

«ДРУЖУ С КОНКУРЕНТАМИ»

ИНТЕРВЬЮ С ЕЛЕНОЙ
БЕРДИНСКОЙ

В преддверии 15-летнего юбилея компании FloSal редакция журнала «Les Nouvelles Esthétiques Украина» встретила с ее генеральным директором Еленой Бердинской и поговорила об истории и философии компании, о путешествиях, благотворительности и красивом старении

LNE: Елена Иосифовна, давайте начнем с самого главного: в этом году компания FloSal отмечает свое пятидесятилетие, с чем мы вас от всей души поздравляем! Расскажите, какие планируются торжества по этому поводу?

Е. Б.: Спасибо большое за поздравления, для нас это действительно большой праздник! И мы долго думали, как его провести. Вы ведь знаете, что мы многое можем – и конференцию организовать, и конгресс на триста человек собрать за две недели... Но в этот раз хотелось чего-то особенного. Поэтому мы решили днем 19 октября провести в Киеве для специалистов-косметологов встречу с доктором Йонг Жи Чангом – президентом концерна Caregen, продукцию которого мы продаем, а вечером пригласить всех – и наших коллег по рынку, и врачей,



и прессу – на большой торжественный прием. Надеюсь, что и вы присоединитесь к нашему юбилею!

LNE: *Спасибо за приглашение. Для нас большая честь разделить с вами этот замечательный праздник! Но давайте вернемся к основной теме нашей встречи – к разговору о том, чего достигла компания-юбиляр за эти годы. Собственно, наверное, справедливо будет сказать, что биоревитализацию в Украину привезли Бердинская и Петрович... (Андрей Петрович, клинический директор компании FloSal. – Прим. ред.) И потом вы не повторяли этот успех, открывая для украинской косметологии новые горизонты...*

Е. Б.: Когда мы начинали работать, ни у кого не было понимания, что такое биоревитализация, то есть мы фактически создавали это направление в Украине с нуля. И все это время мы «воспитывали» своего клиента. Вы знаете, например, что в Украине, России и Казахстане биоревитализация более востребована у женщин, чем филлеры? И это совершенно особенная тенденция, отличная от западной, где филлеры традиционно занимают первое место. И в этом, я считаю, во многом наша заслуга.

Мы с самого начала брали в дистрибьюционный портфель только сертифицированные препараты, завозили их легально, регистрировали в Украине. Мы шли на колоссальные затраты, хотя и тогда, и сейчас была возможность работать гораздо более высокорентабельно: завозя дешевые препараты, например, не регистрируя их, не вкладывая огромные бюджеты в маркетинг, не думая о развитии рынка, не заботясь об обучении косметологов и не беспокоясь о том, умеют они правильно работать с этими препаратами или нет.

С самого начала мы были настроены на долгую игру, а не на сиюминутный заработок. Я уже не раз это говорила и повторяю снова. Да, для этого нужно вкладывать много сил и средств, но, значит, такова наша стезя, наш путь,

мы всегда являемся в чем-то пионерами. Когда-то мы предложили украинским специалистам первый биоревитализант, через некоторое время стали первыми, кто вывел на рынок целый пептидный портфель... Наверное, в том числе и благодаря этому мы празднуем свое пятнадцатилетие, в отличие от многих.

Знаете, вся наша жизненная и бизнес-философия базируется на одном: на честности. Я твердо убеждена, что можно потерять любые деньги и снова их заработать. Но если потеряешь репутацию, то не восстановишь ее никогда. Если тебе перестают верить, то бизнес можно закрывать.

LNE: *То есть ценности для вас и для ваших сотрудников на первом месте...*

Е. Б.: Передо мной никогда не стояла дилемма – профессиональные или личные качества? В том числе и при подборе сотрудников нашей компании. Забота о клиенте и честность – это два ключевых посыла. Если ты умеешь заботиться, если ты понимаешь, что ты в этой жизни должен не только потреблять, но и отдавать, тогда тебе будут близки люди, которые разделяют твои ценности, они впишутся в команду, им будет комфортно. Не все это понимают, не всем это нужно, не все к этому готовы – такие люди не задерживаются в компании, они уходят. Что же касается профессиональных навыков, то с этим все гораздо проще: если человек чего-то не умеет, научить его – дело техники.

