



Греко Джорджо

Мужчина, 44 года, родился 19 октября 1974

+7 (965) 3126644

info@ggvdesign.com — предпочитаемый способ связи

Skype: gi0rgi0.grec0

Другой сайт: <https://ggvdesign.com>

Проживает: Москва, м. Белорусская

Гражданство: Россия, есть разрешение на работу: Италия, США

Готов к переезду: Беларусь, Россия, Украина, Другие страны, готов к командировкам

Желаемая должность и зарплата

Креативный директор / Арт-директор

Маркетинг, реклама, PR

- Арт директор
- Дизайнер
- Below The Line (BTL)

Занятость: проектная работа, стажировка, волонтерство, частичная занятость, полная занятость

График работы: вахтовый метод, удаленная работа, гибкий график, полный день, сменный график

Желательное время в пути до работы: не имеет значения

Опыт работы — 16 лет 10 месяцев

Февраль 2018 —
настоящее время
9 месяцев

Mebelrama.ru & Westwing.ru

Москва, westwing.ru

Арт-директор

- Разработка концепций рекламных кампаний и рекламных материалов для всех задач компании: мероприятий, релизов, сайтов и соц. сетей и др.

- Развитие концепции брендов, входящих в группу лейбла WESTWING.RU и WESTWING.KZ

- Отбирать кадры для творческой команды проекта. Руководить командой дизайнеров, проектировщиков, фотографов и иных специалистов творческих профессий, задействованных для реализации проектов. Постановка задач всем специалистам и контроль за исполнением.

Январь 2011 —
настоящее время
7 лет 10 месяцев

GGVDesign

Москва, www.ggvdesign.com

Генеральный директор

Этот проект был основан в 2011 году, как попытка скомбинировать цифровой дизайн с архитектурными навыками и возможностями. Мы верим, что итальянское искусство, создаваемое веками, должно воплощаться в идеях современного дизайна.

Сентябрь 2017 —
Январь 2018
5 месяцев

Kmp Group

Россия, www.kmp.ru

Главный дизайнер / Арт-директор

Рестайлинг и репозиционирование бренд : названия, логотипа, слогана, визуального оформления, с изменением позиционирования.

Апрель 2017 —
Август 2017
5 месяцев

Cbi Consult

Москва, cbiconsult.ru/

Арт-директор

Компетенции:

Идентичность бренда, Стратегия бренда, Коммуникация бренда, Территориальный брендинг, Дизайн, Нейминг, Бренд-менеджмент, Проектирование шрифтов, Упаковка, Издания, Диджитал, Выставочные проекты, Навигационные системы, Мероприятия, Реклама, Видео.

Ноябрь 2016 —
Апрель 2017
6 месяцев

Самсон-Фарма, ООО

Москва, www.samson-f.ru

Креативный директор

Сфера обязанностей:

- Ведение нескольких проектов от концепции до завершения в соответствии со сроками, контроль и при необходимости изменение содержания проектов до завершения.
- Нанимать, развивать и управлять творческим коллективом.
- Разрабатывать концепции для ATL и BTL рекламы, включая интернет.
- Презентовать идеи клиентам.
- Вести переговоры с клиентами с целью внесения их поправок, но сохранения идеи, уметь объяснить, что возможно, а что нет.
- Держать клиентов в курсе прогресса и доносить идеи и пожелания клиентов до творческого коллектива, арт-директоров и дизайнеров.
- Гарантировать, что руководящие принципы компании будут сохранены в нашей работе.
- Руководить фото и видео съемкой.
- Выбор и привлечение аутсорсинговых компаний, при необходимости.
- Утверждать проекты до их представления клиенту.

Март 2011 —
Октябрь 2016
5 лет 8 месяцев

Luxury Design Moscow (ООО «Пронетком»)

Москва, www.luxdesignmoscow.ru

Креативный директор

В 2010 году я основал студию дизайна «Luxury Design Moscow», реализовав задумку ее генерального директора Оленина Владимира Владимировича. На данный момент это широко известная и крепко стоящая на ногах компания, которая сотрудничает с такими клиентами, как Nestle, Itella, Philips, PRO.MED.CS Praha A.S., Royal Canin. Также имеется официальное партнерство со студией дизайна Артема Лебедева.

