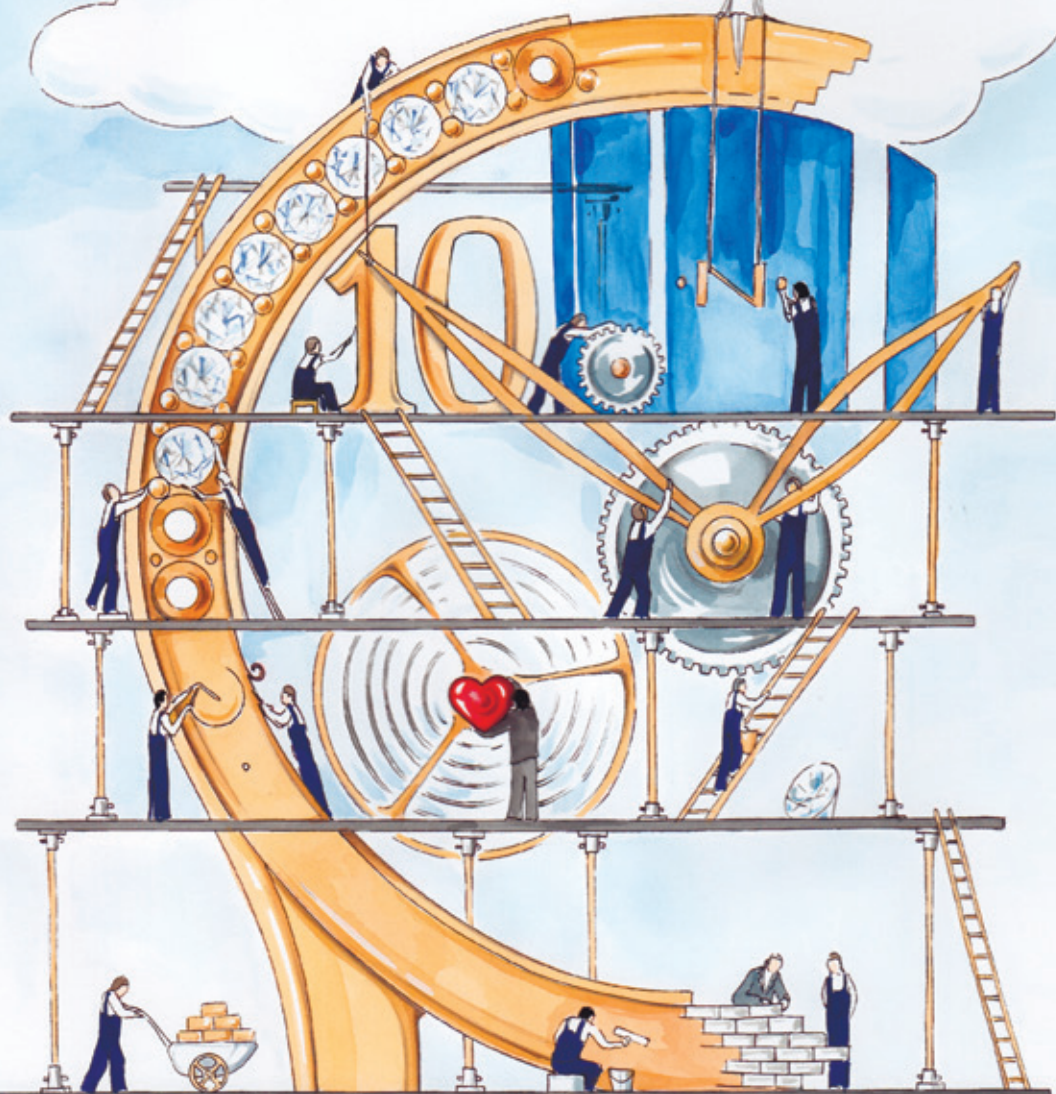


Георгий Мордехашвили

НИКА

ИСТОРИЯ ЛЮБВИ



Георгий Мордехашвили

**НИКА.
ИСТОРИЯ ЛЮБВИ**

Москва
2014

*«Хочешь идти быстро – иди один.
Хочешь идти далеко – идите вместе»
(Китайская мудрость)*