LNE: *Компания FloSal – одна из немногих, которая поддерживает партнерские отношения с условными конкурентами. Расскажите, пожалуйста, как вам это удается?*

Е. Б.: Ну скажите, о какой серьезной конкурентной борьбе может идти речь, если у нас в Украине на инъекционные процедуры ходят где-то три – пять процентов женщин, которые могут себе это позволить, а стареют все? Мы еще настолько далеки от насыщения рынка, у нас еще настолько огромный



запас неосвоенных резервов, что мы не должны видеть друг в друге конкурентов, я в этом убеждена! Со многими компаниями у нас классные, доброжелательные, партнерские отношения. Мы вместе выступаем, организовываем мероприятия. Это во-первых.

Во-вторых, я не люблю, когда начинают лить грязь на кого-то. Действуя так, ты себе в первую очередь ставишь палки в колеса. Потребитель ведь что подумает: если у одной компании плохая продукция, значит, и у других не лучше. Поэтому всем новым сотрудникам мы объясняем, что у нас запрещено плохо говорить о конкурентах. Все хорошие, просто мы – лучшие.

LNE: *А в ближайшее время совместные проекты с кем-то планируются?*

Е. Б.: Мы всегда открыты к диалогу и сотрудничеству. Не так давно, летом, мы были партнерами конференции Владлены Авериной и снова будем поддерживать этот концептуально интересный, не похожий ни на что проект. Также в прошлом году мы реализовали совместные проекты с компаниями DMK Ukraine и «ТОП Косметикс». В ноябре будем принимать участие в конференции по пептидам, организованной



компанией Institute Esthderm. И на нашем юбилее, я уверена, будут все, с кем у нас сложились теплые партнерские отношения.

LNE: Елена Иосифовна, в вашей компании широко практикуется событийный туризм. Сейчас это тренд в косметологии: мы учимся и путешествуем вместе, и это всем очень нравится. Вы уже ездили в Грузию, на Гоа, в Бордо, в Южную Корею... А в этом году запланировано плавание на океанском лайнере вдоль норвежских фьордов (на момент сдачи журнала в печать группа уже вернулась из Норвегии. – Прим. ред.).

Е. Б.: Да, вы правы, сейчас многие компании возят своих клиентов на конгрессы, производство и т. д. Однако мы, как обычно, решили пойти по другому пути: мы приглашаем людей в те места, куда сами хотели бы поехать, и организовываем путешествие так, как организовывали бы его для себя. Когда мы выбирали страну для первой поездки, то остановились на хорошо знакомой мне Грузии (я там долго жила, там родилась моя дочь). И в результате получилось очень душевное и уютное путешествие, как будто встреча старых друзей. Мы много гуляли по нетуристическим местам, нам действительно

удалось познакомить людей с настоящей Грузией, и я этому очень рада.

В нашу вторую поездку мы повезли людей в йога-тур в Индию. И это место тоже было выбрано не просто так. Я как-то посчитала, что вне Украины я только в Грузии находилась дольше, чем в Индии. Так что для меня это неслучайная страна, это другой космос, о ней можно говорить бесконечно. И я очень хотела поделиться и этой своей любовью с нашими косметологами.

Потом было интересное путешествие в Бордо. Один из наших поставщиков – Александр Вашер, владелец фармкомпании Laboratoires Genevrier. Его семья владеет шато с виноградниками. И я часто шутила: «Слушай, Александр, я когда-нибудь клиентов к тебе привезу». А через несколько лет эта затея перестала быть просто шуткой и воплотилась в жизнь. Это был винный тур: мы пили замечательное вино и дегустировали французскую кухню.

Естественно, несмотря на насыщенную культурную и развлекательную программу, в каждый тур мы стараемся включить что-то профессиональное, будь то мини-конференция, или круглый стол, или репрезентация какого-то опыта... Один день в каждой поездке выделяем на обучение.

Еще ездили в Южную Корею, в на производство концерна Caregen. Нас встречал лично президент концерна доктор Чанг, который провел экскурсию по исследовательскому центру. Мы увидели производственные линии и посетили их собственный трихологический центр.

LNE: Сколько человек обычно едет в тур и как в него попасть?