Сфера обязанностей:

- Ведение нескольких проектов от концепции до завершения в соответствии со сроками, контроль и при необходимости изменение содержания проектов до завершения.
- Нанимать, развивать и управлять творческим коллективом.
- Разрабатывать концепции для ATL и BTL рекламы, включая интернет.
- Презентовать идеи клиентам.
- Вести переговоры с клиентами с целью внесения их поправок, но сохранения идеи, уметь объяснить, что возможно, а что нет.
- Держать клиентов в курсе прогресса и доносить идеи и пожелания клиентов до творческого коллектива, арт-директоров и дизайнеров.
- Гарантировать, что руководящие принципы компании будут сохранены в нашей работе.
- Руководить фото и видео съемкой.
- Выбор и привлечение аутсорсинговых компаний, при необходимости.
- Утверждать проекты до их представления клиенту.

Январь 2015 —
Февраль 2016
1 год 2 месяца

Social 7 (ООО «Социальные сети»)

Москва, social7.ru

Креативный директор

Social7 - это интернет-проект, который объединяет в себе социальную сеть, модный маркет лимитированных коллекций одежды и путеводитель по модной жизни.

Сфера ответственности:

- Создать визуальный образ social7.ru и нести ответственность за ее творчество.
- Управлять творческим коллективом.
- Осуществлять контроль над продавцами, фотографами, типографией и всеми теми, кто работает над проектом.
- Работать с менеджерами по работе с клиентами и клиентами, чтобы убедиться, что все их потребности удовлетворены.

Январь 2014 —
Апрель 2015
1 год 4 месяца

Аюона (ООО «Аюона +7»)

Москва, www.ayona.com

Креативный директор

Аюона - новаторский проект российского бизнесмена, основателя сети магазинов "Дикси" Олега Леонова. Данный проект был создан в 2011 году, но был заморожен более чем на год. В 2012 году я стал креативным директором этой компании, после того как я присоединился к команде, персонал был увеличен в 3 раза, мы открыли новый офис в Москва-Сити и запустили визуальный образ компании, новый веб-сайт, выпустили видео ролики, брошюры и первую книгу с канонами компании. Я уверен, что вскоре этот проект будет широко известен.

Сфера ответственности:

- Создание визуального образа Аюона и ответственность за ее творчество.
- Управление: построение команды с нуля, бизнес-процессы, подбор персонала, управление командой.
- PR, контент-маркетинг.
- Дизайн, арт-директоринг, брендинг: системы визуальной идентификации, гайдлайны.
- Копирайтинг. контент сайта, презентации, пресс-релизы, статьи.
- Разработка сайта: структура, контент, технические задания, арт-директоринг, проект-менеджмент.
- Сложные переговоры.

Январь 2008 —
Август 2013
5 лет 8 месяцев

Skyset S.p.A.

Италия, www.skyset.com

Арт-директор

В компании Skyset в 2010 году работало 5 сотрудников. После того как я присоединился к команде, мы не только увеличили число персонала до 100 человек, но и за год работы заключили контракты и выполнили работу на сумму более 30 млн. евро, также компания вышла на IPO.

Благодаря влиятельному государственному участию в деятельности компании, у меня была возможность реализовывать рекламные, медиа и архитектурные проекты для крупнейших международных компаний и агентств таких как: Adidas, Accenture, Cayenne, DLV BBDO, Leo Brunett.

Сфера ответственности:

- Руководить командой Skyset.
- Развивать творческие принципы и направления, в том числе печатную продукцию, сайты, рассылки, теле и радио рекламу, и многие сопутствующие задачи.

Январь 2007 —
Декабрь 2007
1 год

Skyset S.r.l.

Италия, www.skyset.com

Мультимедиа директор

Январь 2006 —
Декабрь 2007
2 года

Сфера ответственности:

- Руководить отделом мультимедии, отвечающим за поддержку веб-сайтов.
- Обеспечение веб-сервера.
- Следить за тем, чтобы аппаратное и программное обеспечение работало точно проектировать веб-сайты.
- обновлять веб-страницы.

Green Consulting S.r.l.

Италия, www.greenconsulting.it

Дизайнер-супервайзер

Green Consulting является итальянской компанией, которая работает в сфере цифрового туризма, маркетинга и разработки программного обеспечения. Green Consulting занимается веб-маркетинговыми кампаниями, социальными медиа стратегиями, веб-сайтами, туристическими порталами, мобильными приложениями, помогающими объектам и территориям изменить способ, которым они представляют себя и продвигают себя в интернете.