ПРЕДИСЛОВИЕ ОТ АВТОРА

В середине 2008 года, спустя пять лет с момента основания компании «Ника», на одном из совещаний, кто-то из учредителей предложил слоган: «Мы сделаем Россию часовой державой». Тогда многим это показалось такой же неосуществимой мечтой, как и множество других амбициозных идей, которыми изобилует история «Ники». Но четырьмя годами позже слово «сделаем» пришлось поменять на слово «делаем», так как стало очевидно, что и эта мечта становится реальностью. Сегодня «Ника», со свойственной ей настойчивостью, делает Россию часовой державой. И цель может быть достигнута намного раньше, чем можно себе представить.

Волею судьбы мне посчастливилось оказаться у истоков создания «Ники». Я благодарен судьбе, что она свела меня с такими потрясающими людьми, которые будучи совершенно разными по характеру и прошлому опыту, смогли начать и вырастить дело нашей жизни. И я бесконечно рад, что наша четверка по-прежнему вместе: Тенгиз, Лена, Алексей и я.

Данная книга – не учебное пособие по бизнесу и не руководство к действию. Каждая компания имеет свой уникальный путь, усеянный не только победами, но и ошибками. Я убежден, что нет готовых рецептов достижения успеха, так же как нет универсальных книг, учебников, тренеров, консультантов и прочих гуру. Все перечисленное – это лишь инструменты бизнеса. Иногда очень мощные инструменты. И все же главное – тот дух, который создают люди, работающие в компании.

В этой книге будут даны ответы на многие вопросы, которые возникают как у сотрудников компании, так и у партнеров и покупателей наших

часов. Самый распространенный вопрос, задаваемый на протяжении нашей деятельности, звучит примерно так: «На базе какого завода была создана компания «Ника»?» Наш ответ, что мы выстроили все с нуля, приводит людей в шок. «Как? Неужели такое возможно?»

И действительно, результаты впечатляют. Сегодня «Ника» – это более 700 человек, производство и реализация около 300 тысяч золотых, серебряных часов и аксессуаров в год, 6 тысяч квадратных метров производственных и офисных площадей, собственный обучающий центр, розничная сеть из 15 магазинов в Москве и Санкт-Петербурге, а продукция наша распространяется в более чем 7 тысячах часовых и ювелирных магазинах по всей России и странам СНГ.

Но больше всего мы гордимся духом, царящим в компании с момента ее рождения и по сегодняшний день. Это дух новаторства, стремления к новым достижениям, энтузиазма сотрудников, амбициозности, веры в успех и, конечно же, бесконечной преданности всех нас – от основателей до рядовых сотрудников – нашему детищу.

Эта книга, основанная на рассказах моих партнеров, интервью сотрудников и моих личных воспоминаниях, повествует о «Нике», о людях, которые ее создавали и продолжают в ней работать, и о том, как за десять лет с нуля можно построить сильную и успешную компанию. А еще это книга о любви.

Говорят, что любовь творит чудеса. История «Ники» является подтверждением этого факта.

С самого первого дня существования «Ники» на всех рекламных носителях, каталогах и изделиях мы с гордостью писали «Ника. Сделано в России». И делали это вопреки многочисленным советам не акцентировать внимание на том, что часы произведены в России. А спустя некоторое время мы добавили еще два слова, которые стали ключевыми на протяжении всей нашей деятельности – «Сделано с любовью». И это правда.

Я никогда не писал книг, хотя в юности мечтал стать писателем. Однако человеку свойственно братья за перо, когда он переживает состояние влюбленности. Этой книгой я хочу признаться в том, что по-прежнему, вот уже на протяжении десяти лет, испытываю это чувство. Любовь – главная движущая сила во всей нашей истории.

