинговой стратегии клиники
- Составление, согласование, контроль исполнения маркетингового бюджета

Апрель 2023 —  
Октябрь 2023  
7 месяцев

## Группа компаний **Мать и дитя**

Москва, [www.mcclinics.ru](http://www.mcclinics.ru)

Медицина, фармацевтика, аптеки

- Лечебно-профилактические учреждения

### Заместитель директора по маркетингу

- Тотальная переработка сайта компании
- Внедрение «сквозной аналитики»
- Создание программы лояльности
- Контроль и организация эффективной работы всех диджитал каналов привлечения пациентов

Февраль 2022 —  
Март 2023  
1 год 2 месяца

## ООО "**Наше Время**"

Москва, [www.nv-clinic.ru](http://www.nv-clinic.ru)

Медицина, фармацевтика, аптеки

- Лечебно-профилактические учреждения

### Директор по маркетингу

- Внедрение и настройка реально работающей сквозной аналитики "контакт с брендом - сделка" с дублированием каналов мониторинга (диджитал + коллцентр) с "отслеживаемостью" каналов 95%+
- Переформатирование и создание с нуля почти всех диджитал каналов коммуникаций и рекламы
- Создание и активное наполнение нового современного продающего сайта в кратчайшие сроки (1 месяц) с ростом небрендового SEO x15 за год
- Разработка уникальной системы мониторинга эффективности небрендового SEO (вход с органики - сделка) с помощью колтрекинга

Июнь 2021 —  
Январь 2022  
8 месяцев

## **Евроонко**

Москва, [www.euroonco.ru](http://www.euroonco.ru)

Медицина, фармацевтика, аптеки

- Лечебно-профилактические учреждения

### Бренд-директор

- Завершение миграции с Бренда «Европейская клиника» в «Евроонко»
- Поддержание фирменного стиля группы компаний и каждой клиники в отдельности
- Организация мероприятий открытия новых филиалов;
- Создание корпоративного телевидения «ЕвроонкоTV»
- Разработка и управление проектом приложения «ОНКОBOOK» (Дневник для онкобольных)
- Создание концепции и полное сопровождении первой независимой онкологической премии «Время побеждать»
- Разработка сувенирной продукции для нужд всех подразделений
- Создание концепции «Жизнь продолжается» в рамках которой создана серия сувенирной продукции, в т.ч. VIP подарки в виде фирменных песочных часов
- Структуризация всех графических материалов компании в единой обновляемой базе данных
- Разработка концепции рестайлинга компании
- Управление командой подразделения маркетинговых коммуникаций

Ноябрь 2020 —  
Май 2021  
7 месяцев

## ГК "**Медскан**"

Москва, [www.medscannet.ru](http://www.medscannet.ru)

Медицина, фармацевтика, аптеки

- Лечебно-профилактические учреждения

### Бренд-директор Группы Компаний

- Консультирование топ-менеджмента по вопросам развития бренда
- Поддержание фирменного стиля группы компаний и каждой клиники в отдельности
- Рекрутинг и управление командой бренд-менеджеров в клиниках
- Постановка целей и контроль результатов работы подчиненных
- Транслирование сотрудникам основных ценностей компании, чтобы они могли транслировать их пациентам;
- Подготовка и исполнение бюджета совместно с отделом маркетинга
- Анализ результатов рекламных каналов с последующей оптимизацией (оффлайн, контекст, SEO, SERM)
- Поиск партнеров и проведение переговоров по созданию программы лояльности клиентов
- Подготовка контент-плана для социальных сетей и рекламной деятельности
- Оптимизация рекламных стратегий в Интернете в соответствии с отчетами о доходах
- Участие и организация мероприятий спонсируемых компанией

Август 2020 —  
Октябрь 2020  
3 месяца

## **ФГБУ Комбинат питания "Кремлевский"**

Москва, [www.kp-kremlevskiy.ru](http://www.kp-kremlevskiy.ru)

### **Заместитель генерального директора по развитию**

- Анализ производственных возможностей компании
- Коллаборация с производственными и сервисными отделами
- Подготовка и выполнение плана по полной загрузке мощностей
- Ведение и поиск инвесторов для ключевого проекта типа food-market на Маяковской площади
- Инициирование и внедрение рестайлинга фирменного стиля
- Разработка корпоративных печатных материалов

Декабрь 2018 —  
Июль 2020  
1 год 8 месяцев

## **Аэроэкспресс, ООО**

Москва, [aeroexpress.ru](http://aeroexpress.ru)

