

# ТМ



ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ИЗДАНИЕ ОТ ЭКСПЕРТА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

## технологии мастерства

№1  
2016

**ИСТОРИЯ  
ТЕХНОЛОГИЙ**  
Как развивались  
рулонные материалы

**ИННОВАЦИИ**  
Обзор новых  
решений  
и сервисов

**НАШ ПРОЕКТ**  
Вся правда  
о проекте  
«Дом ТехноНИКОЛЬ»



## НОВЫЙ ПРОЕКТ – СИСТЕМА SUCCESS FACTORS

На всех компьютерах сотрудников ТехноНИКОЛЬ



- Внутренние вакансии
- Личный кабинет
- Целеполагание
- Оценка эффективности
- Обучение
- Корпоративная социальная сеть

**SUCCESS FACTORS** —  
ТВОЙ фактор успеха



## Дорогие читатели!

Это не просто корпоративное издание компании ТехноНИКОЛЬ, это журнал о строительной отрасли, в котором есть увлекательные статьи, информативные интервью, занимательные новости и полезные заметки.

Перед вами первый номер журнала от экспертов строительной отрасли «Технологии мастерства». Это журнал об организации бизнес-процессов, о производстве, строительстве и контроле качества. Журнал об успехе и новых разработках, о совершенствовании строительных материалов и лучших мировых практиках. Здесь собраны технологии успеха и мастерства, новости отрасли и история развития рынка. С помощью этого журнала мы планируем выйти на новый уровень взаимодействия с нашими коллегами, партнерами, клиентами. Для нас важно делиться накопленным годами опытом в производстве и исследованиях, рассказывать о разных материалах и о полном цикле строительных работ. Мы хотим, чтобы каждый читатель со страниц нашего журнала узнал что-то новое и полезное для себя, чтобы смог разобраться в процессе строительства здания от проекта до сдачи объекта и контроля качества выполненных работ. Мы

планируем говорить о строительной тематике, бизнесе, новых технологиях, мы будем доступно рассказывать о сложных вещах, надеюсь, что сможем помочь каждому разобраться в непростых темах. Это не просто корпоративное издание компании ТехноНИКОЛЬ, это журнал о строительной отрасли, в котором есть увлекательные статьи, информативные интервью, занимательные новости и полезные заметки. Наше издание будет дополнять существующие в бизнес-подразделениях газеты, сделает наше заочное общение приятным и продуктивным. Впереди у нас много планов, амбиций и задумок. А сейчас я предлагаю вам узнать об инновационном проекте «Дом ТехноНИКОЛЬ», прочитать интервью с президентом компании Сергеем Колесниковым, познакомиться с последними новостями в отрасли промышленных строительных материалов и просто насладиться первым номером «Технологий мастерства». Приятного чтения!

ТЕХНОЛОГИИ МАСТЕРСТВА  
Август 2016 №1 (01)  
Главный редактор Владимир Марков  
Заместитель главного редактора  
Екатерина Ракитская  
Выпускающий редактор  
Мария Аристархова

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ:  
Андрей Баннов, Евгений Войлов,

Елена Ясинецкая, Владислав Уткин,  
Владимир Савенков, Надежда  
Соколова, Елена Данилова, Татьяна  
Антропова, Дмитрий Капранов,  
Евгений Авдеев, Мария Токмакова,  
Ирина Медведева, Анастасия  
Покачалова  
Копирайт: Екатерина Конева,  
Юлия Талецкая  
Верстка и дизайн: Руслан  
Валиханов, Константин Носков

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ ЖУРНАЛА:  
ООО «ТехноНИКОЛЬ-Строительные  
Системы» (129110, г. Москва, улица  
Гиллярковского, д. 47, стр. 5)  
Журнал зарегистрирован  
в Федеральной службе по надзору  
за соблюдением законодательства  
в сфере массовых коммуникаций  
(Свидетельство ПИ №ФС 77 –  
66035 от 10.06.2016).  
Главный редактор – Марков В.В.

Возрастная категория – 0+  
Тираж: 3000 экз.  
Распространяется бесплатно.

Подписано в печать: 18.08.2016  
Отпечатано в ОАО РПК Печатники,  
127254, г. Москва, ул. Добролюбова,  
д. 18, пом. 3, к. 17  
2016 000 «ТехноНИКОЛЬ-  
строительные системы»



№1  
2016

СОДЕРЖАНИЕ



8

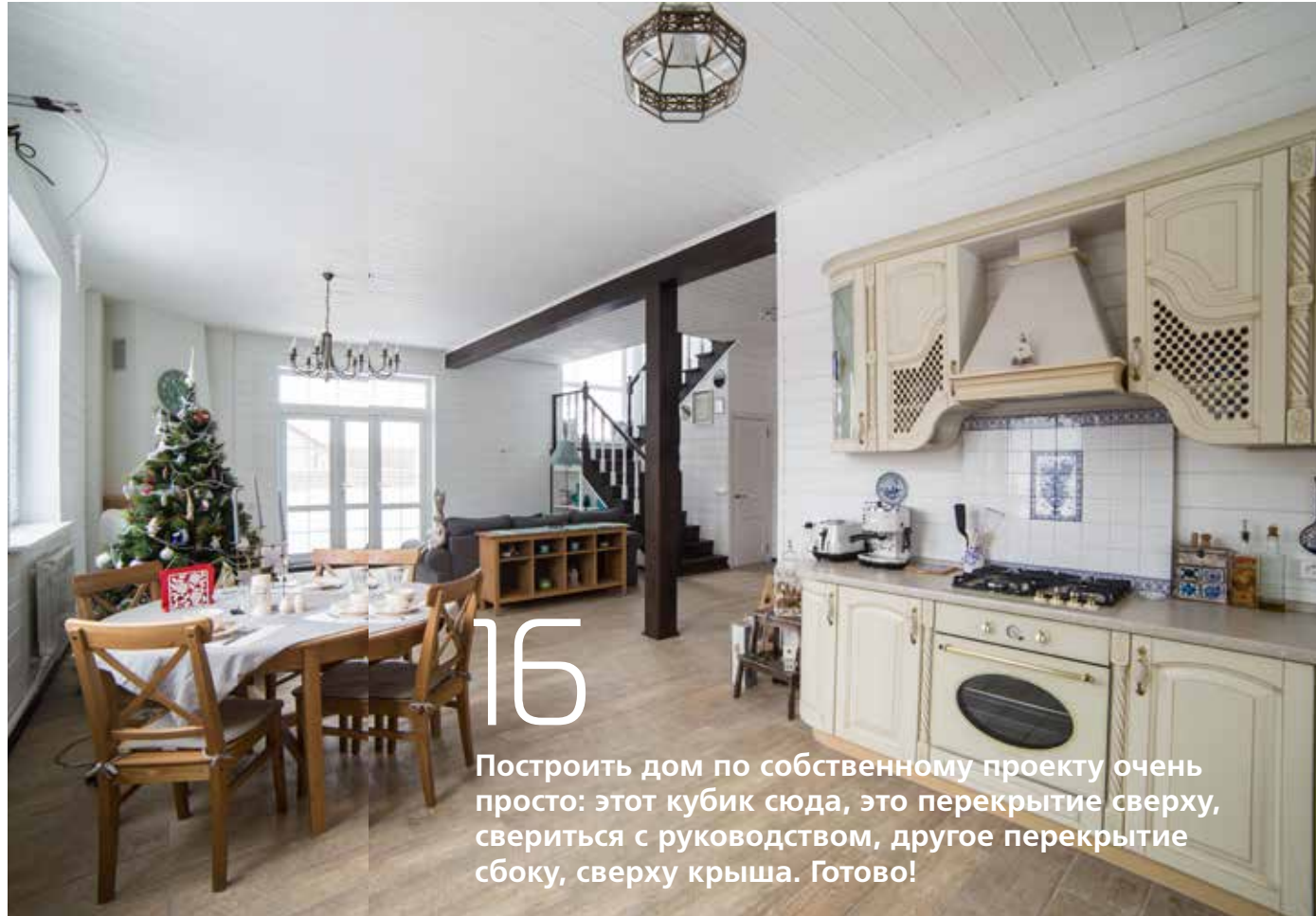
«Наша миссия — делать качественные строительные материалы доступными для каждого человека в мире»

Инфографика  
Компания  
сегодня

6

Репутация компании  
с Екатериной Ракитской

34



16

Построить дом по собственному проекту очень просто: этот кубик сюда, это перекрытие сверху, свериться с руководством, другое перекрытие сбоку, сверху крыша. Готово!



20

Успешными открытиями считаются те, которые отвечают актуальным принципам — безопасности, экологичности, энергоэффективности, которые позволяют максимально эффективно решить задачу при минимуме затрат — временных и финансовых.

28

В 1994 году завод по производству рубероида выкупили молодые предприниматели «ТехноНИКОЛЬ», которые поверили в перспективу развития кровельных материалов в России, и приступили к перестройке старых зданий завода.



36

Неудивительно, что крупные корпорации давно ввели традицию устраивать спортивные состязания внутри компании. «ТехноНИКОЛЬ» — не исключение из этого правила. Компания уже несколько лет подряд летом проводит велозаезды, зимой — забеги на лыжах.

## КОМПАНИЯ

- 4 **Новости отрасли**
- 6 **Инфографика**  
Компания сегодня
- 8 **Тема номера**  
Сергей Колесников:  
«Качество — понятие всеобъемлющее»
- 12 **Интервью**  
Владимир Марков:  
«ТехноНИКОЛЬ обновляет стратегию позиционирования»
- 16 **Наш проект**  
Дом Технониколь

## ТЕХНОЛОГИИ

- 20 **PIR**  
Новое слово в теплоизоляции
- 22 **Никобенд**  
Находка для частного строительства
- 24 **Инновации**

## РАЗВИТИЕ

- 28 **Выборг**  
Завод с историей
- 30 **Технологии**  
История рулонных материалов

## ЛЮДИ

- 34 **PR**  
Репутация компании
- 36 **О людях**  
О, спорт, ты жизнь!
- 38 **Информатика**  
Выгодный тариф
- 40 **После работы**  
Почему важно иметь хобби
- 46 **Книги**  
Быть успешным просто



К 2017 году сформируют

## Свод правил информационного моделирования (BIM)

К концу 2016 года Минстрой РФ планирует утвердить базовые своды правил, которые определяют общие принципы применения технологий информационного моделирования зданий. Уже в 2018 году Минстрой будет рекомендовать заказчикам проводить торги по объектам, попавшим в квоту на BIM-моделирование по данным технологиям. Поэтому осваивать информационное моделирование проектировщикам и строителям рекомендуется уже сегодня.



## Без ошибок в проектировании!

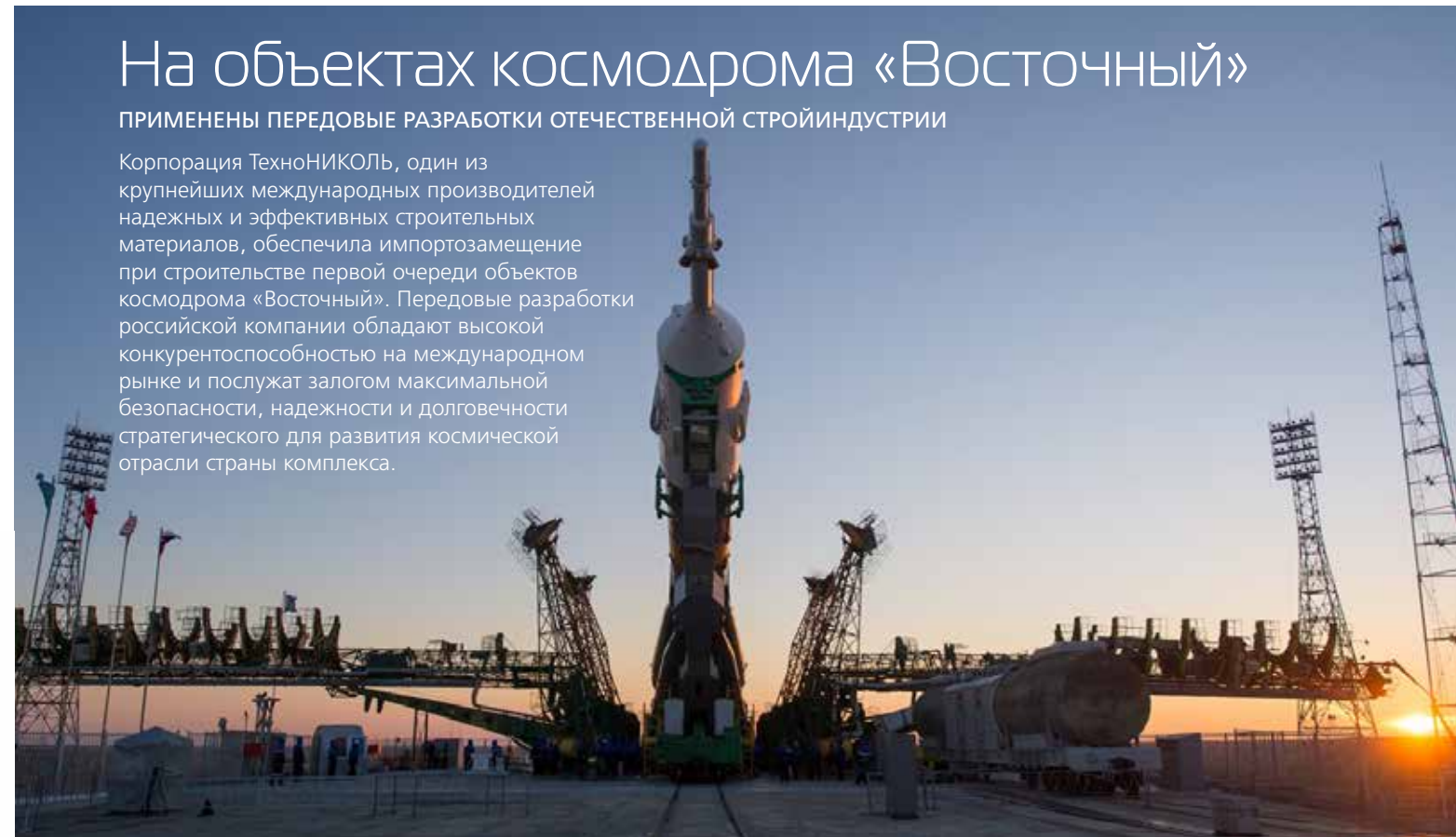
Многие потребители сталкивались с проблемой появления ошибок в проектировании при строительстве. Сейчас этот риск будет минимизирован, поскольку корпорация ТехноНИКОЛЬ запустила новый проектно-расчетный центр. Новый сервис отражает комплексный подход компании к решению строительных задач и позволит минимизировать риск ошибок при проектировании ограждающих конструкций крупных объектов с материалами ТехноНИКОЛЬ. С запуском нового сервиса компания берет на себя разработку разделов проектной документации в части изоляции кровель, фасадов, фундаментов, полов и других

конструкций. Важно отметить, что проектная документация и расчеты, предоставляемые инженерами ТехноНИКОЛЬ на конструкции с применением продукции компании, получили статус официальных документов. Проектно-расчетный центр вступил в СРО и получил разрешение на проведение работ по подготовке архитектурных и конструктивных решений.

## На объектах космодрома «Восточный»

применены передовые разработки отечественной стройиндустрии

Корпорация ТехноНИКОЛЬ, один из крупнейших международных производителей надежных и эффективных строительных материалов, обеспечила импортозамещение при строительстве первой очереди объектов космодрома «Восточный». Передовые разработки российской компании обладают высокой конкурентоспособностью на международном рынке и служат залогом максимальной безопасности, надежности и долговечности стратегического для развития космической отрасли страны комплекса.



## Ничего лишнего — элегантная роскошь плоской кровли

Вслед за европейскими тенденциями в коттеджном строительстве, последние десятилетия в России наблюдается растущий спрос на плоские кровли. Сейчас плоские крыши можно назвать настоящим трендом. Их минимализм и изящество соответствуют течениям современной архитектуры и могут сделать загородный дом особенным. Французские специалисты в один голос утверждают, что плоская крыша дешевле в устройстве и эксплуатации, чем традиционная. Российские потребители с интересом присматриваются к данной технологии, что предвещает настоящий «бум» плоских кровель в нашей стране.



# Компания ТехноНИКОЛЬ сегодня

**~70**

Миллиардов  
рублей —  
оборот компании  
за 2015 год.