Мы бесконечно любим нашу компанию, сотрудников, партнеров, покупателей, наши ошибки и успехи. Все, что мы делаем в «Нике», мы делаем с любовью!

Глава I.

РОЖДЕНИЕ

О том, как все начиналось; о нулевых; о символах; о том, что необходимо для того, чтобы успех был заложен уже в начале; о том, что никогда не стоит недооценивать своих сотрудников и их идеи; о том, что мир всегда идет навстречу тем, кто имеет четкую цель и неуклонно к ней движется; о судьбе, дружбе и любви.

В начале 90-х в России происходило бурное первоначальное накопление капиталов. Деньги добывались всеми возможными путями и относительно легко. Одни успешно приватизировали государственную собственность, другие зарабатывали на торговле с невероятной наценкой и оборотами, третьи, пользуясь доверчивостью и полной экономической неосведомленностью граждан, строили финансовые пирамиды, а некоторые и вовсе поднялись на чистом криминале. Мало кто стремился заниматься производством в России, считая эту затею весьма рискованной и неблагодарной. Однако были люди, которые поняли, что пора «легких» денег не будет бесконечной, и занялись вложением средств в более консервативные проекты. Они шли на риск ради любви к производству и из желания создать продукт, достойный России – не только сырьевой, но и промышленной державы.

К началу нулевых все относительно стабилизировалось, и для многих период первоначального накопления плавно перетек в построение серьезного бизнеса. Именно в это время и произошла судьбоносная встреча нашей четверки.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Холодным зимним вечером 2003 года мы с супругом подсчитывали остатки наших сбережений, которых явно не хватало до следующей получки. За ужином Тенгиз в который раз сетовал, что руководство не хочет видеть назревшие изменения на производстве и отклоняет все его предложения о внедрении новых технологий. В то время он работал в должности начальника производства на крупном ювелирном заводе. А до этого за его плечами был десятилетний опыт запуска с нуля нескольких успешных ювелирных и часовых производств. Однако каждый раз причиной перехода на другую работу являлось то, что руководители не желали или не могли развиваться теми темпами, которые задавал Тенгиз.

В тот вечер я еще не знала, что неделю назад он встречался со своим старым другом Георгием. Во время встречи Тенгиз выложил все, что наболело: о своих безрезультатных стараниях что-либо изменить на заводе, о давно устаревшей продукции на рынке, о том, что рынок ювелирных часов имеет огромный потенциал, но все его попытки раскрыть глаза руководства на перспективы тщетны.

Георгий, основавший к тому времени уже несколько успешных компаний (в том числе один из первых в России интернет-магазинов), накопивший первоначальный капитал и опыт ведения бизнеса, очень внимательно его выслушал.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Из рассказа Тенгиза мне стало очевидно, что он с радостью занялся бы собственным бизнесом и что у него есть все необходимое для успеха: видение, знание, опыт, желание и главное – огромная страсть и вера в успех.

В то время я как раз находился в поиске нового, интересного проекта. Я типичный «стартапер» – люблю начинать проекты с нуля или подхватывать в самом зародыше. Меня всегда привлекали анализ, выстраивание бизнес-процессов, поиск оригинальных решений и новаторство. И хотя до начала 90-х я думал посвятить себя режиссуре и творчеству, много путешествовал, однако вовремя оценил появляющиеся невероятные бизнес-возможности и в корне изменил отношение к будущему.

Выслушав откровения друга, я потратил всю последующую неделю на поход по ювелирным магазинам и на опрос многочисленных родственников и друзей в поисках информации о золотых часах.

Реальность превзошла все мои ожидания. Плачевное состояние рынка золотых часов, которое описывал Тенгиз, полностью подтвердилось. Дей-

ствительно, на прилавках я увидел продукцию настолько устаревшую, что только люди, сильно влюбленные в золотые часы и в основном старшего поколения, могли закрыть глаза на изъяны продукции.

