

«МНЕ НРАВИТСЯ СТАВИТЬ ПЕРЕД СОБОЙ НОВЫЕ ВЫЗОВЫ»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР МЕЖДУНАРОДНОЙ КЛИНИКИ ДЕРМАТОЛОГИИ И КОСМЕТОЛОГИИ MYSTELLAMARIS ДЖУЛИАНА ДЕ СОУЗА В БЕСЕДЕ С КОРРЕСПОНДЕНТОМ ВГ ОЛЕГОМ ДИЛИМБЕТОВЫМ РАССКАЗАЛА О ТРУДНОСТЯХ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В РОССИИ ДЛЯ ИНОСТРАНКИ И О ВЫЗОВАХ НАСТОЯЩЕГО ВРЕМЕНИ — ПАДЕНИИ КУРСА РУБЛЯ И КОРОНАВИРУСЕ.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

BUSINESS GUIDE: Сразу хочу спросить о русском языке: трудно ли было его учить? И почему именно русский?

ДЖУЛИАНА ДЕ СОУЗА: Не я выбрала русский, а он, наверное, выбрал меня. Мой муж русский, и понимать, что говорят друзья и близкие люди, для меня чрезвычайно важно. Я начала учить язык в университете. Когда я приехала сюда в конце 1990-х, я была вынуждена адаптироваться и начинать говорить по-русски. Много лет я была единственной бразильяночкой в городе. Я не буду говорить, что за время, проведенное в России, я стала русской, нет, я бразильянка до мозга костей, но я хорошо понимаю и уважаю русский менталитет.

BG: Насколько трудно учиться медицине на русском языке при всем богатстве терминов и профессионализмов в этой сфере?

Д. С.: Начну с того, почему я выбрала именно медицину. Когда мне было восемь лет, моя мама впала в кому и у нее обнаружили аневризму головного мозга. Все врачи, кроме перспективного молодого хирурга, утверждали, что помочь ей невозможно. Наша семья решилась на операцию, и все прошло великолепно, мама полностью реабилитировалась. Тогда я решила стать врачом. Медицине обучаться сложно в принципе, а на русском языке в два раза сложнее. Тем не менее я справилась. Я благодарна всем моим учителям и всей кафедре дерматологии Первого меда.

BG: Как вы решили заняться бизнесом и насколько трудно его начинать в России?

Д. С.: Я окончила университет, интернатуру и ординатуру, потом работала в нескольких частных клиниках, но спустя время встал вопрос о дальнейшем саморазвитии. Я понимала, что могу сделать клинику, полностью отвечающую требованиям самых взыскательных пациентов. Несколько лет мой план вызревал, но начала я действовать, когда вся концепция клиники стала кристально понятна и ясна, когда пришла уверенность, что у меня все получится. Мы стараемся, чтобы все строго соответствовало правилам работы в России, хотя это очень сложно, так как некоторые из правил устаревшие и практически невыполнимы. Например, в косметологии есть аппаратура, которая давно никем не используется, но по правилам мы обязаны ее приобрести. Для лицензирования одной из услуг нам пришлось приобретать

пеленальный столик, хотя медицинские услуги для грудных детей мы не оказываем. Любой бизнес трудно начинать, и это касается не только России. Бизнес требует высокой ответственности перед клиентами, сотрудниками, инвесторами, а это всегда непросто.

BG: Были какие-то сложности в подборе персонала?

Д. С.: Это была первая сложность, с которой я столкнулась. Как говорит наш главный врач, Анаит Григорян, дерматологов-косметологов в наш коллектив мы собираем как бриллианты. Хороших специалистов сейчас очень мало, у всех есть свое место работы поэтому мы разработали систему оплаты труда, которая мотивирует врачей работать именно у нас. Наши врачи — лучшее, что есть в клинике.

BG: Проводятся ли какие-то мероприятия для коллектива? Как организован отдых?

Д. С.: За год работы клиники нашими клиентами стало более тысячи человек, а при такой нагрузке все проводят много времени на работе. Мы отмечаем праздники и дни рождения всех наших сотрудников в ординаторской. Коллектив растет, приятных событий в нашей жизни становится больше, еще чуть-чуть — и мы начнем здесь бразильские праздники отмечать.

BG: Каковы особенности русского клиента?

Д. С.: Русские гораздо более требовательны, чем иностранцы. Нам это хорошо видно, так как у нас много и иностранных клиентов. К нам приходит много известных спортсменов, бизнесменов, экспатов, приходят даже люди, занимающие высокие должности на государственной службе. Русские очень внимательны к себе. Я бы сказала, что, скорее всего, мы проводим больше времени в общении с русскими пациентами, чем с иностранцами.