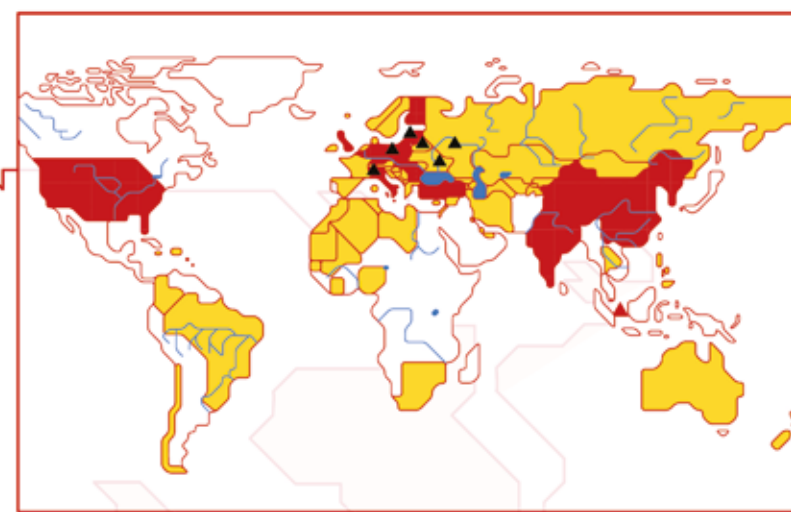
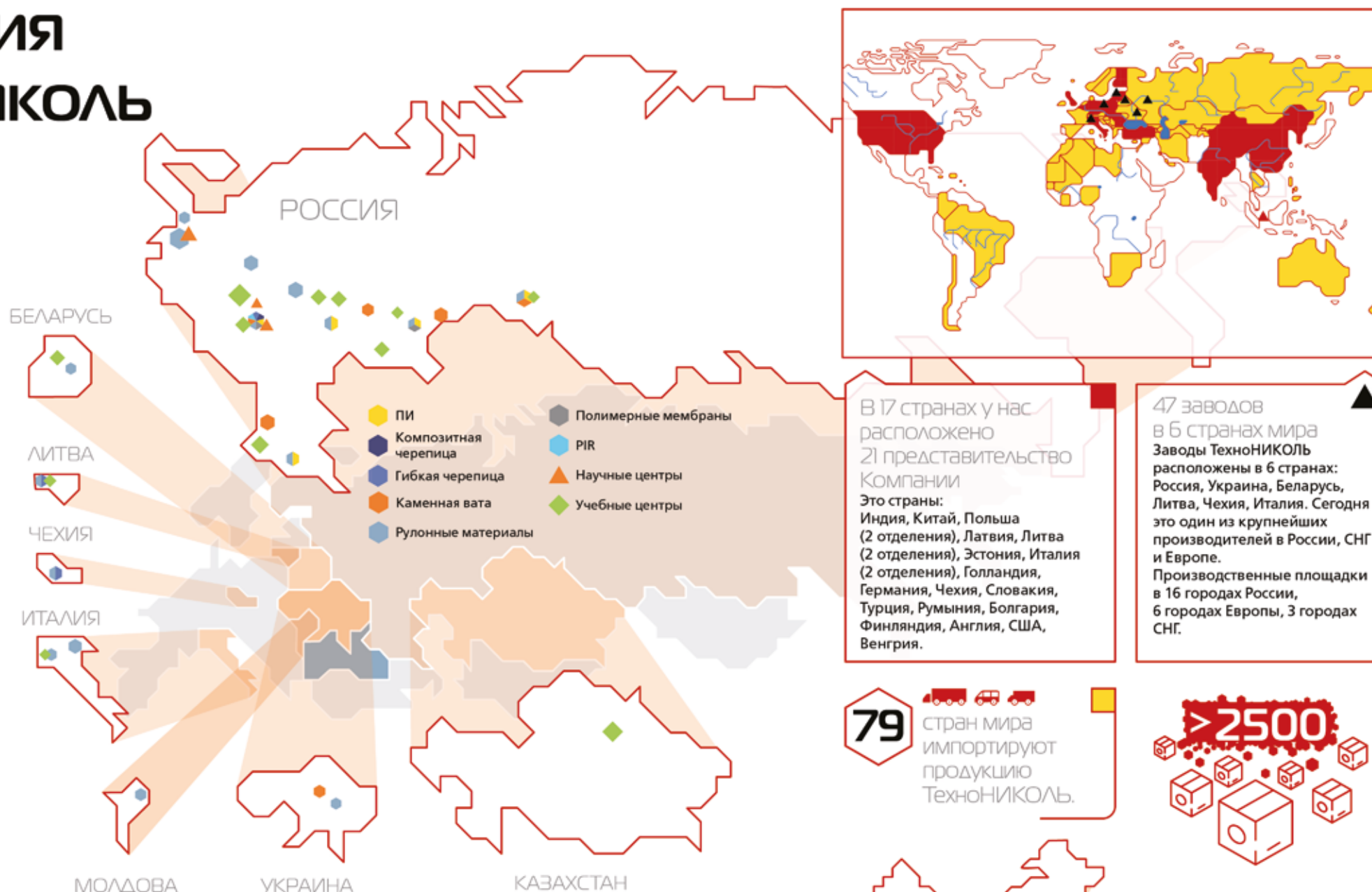
**13%**

Рост продаж  
компании  
в 2015 году.

**20%**

Объем  
экспорта\*

\*По разным  
сегментам  
материалов



**130**

Место в рейтинге  
крупнейших  
экспортеров страны  
по версии журнала  
«Эксперт».  
На рынке Восточной Европы  
ТехноНИКОЛЬ завоевала  
статус «местного производи-  
теля» с хорошей репутацией.

В 17 странах у нас  
расположено  
21 представительство  
Компании  
Это страны:  
Индия, Китай, Польша  
(2 отделения), Латвия, Литва  
(2 отделения), Эстония, Италия  
(2 отделения), Голландия,  
Германия, Чехия, Словакия,  
Турция, Румыния, Болгария,  
Финляндия, Англия, США,  
Венгрия.

47 заводов  
в 6 странах мира  
Заводы ТехноНИКОЛЬ  
расположены в 6 странах:  
Россия, Украина, Беларусь,  
Литва, Чехия, Италия. Сегодня  
это один из крупнейших  
производителей в России, СНГ  
и Европе.  
Производственные площадки  
в 16 городах России,  
6 городах Европы, 3 городах  
СНГ.

**91**

Позиция  
в ТОП-100  
крупнейших частных  
компаний России  
по версии журнала  
Forbes.  
ТехноНИКОЛЬ — единствен-  
ный производитель несырье-  
вого сектора первой сотни  
данного рейтинга.

**79** стран мира  
импортируют  
продукцию  
ТехноНИКОЛЬ.

**>2500**

- Товаров по 6 ключевым направлениям:
- битумно-полимерные материалы
  - каменная вата
  - экструзионный пенополистирол
  - гибкая черепица
  - полимерные мембраны, профилированные мембраны
  - теплоизоляция PIR
  - строительная химия



**>2**  
Млн.кв.м. материалов  
экспортировано в  
страны АТР.  
В 2014 году компания утвердила  
стратегию развития восточного  
направления — сегодня матери-  
алы ТехноНИКОЛЬ успешно  
поставляются в Китай и Индию.

**18**

Учебных центров в  
России, странах  
СНГ, Литве, Италии.  
ТехноНИКОЛЬ проводит  
обучающие семинары для  
подрядных организаций,  
управляющих компаний,  
проектировщиков, заказчи-  
ков, студентов строитель-  
ных ВУЗов. Ежегодно  
обучение проходят 18 000  
человек.

**5**

Научных Центров  
ТехноНИКОЛЬ уделяет большое внимание  
научным разработкам, усовершенствованию  
продуктов, повышению эффективности материа-  
лов с точки зрения их технических свойств и  
себестоимости. К примеру, экономический  
эффект от деятельности одного центра по одному  
направлению (битумно-полимерные материалы)  
за 3 года составил 700 миллионов рублей.

**23**

Года успеха  
на рынке.  
Первый офис  
ТехноНИКОЛЬ был  
открыт в 1993 году  
в Москве. Тогда же  
состоялась первая  
поставка строительных  
материалов. Уже через  
год компания  
запустила собственное  
производство на заводе  
в Выборге.

**14**

**5000** сотрудников  
ТехноНИКОЛЬ

Млн рублей на одного сотрудника —  
производительность труда ТехноНИКОЛЬ.  
Компания является лидером по производи-  
тельности труда среди производителей в несырьевом  
сегменте. Достижение этого статуса стало возможно  
благодаря высокому уровню вовлеченности  
работников предприятия и их усилиям, направ-  
ленным на решение поставленных задач.

**34**

Средний  
возраст  
сотрудников

Что является главной ценностью для компании? В чём секрет отличия ТехноНИКОЛЬ от других компаний? Как развивать кадровый потенциал организации? На эти и другие вопросы нам ответил основатель и президент ТехноНИКОЛЬ Сергей Колесников.

# Качество — понятие всеобъемлющее

— Сергей Анатольевич, добрый день. Недавно компания пересмотрела свои ценности и сформировала новую миссию. С чем это связано? Какие у компании новые цели?  
— Если говорить коротко, то наша миссия — делать качественные строительные материалы доступными для каждого человека в мире. Мне хочется воодушевить всех сотрудников на достижение этой цели. У нас есть четыре основных постулата, которые влияют на нашу каждодневную работу. Мы стремимся к лидерству на рынке, стараемся достичь минимальных издержек при производстве и максимального роста эффективности труда. Заключительный, но очень важный принцип, это требовательное, даже придирчивое отношение к качеству продукции. И именно такая требовательность позволяет компании развиваться не только на российском рынке и в СНГ, но и довольно успешно выходить на мировую арену.

— В планах — развитие торговли с западными клиентами, увеличение экспорта в Европу?

— На рынке СНГ мы на лидирующих позициях, в том числе по производительности труда, передовым технологиям в отрасли, издержкам на единицу продукции. Предоставляем не только материалы, но и консультационную поддержку от проектирования до монтажа и обслуживания. То есть, фактически, работа охватывает полный цикл — от проекта до эксплуатации.

**Вот уже десять лет осуществляем экспорт в страны Европы, начали поставки в страны Азиатско-Тихоокеанского региона. На европейском рынке мы закрепились благодаря качественной продукции и низкой цене.**

Мы постоянно работаем над тем, чтобы довести сервис до высочайшего уровня: сокращаем сроки поставки, увеличиваем ассортимент и организовываем техническую поддержку. →

## Наши ключевые задачи

- 1 имидж нашей компании
- 2 глобализация
- 3 ориентация на клиента

## факт

Клиентоориентированность выходит на первый план





→ — Клиентоориентированность выходит на первый план при покорении международного рынка?

— Да, фактически все три задачи преследуют одну цель — завоевание сердец наших клиентов. Ведь, в конечном итоге, главное — это люди. Подчеркну, что у нас хорошая база: качественная продукция с очень низкой себестоимостью и малыми расходами на производство и молодые профессиональные сотрудники, знающие своё дело. Информацию об этих достоинствах нужно донести до потребителей, поэтому мы планируем рекламные кампании — на телевидении, радио и в интернете. И не только в России, в планах ещё и Польша, и другие рынки. Нам нужно серьёзно поработать над восприятием компании за рубежом, повысить нашу ценность в глазах иностранных клиентов.

— Сергей Анатольевич, спасибо за такое подробное описание бизнес-процессов! А какие новости на производстве? Какие планы?

— Планов и идей очень много, я оптимистично настроен!

Будем заниматься реконструкцией зданий и капитальными ремонтами, вкладывать средства в новые технологии и расширять линейку продуктов. В частности, в производство PIR-панелей для кровли, субстратов для теплиц в агропромышленности, поставки каменной ваты для судостроительных предприятий. Также планируем освоить новые ниши. Например, есть очень перспективный проект «зелёной» кровли.

Он подходит для больших городов с высокой плотностью застройки и малым количеством растительности. На крыше фактически разбивается небольшой сад. Кроме того, что это красиво и экологично, такое решение помогает снизить дренажную нагрузку на систему. В возникновении новых идей и проектов важную роль я отвожу творческому подходу сотрудников компании — именно они помогают искать новые ниши для применения нашей продукции.

— Вы уже не в первый раз упоминаете роль рядовых сотрудников в работе компании. Расскажите подробнее о ваших взаимоотношениях с коллективом, о позиции по отношению к сотрудникам.

— Наши люди, сотрудники, безусловно, главная ценность компании. Мы поощряем их стремление достичь мастерства в работе и поделиться опытом с коллегами. Хочу напрямую сказать сотрудникам — мы с вами единый механизм.



### Миссия

Делать качественные, надежные, эффективные строительные материалы и решения доступными для каждого человека в мире

### Видение

Мы станем безоговорочным лидером в области качественных и эффективных строительных решений и услуг в мире

У нас хорошая база: качественная продукция с очень низкой себестоимостью и малыми расходами на производство и молодые профессиональные сотрудники, знающие свое дело

Только благодаря слаженной, командной работе мы добились таких выдающихся результатов. Я очень рад, что у меня такая команда, разделяющая ценности и цели компании.

— А как «растут» люди внутри коллектива?

— Да, мы именно растим кадры внутри компании, в состав менеджмента входят исключительно люди «изнутри», те, кто начинал на рядовых позициях. Каждый руководитель, даже не самый крупный, должен пройти эту своеобразную школу. Ему необходимо понимать, как работает отдел или подразделение, до мельчайших подробностей, знать ежедневные потребности сотрудников, нужные для стабильной и эффективной работы. Только в таком случае менеджер хорошо руководит подчинёнными, выстраивает с ними крепкие отношения, а подразделение работает с максимальной отдачей. Хочу отдельно подчеркнуть, что родственные связи и кумовство мы не приветствуем.

Жизнь и благополучие рабочих для нас одна из главных забот. Важно, чтобы люди использовали безопасное оборудование, дышали воздухом без примесей, получали медицинскую помощь при необходимости

Ценность представляют только знания, умения и человеческие качества. В этом смысле я строг, в первую очередь, к самому себе. В компании никогда не работали ни мои родственники, ни мои друзья.

Ведь поведение руководителя, в конечном счёте, определяет корпоративное поведение, он должен быть примером для коллектива. Если есть правила, то они действуют для всех.

— Есть ещё другие важные правила — правила безопасности. Как вы заботитесь о здоровье сотрудников на производстве?

— Жизнь и благополучие рабочих для нас одна из главных забот. Важно, чтобы люди использовали безопасное оборудование, дышали воздухом без примесей, получали медицинскую помощь при необходимости. При этом и продукция должна быть экологичной, сделанной с соблюдением всех регламентов. Разумеется, личную ответственность никто не отменял — каждый человек на своём рабочем месте обеспечивает свою собственную безопасность, просчитывает последствия своих действий. Мы всегда активно напоминаем производственные инструкции и призываем всех быть ответственными. В целом, отношение к работе должно быть очень бережливым.

— Заканчивая нашу беседу, хочется отметить, что ТехноНИКОЛЬ является примером корпорации, не похожей на многие другие компании. В чем ее секрет?

— Многие люди в нашей стране полагают, что качество относится только к продукту, но это не так! Оно начинается с качества процессов на производстве, процессов по взаимодействию с клиентами и поставщиками, процессов внутри коллектива. Качество — понятие всеобъемлющее, качество — у истоков всего — и одновременно — вершина всего. ■

# ТехноНИКОЛЬ: КУРС НА МАСТЕРСТВО

ТехноНИКОЛЬ обновляет стратегию позиционирования. В основу корпоративного бренда легла концепция «Мастерство». О целях ребрендинга, произошедших и предстоящих изменениях и ожиданиях от сотрудников рассказывает Генеральный директор Корпорации Владимир Марков.

Владимир, наверное, не будет преувеличением сказать, что компания ТехноНИКОЛЬ известна практически каждому серьезному строителю в нашей стране. Почему сейчас было принято решение о проведении ребрендинга?

— Разговор о целях ребрендинга я бы хотел начать с понравившейся мне фразы из миссии группы компаний Moët Hennessy - Louis Vuitton, позиционирующей себя как мировой лидер на рынке предметов роскоши: «Сила брендов компании — это часть наследия Группы, создаваемого и поддерживаемого годами, десятилетиями. Это наши ресурсы, бесценные и невозможные. К каждому элементу коммуникаций с внешней средой относятся как к моментам, когда говорит бренд».

С момента основания компании мы все время шли вперед: разрабатывали материалы, чтобы повысить качество строительных работ, осваивали новые сферы деятельности, стремились во всем добиваться лучших результатов и быть на шаг впереди остальных. Но целенаправленно работой по формированию единого бренда не занимались. За 23 года существования ТехноНИКОЛЬ выросла в международную Корпорацию с десятками заводов, тысячами сотрудников, большим количеством торговых марок, представляющих разные

## факт



За 23 года существования ТехноНИКОЛЬ выросла в международную Корпорацию

продуктовые направления. Материалы ТехноНИКОЛЬ можно встретить в здании от фундамента до кровли. Востребованы они по всему миру в строительстве дорог, тоннелей, аэродромов. При этом разные продуктовые направления имеют совершенно разрозненное визуальное оформление и стратегию позиционирования — так исторически сложилось. Ассоциация, которая первой приходит на ум при виде всего этого разнообразия — зоопарк. Место, где пингвины соседствуют с кенгуру, тиграми и белыми медведями.

