

# Mistrz marketingu dzieli się wiedzą

Wywiad z Michałem Ruskiem, który opowiada, jak zrealizował to, w co wierzy, i zamienił znaki zapytania na wykrzykniki. Szczerą rozmowę z felietonistą „Mistrza Branży” i autorem książki „Marketing w 3 tygodnie” dla tych, którzy chcą przejść przyspieszony kurs marketingu, przeprowadziła Anna Kania.

**Anna Kania: Realizujesz wiele projektów, skąd bierzesz motywację i co jest twoją największą pasją?**

**Michał Rusek:** Pewnego dnia zauważyłem, że niemalże całą moją aktywność zawodową można spiąć klamrą i podpisać jako edukacja. Moim powołaniem jest dzielenie się wiedzą, a prowadzenie szkoleń na żywo, podczas których mam kontakt wzrokowy z uczestnikami, stało się największą pasją. Gdy nie szkole na żywo, dzielę się wiedzą w artykułach, podczas konsultacji czy w publikacjach na portalu. Aktywnie wspieram swoją wiedzą szczególnie branżę FMCG, szkoląc przy okazji wydarzenia i targów branżowych. Edukuję również pracowników rozpoznawalnych firm poprzez indywidualne szkolenia online. Przeszkoliłem także kadrę pracowników najbardziej rozpoznawalnej sieci francuskich hipermarketów w Europie, mającej ponad 700 sklepów w Pol-

sce. Z przyjemnością prowadzę szkolenia dla grup 20-osobowych, jednak nadal pragnę pobić aktualny rekord przemawiania ze sceny, który obecnie wynosi 500 słuchaczy. Otrzymywanie oklasków i owacja od takiej grupy to prawdziwa przyjemność. Również dlatego stworzyłem markę związaną ze szkoleniem pracowników za ladą z zakresu profesjonalnej obsługi klienta dedykowanej branży FMCG. Szkolenia to jednak nie wszystko. Zarządy niektórych firm pragną, aby obsługę marketingową prowadziła kompetentna zewnętrzna firma, dlatego stworzyłem dla nich agencję marketingową [www.MarketingFanpage.pl](http://www.MarketingFanpage.pl). Agencja realizuje także kampanie reklamowe moich własnych usług i produktów.

**Czy pamiętasz jakieś zabawne historie, przygody związane ze szkoleniami lub kontaktem z klientem?**

## Michał Rusek –

właściciel marki  
[www.TwojEkspertOdMarketingu.pl](http://www.TwojEkspertOdMarketingu.pl),  
agencji marketingowej  
[www.MarketingFanpage.pl](http://www.MarketingFanpage.pl),  
portalu [www.MarketingDlaCiebie.pl](http://www.MarketingDlaCiebie.pl)  
oraz firmy szkoleniowej  
[www.SzkolenieObslugi-Klienta.pl](http://www.SzkolenieObslugi-Klienta.pl).

Ekspert ds. marketingu i reklamy, copywriter, publicysta i szkoleniowiec. Absolwent Wyższej Szkoły Zarządzania, gdzie studiował na kierunku zarządzanie i marketing o profilu psychologia zarządzania oraz zarządzanie zasobami ludzkimi. Ma za sobą karierę w korporacji międzynarodowej, gdzie pracował jako specjalista ds. marketingu i reklamy. Były project manager firmy szkoleniowej, który współorganizował szkolenia dla ponad tysiąca osób w największych miastach Polski. Autor posiadający na swoim koncie setki publikacji w magazynach i portalach, bliski współpracownik i redaktor magazynów „Mistrz Branży”, „Businessman Today”.

Takie historie zdarzają się nieustannie. Podczas szkoleń dochodzi do wielu zabawnych sytuacji, a interakcja z uczestnikami często wywołuje salwy śmiechu. Uważam, że wiedza utrwała się, gdy jest zdobywana podczas zabawy i w dobrej atmosferze, a nie podczas nudnej i monotonnej prelekcji. Każdy szkoleniowiec powinien emanować energią i wkładać w swoją pracę serce. To jednak nadal za mało, ponieważ potrzebne są także osobowość i charyzma, aby podtrzymać skupienie uczestników. Przypominam sobie ciekawą historię związaną ze spotkaniem z klientem, prezesem dużej firmy. Czasami usta płatają figle i mówią nie to, co myśli głowa. Mając na myśli przywitanie „cieszę się, że cię widzę”, wypowiedział słowa „dziękuję, że zgodziłeś się ze mną spotkać”. Prezes firmy nie oczekiwał takiego powitania, które stawiało mnie niżej w hierarchii od niego, tym bardziej, że byłem w jego oczach ekspertem. Szybko zorientowałem się, co się stało, po czym dodałem „wiedząc, jakie są moje ceny”, co rozbawiło prezesa i szybko przywróciło moją wartość w jego oczach. Spotkanie zakończyło się owocnie.