Для меня стало очевидно, что Тенгиз совершенно прав. Воодушевленный увиденным и почуяв невероятные возможности, я появился в тот вечер в гостях у Тенгиза и Елены.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

В то время мы жили в однокомнатной съемной квартире. После чаепития Тенгиз с Георгием переместились в комнату, а я осталась на кухне мыть посуду. Через некоторое время я вошла в комнату и застала мужчин, сидящих на нашей кровати (там и сидеть-то больше было негде). Они что-то бурно обсуждали – у обоих горели глаза и сверкали улыбки. Меня осенило: сейчас я услышу то, что в корне изменит ход всей нашей жизни. Я присела на краешек кровати, и они начали говорить. Говорили вперемешку, то один, то другой, а иногда и вовсе вместе, говорили со свойственной южным мужчинам эмоциональностью, но из всего сказанного я услышала главное: Георгий и Тенгиз решили основать бизнес по производству и продаже золотых часов.

На шум проснулась дочка Ника и заплакала как раз в тот момент, когда мы втроем думали, как назвать компанию. В жизни ничего не бывает случайным, и этот детский крик тоже оказался глубоко символичным. Ведь крик ребенка – это один из символов рождения новой жизни, а в нашем случае это было символом рождения новой компании. Я стала успокаивать дочку, ласково произнося ее имя – символ победы, успеха и красоты. И тут всем окончательно стало ясно, что именно в этот вечер родилась новая компания. И носить она будет имя Ника.

Рассказывает Тенгиз Саникидзе (совладелец компании «Ника»):

Итак, решение было принято, и мы начали действовать. В моей голове давно созрел план работ, необходимых для запуска производства. Будучи десять лет на рынке, я знал, что одно из ключевых событий в ювелирной отрасли – это ежегодная выставка, которая проходит каждый сентябрь в выставочном комплексе в Сокольниках. Оставалось всего три месяца, и надо было успеть подготовить хотя бы несколько моделей-прототипов часов, чтобы заявить о себе.

Нам не хватало времени и финансов, чтобы арендовать помещение под производство, закупить оборудование и нанять персонал. Поэтому мы

решили отрабатывать технологию и производить первые часы на заводе МЗСС.

Большинство чертежей под новые модели у меня к тому времени уже было готово. Перед нами стояла важная задача – сохранять в строжайшем секрете те идеи и технологии, которые мы воплощали в жизнь. Поэтому часть работ мы выполняли на разных предприятиях, чтобы по отдельным деталям и блокам никто не смог додумать конечную идею нашей продукции.

Была еще одна трудность. Новички на ювелирной выставке могли рассчитывать только на неудачное место, где сложно быть замеченным. Этого мы допустить не могли.

Вообще, вся наша деятельность изобилует примерами того, как мир идет навстречу тем, кто имеет четкую цель и настойчиво движется к ней. И в этот раз мир послал нам на помощь моего старого друга – ювелира Ираклия Анели. Стенд его компании располагался в отличном месте, в одном из лучших павильонов выставки. И он любезно согласился предоставить нам отдельную витрину на своем стенде.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Важность выставки я осознал сразу. Понимал я и то, что создания моделей-прототипов совершенно недостаточно для участия. Необходимы были каталоги, буклеты, дисплеи, реклама в ювелирных изданиях. Второго шанса произвести впечатление у нас могло не быть.

К выставке мы готовили шесть различных корпусов золотых часов, в каждом корпусе планировали сделать по три-пять моделей. В процессе работы я начал понимать, насколько сложно заниматься производством часов. Мне стало совершенно ясно, почему на этом рынке так мало достойной продукции. Оказалось, что для изготовления одного корпуса необходимо от двадцати до сорока пяти разных штампов. Но это еще не все. Нужно было выдерживать четкий температурный режим, а допуски по размерам действительно микронные. Для того чтобы все детали корпуса и часов сложились успешно, требовались филигранная точность и технологичность. И тут десятилетний опыт Тенгиза очень пригодился.