Нашу компанию действительно хорошо знают в профессиональных кругах. Но для многих строителей ТехноНИКОЛЬ — это, прежде всего, конкретный материал, с которым они работают. Для кого-то это кровля, для кого-то — теплоизоляция или материалы для транспортно-дорожного строительства, например. В результате ребрендинга мы как раз и хотим сформировать целостное представление не об отдельном продукте, а о ценности, которую дает компания. То есть, выбирая ТехноНИКОЛЬ, потребитель должен понимать, что он приобретает не гибкую черепицу и каменную вату, например, а максимально эффективное решение своей конкретной строительной задачи. В идеале результатом ребрендинга должна стать четкая ассоциация: ТехноНИКОЛЬ — это «Мастера своего дела».

Важно, чтобы при слове ТехноНИКОЛЬ у потребителя уже складывалось четкое представление, — товар, услугу и ценность какого уровня он получит.

— Ребрендинг — процесс не одномоментный. Расскажите о работе, которая была проведена, и что еще предстоит?

— На самом деле, можно сказать, что это уже второй ребрендинг в истории ТехноНИКОЛЬ. Первый был проведен в 2009 – 2010 годах и коснулся в большей степени визуальных компонентов. У нас появился новый логотип, сменились корпоративные цвета: из «желтых» мы стали «красно-серыми». Наверное, более правильно назвать этот процесс рестайлинг.

В этот раз речь идет об изменении не только всего нашего визуального ряда, формировании единого стиля, но о концептуальной пе-



рестройке, которая коснется всех процессов в Корпорации.

ТехноНИКОЛЬ активно выходит на розничный рынок, нашу продукцию можно встретить в строительных гипермаркетах, приобрести для самостоятельного строительства или ремонта. Если для завоевания потребителей из профессионального сообщества главное предложить высокие эксплуатационные характеристики и хорошее качество, то приобрести лояльность розничных клиентов без сильного бренда сложно. Важно, чтобы при слове ТехноНИКОЛЬ у потребителя уже складывалось четкое представление, — товар, услугу и ценность какого уровня он получит.



→ На разработку новой концепции бренда, которая будет отражать сущность нашей компании и задаст общий вектор ее развития, потребовалось немало времени. Ведь нам нужно было проанализировать текущую ситуацию в компании и на рынке, понять ожидания участников отрасли и наши возможности, определить, в каком направлении нам необходимо работать, чтобы предложить клиентам и партнерам наибольшую ценность. Понимая масштабность предстоящих перемен, мы сразу отказались от мысли реализовать проект своими силами. Ребрендинг должны проводить профессионалы, специализирующиеся на подобных вещах. Изучив мировой рынок, мы остановили свой выбор на McKinsey & Company. Это ведущая международная компания в области услуг управленческого консалтинга. Работа по ребрендингу началась еще в 2014 году, к лету 2015 года были сформированы общая концепция и продуктовая матрица, разграничивающая позиционирование продуктовых линеек в рамках единого бренда. Следующим этапом стала практическая реализация стратегии, к этому процессу мы привлекли еще одно специализированное агентство BBDO Branding.

На данный момент у нас появился новый логотип, разработан дизайн упаковок, другие элементы визуальной атрибутики. Полный переход на новый фирменный стиль всей Корпорации запланирован к середине 2017 года, а работа по укреплению бренда – процесс бесконечный.

— Расскажите подробнее о том, как шла работа по формированию идеи единого бренда Корпорации и почему в его основу легла именно концепция «Мастерство»?

— Стратегию и ключевые обещания бренда мы разрабатывали совместно с McKinsey & Company. Консалтинговая компания предоставила нам лучших в мире профессионалов, которые владеют необходимыми навыками и инструментами для разработки стратегии. Находясь «над ситуацией» в компании, они смогли дать объективную картину и выступить беспристрастными модераторами процесса.



Были проведены масштабные количественные и качественные исследования: анализ рынка, реальных и потенциальных клиентов из числа профессиональных строителей и людей, приобретающих материалы для личного использования. Тщательно изучалась и внутренняя ситуация в компании. В основу единого бренда Корпорации легли ее реальные сильные стороны. Ведь ТехноНИКОЛЬ уже обладает крепкими сложившимися ценностями и корпоративным духом. Поэтому к работе над выработкой стратегии мы активно привлекали сотрудников: тех, кто прошел путь от основания компании до сегодняшнего дня, тех, кто сменил не одно место работы и нашел себя в ТехноНИКОЛЬ и тех, кто пришел в компанию сразу после вуза и увидел возможность построить здесь карьеру.

На первых этапах участниками процесса было сформулировано большое количество гипотез, что же самое главное в ТехноНИКОЛЬ. Как в известной притче о слоне и мудрецах, когда каждый из исследователей изучил животное наощупь в темноте и судил со своей точки зрения. Тот, кто ощупал бивень, решил, что слон — это копые, потрогавший ухо сравнил его с веером, а тот, кому достался хобот, выдал суждение, что слон — это и вовсе змея. В нашем случае речь шла о том, что мы постоянно стремимся снижать издержки, давать клиентам максимальную ценность при минимуме затрат, внедряем инновации, которые делают решения строительных задач более эффективными, развиваем сопутствующие сервисы, активно завоевываем позиции на международном рынке, повышаем конкурентоспособность отечественного производства. В результате мы пришли к выводу, что так или иначе все мы говорим об одном и том же. На протяжении всего существования Корпорации ТехноНИКОЛЬ, во всех направлениях нашей работы мы всегда интуитивно стремились достичь максимального уровня профессионализма, иными словами, быть мастерами своего дела.

Таким образом, главной идеей единого бренда Корпорации стала концепция «Мастерство».

Так как в ее основу легли существующие ценности Корпорации, главное обещание, которое мы

даем реальным и потенциальным клиентам, практически сохранило свою формулировку, усилив акцент на профессиональном подходе: «Мы досконально разбираемся в производстве и применении широкого спектра строительных материалов. Мы гарантируем то, что наши решения эффективны, а сервисы удобны для успешной реализации ваших конкретных задач сегодня и в будущем».

Кстати, очень хорошо в концепцию «Мастерство» вписались и существующие Миссия и Видение Корпорации. В процессе ребрендинга они претерпели минимальные изменения. Сегодня Наша Миссия: «Делать качественные, надежные, эффективные строительные материалы и решения доступными для каждого человека в мире». Видение Корпорации: «Мы станем безоговорочным лидером в области качественных и эффективных строительных решений и услуг в мире».

— Как вы видите дальнейшее развитие Корпорации в разрезе концепции «Мастерство»?

— Во всех аспектах нашей работы мы будем осознанно делать ставку на профессионализм и мастерство. На самом деле, эти ценности уже достаточно близки практически каждому сотруднику ТехноНИКОЛЬ. Ведь кто такой мастер? Это человек, достигший исключительного умения, высокого искусства в своем деле. Профессиональные навыки позволяют ему добиваться отличных результатов, не прилагая сверхусилий. Вспомните известную поговорку: «Дело мастера боится, а дурака любит». Смысл ее вовсе не в том, что мастер умело отлынивает от дел, а в том, что задачу, с которой «дурак», не получивший нужных навыков и умений, намахается как с проектом века, мастер выполнит с отличным результатом, почти «играючи». На изящную работу мастера приятно смотреть. Например, глядя на чемпионов мира по фигурному катанию, кажется, что они движутся легко, естественно и непринужденно. На самом деле за этим выступлением стоят годы усиленных тренировок. Помимо опыта работу мастера отличает творческий подход. Он всегда ищет возможности сделать лучше. Его движения доведены до автоматизма, а излишние трудовые затраты минимизированы.

В нашей работе мы также стремимся к наивысшему профессионализму. Мы не ограничиваемся производством и поставкой качественных строительных материалов, а хотим быть настоящими мастерами в своем деле. Так, строительные системы ТехноНИКОЛЬ — это готовые эффективные решения, избавляющие клиентов

Во всех аспектах нашей работы мы будем осознанно делать ставку на профессионализм и мастерство. На самом деле, эти ценности уже достаточно близки практически каждому сотруднику ТехноНИКОЛЬ

от лишних временных и финансовых затрат, Служба Качества помогает избежать ошибок при проектировании и монтаже, Строительная Академия — это инвестиции в образование для повышения квалификации строителей. И в дальнейшем, придерживаясь концепции «Мастерство», мы будем стремиться разрабатывать технологии, создавать продукты и развивать сервисы для повышения уровня профессионализма всех участников строительной отрасли.

— Можно ли сказать, что ребрендинг по сути позволил осознать сильные стороны Корпорации и формализовать их?

— Неправильно сводить суть происходящих перемен к осознанию, что мы и так являемся мастерами и заявлению об этом вслух. Скорее, мы определили вектор, в направлении которого будем синхронизировано двигаться, на который будем ориентироваться при принятии тех или иных решений. Для того, чтобы в сознании потребителей при слове ТехноНИКОЛЬ возникла четкая ассоциация «Мастера своего дела», многое еще предстоит сделать. Принципиальное условие сильного бренда — его правдивость, выполнение всех обещаний. И это налагает огромную ответственность на каждого нашего сотрудника. Если мы декларируем идею нашего бренда как «Мастерство» в качестве ключевой характеристики, а по факту клиент столкнется с вялой и неубедительной консультацией некомпетентного специалиста, риск разочарования и безвозвратного ухода значительно больше, чем в случае с компанией без особых обещаний. Поэтому каждый наш сотрудник должен стремиться соответствовать ключевым характеристикам бренда: быть профессиональным, ответственным, оптимистичным, изобретательным, внимательным, целеустремленным, готовым в любой момент «закатать рукава». Возвращаясь к цитате, с которой мы начали наш разговор, важно помнить, что все наши коммуникации с внешней средой — это моменты, когда говорит бренд. ■

факт



Во всех аспектах нашей работы мы будем осознанно делать ставку на профессионализм и мастерство.





Например, для повышения теплоизоляции используется перекрёстный каркас, благодаря которому в уже готовом доме не будет «мостов промерзания». Других вариантов просто нет, поэтому даже вопрос – какой каркас делать – не возникнет. Помимо облегчения задачи для бригады, такое решение имеет ещё один очевидный плюс – сокращение времени выполнения работ. Ни потребителю, ни строителям нет нужды обсуждать, как заливать фундамент или какую гидроизоляцию сделать – всё уже прописано в проекте.

## Что нам стоит дом построить?

Построить дом по собственному проекту очень просто: этот кубик сюда, это перекрытие сверху, свернуться с руководством, другое перекрытие сбоку, сверху крыша. Готово! По крайней мере, так было в детстве. Во взрослой жизни, пожалуй, любой человек, который хотя бы раз в жизни занимался постройкой собственного жилья, мечтал о таком конструкторе в реальном размере. И чтобы к нему прилагалась инструкция, где все действия были прописаны «от и до», а детали подходили друг к другу в единственно верном сочетании. Ещё бы неплохо заранее знать цену постройки, в идеале – цену низкую. Хорошая новость – проект «Дом ТехноНИКОЛЬ» и есть воплощение этой мечты. Он включает в себя детальный план работ, понятный и заказчику, и подрядчику; благодаря использованию современных решений отличается высокой энергоэффективностью, а рекомендованная производителем цена квадратного метра с внутренней отделкой «под ключ» для всех регионов РФ 25 000 рублей радует доступностью.

Всё началось с намерения руководства внедрить проект, который позволит создать оптимальный баланс технологий, позволяющий достичь целей, поставленных разработчиками: качество, долговечность, энергоэффективность и доступная цена для каждого. Команда проекта под руководством Андрея Баннова обратилась к зарубежному опыту инноваций. Инженеры ТехноНИКОЛЬ совместно со специалистами Института пассивного дома проанализировали огромное количество ограждающих конструкций, имеющих положительную практику применения в северных странах мира, и выбрали наиболее оптимальный комплект для нашей страны (фундамент, стены, кровля, окна, инженерные системы). Анализу подвергли все: себестоимость строительства, надёжность конструктивных решений, долговечность, теплосберегающие свойства, удобство/сложность и сроки монтажа, возможность комплектации доступными на территории РФ материалами и конструкциями. В результате пришло понимание, что самое эффективное решение – это каркасный дом с современной инженерией. Именно технология каркасного домостроения позволила после Второй мировой войны решить проблему



МНЕНИЕ

**АНДРЕЙ БАННОВ,**  
РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА  
ДОМ ТЕХНОНИКОЛЬ

При строительстве Дома ТехноНИКОЛЬ все предельно просто. Ни потребителю, ни строителям нет нужды обсуждать, как заливать фундамент или какую гидроизоляцию сделать - все уже прописано в проекте

острой нехватки индивидуального жилья в Америке и близкой к России по климату Канаде. Кстати, в настоящее время в этих странах почти 80% рынка малоэтажного жилья приходится именно на каркасные дома.

Далее командой проекта была написана подробная инструкция для строительных бригад, подобная той, что прикладывают к конструкторам – в ней нет специфических технических моментов, для понимания которых требуется инженерное образование, но и нет сокращений в детализации процесса. Поэтому, даже вероятность ошибок сведена к нулю: каждая, самая маленькая задача имеет только одно решение, и это решение самое эффективное. Стандарты Дома ТехноНИКОЛЬ – это уникальная инженерная документация, необходимая и достаточная для возведения бригадой из пяти человек в короткие сроки одно- или двухэтажного коттеджа индивидуальной планировки «под ключ» практически в любой (пригодной для строительства) точке России. Благодаря отсутствию мелких проволочек, дом возводится в среднем около трёх месяцев. При этом фантазию заказчика, как и в детстве, не ограничивают набором готовых вариантов; интерьер и экстерьер могут быть практически любыми, это зависит только от желания будущего владельца. В проекте есть девять уже готовых вариантов дома разной площади – в этом случае и подготовительные работы займут мало времени, ведь дизайн-проект не потребует.



Ещё одно преимущество «Дома ТехноНИКОЛЬ» – низкие затраты на строительство и эксплуатацию. **Квадратный метр без отделки стоит 15 000 рублей, в варианте «под ключ» его стоимость – 25 000.** Затраты на отопление для дома площадью 90 кв. м составят всего 4500 рублей в год, для сравнения – в Москве за обогрев квартиры такой же площади придётся заплатить примерно 25 000 рублей по сравнению с тарифами 2015 года в Московской области. Плата за электроэнергию и газ тоже меньше (почти в два раза) по сравнению с городскими тарифами. Продуктивность решений, которые обеспечивают такую экономию, уже оценило профессиональное сообщество: в 2015 году первый Дом ТехноНИКОЛЬ, построенный в октябре 2014 года в Калужской области, стал победителем Второго Всероссийского конкурса ENES в номинации «Лучший малоэтажный энергоэффективный жилой дом» и получил премию «Лучший энергоэффективный дом». Кроме уже упоминавшегося перекрёстного каркаса для сохранения тепла используется каменная вата – упругий материал, который не деформируется со временем и потому долговечен, хорошо защищает от холода. Кровля утепляется 30 см слоем каменной ваты, а фасады – 25 см. Фундамент использует технологию утепления «шведская плита», мелкозаглубленного плитного фундамента, оборудованного сетью коммуникаций, в том числе функцией водяного обогрева пола. В основе данного решения – единственный в России специализированный продукт для организации фундаментов на УШП – экструзионный пенополистирол ТЕХНОНИКОЛЬ CARBON ECO SP. Материал отличается высокой прочностью на сжатие и способен выдержать вес до 40 тонн на кв. метр. На сегодняшний день линейка XPS ТЕХНОНИКОЛЬ CARBON ECO является единственным экструзионным пенополистиролом в России, имеющим экологический сертификат "Листок жизни", что также гарантирует безопасность его применения в коттеджном и малоэтажном строительстве.

**Для энергосбережения** безусловно важна воздухопроницаемость стен. Эта задача решена не только технологично, но и изящно. С обеих сторон стены специальные мембраны – снаружи диффузионная, препятствующая проникновению и скоплению влаги, изнутри – покрытие, блокирующее влагу. **Обе мембраны скрыты под отделкой, поэтому не влияют на эстетическую сторону вопроса.**

#### Технологии:

Финский  
каркас  
Фундамент  
Инженерия



Первый Дом Техно-НИКОЛЬ, построенный в октябре 2014 года в Калужской области

Благодаря хорошей системе вентиляции и воздухопроницаемости, «тёплому» фундаменту и другим методам сохранения тепла, стены в помещениях имеют практически ту же температуру, что и воздух внутри дома (в обычных квартирах и домах стены холоднее воздуха). Это важный момент – из-за такого соотношения отпадает необходимость в дополнительном обогреве помещения, снижается сухость воздуха, в доме не так душно, как обычно в отопительный сезон. Такая, казалось бы, мелочь существенно влияет на качество жизни в холодное время года: человек лучше спит, меньше устаёт, не страдает от, пускай и лёгкого, но всё же обезвоживания.

Ещё один **плюс для клиентов** – возможность контролировать процесс постройки, не вдаваясь в сложные технические подробности. Для этого разработан онлайн-кабинет, в котором прописано всё, что по договору должны сделать строители, каждый шаг. Бригада отмечает завершения той или иной задачи, клиент точно знает, где в доме проверять качество её исполнения, и после этой проверки ставит соответствующую пометку в личном кабинете. При возникновении любых неполадок на этапе возведения или эксплуатации заказчик там же оставляет претензии. Разумеется, все эти действия видны и представителям «Дома ТехноНИКОЛЬ». В случае, когда строители в срок устраняют недочёты, им полагается поощрение.

