



ЕВГЕНИЙ АБРИН

МЕНЯТЬ ОТНОШЕНИЕ К ПРОСТРАНСТВУ

СЕГОДНЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ И ПРОМЫШЛЕННАЯ ОТРАСЛИ ОСОБЕННО НУЖДАЮТСЯ В НАДЕЖНЫХ ПОСТАВЩИКАХ — КАК ДЛЯ СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНО ВАЖНЫХ ОБЪЕКТОВ, ТАК И ДЛЯ ВЫПУСКА ВОЗДУШНЫХ ФИЛЬТРОВ, БЫТОВОЙ ХИМИИ И САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ. СДЕЛАВ НЕОБХОДИМЫЕ ЗАПАСЫ, ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ФИНСКОЙ КОМПАНИИ KIILTO В РОССИИ ПРОДОЛЖАЕТ РАБОТУ В УСЛОВИЯХ ПОВЫШЕННОЙ ГОТОВНОСТИ И ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МЕР БЕЗОПАСНОСТИ. КОММУНИКАЦИЯ И ПОЗИТИВНЫЙ НАСТРОЙ ВЛИЯЮТ НА УСТОЙЧИВОСТЬ БИЗНЕСА, А КЛИЕНТЫ НАЧИНАЮТ БОЛЬШЕ ЦЕНИТЬ ОТВЕТСТВЕННОЕ ОТНОШЕНИЕ К МАТЕРИАЛАМ И ПРОЦЕССАМ, СЧИТАЕТ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР KIILTO В РОССИИ ЕВГЕНИЙ АБРИН. БЕСЕДОВАЛА ВЕРНИКА ЗУБАНОВА

SOCIAL REPORT: В чем для вас смысл информационности открытости?

ЕВГЕНИЙ АБРИН: Для нас как международной компании важна информационная прозрачность. Мы готовы рассказывать и о наших продуктах, и о происходящих в компании процессах. А участие в рейтингах — это возможность объективно увидеть свой масштаб относительно других компаний. В прошлом году Kiilto вошла в топ-30 финских компаний в России по версии издания «Фонтанка.ру».

SR: Какие формы взаимодействия с общественностью вы используете?

Е. А.: Несмотря на то, что Kiilto существует уже сотню лет, компания продолжает учиться, открывать и пробовать новое. Мы постоянно ищем более эффективные способы коммуникации и взаимодействия, и сейчас наши усилия сосредоточены на развитии онлайн формата.

Мы активно развиваем социальные сети и видим, что клиентам это интересно. Подписчиков становится все больше, вовлеченность аудитории растет. Наша активность в онлайн достаточно высока, и российское подразделение находится в числе лидеров в этом направлении среди всех европейских подразделений. Впрочем, и про традиционные офлайн-коммуникации мы не забываем. В нашей отрасли очень важно быть ближе к клиенту и иметь возможность показать преимущество наших продуктов и решений на практике. Мы готовы делиться информацией с клиентами, но и клиенты живо реагируют в ответ, делятся своим видением и идеями того, что мы можем сделать лучше.

SR: Как вы оцениваете степень их удовлетворенности?

Е. А.: Специалисты Kiilto постоянно изучают анкеты клиентов, и индекс лояльности (Net Promoter Score) — очень важный для нас показатель. NPS по концерну в целом составляет 74,8%, по России — 83% за 2019 год. Косвенным индикатором является и ежегодный рост продаж на уровне выше рыночных показателей. Так, в 2019 году он был выражен двузначными

цифрами по отношению к 2018-му. Мы на 30% увеличили производство сухих строительных смесей и на 12% — промышленных клеев. Уверенный рост наблюдался и в направлении систем гидроизоляции.

SR: Какие новые тренды вы наблюдаете и как на них реагируете?

Е. А.: Мы внимательно следим за изменениями в отрасли, в законодательстве, принимаем участие в работе разных экспертных групп. Общая ситуация вокруг постоянно меняется. Текущие тренды — это повышение скорости производства работ, индустриализация строительных процессов и префабрикация, развитие сервисов, цифровизация коммуникаций с клиентами. По всем этим направлениям нам есть что предложить рынку.

SR: Как повлияла на ваш бизнес ситуация с коронавирусом?