Сфера ответственности:

- Отбирать и назначать сотрудников, обеспечивая равные возможности при трудоустройстве и продвижении.
- Координировать деятельность путем планирования работы, определения приоритетов, а также направления работы подчиненных.
- Оценивать и проверять работы сотрудников путем анализа выполненной работы.
- Выявлять потребности в обучении персонала, повышать его квалификацию и гарантировать получение подготовки.
- Обеспечивать и поддерживать надлежащие трудовые отношения и условия труда.
- Вести документацию и переписку относительно работы, готовить отчеты.
- Планировать и руководить сугубо техническим графическим дизайном, искусством и производственной деятельностью.

Январь 2005 —
Декабрь 2005
1 год

Orange Polska S.A.

Польша, www.orange.pl

Flash-дизайнер

Orange Poska является ведущим поставщиком польской связи, работающим во всех сегментах польского телекоммуникационного рынка. Самая большая техническая инфраструктура в Польше, поддерживающая ключевые операции.

Сфера ответственности:

- Производство микро-сайтов и баннеров для польской телекоммуникации.

Январь 2003 —
Декабрь 2005
3 года

Skysset S.r.l.

Италия, www.skysset.com

Креативный дизайнер

Сфера ответственности:

- Следить за проектированием, производством и обслуживанием веб-сайта.
- Разрабатывать и кодировать веб-сайт, включая информационную архитектуру, макет, графики, фотографии и окончательный код.
- Соблюдать сроки работы и вести проектную группу, для того чтобы запустить несколько веб-проектов для различных исследовательских проектов.
- Создавать визуальные решения для веб-сайтов, печати, видео для малого бизнеса и международных компаний.

Январь 2004 —
Декабрь 2004
1 год

Opera del Duomo di Orvieto

Италия, www.opsm.it/

Преподаватель графического дизайна

Opera или Fabbriceria является самостоятельным учреждением с учетом конкретных задач в деле обеспечения и сохранения собора и управления своими товарами. Данное учреждение является результатом сложного исторического пути, который выражается в переходе от простой организации к юридическому лицу.

Сфера ответственностей:

- Учитель визуального дизайна в магистратуре, аспирантуре для подготовки специалистов, работающих в музее.

Январь 2002 —
Декабрь 2003
2 года

Итальянский Государственный Институт "A. Casagrande"

Италия, Inx.casagrandecesi.gov.it/

Преподаватель графического дизайна

Сфера ответственностей:

- Преподаватель по фотоделу и графическому дизайну.
- Член государственной экзаменационной (аттестационной) комиссии в том же институте.

Образование

Высшее

2004

IED Istituto Europeo di Design

Визуальных коммуникаций, Магистр в сфере средств массовой информации

2003

Gordon University

Компьютерная инженерия, Доктор наук

2001

Перуджинский университет

Коммуникаций, бизнес-коммуникации

1993

Итальянский Государственный Институт "A. da SanGallo il Giovane"

Архитектурный, Геодезия и архитектура

Повышение квалификации, курсы

2012

Курсы русского языка

Институт русского языка им. В.В. Виноградова, История России и русский язык

2006

Autodesk AutoCad

Итальянская провинция Терни, Оператор AutoCAD

2005

Эксперт мультимедийного дизайна

Генеральная конфедерация итальянской компании "Confcommercio", Эксперт в области веб-дизайна электронной коммерции

Ключевые навыки

Знание языков

Итальянский — родной

Английский — свободно владею

Русский — свободно владею

Навыки

Креативный директор Web Design Adobe Illustrator Adobe Photoshop
Project management Графический дизайн Adobe Flash
Управление проектами Product Management HTML Веб-дизайн
Интернет-реклама Планирование рекламных кампаний Web-дизайн
Креативность Реклама Photography Adobe Acrobat
Графические редакторы Управление талантами Time management
CorelDRAW Graphics Suite Adobe CS Driving Licence B Многозадачность
Социальная реклама Adobe InDesign CSS CorelDRAW Business English

Дополнительная информация

Рекомендации

ООО "ПРОНЕТКОМ"

Владимир Оленин (Генеральный директор)

Skysset SpA

Marco De Paoli (Президент)

Обо мне

Обо мне в 9-ти вопросах:

1) Что насчет навыков?