Сейчас идёт процесс налаживания стабильной связи с исполнителями, в нескольких регионах (Московской, Рязанской, Липецкой областях и в Краснодарском крае) проводятся тренинги, на которых разъясняется суть и процесс работы по проекту компании. Следующий шаг – заключение договоров со строительными подрядчиками и дальнейшее их обучение. ■



Заполнение заявки на сайте [dom.tn.ru](http://dom.tn.ru)

Выбор строительной бригады

Договор с подрядчиком

Строительство дома под ключ

Контроль проделанных работ со стороны ТехноНИКОЛЬ





## Новое слово в теплоизоляции:

# PIR

За последние 20 лет строительная индустрия коммерческих и промышленных зданий серьезно изменилась по конструктиву: бетон сменили металлоконструкции и легкие кровли,

которые делают строительство более эффективным и надежным. Среди них утеплитель на основе пенополиуретана – PIR. В то время, как Европа и Америка активно используют его преимущества, для России PIR – новое слово в теплоизоляции.

Что нужно современному человеку в условиях нынешнего существования в мире высоких технологий, постепенной смены климата, желания максимально сохранить окружающую среду и в то же время сделать свое жилище максимально комфортным? Ответ прост – ему необходимо ни много ни мало совершенство технологий, оптимизация процессов и трудозатрат, экономия энергии. Исходя из этих высоких запросов, в мире идет постоянное совершенствование материалов для создания максимального комфорта, уюта и безопасности жилища. Сегодня мы поговорим про теплоизоляцию, как один из необходимых каждому дому элементов комфортного проживания. Новые технологии возведения объектов требуют новых продуктовых решений, в том числе в сфере производства кровель. На рынке появляются инновационные материалы,

которые делают строительство более эффективным и надежным. Среди них утеплитель на основе пенополиуретана – PIR. В то время, как Европа и Америка активно используют его преимущества, для России PIR – новое слово в теплоизоляции.

### PIR В МИРЕ ТЕПЛОИЗОЛЯЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ

Согласно исследованию консалтингового агентства, специализирующегося на исследовании и изучении рынка полиуретанов, IAL Consultants, в Америке с PIR делают 76% плоских кровель, в Европе – 40%. Ежегодно сегмент PIR увеличивается на 3%, оставаясь самым быстрорастущим.

Легкий, компактный PIR не перегружает конструкцию и дает возможность установить на кровле дополнительное инженерное оборудование. При утеплении фасада здания толщина

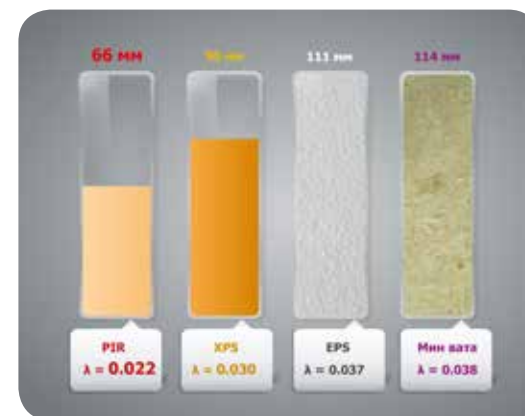
утеплителя не так важна, но когда речь идет об утеплении балкона или, скажем, бани, где каждый сантиметр пространства на счету, то PIR панели – лучшее решение!

Для утепления кровли площадью 10 000 кв.м. требуется в среднем 190 тонн традиционных теплоизоляционных материалов или всего 28 тонн PIR!

### СРЕДИ ПРОДУКТОВ МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА PIR ИМЕЕТ ОДИН ИЗ САМЫХ НИЗКИХ КОЭФФИЦИЕНТОВ ТЕПЛОПРОВОДНОСТИ 0,022 Вт/кв.м.,

показатели водопоглощения близятся к нулю. Материал отличается высокой пожароустойчивостью (Г1-Г2), он прочный, экологичный, имеет жесткое основание, благодаря которому сохраняет свои свойства на протяжении всего срока эксплуатации – не менее 25 лет.

В России продукт был известен во времена СССР. Его применяли в космической отрасли для защиты топливного бака ракеты-носителя, однако масштабное производство так и не было освоено до недавнего времени.



### ПОЯВЛЕНИЕ PIR В РОССИИ

Ценный мировой опыт в Россию принесла компания ТехноНИКОЛЬ, на тот момент внедрившая в индустрию не один инновационный продукт. Возможность предоставить клиентам полный спектр самых передовых решений всегда оставалась для компании в приоритете.

### КАК ОТМЕЧАЕТ ДМИТРИЙ КАПРАНОВ, РУКОВОДИТЕЛЬ НАПРАВЛЕНИЯ PIR:

Среди наших крупнейших клиентов есть ряд международных компаний, которые имеют богатый опыт строительства по всему миру (в Европе, Америке, Индии, Китае, России). Такие компании обладают очень большим

Для утепления кровли площадью 10 000 кв.м. требуется в среднем 190 тонн традиционных теплоизоляционных материалов или всего 28 тонн PIR!

строительным кругозором и в своих проектах применяют материалы, которые положительно себя зарекомендовали на основных географических рынках. Сравнивая конструктивные решения в разных странах, они имеют возможность делать выводы и применять самые надежные конструкции. Именно так PIR появился в ассортименте компании ТехноНИКОЛЬ, когда один из крупнейших наших клиентов, имеющий в эксплуатации более 1 млн. кв.м. кровель в России, сказал: "Я устал ремонтировать свои кровли, большинство из которых были введены в эксплуатацию 5-10 лет назад. Дайте мне решение, которое мы применяем в Европе (PIR+PVC)."

### ЗАВОД PIR В РЯЗАНИ

Технологическая линия завода – самая мощная в СНГ, производительность – в 1,5-2 раза выше европейских аналогов. При выходе на полную мощность завод будет выпускать 30 млн.кв.м продукции в год – тогда у PIR есть все шансы занять 30-40% теплоизоляции в сегменте плоских кровель.

### ПЕРСПЕКТИВЫ PIR В РОССИИ

Появление PIR в России было продиктовано потребностями ряда крупных клиентов. Уже сегодня кровли с PIR-теплоизоляцией выбирают для строительства своих объектов такие бренды, как «Ашан», «Леруа Мерлен», IKEA, Coca-Cola. Теперь перед компанией стоит новая задача – донести до российского клиента, который еще не знаком с технологией и с опаской относится к новшествам, преимущества материала PIR. Предложить успешно опробованные в Европе, но пока еще малоизвестные в России, решения. Дать клиентам возможность выбрать оптимальное из лучшего, что предлагает сегодня рынок теплоизоляции. ■

### PIR в России

2013 год – ТехноНИКОЛЬ заявила о выпуске PIR-материалов

8.09.2015 – компания открыла новое направление

Производственные мощности: технологическая линия завода – самая мощная в СНГ, производительность – в 1,5-2 раза выше европейских аналогов. При выходе на полную мощность завод будет выпускать 30 млн.кв.м продукции в год – тогда у PIR есть все шансы занять 30-40% теплоизоляции в сегменте плоских кровель.

Расположение завода: г. Рязань

Поставки осуществляются: во все регионы России и страны СНГ



На момент реализации проекта нам помогли коллеги из всех подразделений, за что им большое спасибо!

ДМИТРИЙ КАПРАНОВ, Руководитель направления PIR



# NICOBAND – находка для частного строительства

Все мы привыкли в своей повседневной жизни часто использовать самоклеящиеся ленты, которые помогают быстро и эффективно решать бытовые проблемы. Но на строительном рынке еще недавно мало кто предполагал, что надежная и долговечная гидроизоляция может быть представлена самоклеящими лентами. Сегодня самоклеящиеся ленты – один из самых востребованных продуктов среди частных потребителей. И мы гордимся тем, что в нашей стране этот новый рынок сформировала компания ТехноНИКОЛЬ.



За 8 лет ТехноНИКОЛЬ удалось сформировать новое направление на рынке в нашей стране, а также удовлетворить запросы искушенного европейского потребителя.

## ОТ ИМПОРТА ИЗ ЕВРОПЫ К ЭКСПОРТУ НА ВЕСЬ МИР

В 2008 году ТехноНИКОЛЬ впервые предложила российскому покупателю самоклеящийся продукт – привезла его из Европы. Решение было смелым. Во-первых, рынок об этом продукте не знал. Во-вторых, у компании не было опыта работы с частным строительством, на которое ориентированы самоклеящиеся ленты. Но уже через два года стало понятно, что предлагаемые продукты клиентам интересны, а рынок перспективный, в том числе для собственного производства. ТехноНИКОЛЬ приняла решение запустить линию на заводе в Воскресенске и стала выпускать самоклеящуюся ленту под маркой NICOBAND, аналоги которой в России не производятся до сих пор.

Сегодня лента NICOBAND входит в основной продуктовый портфель всех торговых партнеров компании, ее поставляют по всей стране, экспортируют по Евразии, делают отгрузки в Индию, Китай и Африку. Помимо этого, производственные мощности завода в Воскресенске позволяют принимать заказы партнеров из Европы на условиях контрактного производства. Продукт настолько востребован, что в этом году в эксплуатацию вводят вторую линию.

За 8 лет ТехноНИКОЛЬ удалось сформировать новый рынок в нашей стране, а также удовлетворить запросы искушенного европейского потребителя.

## ЧЕМ УНИКАЛЕН ПРОДУКТ?

Флагманом сегмента самоклеящихся лент в России стала лента-герметик NICOBAND. Она обладает широким спектром преимуществ, которые помогли завоевать любовь клиентов. Во-первых, NICOBAND универсален. Ленту-герметик можно применять при ремонте домов, квартир, гаражей, автомобилей, лодок, теплиц и даже пластиковых или металлических емкостей (а кто из нас не сталкивался с проблемой трещин, например, в ведрах?). Во-вторых, NICOBAND не требует каких-то профессиональных навыков – не нужно тратить время на поиски специалистов, любые операции по ремонту можно выполнить самостоятельно за несколько минут, просто снимая защитный слой и приклеивая. В-третьих, лента-герметик не требует применения огня, в связи с чем ее можно использовать в любых помещениях и условиях. В-четвертых, для применения NICOBAND не нужно искать



## ФАКТ

NICOBAND представлен в крупных сетях России и Европы: ОВИ, Касторама, Леруа Мерлен и т.д.

специальные инструменты – рулетка, нож или ножницы найдутся в каждом хозяйстве. Лента надежно сцепляется с покрытием и герметично закрывает место протечки. Алюминиевая пленка защищает материал от УФ-излучения, а цветовая палитра позволяет подобрать «заплатку» нужного цвета. При этом толстый битумный слой обеспечивает не просто заклеивание стыка, а именно герметизацию поверхности.

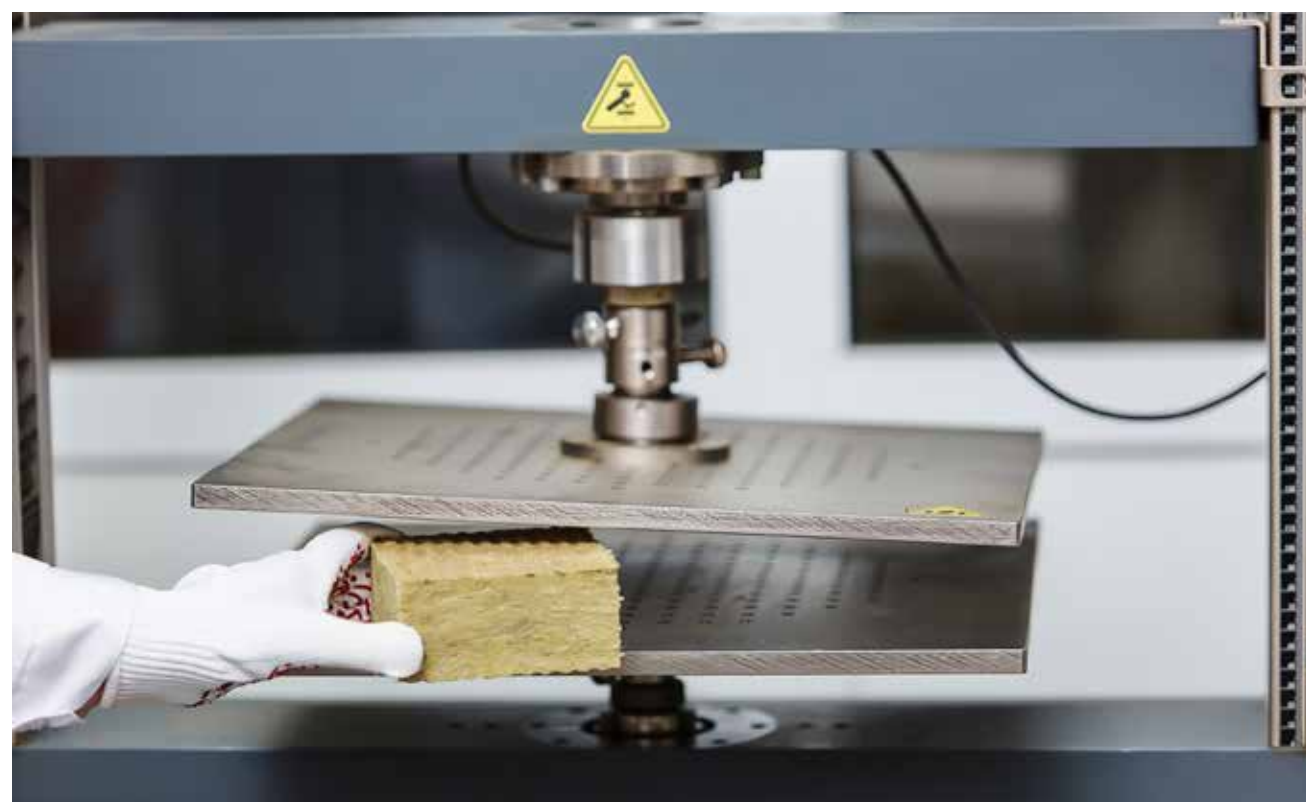
Сегодня на базе одного продукта NICOBAND ТехноНИКОЛЬ создает целую линию специализированных материалов для решения задач в частном строительстве, секторах ЖКХ и ПГС. Кроме того, Корпорация расширяет ассортимент самоклеящихся продуктов и по другим направлениям. Такие материалы, как Гидроизоляция фундамента ТехноНИКОЛЬ, Гидроизоляция пола ТехноНИКОЛЬ, Гидроизоляция кровли ТехноНИКОЛЬ завоевывают

все большую популярность среди частных клиентов.

С каждым годом ассортимент компании становится интересней, расширяется производственная база, сфера применения материалов. Все делается для того, чтобы новые продукты были еще более доступны и удобны в использовании, и потребитель получал от ремонта только положительные эмоции. ■







# ИННОВАЦИИ ТЕХНОНИКОЛЬ

Новые, улучшенные сервисы и продукты всегда являлись свидетельством прогресса в индустрии. Однако, сегодня просто быть новым уже недостаточно. Успешными открытиями считаются те, которые отвечают актуальным принципам – безопасности, экологичности, энергоэффективности, которые позволяют максимально эффективно решить задачу при минимуме затрат – временных и финансовых.

Именно такие требования к продуктам и услугам повсеместно предъявляют современные потребители.

Отталкиваясь от потребностей заказчиков, сотрудники научных центров ТехноНИКОЛЬ ежегодно продолжают искать доступные решения для создания полностью «зеленого», безопасного продукта, для усовершенствования имеющихся продуктов с учётом требований времени

и потребностей потребителей в энергоэффективности, прочности и влагостойкости. И хотя еще несколько лет назад такие идеи могли показаться слишком амбициозными, благодаря серьезной научно-исследовательской базе компании ТехноНИКОЛЬ удалось добиться значительных результатов в этой области – ежегодно компания выводит на рынок 15 новых продуктов.



В одном продукте ТехноНИКОЛЬ удалось воплотить все современные ценности и мировые тренды

ЕЛЕНА КУЗНЕЦОВА, директор по маркетингу подразделения «Минеральная изоляция»

Новые потребности клиента = новые продукты ТехноНИКОЛЬ



## GREENGUARD

Одним из проектов, в успехе которого сомневались даже эксперты, стал утеплитель GreenGuard, запуск которого состоялся в 2015 году. В одном продукте ТехноНИКОЛЬ удалось воплотить все современные потребности и мировые тренды.

Новый утеплитель позволяет экономить на расходах на кондиционирование и отопление – он удерживает тепло, уменьшает выделение углекислого газа и в целом создает в помещении идеальный и комфортный микроклимат, способный удовлетворить требования самого взыскательного эколога.

