«Теперь потребитель хочет знать, чем он пользуется»

Татьяна Гороховская о ребрендинге «Сибирского здоровья», ответственном бизнесе и новых стандартах производства



Этой осенью один из лидеров российского MLM-рынка объявил о смене имиджа: Siberian Wellness – новое название Корпорации «Сибирское здоровье». Уже 22 года компания предлагает своим клиентам со всего мира товары для здоровья и красоты на основе дикорастущих трав и растений прямиком из Сибири. Теперь бренд делает акцент не только на натуральность своей продукции, но и на чистое производство и ответственный подход к ведению бизнеса. Пока на Западе все говорят о sustainability, российским потребителям этот термин еще не знаком. Что это такое и почему в 2018 году в бьюти-индустрии важно не только гнаться за трендами, но и думать об окружающей среде, рассказывает президент Siberian Wellness Татьяна Гороховская.

– В этом году вашей компании исполнилось 22 года, а начинали вы свой бизнес еще в 90-е. Расскажите, как это было?

– У каждого бизнеса – успешного, работающего, и тем более международного, – свой неповторимый track record. Думаю, мы взлетели, потому что выбрали очень правильную и до сих пор актуальную концепцию: инновационные решения для спорта, здоровья и красоты на основе натуральных сибирских растений. Фактически мы поддержали тогда, в далеких девяностых, российские научные разработки – поверили в ученых и решили предложить рынку что-то альтернативное. Подход сработал, и пока челноки возили сумками кроссовки и пуховики, мы и наши партнеры предлагали рынку доступные работающие продукты с очевидным результатом применения. Конечно, были свои трудные моменты – из-за того, что мы ставили перед собой чересчур амбициозные задачи. Построить свое производство, например, или выйти на международный рынок. А сейчас у нас работает шесть технологических линий на фабрике в Бердске, а продукт представлен в 65 странах мира.

– Как вы думаете, что изменилось в российской бьюти-индустрии с тех пор? Стало ли производителям сложнее/легче?

– Изменилось все. Во-первых, потребитель: теперь он хочет знать, чем он пользуется, из чего и как сделано то, что он носит на себе 24 часа в сутки. Во-вторых, законодательство: сложились и успели устареть нормы, регулирующие производство косметики в России. В-третьих, сырье: сформировался глобальный рынок косметических компонентов, что позволяет использовать любые нужные компоненты из любого уголка Земли. Стало доступно самое лучшее и качественное сырье для производства косметики. В-четвертых, в бьюти-индустрии очень мощно развернулась наука – сами рецептуры стали намного более наукоемкими. Развитие биотехнологий открывает невероятные возможности для новых формул, позволяя создавать мощные работающие продукты и добиваться впечатляющих результатов. И самое главное: сначала на деле, а затем и в сознании потребителей за прошедшие годы исчезла громадная пропасть между импортной и отечественной косметикой. Все больше покупателей высоко оценивают качество и инновационность российских косметических продуктов.

– Что касается вашего последнего ребрендинга – что вас подтолкнуло к нему? Как вообще компании с такой долгой историей удается оставаться на плаву в течение более 20 лет, когда новые марки появляются чуть ли не каждый день?

– Двадцать один год мы были «Сибирским здоровьем», и это очень точное название. Мы действительно сибирские, и действительно – про здоровье. Но за последние пять лет компания так здорово продвинулась вперед, что нам стало совсем тесно в старом образе: мы вышли на международные рынки, расширили аудиторию, запустив молодежный сегмент, подключили множество онлайн-инструментов. Настала пора обновиться – и мы стали Siberian Wellness.

– Понятие «ответственный бизнес» – это ведь тоже что-то относительно новое для нашей страны. Расскажите, что вы под ним понимаете и как вы пришли к тому, что компанию нужно менять именно по этому пути?

– Мы не меняли компанию – мы сразу заняли ответственную позицию. Уже 22 года мы несем ответственность перед покупателями наших продуктов – и подтверждаем это позитивными отзывами, сертификатами и исследованиями. Мы несем ответственность перед нашими партнерами – и обеспечиваем им полный комплекс бизнес-инструментов для роста и отличную маркетинговую поддержку. Мы несем ответственность перед Сибирью – и ведем десятки экопроектов для защиты и сохранения сибирской природы. Может быть, это звучит громко, но мы чувствуем ответственность и за здоровье нации, поэтому мы развиваем спортивные инициативы вместе с Олимпийским комитетом России и Зимней универсиадой-2019 в Красноярске.

– Если говорить конкретно о природе, какие экоинициативы вы проводите?

– Мы создали специальный благотворительный фонд «Мир вокруг тебя», который за семь лет организовал более 150 проектов по охране дикой природы Сибири и защите Байкала, собрал и перенаправил свыше 44,5 млн рублей на различные цели. Среди проектов фонда – программа по защите популяции ирбисов (снежных барсов), изучение и защита соколов-балобанов, поддержка «Точки № 1» – мониторинговой станции озера Байкал… Многие проекты инициируют наши партнеры – для этого мы проводим ежегодный конкурс «Охотники за травами», где лучшие идеи получают дополнительное финансирование компании.

– Что такое «чистое производство» и почему это сейчас очень важно?

– Здесь три аспекта: компоненты, чистота производственного процесса и взаимодействие производственного комплекса с природной средой. В наших продуктах вы не найдете сульфатов, фталатов, парабенов, минеральных масел и продуктов нефтехимии. На производственных линиях Лаборатории современного здоровья стоят многоступенчатые системы фильтрации воды и воздуха (как шутят инженеры, выдох может быть чище, чем вдох). Наши принципы по отношению к природе – такие же, как и по отношению к человеку: не навреди, общаясь с природой, и будь благодарен ей.

– Давайте поговорим о продуктах. Что нового у вас вышло?

– Мы продолжаем развивать наш главный бьюти-бренд Experalta Platinum, относящийся к классу биологически активной косметики. В основе рецептурного подхода лежит сочетание редких растений и научно-инновационного комплекса – со сложнейшими пептидными технологиями, инновационными системами адресной доставки активных веществ и драгоценным катализатором – платиной. Experalta Platinum – люксовая марка, разработанная в России и имеющая преданных поклонников во всем мире. Кроме того, внешняя красота невозможна без общей сбалансированной поддержки организма. Совсем недавно мы выпустили специальные nutrition-программы – инновационные комплексы на основе натуральных органических компонентов.

– Какие у вас планы на будущее?

– Мы продолжаем создавать и продвигать революционные разработки почти во всех наших сегментах. Для нас нет сложных или неудобных задач – нашему заряженному и прокачанному производству под силу произвести продукт любой сложности. Огромное преимущество собственного производства и логистической цепочки в том, что мы действительно можем позволить себе использовать лучшие комплектующие, высококачественные компоненты, работающие концентрации активных веществ, сохраняя при этом конкурентоспособные цены.



SIBERIAN WELLNESS

РЕКЛАМА