- Глубокое понимание дизайна и веб дизайна
- Опыт работы с различными видами программного обеспечения, в том числе Photoshop и InDesign, Flash и т. д.
- Отличные лидерские качества
- Отличные коммуникативные навыки
- Четкое понимание развития бренда и многоканальных маркетинговых концепций
- Удобство взаимодействия с клиентами и внутренним персоналом
- Сильная харизма

2) Какие акции и бренды вы считаете, устанавливают новый стандарт для творчества?

- FedEx, Nike, Toyota, Apple, General Electric, BMW

3) Какой была лучшей компанией или проект, над которым вы когда-либо работали?

- "Sorpasometro" - это продукт для контроля и автоматического обнаружения обгона (не разрешенных правилами дорожного движения) без прямого вмешательства ГИБДД. Идея, компоненты программного обеспечения, логичный интерфейс, дизайн пользовательского интерфейса, продвижение маркетинга и рекламы, полностью разработаны и запатентованы Skysset SpA. Система под названием "Sorpasometro" теперь используется по всей Европе и соответствует нормативам UNI ISO 2001. В 2005 году я также получил премию за творческие инновации непосредственно от президента итальянской Республики Джорджо Наполитано.

4) Какими были самая сложная кампания или проект, над которыми вы когда-либо работали?

- Social7 был очень трудным проектом, потому что он включал себя множество параллельных областей, от моды до социологии. Бюджет был средним, а сроки очень короткими.

5) Как бы вы повели себя в ситуации, в которой вам пришлось бы преподнести плохие новости клиенту?

- Прежде чем начнутся проблемы, я показываю клиенту, что я знаю, что он хочет, и мы работаем, чтобы дать это ему. Далее я возьму на себя полную ответственность, а не буду искать оправдания. Клиент должен точно знать, чего ждать, и когда. Я скажу ему, почему я его ценю и как я рассчитываю на длительные отношения, а также объясню, что я

сделаю для того, чтобы сделать проект лучше.

6) Как вы находите баланс между целями по продажам с вашими творческими целями?

- Я уверен, что найти этот баланс - утопия. В любом случае это единственные конечные цели, которые диктуют соответствующую систему планирования. Поэтому я смешиваю 2 разные цели. Чтобы понять, насколько коммерческой моя цель должна быть, в первую очередь необходимо понять конечного потребителя, что он хочет. Лучший способ это понять - поговорить непосредственно с ним. Если я потрачу достаточно времени на это, уверен, что смогу выбрать правильную цель.

7) Опишите от начала до конца свой творческий процесс при выполнении кампании или проекта.

А) Подготовка: прочитать всю информацию о клиентах, как изучение маркетинговой ситуации, анализ исходных конкурентных условий на рынке или его сегменте, обоснование необходимости и целесообразности проведения рекламной кампании, бюджетных планах, историю компании, о последних кампаниях, средствах, результатах и т. д.

В) Обдумать некоторые творческие идеи и написать их в том виде, в котором они приходят на ум.

С) Обговорить эти идеи с моей командой во время мозгового штурма, с друзьями в баре, с мамой за обедом, со всеми и везде.

Д) Вернуться к шагу В и С, пока внутри зажегся зеленый свет, т.к., возможно, это творческий ключ.

Е) Проанализировать его и предложить его для критики моей команде и найти все плюсы и минусы этой идеи.

Ф) Итак, если идея еще осталась в живых, начнем разрабатывать ее.

8) Как вам удастся руководить сотрудниками, с разными характерами и темпераментами во время творческого процесса?

- Во-первых, моя команда должна уважать меня профессионально. Для этого я должен работать больше, чем любой другой из моей команды, и я должен быть в любое время готов выслушать своих сотрудников и строить с ними отношения.

- Во-вторых, мне нужно знать, что является наиболее важным для каждого из них, используя их навыки и личное отношение для собственной пользы. Так, некоторым людям нужно дать возможность работать и проявлять себя, как лидера, с другими лучше всего работать непосредственно и третьим просто нужно доверить самостоятельно решать сложные задачи.

9) Вы предпочитаете строить свою команду со специалистами или генералистами ?

- Лично я генералист, я старый классик, так что я могу делать все в творческой сфере.

Поскольку я не специалист, я четко понимаю, что мне нужно больше времени на то, чтобы сделать какую-то работу, чем специалисту. Вот почему я предпочитаю работать не более чем с 1 генералистом и иметь широкий круг специалистов.