Высочайшая 100% степень экологичности достигнута благодаря тщательно подобранным материалам, из которых производится утеплитель. Его изготавливают по технологии GEOLife, используя натуральные связующие компоненты и каменную вату нового поколения из габбро-базальтовых горных пород. Натуральный состав GreenGuard гарантирует его полную безопасность – материал не имеет запаха, безвреден для людей и животных, в помещениях, утепленных GreenGuard, комфортно и уверенно чувствуют себя даже аллергики.

При этом разработчикам удалось не просто сохранить технические характеристики каменно-ватного утеплителя, но и улучшить их

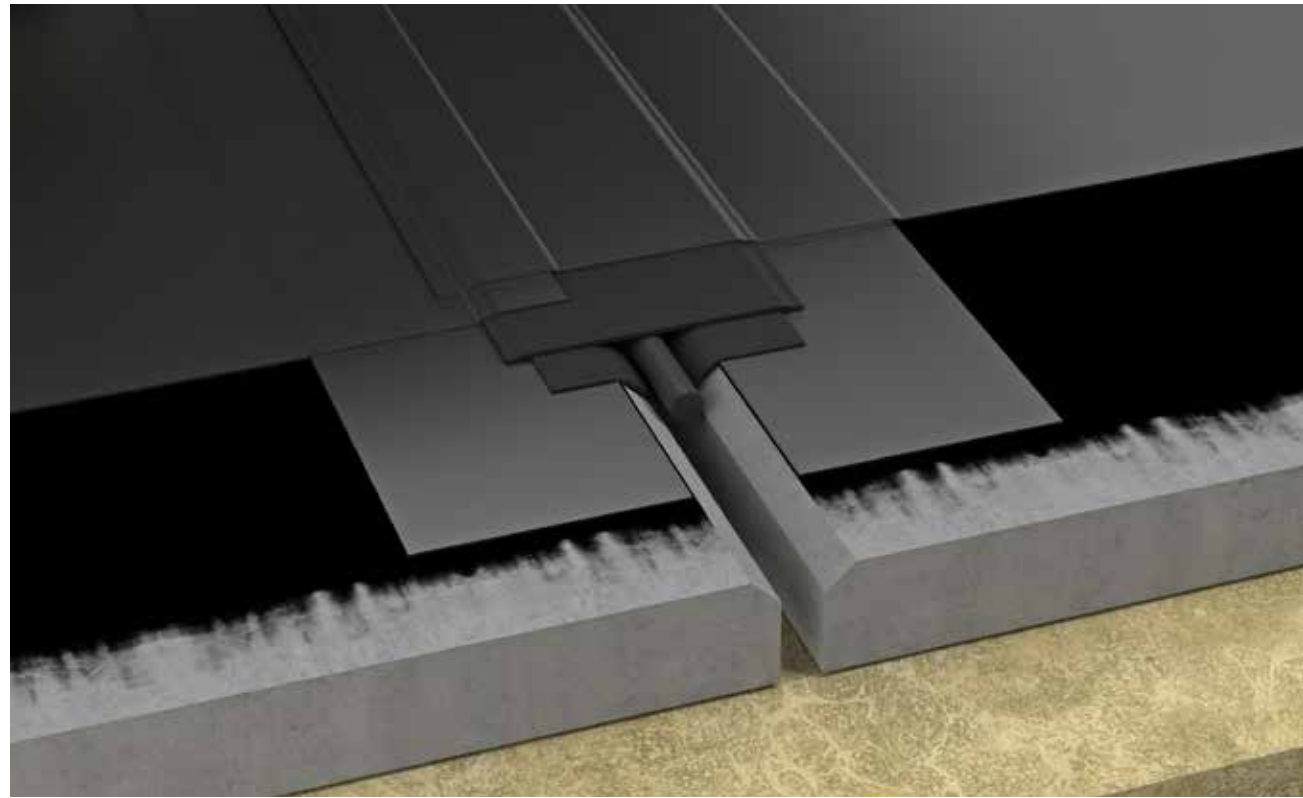
в разы. Минеральные волокна из базальта GreenGuard не боятся бактерий, микроорганизмов и грызунов, устойчивы к перепадам температуры и влажности, перемена климата и погоды. Материал не дает усадки и может прослужить до 100 лет, не изменяя физико-механических характеристик в течение всего срока службы.

Решить задачи по звукоизоляции помещений, актуальные для многих современных объектов, позволила разновидность нового утеплителя – GreenGuard АКУСТИК. Помимо вышеперечисленных характеристик стандартного утеплителя он обеспечивает звукопоглощение воздушного шума в широком диапазоне частот. Уровень шума в помещении снижается в 5 раз за счет особой структуры плит, способной гасить звуковую волну. Сегодня этот утеплитель активно используют в конструкциях межкомнатных перегородок, подвесных потолков, полов, мансард, холодных чердаков. Его легко транспортировать и осуществлять монтаж, что также крайне важно для клиента. Исключительные звуко- и теплоизоляционные качества GreenGuard всего за полтора года его присутствия на рынке позволили продукту встать в ряд самых востребованных материалов для строительства частных домов и завоевать звание утеплителя для комфортной жизни.

## ТЕХНОЭЛАСТ ФЛЕКС

Не менее значимые открытия были сделаны в области рулонных битумно-полимерных материалов – направления компании, с которого ТехноНИКОЛЬ начинала свою историю. Наиболее сложной областью для гидроизоляции считаются деформационные швы – стыки между элементами конструкций. Главная функция деформационных швов – эффективно перераспределять нагрузки, защищать подземные конструкции от разрушения вследствие различных деформаций (связанных с сейсмической активностью, нестабильными грунтами, неустойчивым климатом с сильными перепадами температур, а также при возведении зданий с переменной этажностью). Чтобы система была цельной и качественной, необходим материал высокой эластичности, который легко накладывается на стыки, свободно растягивается и меняет форму в зависимости от формы поверхности. Ранее в России таких материалов не производили, ТехноНИКОЛЬ обратилась к мировому опыту и предложила клиентам новый материал с эластичностью 1000% Техноэласт ФЛЕКС.





→ Востребованность нового продукта оказалась очень высокой. Специалисты ТехноНИКОЛЬ анализировали отзывы, собирали мнения и пришли к выводу, что продукт необходим индустрии, однако требует модернизации. Так, многих подрядчиков смущала пленка, которую наклеивают на продукт для технологического удобства, это облегчает процесс производства. Однако, строителей наличие пленки, которая в процессе монтажа могла растянуться вместе с материалом, а затем при сжатии «смяться» гармошкой, смущало и заставляло усомниться в качестве продукта.

Около года потребовалось лабораториям ТехноНИКОЛЬ, чтобы учесть отзывы подрядчиков, разработать собственную рецептуру и создать продукт, адаптированный к российским условиям. Материал – единственный в своем роде, произведенный в России – объединил в себе лучшие европейские традиции, пожелания отечественного клиента и производственный опыт компании.

Уже в строительном сезоне 2016 года он появится в продаже, при этом будет более доступен по цене, чем европейские аналоги. К тому же, Техноэласт ФЛЕКС будет абсолютно совместим с гидроизоляционными материалами серии Техноэласт, что позволит



компании реализовать комплексный подход к строительству. Инженерно-техническим центром ТехноНИКОЛЬ уже разработано и сертифицировано готовое системное решение для гидроизоляции деформационных швов ТН-ФУНДАМЕНТ Флекс, включающее в себя Техноэласт Флекс, ТЕХНОЭЛАСТ Терра или Техноэласт ЭПП, Праймер битумный ТЕХНОНИКОЛЬ №01 или Праймер битумный эмульсионный ТЕХНОНИКОЛЬ №04

#### НОВЫЕ ПРОДУКТЫ ТЕХНОНИКОЛЬ — НОВЫЕ СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА

Внедрение новых технологий и материалов неизменно требует доработки существующих стандартов и нормативных документов. Эксперты ТехноНИКОЛЬ ведут серьезную работу в сфере проектирования, усовершенствования

**100% стоимости здания =  
20% строительство + 80% эксплуатация**  
Если допущены ошибки при строительстве,  
то стоимость здания увеличивается в разы.

существующих норм, проводят высокотехнические испытания технологий. Новые качественные показатели разрабатываются не только для России, но и для других стран, в которых ТехноНИКОЛЬ разворачивает свое производство. В ходе работы с зарубежными партнерами зачастую становится очевидно, что их нормы эксплуатации не соответствуют стандартам качества ТехноНИКОЛЬ. Несмотря на то, что монтаж кровель может быть выполнен на высшем уровне с использованием самых передовых материалов, дальнейшая неправильная эксплуатация способна привести к колоссальным материальным потерям. Именно поэтому ТехноНИКОЛЬ считает своим долгом совершенствование и унифицирование норм. Ярким примером подобного сотрудничества в 2015 году стала разработка стандартов кровли и фундамента в Республике Молдова. С учетом специфики региона был разработан «Свод правил по проектированию и устройству кровель из битумно-полимерных материалов», над которым работали специалисты ТехноНИКОЛЬ совместно с Государственным Территориальным Проектным институтом УРБАНПРОЕКТ, Министерством Строительства и территориального развития Республики Молдова и СТО Гидроизоляции плоских кровель. Документ имеет государственный статус, утвержден приказом Министерства строительства и регионального развития Республики Молдова и позволяет максимально оптимизировать процесс производства, сократить издержки и предупредить многие проблемы эксплуатации объекта.

#### ИСПЫТАНИЯ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

ТехноНИКОЛЬ с готовностью делится с зарубежными партнерами не только стандартами качества, но и новыми технологиями, при этом собственными силами проводит их испытания в регионах. Зачастую освоение новой технологии позволяет местным застройщикам добиться наиболее оптимального экономического решения той или иной проблемы.

В 2015 году самым ярким успешным проектом в этой области стало испытание кровельной системы SMART с имитацией приложения распределенной снеговой нагрузки в Республике Беларусь. В России эта технология широко применяется для возведения крупных логистических комплексов, торгово-развлекательных центров, автосалонов, промышленных предприятий и других объектов коммерческой недвижимости, для Беларуси же она стала качественно новым решением.

#### Среди других подобных проектов:

- Разработка Приложения для расчета к чертежному инструменту проектировщика для клиновидной теплоизоляции
- Доработка пакета документов для проектирования в Белоруссии
- Доработка СНиПов для проектирования кровель в Белоруссии



#### СИСТЕМА SMART

- Кровельная система TN-SMART позволяет сэкономить до 30% стоимости кровельного пирога при строительстве, кроме того:
- Снижает вес конструкции
- Снижает толщину кровли
- Увеличивает механическую прочность поверхности кровли
- Не пропускает влагу и надолго сохраняет тепло!

После проведенных испытаний было получено официальное разрешение РУП «Стройтехнорм» Министерства архитектуры и строительства республики Беларусь. Применение новой технологии позволит белорусским застройщикам без ущерба для качества экономить **до 30% стоимости кровли!** ■



# Завод с историей



« Владимир Савенков:

На нашем предприятии работают поколениями, поэтому команда дружная и сплочённая. Не многие российские заводы могут похвастаться настоящими трудовыми династиями. А экспорт – это то направление и та идея, которая объединяет и на протяжении многих лет позволяет развиваться предприятию и работающим здесь людям.

В 1918 году в тогда финском Выборге появился картонно-кровельный завод «Тиенхаара». Сейчас это предприятие известно, как «ТехноНИКОЛЬ-Выборг»



факт

Трудовые династии – опора предприятия, его прошлое, настоящее и будущее. Лучшим примером стабильности предприятия является не только сохранение рабочих династий, но и возникновение новых. Трудовые династии свидетельствуют о благополучии и социальной значимости предприятия. Профессионализм – вот самое главное отличие представителей трудовых династий. А чтобы стать профессионалом, как известно, требуется немало времени. В стародавние времена знания, опыт и навыки передавались от отца к сыну, от брата к брату. Связанные родственными узами, работали дружно, старались не подводить друг друга, не уронить марку фамилии.

Выборг

Ленинградская область

## Выборг

Сумма покупки завода в Выборге в 1994 году составила 40 000\$  
Первый директор завода:  
А.В.Завьялов

Выборг – один тех городов, которые буквально являются «окном в Европу». До границы с Финляндией от него всего 27 километров, и это обстоятельство активно используется при налаживании международных связей. Впрочем, само положение города – на пересечении торговых путей Финского залива – делает его заметным «рынком» ещё с XIII века. Здесь издавна занимались производством товаров, жили купцы, даже старейшее здание города – дом купеческой гильдии. С развитием индустриальной революции в XIX веке зародились и промышленные производства. В результате военных действий в 1944 году Выборг перешёл под советскую власть. Незадолго до окончания Великой Отечественной войны город стали заселять и восстанавливать. Он сильно пострадал от бомбёжек, включая промышленные районы. Но бывший финский завод по производству картона через это испытание прошёл и был перепрофилирован под производство рубероида для крыш. С

1950-х годов и вплоть до 90-х годов прошлого века город рос и развивался. Открывались новые предприятия, реставрировались памятники культуры и архитектуры, строились новые жилые районы. К 1970 году численность населения Выборга увеличилась 65 тысяч человек, но пока не достигла довоенного уровня. Сейчас население города насчитывает около 80-ти тысяч человек. В 1994 году завод по производству рубероида выкупили молодые предприниматели ТехноНИКОЛЬ, которые поверили в перспективу развития кровельных материалов в России, и приступили к перестройке старых зданий завода, установке нового оборудования европейского уровня, расширению производственных цехов и усилению мощностей. И небезуспешно: в конце 90-х предприятие внедрило систему ISO 9001, а в начале нового тысячелетия успешно прошло аудит этой системы и стало первым в России предприятием с сертификатом ISO данного

профиля. На сегодняшний день выборгский филиал – один из лидеров по международному экспорту кровельных и гидроизоляционных материалов. Уже не первый десяток лет он поставляет продукцию в страны Балтии и Скандинавии, в прошлом году вышел на азиатский рынок. Сейчас с выборгским предприятием сотрудничают 27 стран. И даже с учётом высокой конкуренции на местах, зарубежные партнёры предпочитают не только российских материалы, но и российских специалистов. Например, сотрудники выборгского завода ездили в Китай, Индию и другие страны для помощи в укладке крыш. Кстати, генеральный директор филиала Владимир Савенков считает именно коллектив одной из причин такого успеха на мировом рынке. Сегодня, как и много веков назад, Выборг остаётся важнейшей торговой точкой на пути в Европу, а для ТехноНИКОЛЬ это точка развития российского не сырьевого экспорта.





# Начиная с себя, мы меняем к лучшему мир вокруг нас

Одним из ключевых составляющих успеха ТехноНИКОЛЬ является постоянное развитие. Когда в 1990 году будущие акционеры компании осваивали кровельное дело, никто и не мог предположить, во что выльется простая студенческая подработка. Но интерес к новому, постоянный поиск оптимальных решений и стремительное движение вперед позволили в корне изменить представление потребителей об идеальных кровлях. С кровель началась успешная история ТехноНИКОЛЬ. Направление «Битумно-полимерные мембраны и гранулы» (БМиГ) было первым в компании. И не будет преувеличением сказать, что именно последовательное развитие подразделения БМиГ в итоге определило сущность современного рынка гидроизоляционных материалов в России.

## ОТ РУБЕРОИДА К ПРОГРЕССИВНЫМ МАТЕРИАЛАМ МИРОВОГО УРОВНЯ

Еще чуть более 20 лет назад в нашей стране использовались в основном архаичные рубероидно-мастичные покрытия. Короткий срок службы, хрупкость, ненадежная гидроизоляция – все эти слабые стороны были хорошо известны как потребителям, так и професси-

ональным строителям. Специалисты ТехноНИКОЛЬ поставили своей задачей изменить ситуацию – сделать кровли и гидроизоляцию фундамента качественнее и долговечнее. Использование передовых международных практик, применение собственных научных разработок позволили предложить рынку материалы с принципиально иными свойствами. Современные решения значительно превосходят своих предшественников по многим параметрам. Армированные основы материалов стали негниющими, прочность их повысилась. В битум добавили полимеры, что открыло новые потребительские характеристики материалов. Все это значительно повысило качество кровельных покрытий и удлинит межремонтный срок службы гидроизоляционных мембран.

## ЕСТЬ ЗАПРОС – БУДЕТ РЕШЕНИЕ

В деятельности ТехноНИКОЛЬ большое значение придается разработке новых продуктов, так диктует отрасль. Даже если имеющийся материал решает 90-95% задач клиентов, всегда остаются еще 5-10% для реализации нестандартных строительных проектов на основе внедрения инновационного подхода.

В последние годы все большее внимание подразделение БМиГ уделяет премиальному сегменту – маркам серии ТЕХНОЭЛАСТ, которые способны точно отвечать на потребности клиента. Работать с ними начали еще в конце 1990-х годов. Но строительство – весьма консервативная отрасль. Это неудивительно, ведь от качества построенного здания будут зависеть жизнь и здоровье людей. Новые технологии всегда внедряются непросто. Всю свою историю ТехноНИКОЛЬ вела последовательную работу по популяризации и расширению применения высококачественных, надежных и долговечных битумно-полимерных мембран. Постепенно на рынке РФ огромным спросом стали пользоваться марки бизнес- и премиум-класса, потребитель стал считать свои затраты не только на устройство кровли сегодня, но и оценивать стоимость эксплуатации и последующих ремонтов, ориентироваться на концепцию жизненного цикла здания.