Перевозки, логистика, склад, ВЭД

- Железнодорожные перевозки

### **Бренд-директор**

- Поддержание фирменного стиля одного из ведущих брендов с высокой узнаваемостью в Москве
- Трансляция миссии и целей компании во все отделы
- Рекрутинг, управление и обучение команды дизайнеров, специалистов по навигации и менеджеров проектов
- Разработка и производство широкого спектра корпоративных сувениров для подарков и маркетинговых акций
- Подготовка ключевых сообщений и макетов для всех рекламных форматов (ATL/BTL)
- Обучение персонала «Первой линии» с мотивационным курсом «Главные люди в компании»
- Взаимодействие с ИТ-отделом для всех новых онлайн-проектов и инноваций
- Тесное общение с PR-отделом, одобрение пресс - релизов и визуальных креативов

Октябрь 2017 —  
Ноябрь 2018  
1 год 2 месяца

## **Русатом Хэлскеа**

Москва, [www.rusatomhc.ru](http://www.rusatomhc.ru)

### **Аналитик отдела Маркетинга и Коммуникаций**

- Анализ мировых рынков ядерной медицины (изотопная терапия, лучевая терапия, стерилизация)
- Подготовка аналитических отчетов для внутреннего использования
- Участие в разработке бизнес-стратегии Госкорпорации "Росатом" в области ядерной медицины
- Руководство двумя основными проектами «Растворный реактор Мо-99» и «СП с NECSA (ЮАР)»
- Участие в организации выставочной деятельности компании (международные конференции, круглые столы)
- Разработка и сопровождение корпоративного сайта;
- Сотрудничество с PR-отделом для проведения PR-мероприятий

Февраль 2015 —  
Сентябрь 2017  
2 года 8 месяцев

## АО "В/О Изотоп"

Москва, [www.isotop.ru](http://www.isotop.ru)

### Главный специалист отдела Маркетинга

- Постоянный анализ мировых рынков изотопной продукции (широкий ассортимент продукции и уникальная специализация)
- Подготовка аналитических отчетов для внутреннего пользования и управляющей компании
- Участие в разработке изотопной бизнес-стратегии Госкорпорации "Росатом"
- Организация первого в истории полного GMP-аудита объекта Мо-99
- Предоставление данных для разработки новых продуктовых стратегий
- Участие в выставочной деятельности компании (международные конференции, круглые столы)
- Взаимодействие с отраслевыми ассоциациями и экспертами

Ноябрь 2012 —  
Январь 2015  
2 года 3 месяца

## ООО "Прион"

Москва

### Руководитель проектов

- Разработка и руководство инновационным рекламным проектом adwergaming - «Identica»
- Подбор и управление командой программистов, дизайнеров и менеджеров по продажам
- Написание всех технических заданий и контроль бюджета на протяжении всего проекта
- Поиск, переговоры и сотрудничество с партнерами и инвесторами

Февраль 2011 —  
Сентябрь 2012  
1 год 8 месяцев

## ООО "Дета-Элис"

Зеленоград, [www.deholding.info](http://www.deholding.info)

### Руководитель отдела Дизайна и Информации

- Формирование отдела с «0»
- Подбор, управление и обучение команды IT-специалистов, дизайнеров и филологов
- Разработка и сопровождение корпоративных сайтов
- Создание широкого ассортимента сувенирной и печатной продукции
- Организация массовых мероприятий (350-700 человек)

Май 2010 —  
Август 2010  
4 месяца

## ООО "СК ГС"

Москва, [www.garant.ru](http://www.garant.ru)

### Менеджер по продажам

- Активная продажа программного обеспечения "Гарант"
- Ведение переговоров с клиентами в Московском регионе
- Подготовка презентаций, докладов и отчетов

## Образование

---

### Высшее

2010

### Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва

Финансы и Кредит, Экономист

## Повышение квалификации, курсы

---

2011

### Центр "Специалист" при МГТУ им. Баумана

Повышение квалификации, HR, Менеджмент, Брендинг

## Навыки

---

Знание языков      Русский — Родной  
Английский — C2 — В совершенстве

Навыки      Ориентация на результат      Ответственность      Работа в команде  
Лояльность      Тайм-менеджмент

## Опыт вождения

---

Имеется собственный автомобиль  
Права категории А, В

## Дополнительная информация

---

Обо мне      Уважаемый потенциальный работодатель, если вы дочитали до этого места, то с 99% вероятностью вас волнует один самый главный вопрос: «Почему я так часто меняю место работы?».

Есть длинный, короткий и суперкороткий ответы.

Длинный: можете ткнуть в любое место работы в моём резюме, я расскажу про каждый день работы в этой компании, что как происходило, что было сделано, какой получен результат, и какой был итог.