Е. Б.: В прошлом году группа состояла из сорока трех (!) человек, и это стало нашей ошибкой: было очень тяжело. Так что мы сказали себе: все, такие большие группы мы отныне не набираем. Ведь мы этих людей не просто в поездку возим, мы их как домой к себе приглашаем, нужно уделить внимание каждому, окружить его теплом и заботой. А насчет условий... Они стандартные, как у всех компаний: есть определенный план закупки, ты его выполняешь и получаешь бесплатную поездку.

LNE: Елена Иосифовна, кроме «вкусных» фотографий из путешествий, на вашей страничке в «Фейсбуке» много постов о красивом старении, о качестве второй половины жизни. Вы планируете развивать эту идею? Потому что пока в Украине она в зачаточном состоянии...

Е. Б.: Согласитесь, мы все стали дольше работать. Раньше женщина в пятьдесят пять лет выходила на пенсию – и все, по сути, активная жизнь заканчивалась. Сейчас же такая женщина работает, она на людях, она социально активна и должна выглядеть достойно. Для этого есть все: мы ставим себе красивые зубы, благодаря аппаратам можем хорошо слышать, можем хорошо видеть, вставлять себе суставы и т. п. И эстетическая медицина – также важная часть всех этих достижений по улучшению качества жизни. Украина, конечно же, серьезно отстает от того, что мы видим на Западе, потому что наши люди, прежде всего, не могут себе это позволить финансово.

Я никогда не скрывала свой возраст – мне в этом году будет 54 года, как не скрывала и того, что пользуюсь всеми возможностями, которые предлагает наша компания. И вот я начала писать об этом на своей страничке в «Фейсбуке». Не только о нашей продукции, но и о других хороших продуктах. И я рада, что другие представительницы нашего бизнеса подхватили этот тренд, что уже не только я честно признаюсь, что делаю. На мой взгляд, скрывать это – ханжество, и я думаю, что в наших силах сломить эту тенденцию и начать открыто говорить на эту тему.

LNE: В этом году FloSal инициировал социальную акцию «Чужих детей не бывает». Расскажите об этом начинании подробнее. Акция еще продолжается или уже закончилась? Кто принял участие? Будете ли повторять?

Е. Б.: Проект «Чужих детей не бывает» родился после бурных дискуссий. У нас в компании в основном женский коллектив, много матерей, имеющих не по одному ребенку. Поэтому все, что касается детей, для нас актуально. Мы хотели, чтобы это был долгоиграющий проект, с помощью которого мы могли бы влиять на что-то, помогать решить проблему детей-сирот в Украине. И, знаете, когда есть какой-то запрос, то вселенная посылает тебе нужных людей – и все складывается как бы само собой. Вот так к нам попал человек, который нам все рассказал о программе приемных семей: как правило, имея несколько своих родных детей, они берут по пять, семь, десять ребят. Цель этого движения – чтобы, став цивилизованной страной, Украина покончила с детскими домами – позорным пережитком прошлого.

LNE: В чем заключается ваша помощь этим семьям?

Е. Б.: Когда мы пообщались, выяснилось, что им не нужны материальные вещи – одежда, игрушки... Я приехала в семейный детский дом – тут, у нас, в Запорожской области. Так оказалось,



что у этих детей игрушки лучше, чем у моих внуков! Возник вопрос: если с материальной составляющей все в принципе нормально, то чем же тогда мы можем помочь? И мы нашли ответ: психологическая реабилитация детей и психологическая помощь родителям. Потому что при всем своем сподвижничестве приемные родители профессионально слабо подготовлены. И мы организовали семейный тренинговый летний лагерь. В августе у нас двенадцать семей поехали на Азовское море. Мы оплатили группу семейных психологов, которые работали с родителями, учили их находить выход из тупиковых конфликтов. А с детьми в это время занимались волонтеры и аниматоры и через творчество и разные

спортивные игры улучшали их социальные навыки.

Сейчас мы работаем только в пределах Запорожской области. Для нас ведь такой вид деятельности в новинку. Проводим еженедельные тренинги для подростков и их приемных родителей. Хотим наработать опыт, потом масштабировать на те области, где у нас есть региональные представительства. Цель нашей помощи этим приемным семьям заключается в том, чтобы Украина жила без детских домов.

LNE: Ну что ж, цель действительно благородная! Мы желаем вам успехов во всех начинаниях и гордимся нашим многолетним партнерством! Ну а компании FloSal – много лет! ■