Сегодня доля премиальных продуктов линейки ТЕХНОЭЛАСТ составляет 25% от всех рулонных материалов, производимых компанией (за последние 6 лет она увеличилась вдвое). Но ни один, даже самый идеальный продукт, не способен удовлетворить весь существующий спектр потребностей и запросов клиентов, поэтому ТехноНИКОЛЬ проявляет гибкость, модифицируя продукты под запросы клиентов. Результатом стало создание специальных марок серии Техноэласт, к которым относятся материалы с повышенными противопожарными характеристиками, с защитой от химического и газового воздействия, и, следуя современным тенденциям, полноценные однослойные решения, допускающие механическое крепление. Например, ТЕХНОЭЛАСТ ГРИН со специальными антикорневыми добавками разработан для зеленых кровель как ответ на общемировой тренд на экологичность и функциональность. ТЕХНОЭЛАСТ АКУСТИК снижает уровень ударного шума. ТЕХНОЭЛАСТ ВЕНТ

Создание марки Техноэласт было ответом на запросы потребителей о необходимости изготовления долговечного кровельного материала, который можно эксплуатировать без капитальных ремонтов более 20 лет. Материал уникален, имеет высокие потребительские свойства и является, пожалуй, одним из ведущих материалов на рынке кровельных мембран. **Руководитель отдела «Промышленное и гражданское строительство» подразделения БМиГ ТАТЬЯНА АНТРОПОВА**



## Факт

Сегодня доля премиальных продуктов линейки ТЕХНОЭЛАСТ составляет

# 25%

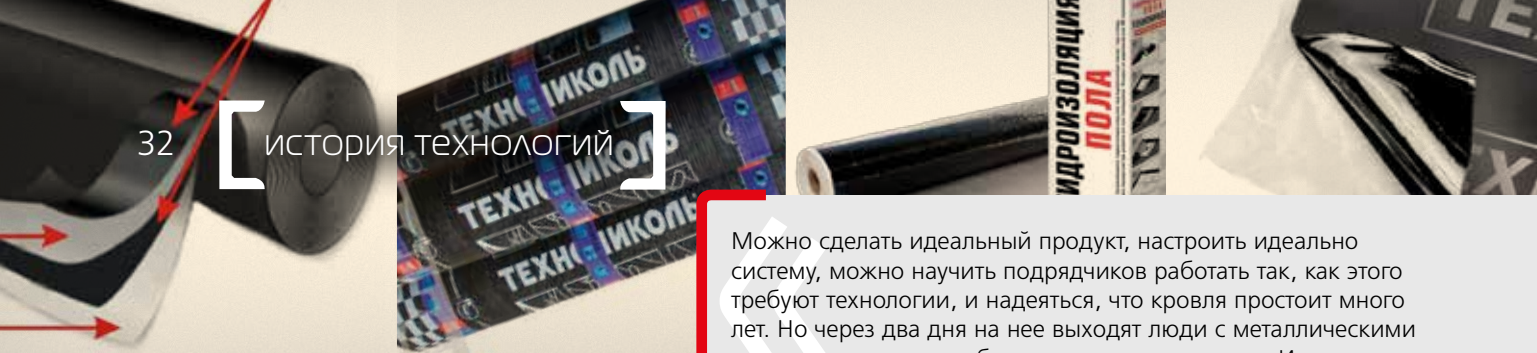
от всех рулонных материалов, производимых компанией

со специальными вент-каналами, которые производят отвод влаги от основания, разработан для устройства «дышащих» кровель. ТЕХНОЭЛАСТ АЛЬФА со специальным фольгированным слоем, не пропускающим газ, защищает от радона и подходит для местностей, где существуют вредные для человека скопления газов. ТЕХНОЭЛАСТ ПРАЙМ, который возможно укладывать безогневым способом. Специальные марки разрабатываются для разных областей применения и сегментов рынка. Это и транспортно-дорожное строительство – материалы для гидроизоляции проезжей части мостовых сооружений, подземных сооружений, метрополитена, других дорожных объектов. Работа в сфере ЖКХ, которая позволяет управляющим компаниям провести качественный и современный ремонт кровли, обеспечивающий ее долговечность и водонепроницаемость на долгие годы. Отдельный сегмент – коттеджное и малоэтажное строительство, включая DIY. Здесь потребителям предлагается широкий выбор самоклеящихся материалов, с которыми может работать даже непрофессионал без специального оборудования. Все материалы проходят испытания на соответствие строгим требованиям строительных норм и стандартов, сертификацию в России и за рубежом, что подтверждает стабильно высокое качество продукции ТехноНИКОЛЬ.

## МИССИЯ — ПОВЫСИТЬ КУЛЬТУРУ СТРОИТЕЛЬСТВА

Мало только создать качественный и долговечный материал. Одним из самых важных плюсов компании ТехноНИКОЛЬ является пристальное внимание ко всем аспектам взаимодействия со своими клиентами и партнерами. Задача ТехноНИКОЛЬ не состоит лишь в производстве материалов – еще важно подобрать правильное техническое решение, →





грамотно произвести монтажные работы. С этой целью активную работу ведут высококвалифицированные технические специалисты ТехноНИКОЛЬ, оценивая конструктив сооружения, условия последующей эксплуатации, требования к внешнему виду здания, особенности региона. Именно в БМИГ впервые начала свою работу служба региональных технических представителей.

Сегодня ТехноНИКОЛЬ предлагает продукты в совокупности с готовыми строительными системами, разрабатывает и сертифицирует полностью всю систему с точки зрения пожарной безопасности, весовой нагрузки и других показателей. Для заказчика получается выгоднее по затратам, срокам, логистике и другим аспектам выбирать комплексное решение у одного поставщика.

Бизнес-процессы в компании настроены таким образом, чтобы следить за всей цепочкой производства и давать качественные решения на каждом этапе.

В компании считают, что на момент отгрузки продукта его жизненный цикл только начинается. Чтобы он заранее не был загублен, ТехноНИКОЛЬ берет на себя ответственность за материалы и на следующих этапах – строительство, эксплуатация. Зачастую это инвестиционные, затратные проекты, которые не несут своей целью повышение прибыли. Однако в перспективе именно они служат одной из главных миссий компании – помогают вывести строительство в России на новый уровень.

В компании считают, что на момент отгрузки продукта его жизненный цикл только начинается. Чтобы он заранее не был загублен, службы ТехноНИКОЛЬ берут на себя ответственность за целый ряд шагов. Зачастую это инвестиционные, затратные проекты, которые не несут своей целью повышение прибыли. Однако в перспективе именно они служат одной из главных миссий компании – помогают вывести строительство в России на новый уровень.

Можно сделать идеальный продукт, настроить идеально систему, можно научить подрядчиков работать так, как этого требуют технологии, и надеяться, что кровля простоит много лет. Но через два дня на нее выходят люди с металлическими лопатами и начинают безжалостно счищать снег. Или устанавливают вентиляцию, сверлят отверстия в кровле. Кондиционер прекрасно работает, но как только начинается дождь, кровля течет. Справедливо встает вопрос: кто виноват? По факту никто. Но ТехноНИКОЛЬ готова брать на себя ответственность и прodelывает большую работу, чтобы не допустить подобных прецедентов, предпринимая целый ряд определенных шагов.

Директор по продажам подразделения БМИГ  
ЕЛЕНА ДАНИЛОВА

### 1. Доставка

Особое внимание уделяется условиям доставки и хранения материалов. То, в каком виде материалы приедут к заказчику, имеет принципиальное значение. Часть поставок ТехноНИКОЛЬ осуществляет самостоятельно, выдвигая жесткие требования к перевозчику, который отвечает за качество доставки. ТехноНИКОЛЬ была одной из первых компаний, которая начала грузить продукцию на поддоны. И хотя это было значительно дороже, затраты компенсировались сокращением издержек по браку, который возникал в пути.

### 2. Работа с подрядчиками

Каким бы качественным не был продукт, строительные работы выполняют люди. И их работу компания также стремится улучшить. Для многих продуктов разработаны пошаговые инструкции в виде удобной карманной памятки: как укладывать каждый слой, какие бывают разновидности систем. В учебных центрах компании подрядчиков на теории и на практике учат правильно работать с материалами ТехноНИКОЛЬ, осуществлять монтаж, учитывать индивидуальные характеристики объектов. Практика таких учебных центров стала беспрецедентным для России опытом.

### 3. Собственная Служба качества

Служба качества выдает гарантийные сертификаты, которые очень ценны для подрядчиков, ведь именно в них прописано, кто и за что несет ответственность. Инженеры Службы качества помогают на этапе монтажа: контролируют этапы строительства, выезжают на шефмонтаж в случае сложных ситуаций, дают рекомендации по эксплуатации, проводят работу с представителями регионально-технических служб, проводят собственные исследования.

## География поставок СБЕ БМИГ

- Россия
- СНГ
- Ближний восток
- Европа
- Азия: Китай, Индия, Вьетнам
- США
- Африка



## Объекты ТехноНИКОЛЬ

- военная инфраструктура
- промышленные предприятия
- космодромы
- государственные и медицинские учреждения
- аэропорты, дорожно-транспортная инфраструктура
- торговая и коммерческая недвижимость
- жилые комплексы, гостиницы, бизнес-центры
- федеральные проекты:
  - Универсиада в Казани 2013,
  - Олимпиада в Сочи 2014,
  - Чемпионат мира по футболу 2018

### 4. Научные центры

Поиск рецептуры, проведение испытаний, модификация продуктов, повышение их качественных характеристик – все это находится в ведении научных центров.

### 5. Проектировщики и проектные институты

Служба технической поддержки разрабатывает и сертифицирует готовые технические

решения, которые могут быть полезны в работе проектировщиков. Технические специалисты готовы оказывать профессиональные консультации на всех этапах строительства от проектирования до эксплуатации.

### 6. Внимательное отношение к претензиям

В ТехноНИКОЛЬ выстроена эффективная система работы с претензиями, которая не только помогает оперативно и качественно решить проблемы клиентов, но и способствует получению обратной связи. Претензионная работа помогает научному центру подразделения БМИГ изыскивать новые рецептуры и технологии, постоянно улучшая качество и внешний вид продукции.

### КАДРЫ РЕШАЮТ ВСЕ

Кадры – ключевая ценность компании, ведь именно сотрудники ТехноНИКОЛЬ из известного набора сырьевых компонентов создают качественный продукт премиум-класса. Поэтому повышение квалификации своих специалистов и улучшение условий труда являются приоритетом ТехноНИКОЛЬ. И как результат – самый высокий на сегодняшний день показатель производительности труда среди компаний в несырьевом сегменте – 14 миллионов рублей на одного сотрудника. Показатель держится на уровне мировых стандартов, а по некоторым параметрам даже превышает их.

Система бережливого производства, действующая на предприятиях ТехноНИКОЛЬ с 2007 года, направлена на то, что каждый сотрудник, каждый оператор на узле стремится улучшить собственные условия труда, думать, как ускорить и упростить рабочий процесс, сделать его более комфортным, исключить возможные форс-мажоры, не допустить перепроизводства и перенапряжения. В свою очередь компания прислушивается к мнению каждого специалиста.

Для ТехноНИКОЛЬ не бывает неважных вещей, и это прекрасно видно на примере деятельности подразделения БМИГ. Мелочей в производственном процессе не существует, ведь каждая подобная мелочь может иметь решающее значение для имиджа компании и доверия клиентов.

Благодаря ответственному подходу к своей работе, постоянному развитию, высокому мастерству всех специалистов продукция ТехноНИКОЛЬ сегодня можно встретить практически на каждой стройке в России – начиная от небольших частных домов, заканчивая проектами государственной важности, такими как объекты к Чемпионату мира по футболу или Космодром Восточный. ■



# Репутация КОМПАНИИ

О работе с негативными  
отзывами и мнениями  
в сети Интернет

Современные средства коммуникации позволяют не только оперативно получать информацию из любой точки мира, но и создавать для компаний новую реальность. Инструмент используется сегодня настолько активно, что те, кто не работают над своей репутацией в информационном пространстве, рискуют получить нежелательный для себя новый имидж, который может быть далек от реальности и представлений компании о себе. Если вы не заполняете информационное пространство, кто-то заполняет его за вас. Именно поэтому так важно уделять внимание репутации компании в сети и в частности грамотной работе с негативными мнениями в интернете. Мы должны помнить, конструктивная критика – это здорово! Именно критика помогает нам становиться лучше, совершенствоваться в сервисе и учитывать все мнения потребителей.

**В РАБОТЕ С НЕГАТИВНЫМИ ОТЗЫВАМИ ВСЕГДА СЛЕДУЕТ ПРИДЕРЖИВАТЬСЯ ДВУХ ГЛАВНЫХ ПРИНЦИПОВ:**

- **Сохранять спокойствие.** Ни в коем случае нельзя проявлять агрессию по отношению к оппоненту, оскорблять или унижать автора. Если клиент указал вам на ваши ошибки, скажите ему спасибо! Его обратная связь важна для вас, для вашего роста, для минимизирования будущих негативных отзывов.
- **Будьте объективны.** Не отрицайте факты, даже если они невыгодны для компании, если они действительно имели место. Ведь при желании их легко смогут проверить. Если проблема, которая описана в отзыве, действительно актуальна, примите меры, чтобы ситуация больше не повторялась. Это главная задача. **Если клиенты не увидят изменений в лучшую сторону, никакая нейтрализация негатива в интернете не поможет.**

Не стоит игнорировать отзыв и ситуацию в целом – это может отрицательно сказаться на имидже компании, ведь безответный негатив будет распространяться дальше по сети. Только 1 из 10 неудовлетворенных потребителей по статистике выскажет свое недовольство. Именно поэтому нужно быть предельно внимательным к таким отзывам, прорабатывать каждую ситуацию. Клиенты помогают нам стать лучше, когда делятся с нами своим опытом, пусть даже негативным. Мы предлагаем рассмотреть три основных вида негатива, которые сегодня можно встретить в интернете.

## ЕСТЕСТВЕННЫЙ НЕГАТИВ

Это наиболее распространенный вид, и это тот вид негатива, о котором мы говорили выше – тот, что помогает нам работать над собой и идти вперед. Как правило, он возникает в том случае, если клиент купил продукт или воспользовался услугой компании, но оказался недоволен своим опытом и решил поделиться впечатлениями. К клиенту нужно быть предельно внимательным: разберитесь в проблеме, постарайтесь ее решить, принесите клиенту извинения. Зачастую ваше внимание к клиенту способно перекрыть его предыдущее недовольство, и он из недоброжелателя превратится в друга компании и бренда. Аудитории, которая стала свидетелями, следует рассказать о положительном результате решения проблемы, ведь сторонние наблюдатели должны иметь представление о всей истории, а не только о ее фрагментах. Только так можно сохранить доброе имя компании и нивелировать распространение негатива. Если же негатив клиента не обоснован и носит импульсивный характер, подождите, пока человек успокоится, не реагируйте оперативно. Обязательно напишите нейтральный ответ, аккуратно направьте его не столько клиенту, сколько публике, которая следит за дискуссией.

## ТРОЛЛИНГ

Этим типом распространения негатива занимаются «тролли» – провокаторы, целью которых является самоутверждение. Реальные достижения или ошибки компании им безразличны, им не важно найти ответ, они действуют в собственных, личных интересах (в некоторых случаях их услуги заказывают другие участники рынка). Прежде чем отвечать на такие отзывы, оцените ситуацию, проанализируйте, в каком контексте ведется обсуждение. Вступать в дебаты или долгую переписку с «троллем» бессмысленно. Если вы приняли решение ответить – выскажите свою позицию один раз, аргументированно, без эмоций, а после закройте эту тему для себя. Отвечая «троллю», никогда не давайте ему понять, что он вас «зацепил».

## НАПРАВЛЕННЫЙ НЕГАТИВ

(«черный» пиар от конкурентов)

Это, пожалуй, самый сложный вид негатива в сети. Его появление целенаправленно организуют конкуренты или недоброжелатели, чтобы причинить ущерб репутации компании. От грамотно организованных «атак» сложно защититься.

**КАК МОЖНО ОТЛИЧИТЬ ЭТОТ ВИД НЕГАТИВА?**

- обратите внимание на факты – «черные» пиарщики вряд ли знают специфику компании, их легко уличить во лжи и некомпетентности.
- семантический анализ отзывов – в случае направленного негатива с различных аккаунтов пишет, как правило, один человек, реже – 2-3. Их легко разоблачить по стилю письма, грамматике, часто употребляемым словам и речевым оборотам.
- маркетинговый анализ – обратите внимание на время появления негативных отзывов на разных ресурсах. Как правило, их будут разделять небольшие временные промежутки. Часто можно встретить комментарии от недавно зарегистрированных пользователей или пользователей, которые предоставили о себе очень скудную информацию.