Короткий: на каждом месте работы я делаю всё возможное, чтобы добиться результатов и ожиданий, которые были озвучены на собеседовании. У всех эти ожидания одинаковые: мы хотим быть лучше всех, и чтобы у нас всё было самое лучшее. Приходя в каждую компанию, выясняется, что эти ожидаемые результаты не были достигнуты из-за того, что использовались не те инструменты, и, в целом, 99% сотрудников «отсиживают номер». Когда начинаются изменения с целью достижения поставленных целей, и начинает появляться результат, этим сотрудникам не нравится, что вскрывается их некомпетентность, и далее, я думаю, не надо рассказывать, что начинает происходить. И это всё при том, что я никогда не говорю, кто виноват в том, что было сделано не так. Я просто делаю так, как надо. По сути, я начинаю бороться с неэффективной системой, из-за которой все работало не так, как хочется.

Итог всегда один: либо это надоедает мне, либо это надоедает работодателю, и мы мирно расстаёмся. (Да, честность — это мой дар и моё проклятие. Я всё жду, наконец, когда будут те, кто поймут, как это ценно).

Суперкороткий ответ на вопрос «Почему я так часто меняю место работы?»: знаете анекдот про то, как «однажды царь собрал всех бояр придворных и задал вопрос: почему налогов всё больше и больше, а в казне денег всё меньше и меньше»? Здесь такие анекдоты писать нельзя, но вы можете погуглить, если не знаете – это про меня (как бы грустно это не звучало) :)

О моих методах работы можно почитать на моём сайте (указан в начале резюме) в разделе Блог. Это все не цитаты из книжек (хотя там есть отсылки к литературе) – это все реально, как я работаю, и во что я верю.

Если вы реально готовы к лучшему маркетингу, основанному на логике и цифрах в вашей организации, и хотите, чтобы «все было лучше, чем у всех» не просто «на словах», мы с вами обязательно добьемся того, чего вы хотите ;)

Upd. Похоже, что у этого блока нет ограничения по символам, и, давайте, я продолжу вколачивать гвозди в крышку своего «авторитета маркетолога» для всех дочитавших до этого момента HR-ов и рекрутов из медицины, которые я вижу, что в основном просматривают мое резюме, из чего я делаю вывод, что вы ищите «человека из отрасли» :)

Вы, когда ищите кандидата в клинику, вы это делаете, потому что думаете, что кандидаты с опытом работы в медицине знают что-то специфическое, или потому что такое требование у заказчика? Или и то, и другое?

Не смотрите на то, что я сейчас напишу с точки зрения негатива «Да все понятно, что он нас учит, мы так все время работали, и все нормально».

Посмотрите на это с точки зрения позитива и того, что я пишу это в помощь вам, потому что следующим, что я напишу, я, по логике «Маркетологи из медицины круто соображают в медицине», - стреляю в ногу, в первую очередь, себе.

Так вот: Медицинский маркетолог вообще почти ничем особенным не отличается от любого другого маркетолога! Да и вообще, любой маркетолог любой отрасли почти ничем не отличается.

А хотите даже больше вам скажу? Любой «отраслевой» маркетолог – это, в первую очередь, не «знание фишек этой отрасли». Это, в первую очередь – зашоренность. Это с 99% вероятностью маркетолог, который уже давно использует только инструменты, к которым привык, которые хорошо работают в его конкретном кейсе и инструменты, на которые у него был бюджет.

А теперь хотите суперинсайд из источников трафика в медицине? Я проверял максимально точно много раз у абсолютно разных брендов (у меня есть своя технология точной сквозной аналитики, связывающая офлайн и онлайн).

В медицине 80-90% трафика – это рекомендации! (да, как и сейчас все больше в других отраслях тоже, так как мы (ура) переходим все больше в эпоху качества и лояльности).

Некоторые медицинские маркетологи воскликнут: «Нет, у нас ДМС!». А ДМС, вы думали, как работает? Они как до вас доходят? Вы чуть-чуть в СМ загляните и посмотрите, как они в 90% случаев выбрали именно вас в списке клиник ДМС, который им дали в отделе кадров ;)

Правило по любой рекламе в медицине простое – чем меньше стоимость приема, тем больше будет «выхлоп» от рекламы. Это будет происходить из-за того, что вы будете получать трафик «кому нужно срочно» + они чаще всего будут искать самую низкую цену. И в это же время, из-за того, что у вас низкая цена, значит, что у вас ниже качество услуг, поэтому доля рекомендаций будет меньше.

ВСЕ. Вот весь медицинский маркетинг.

Не благодарите.

Берите просто адекватного, логичного и ЧЕСТНОГО маркетолога.