

2013.gada 28. janvāris.

NACIONĀLAJAI ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOMEI

MOTIVĀCIJAS VĒSTULE

Atsaucoties uz www.nepļpadome.lv publicēto informāciju, vēlos pieteikt savu kandidatūru VSIA "Latvijas Televīzija" valdes locekļu amatu konkursam.

Savā līdzšinējā karjerā vairāk kā 15 gadus esmu veiksmīgi darbojies Latvijas reklāmas industrijā. Galvenais iemesls šādai pastāvībai ir bijusi iespēja veidot radošu saturu un komunikācijas, kas maina cilvēku priekšstatus par klientu zīmoliem, līdz ar to mainot viņu motivāciju un rīcību. Tomēr mērogs, kādā zīmolu komunikācija maina sabiedrisko domu, nav salīdzināms ar mediju, it īpaši elektronisko, satura ietekmes mērogu. Visu mediju viens no darbības pamatmērķiem ir piesaistīt pēc iespējas lielāku auditoriju, tomēr LTV kā sabiedriska medija loma šajā kontekstā ir unikāla. Komerציālo televīziju biznesa pamatprincips balstās uz auditorijas palielināšanu lielāku reklāmas ieņēmumu iegūšanai, savukārt sabiedriskā televīzija pastāv, lai ar savu saturu veidotu tādu Latvijas iedzīvotāju vērtību orientāciju un identitāti, kas stiprina nācijas pašapziņu un atbilst valsts nacionālajām interesēm. Tādēļ LTV auditorijas lielums nav līdzeklis ieņēmumu gūšanai, bet valstiski svarīgu mērķu izpildei. Izmantot uzkrātās zināšanas un pieredzi LTV auditorijas palielināšanai un uzņēmuma attīstībai man būtu liels un interesants izaicinājums.

Kopš 2003. gada deviņus gadus esmu vadījis reklāmas aģentūru *Lowe Age*. 2006. – 2008. g. manā vadībā aģentūra kļuva par vienu no vadošajām reklāmas aģentūrām gan apgrozījuma, gan radošo konkursu balvu ziņā. Tāpat manā vadībā veiksmīgi noritēja divu aģentūru radošo kolektīvu – *Lowe Age* un *McCann Erickson Baltic* apvienošana. Iespēja strādāt komandā ar radošiem cilvēkiem, veidot komandu un motivēt to radošiem sasniegumiem ir bijis viens no interesantākajiem manas darbības aspektiem visu šo gadu garumā.

Karjera reklāmas industrijā ir ļāvusi man iegūt plašu mārketinga pieredzi daudzās tirgus nozarēs. Strādājot ar tādiem klientiem kā *Bite*, *Laima*, *Rimi*, *SEB*, *SPI Group*, *Tele2* un daudziem citiem, esmu bijis iesaistīts lēmumu pieņemšanas procesā visos zīmolu stratēģijas aspektos, ieskaitot jaunu zīmolu izveidi, integrētu komunikācijas stratēģiju izstrādi, daudzkanālu komunikāciju kampaņu plānošanu un realizāciju.

Digitālo tehnoloģiju progress fundamentāli maina daudzus patērētāju uzvedības aspektus. *McCann WorldGroup* Stratēģiskās plānošanas vadītāja amatā manos pienākumos ietilpa jaunu patērētāju uzvedības un digitālo tehnoloģiju tendenču monitorings, tirgus pētījumu iniciēšana un vadība, kā arī auditorijas vērtību un dzīvesstilu parametru integrēšana zīmolu stratēģiju izstrādē.

Izvērtējot konkursa nolikumā ietvertos amatu aprakstus, uzskatu, ka mana pieredze un iemaņas vislabāk atbilst LTV valdes locekļa programmu attīstības jautājumos amata prasībām, tāpēc kandidēšana šim amatam ir galvenā prioritāte. Tajā pat laikā, ja konkursa gaitā paliktu iespēja kandidēt tikai uz valdes priekšsēdētāja amatu, esmu gatavs apsvērt arī šādu notikumu pavērsienu.

Atbilstoši konkursa nolikumam pievienoju savu Latvijas Televīzijas attīstības plānu, CV un augstākās izglītības diplomu kopijas.

Ar cieņu,

Sergejs Nesterovs