## Czy obecność na scenie sprawia, że jesteś rozpoznawalny?

Albo jesteś ekspertem, który wszedł na scenę, aby przekazać wartościową wiedzę, albo celebrytą szukającym poklasku, czyli ekspertem od samego siebie. Za ekspertem stoją doświadczenie i wiedza, dlatego mam nadzieję, że to jest powód, dla którego jestem na nią zapraszany. Celebryta jest znany tylko z tego, że jest znany, rzadko kiedy stoją za tym konkretne osiągnięcia. Ważne jest dla mnie, aby obok mojego nazwiska rozpoznawalna była również któraś z moich marek, ponieważ oznacza to, że konkretny projekt

odniósł sukces i stał się rozpoznawalny. Nie oznacza to jednak, że nie dbam o wizerunek i markę osobistą. Za sukcesem każdej z nich stoi osoba, która opracowała strategię, a następnie ją zrealizowała. Gdy masz wizję, misję i cel, wówczas wszystko przychodzi naturalnie i swoim własnym trybem.

## Jaki jest Twój najnowszy projekt?

Każda z moich marek powstała w ten sam sposób. W pierwszej kolejności nieoczekiwanie pojawia się pomysł, który z każdym dniem dojrzewa, by w odpowiedniej chwili przejść do fazy realizacji. Mój najnowszy projekt to spełnienie osobistego marzenia, a jest nim moja pierwsza książka napisana i wydana w ramach własnej pracy. „Marketing w 3 tygodnie” to fizyczny dowód na to, że przysłowiowe znaki zapytania warto zamieniać w wykrzykniki. Wraz z książką powstała strona [www.TwojEkspertOdMarketingu.pl](http://www.TwojEkspertOdMarketingu.pl), za pomocą której klient może uzyskać pełne wsparcie marketingowe, a także skorzystać z niezbędnych usług z nią związanych. Za pomocą portalu z wbudowanym sklepem online każdy może kupić książkę drukowaną oraz e-book, indywidualne szkolenie online z konkretnej dziedziny marketingu, jak Facebook czy copywriting, a nawet zamówić realizację strony internetowej czy usługę pozycjonowania. Teraz wszystkie usługi dostępne są w jednym miejscu na wyciągnięcie ręki.

## Skąd wziął się pomysł na książkę?

Pisanie to moja pasja. Artykuły, które wyszły spod mojej ręki, można przeczytać w kilku magazynach biznesowych. Znajdziecie je w każdym salonie prasowym i Empiku, a nawet w Wielkiej Brytanii. Książka była naturalnym kolejnym krokiem,

a raczej marzeniem, ponieważ już kilka lat temu przeczuwałem, że nadejdzie dzień jej wydania. Uważam, że wiedza zawarta w książce stanowi poukładaną, zgrabną całość, zaserwowaną jako przystawka, danie główne oraz deser. „Marketing w 3 tygodnie” to usystematyzowana wiedza oraz wieloletnie doświadczenie, które pozwolą czytelnikowi w 21 dni zmienić podejście oraz zaplanować działania marketingowe w swojej firmie.

## Co sprawia, że ta książka jest wyjątkowa?

Zabieram czytelnika w podróż pełną zabawnych porównań, nietypowych wniosków, a momentami mocnego sarkazmu. Z każdym kolejnym rozdziałem przedstawiam świat i zachowania konsumenckie w świetle swoich własnych doświadczeń, od czasu do czasu uwypuklając pewne tendencje w zabawny i irracjonalny sposób. Poradnik biznesowy napisany jest lekkim piórem, co sprawia, że książkę o tak dużym nasyceniu informacji merytorycznych czyta się równie chętnie jak powieść fabularną. Co ciekawe, czytając ją kilkakrotnie, za każdym razem czytelnik odkrywa, jak wiele informacji zawartych jest między wierszami, które uzupełniają to, co zostało napisane wprost. Może dowiedzieć się, dlaczego marketing jest potężniejszy niż człowiek, a baner na księżycu jest dla naiwnych. Dzięki ekonomicznemu podejściu do marketingu dowie się, że marketingo-informatyk nie istnieje, a dzięki psychologicznemu ujęciu dostrzeże sen marketingowca odpowiedzialnego społecznie. Serdecznie zachęcam do jej przeczytania. ■

reklama

Dla czytelników „Mistrza Branży” przygotowaliśmy rabat 30% na:

- książkę drukowaną z dedykacją
- e-book
- konsultacje marketingowe

Zamów przez Internet i zrealizuj kod MB30

[www.TwojEkspertOdMarketingu.pl](http://www.TwojEkspertOdMarketingu.pl)