Если вы поняли, что негатив действительно организован целенаправленно, действуйте согласно тем же принципам спокойствия и объективности. Постарайтесь разобраться в проблеме – важно от-



ЕКАТЕРИНА РАКИТСКАЯ,  
директор по PR

**Естественный негатив – это здорово! Именно он помогает работать над собой, совершенствоваться и идти вперед**

крыто, публично запросить все факты и данные, о которых говорится в публикации, продемонстрировать свою готовность разрешить вопрос. **Зачастую на этом этапе разбирательства заканчиваются, так как у вашего визави совершенно иные задачи.** Проведите открытое расследование, но ни в коем случае не высказывайте своих подозрений относительно того, что отзыв имеет заказной характер. В случае, если репутация компании задета сильно, обратитесь к мнению сторонних экспертов, лидеров мнений или профильных сообществ, которые знают компанию и готовы выступить ее «адвокатом». Так вы дадите объективную оценку ситуации и нивелируете негатив. В заключении хочется еще раз обратить внимание – всегда помните о главных принципах спокойствия и объективности. В особенно сложных случаях, прежде чем действовать от имени компании, предварительно обсудите свои шаги с руководителем или лицом, ответственным за коммуникации. ■



# О, спорт, ты жизнь!

«Мама, папа, я...» – продолжение фразы известно всем, ведь спорт один из самых популярных видов семейного досуга.



ЕЛЕНА ЯСИНЕЦКАЯ,  
директор по персоналу ППК ТехноНИКОЛЬ

тили эту особенность совместных спортивных занятий – они укрепляют не только тело, но и волю, и взаимоотношения между людьми. Неудивительно, что крупные корпорации давно ввели традицию устраивать спортивные состязания внутри компании. ТехноНИКОЛЬ – не исключение из этого правила. Компания уже несколько лет подряд летом проводит велозаезды, зимой – забеги на лыжах. Во многих подразделениях, в том числе и в Корпоративном центре, существуют футбольные команды.

Футбольная команда корпоративного центра (г. Москва) состоит из 15 человек, вот уже на протяжении 5 лет коллеги тренируются каждую неделю. Футбольная команда участвует и в различных корпоративных турнирах и занимает призовые места. В 2016 году команда ТехноНИКОЛЬ будет участвовать в Турнире Мосстрой 2016 и в Московской Лиге бизнеса.

**Сергей Колесников с самыми юными участниками Московской Лыжи ТехноНИКОЛЬ**

В этом году, в январе, в Олимпийском учебно-спортивном центре «Планерная» состоялась лыжная спартакиада, в которой участвовало около



Такой вариант отдыха выбирают даже состоятельные и влиятельные люди, предпочитая его другим развлечениям. Один из самых известных примеров – норвежская королевская семья и их занятия парусным спортом. Уже на протяжении трёх поколений представители этой монархической династии тренируются вместе и участвуют в Олимпийских играх, а король Улаф V и вовсе выиграл золотую медаль на Играх 1928 года. Судя по уровню жизни в Норвегии, спортивная закалка характера положительно влияет и на деловые, и на управленческие качества королей. В России, как и в остальном мире, тоже давно подме-



150 сотрудников компании. Было два заезда: девушки бежали 2,5 километра, а мужчины – 5 километров. Среди представительниц прекрасного пола сильнейшей оказалась Анастасия Свольская, технический представитель, а у мужчин сильнейшим стал президент компании Сергей Колесников. Компания была разделена на территориальные зоны ответственности, и Лыжня прошла в течение зимы в 17 городах Рязань, Москва, Воскресенск, Выборг/С.-Петербург, Минеральные воды, Юрга, Днепродзержинск, Черкассы, Минск/Осиповичи, Хабаровск, Гаргждай, Заинск, Ульяновск, Нижний Новгород, Челябинск, Учалы и Рыбинск.

Конечно, спортивные события носят не только соревновательный характер, но также это отличное корпоративное мероприятие, командообразование и мероприятие для укрепления корпоративной культуры компании, место для отдыха и общения сотрудников. Для болельщиков и членов семей устраивают развлечения и шуточные состязания для детей. А на 23 февраля решили совместить празднование Дня защитника Отечества и спортивный праздник и устроили поход в боулинг для московского офиса.

Спортивные мероприятия – это не просто дань моде или повод собрать сотрудников «на корпоратив». Спорт – это социальная ответственность компании в поддержке здорового и активного образа жизни. Также общение в неформальной обстановке, спортивный дух, чувство сопричастности делают людей по-настоящему близкими друг другу. Многие сотрудники приезжают на мероприятия с семьями, с детьми, возникают новые темы для разговоров, зачастую неформальное общение на соревнованиях перерастает в крепкую дружбу. Такое сближение коллег способствует поддержанию здорового психологического климата в коллективе, возникает меньше конфликтов и противоречий. Это, в свою очередь, положительно сказывается на производитель-

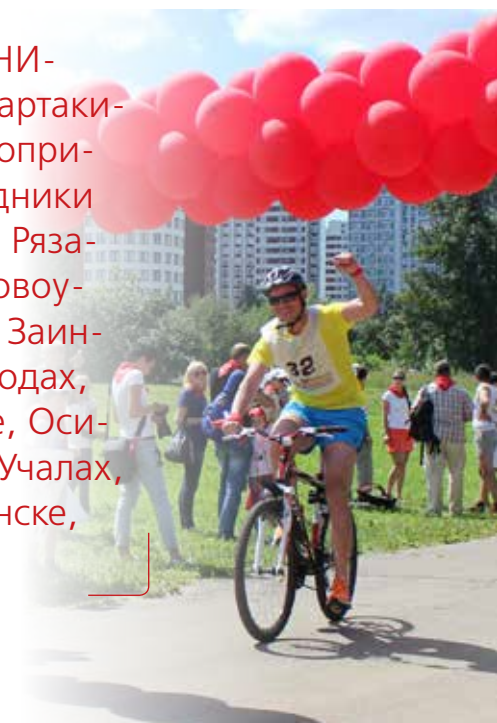
## Компания идет за лидером

Компания идет за лидером, и Президент ТехноНИКОЛЬ является примером для всех сотрудников. Сергей Колесников – биатлонист-любитель. Регулярно он принимает участие в российских соревнованиях по биатлону. В 2015 году Сергей Анатольевич стал победителем Всемирных игр мастеров (Квебек, Канада), занял первое место в эстафете на 18 км по биатлону и третье место в гонке на 10 километров. В 2014 году стал Чемпионом России по биатлону среди ветеранов.



ности труда, и на настроении каждого работника. Плюс регулярные тренировки в период подготовки к соревнованиям положительно влияют на здоровье, качество и продолжительность жизни. Если в процессе люди получают удовольствие, отдыхают, улыбаются и обретают королевское спокойствие, то это уже великолепный результат. ■

в 2016 году в ТехноНИКОЛЬ прошло 15 Спартакиад. Спортивные мероприятия устроили сотрудники компании в Москве, Рязани, Воскресенске, Новоульяновске, Выборге, Заинске, Минеральных Водах, Нижнем Новгороде, Осиповичах, Рыбинске, Учалах, Хабаровске, Челябинске, Черкассах и Юрге





# Выгодный тариф

Введение лимитов на мобильную связь необходимо компании, чтобы эффективно управлять ИТ технологиями, грамотно организовывать процессы мобильной связи в компании, а также контролировать расходы.

Работа о сотрудниках и создание комфортных условий для исполнения служебных обязанностей — один из залогов успешности любой компании. Одним из моментов пристального внимания для оптимизации стала корпоративная мобильная связь. Услуга корпоративной мобильной связи в ТехноНИКОЛЬ всегда являлась важной частью социального пакета. Кроме того, контроль за корпоративной мобильной связью, установление лимитов, оптимизация подбора тарифов — все это влияет на оптимизацию затрат компании на пользование сотрудниками мобильной связью. Ежегодно специалисты ИТ-Дирекции проводят анализ мобильного рынка и подбирают самые оптимальные и выгодные решения.

Самый яркий пример в компании ТехноНИКОЛЬ случился не так давно, когда один сотрудник одного подразделения взял на отдых

в Турцию свой рабочий мобильный телефон, т.к. в нем были контакты и необходимая ему информация. Данный телефон он предусмотрительно поставил в «авиарежим», чтобы не тратить деньги. На корпоративном тарифном плане он не включил «роуминговые услуги», сокращающие расходы. Человек был на отдыхе с семьей, и в один из дней его ребенок играл с телефоном и случайно деактивировал функцию «авиарежим». В результате телефон в автоматическом режиме скачал большое количество обновлений, закачал корпоративную почту (сейчас все смартфоны делают это, не спрашивая хозяев). В течение одного часа трафик по данному телефону превысил 430 000 рублей. К сожалению, оператор связи может получать данные о затратах в роуминге только на следующий день. Поэтому заблокировать телефон ИТ служба смогла только утром следующего дня.

Похожие ситуации были и ранее. Когда сотрудник брал в другую страну с собой мобильный телефон и не отслеживал подключение различных «роуминговых» услуг. Всё, что в России происходит автоматически и практически бесплатно, за рубежом стоит очень больших денег: получение корпоративной почты, обновления телефона, оправка фотографий. Обычное дело, когда сотрудники «привозили» из роуминга долг от 30 000 до 60 000 рублей.

В основном данные затраты перевыставлялись на сотрудника, т.к. это его прямая вина, и обязанность по отслеживанию затрат по счету мобильного телефона напрямую лежит на сотруднике. Компания проводит переговоры с оператором связи, объясняет ситуацию, но не всегда такие переговоры приносят положительный результат. Чтобы не попасть в такую «роуминговую» ловушку и не оказать медвежью услугу своему работодателю, внимательно проверяйте услуги в своем телефоне, следите за балансом, в случае экстренных ситуаций сообщайте в ИТ службу.

В нашей Компании узнать о действующих тарифных планах и специальных предложениях от операторов связи для сотрудников ТехноНИКОЛЬ вы можете на портале совместной работы SharePoint, либо у сотрудника Вашего подразделения, ответственного за мобильную связь (контакты сотрудника вы сможете найти в Регламенте по предоставлению мобильной связи в ППК ТехноНИКОЛЬ). ■



ВЛАДИСЛАВ УТКИН,  
директор по информационным технологиям

**1** Садясь в самолет перед вылетом за рубеж, следует зайти в настройки телефона и отключить передачу сотовых данных в сети интернет. К примеру, в телефонах iPhone эту функцию можно отключить в меню «настройки – сотовая связь – сотовые данные - выкл». Это гарантирует вам то, что, когда вы приземлитесь в другой стране и включите свой телефон, он не будет автоматически подключаться к сети интернет посредством мобильного интернета. В отеле или кафе вы всегда сможете включить wi-fi и пользоваться Интернетом бесплатно (или на условиях заведения, предоставляющего услугу).

**2** Перед поездкой следует подключить пакет «роуминговых услуг». У каждого сотового оператора существует свой набор услуг для абонентов, отправляющихся за границу. В МТС это может быть «0 без границ», который позволит вам за 60 рублей в день (абонентская плата) принимать входящие звонки совершенно бесплатно, а звонить с огромной скидкой по сравнению с обычным режимом без включенного пакета. Уточнить обо всех возможных услугах в роуминге вы можете непосредственно у своего мобильного оператора или же проконсультироваться у своего офис менеджера, если

речь идет о корпоративной мобильной связи.

**3** Если же вам необходимо за границей постоянно быть в курсе работы Компании и вам необходимо пользоваться электронной почтой, у операторов существуют пакеты услуг для льготного использования мобильного Интернета, находясь за границей. Алгоритм такой же, как и с «роуминговыми пакетами» — вы заранее подключаете услугу, каждый день платите абонентскую плату и можете пользоваться Интернетом по приемлемым ценам, находясь в роуминге за границей. Данная опция уберет вас от непредвиденных затрат, т.к. выбрав лимит трафика

интернет, вы получите оповещение от Оператора и продлить действие услуги (конечно за деньги) будет возможно только с вашего согласия.

Более того, зачастую, данную услугу даже не нужно отключать. Суточная абонентская плата с вас снимается только в том случае, если вы воспользовались Интернетом за рубежом. Если же вы находитесь в России или просто не пользуетесь Интернетом за рубежом — для вас данная опция ничего не будет стоить. Такие условия, к примеру, у МТС эта опция называется «БИТ за границей». Помните, что за границей надо отключать автообновление почты и различных приложений соц.сетей

(фейсбук, твиттер и т.п.), так как они потребляют очень много трафика, и тот лимит интернета, который дает опция «БИТ за границей» (30 МБ/день), будет очень быстро исчерпан!

**4** Если оставаться на своем телефонном номере для вас не принципиально или если пребывание в чужой стране планируется на срок более трех дней, для комфортного общения лучше выбрать местного оператора связи. Многие путешественники используют этот лайфхак — по приезду покупают местную симкарту, звонки и мобильный интернет на которой обходятся в сущие копейки по

сравнению с использованием «родной» симки.

**5** Стоит помнить, что у каждого оператора мобильной связи количество и набор услуг постоянно обновляется, меняется стоимость, абонентская плата, проходят акции и скидки на подключение. Именно поэтому важно узнавать об актуальных предложениях своего оператора незадолго до планируемой поездки, проконсультироваться со специалистом и подключить тот набор услуг, который позволит сэкономить именно вам в зависимости от того, куда вы едете, с какой целью и как часто пользуетесь услугами мобильной связи и мобильного интернета.



Психологи утверждают, каждому человеку необходимо хобби. Ведь любимое занятие делает наш досуг ярким, а жизнь насыщенной и полноценной. В то время как наша профессиональная деятельность ориентирована на результат, в хобби мы больше ценим сам процесс, получение удовольствия. Мы решили разобраться, почему так важно иметь хобби и как выбрать дело, которое будет по душе.



# Почему важно иметь хобби

## **ХОББИ ПОМОГАЕТ ИЗБЕЖАТЬ СТРЕССОВ.**

Во время стресса наш организм находится в состоянии повышенного напряжения, и главное, что ему нужно – отдохнуть. Великий физиолог Иван Петрович Павлов отмечал, что лучший отдых – смена видов деятельности. Переключение на другое занятие, да еще и любимое – прекрасный способ расслабиться. А если делать это систематически, то стрессы будут и вовсе не страшны.

## **ХОББИ РАЗВИВАЕТ ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ.**

На работе мы постоянно решаем схожие задачи – вопросы, которые входят в круг наших компетенций примерно одинаковы. Хотим мы этого или нет, но в результате наше мышление становится ограниченным. Интересный досуг помогает взглянуть на окружающий мир по-новому, под другим углом. Плюс мы получаем новые знания, накапливаем жизненный опыт, который впоследствии помогает нам и в работе.

## **ХОББИ ПОДОГРЕВАЕТ ИНТЕРЕС К ЖИЗНИ.**

В XXI веке человек как никогда подвержен синдрому «эмоционального выгорания», это своеобразный бич времени. А хобби является его профилактикой. Когда у человека есть интересное увлечение, он получает больше позитивных эмоций и меньше думает о проблемах. Он меньше подвержен депрессии.

## **ХОББИ ПОМОГАЕТ ПОВЫСИТЬ САМООЦЕНКУ.**

Все просто – когда человек чем-то увлечен, он становится более интересным для себя и окружающих.

## **ХОББИ ПОМОГАЕТ ПРИЙТИ К ГАРМОНИИ.**

Увлечения помогают нам лучше понять себя, разобраться в своем характере, потребностях, истинных ценностях. Все это отвечает за душевное спокойствие и внутреннюю гармонию человека.



Те же психологи предупреждают нас, что ценность хобби проявляется только в том случае, если человек действительно получает от него удовольствие, а не просто проводит досуг, следуя навязанной моде. Тому или иному хобби мы отдаем предпочтение в зависимости от собственного темперамента или тех качеств, которые хотим в себе развить. Так, например, занятия спортом развивают волевые черты характера, стрессоустойчивость. Спортсмены психологически сильны. Не важно, выберете вы тренажерный зал, уличную пробежку или йогу, вы укрепите мышцы, повысите иммунитет, научитесь чувствовать свое тело. Приятный бонус в виде спортивного тела и здорового духа гарантирован. Экстремальными видами спорта увлекаются люди, которым важно постоянно находиться в движении, покорять новые вершины, чувствовать адреналин. Людям с более спокойным и уравновешенным темпераментом подойдут всевозможные виды «собираемых хобби» – коллекционирова-

Ценность хобби проявляется только в том случае, если человек действительно получает от него удовольствие, а не просто проводит досуг, следуя навязанной моде.