Особое внимание Тенгиз уделил дизайну часов. С одной стороны, это были классические модели, но в то же время они выглядели безупречно и с точки зрения современного дизайна. На российском рынке такие часы не представлял еще никто!

Выставка приближалась. Времени катастрофически не хватало. Нам пришлось купить небольшой полировальный станок, ультразвуковую мойку и верстак. Оборудование установили прямо на кухне у Тенгиза и Елены. По ночам Тенгиз крепил камни в корпуса и полировал их. А Елена освоила

новую для себя профессию – она чистила изделия зубной щеткой, затем промывала их в ультразвуковой мойке, после чего долго смывала черную пасту с изделий, а затем со своих рук и стен.

К сожалению, стремительно начали подходить к концу наши финансовые ресурсы. Начало бизнеса – это как ремонт. Бизнес-план и смета говорят одно, а на деле все выходит в два, а то и в три раза дороже. Поразмыслив, мы решили пригласить в бизнес еще одного участника.



Первые пять корпусов НИКА

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Найти хорошего партнера в бизнесе так же нелегко, как найти свою вторую половину. И также жизненно важно. По прошествии десяти лет могу однозначно утверждать, что одним из секретов успеха «Ники» являются безупречные партнерские отношения.

В то время я работала в туристической компании и моим руководителем был Алексей Богданов. Алексей – тот человек, который в полной мере воспользовался возможностями 90-х, накопив первоначальный капитал, и при этом умудрился позаботиться о своем образовании – получить степень МБА.

Мы дружили семьями. И как-то раз при встрече, в одном из ресторанов, мы рассказали Алексею, чем занимается Тенгиз. Я еще тогда заметила, что слово «производство» оказало на Алексея магическое воздействие. А когда он узнал, что Тенгиз и Георгий ищут еще одного партнера, то сразу же захотел встретиться в своем офисе и узнать обо всем подробнее.

Рассказывает Георгий Мордехашвил

(совладелец компании «Ника»):

К тому моменту мы с Тенгизом были уже практически в отчаянии. Все попытки договориться о партнерстве с возможностью дальнейшего финансирования проекта упирались в полное непонимание, несовместимость взглядов, неверие, а то и в жадность. Сейчас, по прошествии десяти лет, вероятно, многие из тех, кто тогда упустил шанс стать нашим партнером, кушают себе локти. Они с удовольствием повернули бы время вспять. Однако в бизнесе побеждает тот, кто даже в самой невероятной, сумасбродной идее, в ее зародыше, способен увидеть предпосылки будущего успеха. Именно таким человеком и оказался Алексей Богданов.

При встрече он внимательно выслушал наше видение развития бизнеса. Он все время записывал какие-то цифры, вникал в каждую мелочь, при этом не обнаруживая никаких эмоций. В какой-то момент нам даже показалось, что он отнесся к предложению скептически. Тогда мы еще не знали, что это свойственно Алексею – он подходит ко всему прагматично, критически, оценивающе, но никогда не упускает из поля зрения ту нить, которая тянет за собой успех. Масштабное мышление, умение просчитать, предвидеть будущее на несколько шагов вперед и абсолютно верно определить вектор, по которому необходимо идти и развиваться – вот дар, которым Алексей обладает в совершенстве и благодаря которому наша компания впоследствии всегда оказывалась на несколько шагов впереди конкурентов, а иногда даже и наших собственных мыслей и взглядов на будущее.

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

Теперь, когда я оглядываюсь назад в прошлое, то понимаю, насколько магически складывалось наше партнерство. Как будто невидимая сила способствовала нашей встрече во имя важной миссии, о которой в то время мы даже не подозревали.

Был Тенгиз, который осознал, что ему следует строить компанию своей мечты. Была Елена, которая делала первые шаги в своей трудовой деятельности и была готова оказать любую помощь и поддержку любимому мужу. Был Георгий, который к тому времени уже запустил немало успешных бизнесов, однако его явно не удовлетворял их масштаб, да и выстроенные бизнесы давно работали практически без его участия. И, наконец, был я – человек, накопивший первоначальный капитал операциями с ценными бумагами и параллельно занимающийся несколькими мелкими проектами.