BG: Как обстоят дела с конкуренцией на рынке?

Д. С.: Поскольку MyStellaMaris в своей работе использует только лучшее, это, естественно, создает высокие издержки. Справляться с конкуренцией непросто, в том числе потому, что многие клиники используют недобросовестные методы конкурентной борьбы. Они покупают препараты на черном рынке, используют медикаменты, не зарегистрированные в РФ. На рынке много клиник, которые работают при салонах красоты, не имея со-

ответствующих лицензий. Эти методы позволяют им оказывать услуги за меньшие деньги.

BG: Какие требования российских бюрократов оказались самыми непонятными и неприятными?

Д. С.: Очень болезненный вопрос был о вывеске — до сих пор не понимаем, как легально ее согласовать. Мы сначала сделали временный баннер. Через пару недель получили извещение — приглашение на разбор в комитет по печати, обратились к бизнес-омбудсмену и отделались предупреждением. Решили поставить днем флажки, а уже через неделю появился проверяющий из администрации Василеостровского района, составил протокол, вызвал на разбор, мы заплатили штраф. За год сложилось впечатление, что городу неинтересен малый и средний бизнес.

BG: Есть ли планы по расширению бизнеса?

Д. С.: Думаем, как развивать медицинский туризм, хотим открыть вторую клинику в Москве. Из ближайших планов — показать свою эффективность инвесторам и рассчитаться по кредитам. Мы уже вышли на операционную прибыль и думаем о расширении спектра услуг.

BG: Как вам удалось раскрутить бренд?

Д. С.: Даже когда клиника только открылась, нас уже знали. Но не как MyStellaMaris, а знали наших докторов и нашу работу — у каждого из нас есть пациенты, которые доверяют только нам и готовы идти за нами. Без сарафанного радио нам бы не удалось так быстро встать на ноги. Конечно, в нашей работе мы использовали наружную рекламу, рекламу в СМИ. Мы делаем большую ставку на социальные сети, в частности на Instagram, а также привлекаем к сотрудничеству селебрити и блогеров, но могу сказать, что далеко не все из них реально работают и показывают результат.

BG: Тяжелее ли женщине в бизнесе? Сталкивались ли вы с проблемами из-за пола?

Д. С.: Проблем из-за того, что я женщина, я пока не встречала. Может быть, это из-за того, как я себя позиционирую. Если бы ко мне хоть раз обратились с каким-то негативом только из-за того, что я женщина, то я, конечно, сразу бы ответила со свойственным мне бразильским темпераментом.

BG: Чем вы занимаетесь помимо своей клиники?

Д. С.: Я состою в International Women's Club (IWC), это общество женщин-экспатов и членов их семей, которые живут в Петербурге. Мы помогаем обустроиваться в городе иностранцам, решаем общие насущные дела. Одним из главных направлений деятельности клуба является помощь нуждающимся и благотворительность.

BG: Расскажите о семье и ваших хобби.

Д. С.: Вот уже более двадцати лет я замужем, у меня две дочери. Старшая сейчас учится в СПбГУ, а младшая ходит в школу, в третий класс. Они обе говорят на португальском и русском. Что касается хобби, то я очень люблю заниматься спортом. Мне нравится ставить перед собой новые вызовы и их преодолевать. Например, я очень боюсь высоты и поэтому стала заниматься горнолыжным спортом.

BG: Вспомните ваши яркие впечатления после переезда в Россию.

Д. С.: Думаю, нет ничего более яркого в жизни любой женщины, чем рождение первого ребенка. Никогда не забуду первые впечатления от города: февраль, -20°C , старый терминал Пулково, военные вертолеты на стоянке, угрюмый пограничник, на улице снег, под ногами слякоть, все люди на улице в черном. И я подумала: «Боже мой, куда я приехала?» Шоком для меня стало глубокое метро, особенно когда мне сказали, что в случае войны туда все спускаются и закрываются железные ставни.

BG: Как на ваш бизнес влияют санкции падение курса рубля?

Д. С.: Ситуация с падением рубля для нас имеет большое значение. Все наши поставщики, аппаратура, препараты — все импортное, а цены привязаны к курсу доллара. Наше самое дорогое оборудование — лазеры, и они в любой момент могут попасть под понятие «аппаратура двойного назначения» — ввозить для них расходники и комплектующие станет сложно, что неминуемо поднимет цены и негативно повлияет на наш бизнес.

BG: Влияет ли на вас коронавирус?

Д. С.: Суэта началась в последнюю неделю (интервью записывалось 13 марта.— **BG**). До этого люди слабо обращали внимание на эту ситуацию. Сейчас, безусловно, будет какое-то негативное движение, но если вдруг появится необходимость, то мы готовы предложить свою помощь. ■