ние любых вещей, представляющих ценность от монет до раритетных автомобилей. Такие хобби помогают концентрироваться на чем-то важном, формировать личное пространство, ценить возможность уединения. Творческие натуры выбирают хобби, которые помогают им украсить свою жизнь и мир вокруг. Сюда можно отнести всевозможные виды рукоделия от традиционного вязания до модных сегодня декупажа или скрапбукинга. Ручная работа, домашнее творчество, интерес к декору сегодня приобретают небывалую популярность – люди устали от одинаковых вещей массового производства и хотят окружить себя нестандартными предметами, сделанными с любовью. Сюда же можно отнести садоводство и огородничество, которые помогают почувствовать гармонию благодаря близости к природе. Все эти виды деятельности вырабатывают внимательность и усидчивость, снимают тревогу и раздражительность, отвлекают от внешних проблем, заряжают энергией.

Правильно выбранный досуг, способный доставить удовольствие и подарить приятные впечатления, помогает жить в гармонии с собственными чувствами и окружающим миром. Люди, имеющие хобби, как правило, легче переживают стрессы и практически не страдают нервными расстройствами. Так что выбирайте любимое занятие, и держайте! →





интересный факт

Президент корпорации  
«ТехноНИКОЛЬ» Сергей  
Анатолевич Колесников  
пробегаёт на лыжах по

**2000**  
КМ В ГОД!



Генеральный  
директор ООО  
«ТехноНИКОЛЬ»  
Владимир  
Валерьевич  
Марков помимо  
работы —  
заядлый рыбак!



«Моему увлечению фотографией, а точнее – настоящей страсти – уже более четырех лет. За это время я попробовал себя в разных ипостасях съёмки – природа, животные, люди, интерьеры, городской пейзаж – и я не намерен останавливаться!»



СТАНИСЛАВ ЩЕГЛОВ, Руководитель направления «Энергоэффективность зданий», в свободное время не расстается с фотоаппаратом

«Яхтингом меня заразили мои друзья из Клуба «ИТ директоров». Первый раз я вышел в море в 2011 году, тогда проводилась масштабная регата – 15 лодок. За неделю в море мы провели порядка 5 гонок. Конечно, первое время было очень непривычно: тяжелая физическая нагрузка, непонимание процесса управления парусами, бытовые неудобства, но азарт участия в гонке, экстрим, море все компенсировали. На всех лодках были мои друзья, члены единого ИТ сообщества, и трудностей с коммуникациями и общением у нас никогда не было. С тех пор каждый год я стараюсь проводить майские праздники в море. Каждый год состав экипажей и количество лодок разное, но всегда сохраняется своеобразный дух регаты, стремление быть первым, желание узнать что-то новое. За пять лет я успел заразить яхтингом и свою семью. Последние 3 года со мной ходят члены моей семьи – супруга и старший сын. При этом они ходят обычными матросами, и с них такой же спрос, как с остальных. На яхте нет разделений на сильных и слабых – все работают на команду и на результат».

ВЛАДИСЛАВ УТКИН, Директор по ИТ компании «ТехноНИКОЛЬ», управляет не только ИТ системами компании, но и уже много лет занимается яхтингом



#### → СПОРТИВНЫЕ ТРЕНДЫ:

- 1. Горные лыжи.** Самый актуальный тренд последних сезонов. Курорты активно развиваются, в том числе и в России, а любители на лыжных трассах гоняют наравне с профессионалами.
- 2. Скандинавская ходьба.** Интенсивная ходьба с палками уже второе десятилетие набирает популярность во всем мире. Помогает держать мышцы всего тела в тонусе и улучшает координацию.
- 3. Йога.** Помогает привести в порядок не только тело, но и мысли. Просто выберите свой вид йоги и наслаждайтесь.
- 4. Каноинг.** Это необычное хобби предполагает скольжение по водной глади на спортивной лодке каноэ. Управление этим транспортным средством потребует некоторых навыков, зато и удовольствие гарантированно.
- 5. Путешествия.** Это не столько относится к спорту, сколько к активному образу жизни. Ничто не доставляет столько эмоций и впечатлений, как новые люди и новые места.

#### ТВОРЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ:

- 1. Блоггинг.** Интернет сегодня пестрит блогами на самые разные темы. Вам есть чем поделиться с миром? Тогда заводите страничку и собирайте подписчиков. Некоторым удается даже монетизировать это хобби.
- 2. Онлайн-обучение.** Обучиться онлайн сегодня можно буквально всему: от языков до курсов моды и стиля. Не выходя из дома стать настоящим профессионалом – это ли не волшебство!
- 3. Фотография.** Этот вид искусства незыблем, а современные гаджеты и многочисленные фильтры только делают его еще более интересным.
- 4. Кулинария.** В моде даже не столько кулинария (хотя и она тоже), сколько здоровое питание. В погоне за низкокалорийной и суперполезной пищей умельцы создают самые незаурядные рецепты. Вкусно, а главное полезно.



**5. Винил.** Музыка ушла в интернет, а виниловые пластинки стали любимой классикой. Собирать аналоговые носители сегодня признак стиля, статуса и музыкального авторитета.

#### ART-ТРЕНДЫ:

- 1. Рисование.** От акварельных красок до супермодных скетчей маркерами – просто выбери свой жанр и твори.
- 2. Ландшафтный дизайн.** Объединил искусство архитектуры, садоводства и философии на службе гармонии и красоте. Здорово ведь!
- 3. Работа с деревом.** От скворечника до самых изощренных предметов интерьера. Не только приятное, но и полезное занятие на благо домашнего быта.
- 4. Декорирование.** Это десятки разных способов сделать из повседневного предмета произведение искусства. Идеально для создания домашнего уюта.
- 5. Мыло и свечи ручной работы.** Рецепт приготовления мыла и свечей крайне прост, а возможности для декора безграничны. Вот где можно проявить буйство фантазии.

#### НЕСТАНДАРТНЫЕ ТРЕНДЫ:

- 1. Астрономия.** Любительский телескоп сегодня можно легко купить, установить на крыше, балконе или

открытой поляне. И вот перед тобой уже целая галактика.

- 2. Составление геологического дерева.** Знатоки сообщают, что это, оказывается, крайне увлекательное занятие. Узнать свою историю на несколько веков назад как минимум любопытно.
- 3. Посткроссинг.** Обмен открытками с единомышленниками по всему миру. Очень любят путешественники – побывать в стране еще не успел, а открытка оттуда уже есть. Приятно.
- 4. Волонтерская помощь.** Специальных организаций и программ сегодня очень много и работают они по всему миру. Если есть возможность оказать помощь, почему бы не сделать этого?
- 5. Русская баня.** В последнее время на волне здорового образа жизни появляется все больше людей, стремящихся оздоровиться таким образом. И в общем-то отличный вариант для расслабления.

Если Вы сотрудник ТехноНИКОЛЬ и помимо работы увлекаетесь каким-то хобби, присылайте свои истории и фото на адрес [aristarhova@tn.ru](mailto:aristarhova@tn.ru) и в следующих номерах мы расскажем о Вас и Вашем увлечении! ■



# Быть успешным просто

Что нужно для успеха? Вопрос, действительно, интересный, и каждый из нас хочет получить на него ответ. Сегодня мы рассмотрим несколько книг, которые помогут вам окунуться в процесс достижения успеха.



## РИЧАРД СЕНТ-ДЖОН «БОЛЬШАЯ ВОСЬМЕРКА. РЕЗУЛЬТАТЫ САМОГО МАСШТАБНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ УСПЕШНЫХ ЛЮДЕЙ».

Ричард Сент-Джон провел глобальное исследование и выявил восемь качеств, которые нужны для того, чтобы добиться выдающихся результатов. Его исследование заняло целых 10 лет, о результатах он рассказал в книге «Большая восьмерка. Результаты самого масштабного исследования успешных людей». Эта книга вышла в начале 2016 года в издательстве Манн, Иванов и Фербер.

### 8 ФАКТОРОВ УСПЕХА:

1. Страсть
2. Трудолюбие
3. Концентрация
4. Умение преодолевать себя
5. Креативность
6. Самосовершенствование
7. Умение служить людям
8. Упорство

Факторы успеха известны людям давно, они одинаковы во все времена. Есть миф о том, что успех – это наследуемый признак и переходит от родителей к детям. Почему это всего лишь миф? Одна японская поговорка говорит, что «Когда родители трудятся, а дети наслаждаются жизнью, внуки будут просить милостыню».

### МЭТТ ГРОУНИНГ, создатель культового мультсериала «Симпсоны»

«Когда ты занимаешься любимым делом, то привносишь в свою работу страсть и энтузиазм и стремишься к тому, чтобы она была сделана качественно. В результате повышается вероятность того, что ты достигнешь успеха и заработаешь много денег».

**Первое общее для успешных людей качество – любовь к своему делу, страсть.** Это относится к людям самых разных профессий, занимающихся самыми разными проектами. Почему это качество важнее, всех остальных?

Потому что, если вы занимаетесь любимым делом, вы будете трудиться упорно, сосредотачиваться на главном, проявлять настойчивость и делать все остальное, что необходимо для успеха и благосостояния.

### ЛАРРИ ПЕЙДЖ, сооснователь поисковика Google

«Одного вдохновения для успеха недостаточно. Он, наверное, на 10 процентов состоит из вдохновения, а на 90 процентов – из работы до седьмого пота»

**Второе общее качество успешных людей – трудолюбие.** Что же помогает успешным людям работать так усердно – любовь к тому, что они делают, и та радость, которую они получают от своей работы. И не важно, о ком идет речь о директоре, лекторе, топ-менеджере или о медсестре.

Когда людям в работе сопутствует радость, дела у них идут в гору. Вы спросите, а как же талант?

Талант – это дар Божий, но без упорного труда, он может так и не проявиться в человеке. Вспомним Моцарта. Все говорили, что мальчик наделен огромным талантом. Но все равно он должен был трудиться по 12 часов в день более 10 лет, прежде чем он сочинил свой первый признанный шедевр. Мы склонны переоценивать талант и недооценивать труд, потому что зачастую последний остается за кадром.

### УОРРЕН БАФФЕТ, инвестор

«Я не могу заниматься 50 или 75 инвестиционными проектами сразу. Это инвестирование по принципу Ноева ковчега: в конце концов вы остаетесь только с зоопарком. Я предпочитаю вкладывать значительные суммы в небольшое число проектов».

**Третье личное качество, общее у всех успешных людей, – умение сосредоточиться.** Концентрация подразумевает специализацию в какой-то области и приобретение в ней мастерства. Фокусируйтесь на своей цели и достигайте ее. Когда людям необходимо сосредоточиться, они часто уезжают туда, где их ничто не отвлекает от дела. Александр Пушкин за время своей ссылки в

селе Михайловское (1824-1826 гг.) создал более 100 произведений, среди которых трагедия «Борис Годунов», с конца 3-й и по начало 7-й главы романа «Евгений Онегин», поэма «Граф Нулин», окончена поэма «Цыганы», задуманы «маленькие трагедии», написаны такие стихотворения, как «Деревня», «Пророк», «Я помню чудное мгновение», «Вновь я посетил» и многие другие.

### ДАРЛИН ЛИМ, научный сотрудник НАСА

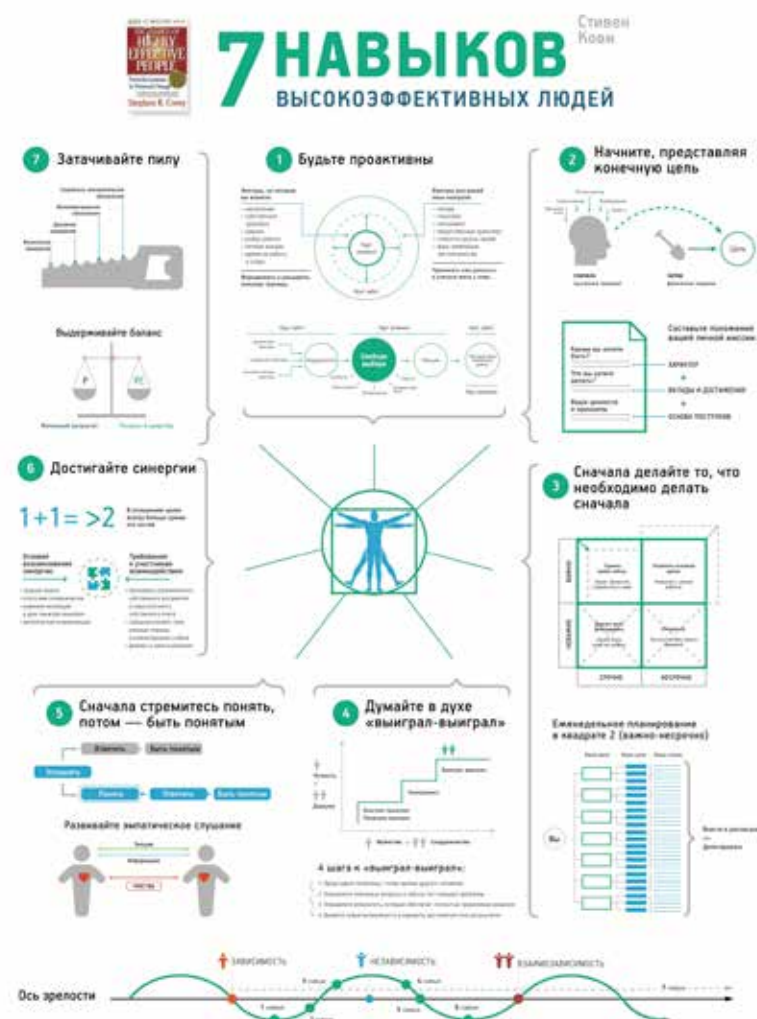
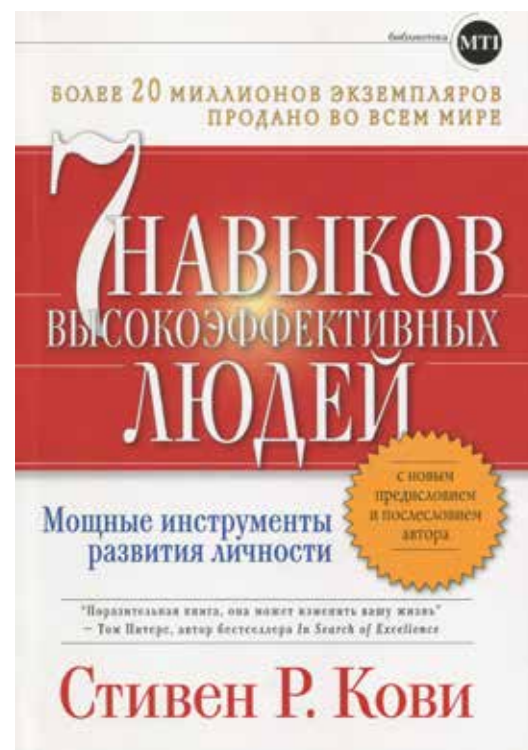
«У каждого должны быть сомнения, иначе он не будет расти как личность. Они заставляют искать истину».

**Четвертое личное качество, общее у всех успешных людей, – это умение преодолевать себя, заставлять себя совершать что-то необходимое.** Легендарный консультант по менеджменту Питер Друкер обобщил это очень четко: «Заставлять, заставлять и еще раз заставлять себя действовать. Тогда вы увидите результаты». Успешные люди умеют преодолевать застенчивость, неуверенность в себе, сомнения и даже страх.

Многие успешные люди застенчивы, но успешно борются с этим. Пример: Ирина Хакамада сделала блестящую карьеру, начав с преподавания в ВУЗе, перейдя к частному бизнесу, а затем

к политике, опираясь при этом на единственный ресурс – искусство общения. Вначале такого развития событий никто и предположить не мог. С двух до трех лет Ирина все время молчала – считали, что ребенок глухонемой. Потом ушла в полнейший социальный аутизм и даже с собственными родителями не общалась. Была настолько косноязычна, что не могла сдавать экзамены. Улыбаться научилась только во времена работы в партии «Союз правых сил» в результате тренингов с профессиональными консультантами. А сейчас успешно обучает других мастерству коммуникации, пишет книги и проводит мастер-классы.





## СТИВЕН Р. КОВИ

### «СЕМЬ НАВЫКОВ ВЫСОКОЭФФЕКТИВНЫХ ЛЮДЕЙ».

Одна из лучших книг всех времен по личной эффективности - «Семь навыков высокоэффективных людей...» Стивена Р. Кови. Восемь качеств,

о которых мы говорили, тесно переплетаются и созвучны с семью основными навыками достижения успеха.

#### 7 НАВЫКОВ ДОСТИЖЕНИЯ УСПЕХА:

1. Будьте проактивны
2. Начиная, представляйте конечную цель
3. Сначала делайте то, что нужно делать сначала
4. Думайте в духе «выиграл – выиграл»
5. Сначала старайтесь услышать, а потом быть услышанным
6. Достигайте синергии (стремитесь к творческому взаимовыгодному взаимодействию)
7. Заточивайте пилу (постоянно совершенствуйтесь)

Находите новые идеи, самосовершенствуйтесь, будьте упорны и трудолюбивы, страстно делайте то, что вы любите больше всего, сконцентрируйте на этом все ваши силы. Эффек-

тивно взаимодействуйте и служите другим. Все, что нужно для успеха именно вам, у вас уже есть. Успех в одном шаге от вас, пришло время сделать этот шаг! ■



