



1. АРВО РУОТСАЛАЙНЕН,
генеральный директор ООО «Несте Санкт-Петербург»

2. ЮРИЙ АНТОНОВ,
президент ООО «Петербургская топливная компания»

3. ЮРИЙ БРЯНЦЕВ,
генеральный директор Circle K в России

АЛЕКСЕЙ ПЛАСКОВ,
генеральный директор ООО «РН-Северо-Запад»

ВАЛЕРИЙ ФАРЬМАН,
генеральный директор ООО «Киришиавтосервис»

АЙДАР ХАБИБУЛЛИН,
руководитель Балтийского филиала ООО «Татнефть-АЗС-Запад»

МАКСИМ ХИТРОВ,
генеральный директор ООО «ЛУКОЙЛ-Северо-Западнефтепродукт»

ОЛЕГ ШАЛИМОВ,
генеральный директор АО «Газпромнефть Северо-Запад»

ИДЕЯ

51 → которая работала первое время только с заказами юридических лиц: с медицинскими центрами и клиниками. Однажды в нашу лабораторию пришел человек с улицы — в буквальном смысле слова — и спросил, можно ли сдать у нас анализы. За ним последовали другие, и так я понял, что работа с частными лицами — тоже перспективное направление. В 2004 году напротив лаборатории мы открыли первый диагностический центр для розничных клиентов — это не было запланированным решением, его нам подсказал рынок», — вспоминает основатель лабораторной службы «Хеликс».

ПО ОБСТОЯТЕЛЬСТВАМ В начале 1990-х из-за безденежья Виталий Муравьев оставил науку — он занимался биофизикой, а его жена Ольга работала в школе учителем математики и физики. «Мы оба ушли из профессий: оптом возили из-за границы сладости, постепенно начали заниматься только шоколадом. В стране тогда не было качественного шоколада: на полках была только кондитерская плитка или импортный шоколад. К концу 1990-х мы уже неплохо разбирались в этом продукте, у нас появились собственные идеи по дизайну, по маркетинговым вопросам. Мы начали выпускать собственный шоколад — по европейским стандартам, качественный и вкусный», — рассказывает историю появления кондитерской фабрики «Победа» ее владелец.

Денис Сорокин в 1995 году работал мастером по ремонту холодильников и заниматься бизнесом не планировал. Но он стал передавать заказы своим знакомым проверенным специалистам — и в итоге сформировалась команда профи. Вместе они зарегистрировали юрлицо, арендовали колл-центр и нашли операторов, а потом «сарафанное» радио позволило им обзавестись десятками новых сотрудников и сотнями клиентов. Так появилась фирма «Ленремонт», у которой сейчас в Петербурге и Москве 14 мастерских.

Сеть магазинов российской рыбы «Рыбсеть» за три года с нуля открыла по стране 50 точек, никогда раньше не работая в рознице. «Мы более 12 лет занимались рыбной добычей на Дальнем Востоке и крупнооптовыми продажами. Основатель наших компаний заканчивал Мореходку и сам по себе заядлый рыбак, поэтому приобретение собственной добычи стало логичным решением. А вот розничные магазины, как и франчайзинг, появились неожиданно: летом 2014 года после введения санкций наши офисные телефоны обрывали желающие приобрести рыбу в розницу. Так мы решили открыть первый магазин. Спрос не спадал, поэтому мы начали развивать системы франшизы», — говорит директор по развитию ТМ «Рыбсеть» Полина Кирова.

Инна Алексеева работала в пресс-службе крупного банка, собиралась уходить в декрет и задумалась о перспективе на ближайшие годы. «Мне нравилось заниматься пиаром, но такая работа не предполагала свободный график, в отличие от работы на себя. К тому же развитие в банковской сфере было слишком предсказуемым, а мне хотелось выйти за рамки предопределенности. Я решила создать свое агентство, тем более что брать большую ответственность не только за себя я уже привыкла. Кстати, банк стал первым клиентом, так как я смогла в договоре прописать им гарантии по выходу

публикаций. Почему именно PR? Потому что ничего другого профессионально я делать не умела», — объясняет собственник агентства PR Partner.

ОТКРЫТИЯ И РАЗОЧАРОВАНИЯ Спустя годы работы бизнесмены имеют большой багаж подтвердившихся гипотез и ошибок. «Когда мы начинали, никто не мог прогнозировать, каким будет IT-рынок спустя десятилетие или два. Все-таки новые технологии очень быстро появляются и многое меняют, буквально за нескольких лет вырастают и исчезают целые сегменты. Но когда рынок формируется и бурно растет, то результат напрямую зависит от твоего труда. И этому есть немало подтверждений, что в начале 1990-х, что сейчас. Например, связи, которые мы установили в начале нашей работы, помогают нам и сейчас — они формируют основу нашей партнерской сети», — говорит Сергей Гирдин из «Марвела». Самым болезненным открытием для него за годы работы стало то, что далеко не все клиенты смогли пережить волны кризисов. «Особенно неприятным был уход нескольких крупных компаний, оставивших дебиторскую задолженность. С другой стороны, такие вещи заставляют проявлять большую осторожность, страховать и предупреждать риски», — делится он.

У основателей «Туту.ру» была гипотеза, что хороший сервис должен сочетать технологичность и клиентоориентированность. «Это сложно, мало кто так делает, но у нас получилось. Наверное, благодаря тому, что изначально в команде были математики, которые привыкли и умеют решать сложные технологические задачи. При этом мы сами много путешествуем, понимаем, что нужно в поездке. И всегда спрашиваем соседей по самолету, купе или автобусу, что им не хватает в сервисах путешествий, что бы они хотели видеть на нашем сайте», — говорит Дмитрий Храпов.

Семья Виталия Муравьева изначально верила, что людям нужен качественный шоколад — и они готовы за него платить. «Мы видим, что покупатели при выборе любого продукта, в том числе и шоколада, все больше начинают руководствоваться критериями качества, а не цены. И очень этому рады», — говорит владелец «Победы».

«Подтвердилась моя главная гипотеза: „сарафанное“ радио работает лучше любой рекламы. Мы сделали сервис безупречным — от тапочек и перчаток для мастеров до подарков клиентам. Поэтому каждый второй наш клиент становится постоянным», — доволен генеральный директор «Ленремонта» Денис Сорокин.

Основатель школы «Футболика» гордится тем, что был прав: родители малышей не только в Петербурге или Москве хотят и готовы развивать своих детей. «Сейчас мы работаем в 40 городах России, в том числе в небольших и удаленных от столиц. Родителям и детям там интересно раннее развитие», — радуется Станислав Озимов.

Для Инны Алексеевой самым болезненным открытием стало то, что люди уходят. «В начале бизнеса я считала, что все сотрудники должны так же гореть делом, как и я, а увольнений вообще быть не должно. Однако это оказалось не так: я не сразу привыкла, что у людей есть своя другая — не рабочая — жизнь, интересы. В общем, у меня было поведение типичного стартапера», — шутит она. ■

ИДЕЯ