Е. А.: Большая доля клиентов компании вовлечена в строительство социально значимых проектов и производство товаров первой необходимости. Многие работают удаленно, их офисы закрыты. Магазины формата DIY — преимущественно в режиме отгрузок онлайн-заказов или как пункты самовывоза. У одного только СТД «Петрович» в стадии поставки более 180 социально значимых объектов, таких как инфекционные центры и многофункциональные медицинские центры. Мы осознаем свою ответственность и рады помочь, оперативно поставляя качественные и экологичные строительные материалы. Что касается промышленности, работу продолжают, например, производители санитарно-гигиенических средств, бытовой химии, предприятия деревообработки, производители упаковки, транспорта. В усиленном режиме, снабжая медицинские и общественные учреждения, работают производители воздушных фильтров. Во всех этих сегментах мы участвуем как поставщики промышленного клея.

SR: Как работает Kiilto?

Е. А.: Ситуация с запасами готовой продукции и сырья приемлемая. Мы ожидали

усложнения обстановки и работали на опережение, создавая повышенные запасы наиболее важного сырья, упаковки, импортной продукции с наших заводов в Финляндии, которая не производится в России. Для нас крайне важно сейчас оставаться надежным партнером.

Для сохранения здоровья клиентов и сотрудников Kiilto принимает дополнительные меры предосторожности во всех офисах, на заводах и складах. Мы разработали отдельный стандарт безопасности на время эпидемии, в котором учли самые актуальные рекомендации российских и европейских экспертов, профильных организаций и органов власти. Соблюдение этих мер дает возможность продолжать деятельность.

Сотрудники отвечают компании ответственной и командной работой. Сейчас это важно как никогда. Открытость, коммуникация и атмосфера доверия помогают нам преодолеть эти непростые для всех времена.

SR: То есть все сотрудники на местах?

Е. А.: Только те, чье присутствие действительно необходимо. Компания неукоснительно придерживается распоряжений и рекомендаций властей в вопросах соблюдения безопасности и режима ограничений. Мы были одними из первых, кто присоединился к движению #stayhome и перешел на удаленный режим работы для офисных сотрудников, — с 18 марта. Тех, кто по роду деятельности должен продолжать посещать производственные и складские помещения, мы обеспечили средствами индивидуальной защиты и сейчас рассматриваем варианты дополнительного страхования для этих сотрудников.

С 1 апреля мы запустили флешмоб #kiiltopro в Instagram, а также присоединились к акции «Петровича» #Оставайсьдома, #Займитесьдомом. Сейчас всем нужны положительные эмоции. Для многих сложившиеся обстоятельства — это возможность по-новому взглянуть на свой дом, поменять отношение к пространству, в котором приходится

проводить больше времени. Оно должно быть не только уютным, но и безопасным. Kiilto прикладывает максимум усилий, чтобы наши клиенты могли с уверенностью сказать: «Мой дом — моя крепость».

SR: Кстати, о безопасности продуктов. Как вы доносите эту информацию до потребителей?

Е. А.: С помощью маркировок. Например, маркировка M1 указывает на самый низкий уровень эмиссии — это показатель того, что строительный материал соответствует самым строгим требованиям по воздействию на микроклимат закрытых помещений.

При разработке продукции Kiilto делает особый акцент на выборе максимально безвредного для потребителя и окружающей среды сырья. О качестве процессов говорит то, что все компании группы сертифицированы по стандартам ISO. Кроме того, мы принимаем активное участие в разнообразных экологических инициативах. С 2018 года в компании действует международная программа Promise to the Environment: снижение уровня отходов, использование «зеленой» упаковки, подлежащей вторичной переработке, оптимизация логистики, безопасное и эффективное использование энергии, сокращение выбросов углерода в атмосферу.

SR: Как вы оцениваете перспективы рынка и компании?

Е. А.: То, что происходит сейчас с рынком, беспрецедентно для всех нас. Сложившаяся ситуация — это проверка для бизнеса, вызов, который мы с готовностью принимаем. В эти сложные времена нужно действовать сообща, стремиться развивать бизнес, оставаясь надежным партнером и ответственным работодателем. Building a Sustainable Future — для нас это не просто слоган, а конкретные действия, позволяющие выдерживать испытания. Как бы ни менялась обстановка — связана она с вирусом или курсом валют, — мы руководствуемся потребностями и целями клиента. ■