Именно тогда я ощущал острую потребность создать что-то масштабное, серьезное, уникальное. И хотя в то время производство было самым

непопулярным и, пожалуй, самым рискованным занятием в России, у меня была мечта именно производить. Было обидно за огромную страну, в основном торговавшую сырьем и оружием.

Обычно я все просчитываю и тщательно оцениваю, но в этот раз меня скорее заразил энтузиазм, с которым Георгий и Тенгиз описывали будущее проекта. Есть хорошая поговорка: пока ты семь раз отмеришь, другой один раз отрежет. В бизнесе иногда возникают ситуации, когда решение нужно принимать не на основе долгого и тщательного анализа, а на основе чутья, интуиции. Буквально на первой же встрече я принял решение стать полноправным учредителем и основателем компании «Ника». Я обязался вложить средства для выкупа своей доли, а так же привлечь при необходимости заемные средства банков.

Но первоочередной задачей для всех нас был успешный старт на выставке, и все ресурсы – материальные, умственные и физические – были брошены именно на это.

Рассказывает Георгий Мордехашвили

(совладелец компании «Ника»):

С появлением Алексея появилось ощущение монолитности и устойчивости в нашей команде.

Мы арендовали на шоссе Энтузиастов свой первый офис – две небольшие смежные комнаты. К выставке мы подготовили шесть моделей в разных по форме корпусах: пять женских моделей – квадрат, ромб, прямоугольник, круг, трапецию – и мужские круглые часы. Во всех моделях был использован механизм «Заря». Тогда этот механизм был самым доступным и подходящим по калибру и по цене, однако впоследствии мы отказались от него, поменяв на кварцевый. Как выяснилось, женщины предпочитают кварцевые часы – они точнее механических, их не нужно заводить, к тому же у них тоньше корпус и выше ударопрочность.

Рассказывает Тенгиз Саникидзе

(совладелец компании «Ника»):

До 25 августа 2003 года, то есть до дня рождения «Ники», когда мы официально зарегистрировали нашу компанию, оставалось всего лишь два месяца. Работа по подготовке к выставке кипела в полную силу.

Георгий буквально ночевал в небольшом рекламном агентстве и вместе с фотографом учился снимать часы с разных ракурсов. Вообще, снимать ювелирные изделия, а тем более часы, очень сложно. Георгию была поставлена задача сделать фотографии наших изделий ничуть не хуже западных.



Ника

Так выглядела обложка нашего первого каталога.

В нем было всего четыре страницы.

Я занимался производством первых моделей. Пришлось подключить все связи и знакомства, которые сложились за десять лет работы в ювелирной и часовой отрасли. К счастью, многие с готовностью откликнулись на мои просьбы и иногда за символическое вознаграждение делали столь ценную для нас работу. Часто заказы приходилось делать неофициально, мы с ребятами трудились после окончания рабочего дня, а то и ночью. Многие из того, что я заказывал, было новым для того времени: как по технологии, так и по технике исполнения. Частенько я объяснял, убеждал, что это возможно. Помню, что на одном предприятии, альтернативу которому найти никак не удавалось, было так холодно, что замерзали и переставали слушаться руки. Но вера в успех была настолько сильной, что помогала преодолевать любые препятствия и неудобства.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Вечер накануне выставки запомнился на всю жизнь. Вчетвером мы «рисовали» наше будущее. Это напоминало собравшихся в круг футболистов перед решающим матчем, дающих клятву сделать все для победы.

Алексей говорил аллегориями про большое, красивое дерево, которое нужно посадить и заботиться о нем, чтобы оно росло и радовало нас. Георгий – о силе дружбы, синергии и мечте сделать самую стильную компанию. Тенгиз описывал наше будущее как мощную, четко отлаженную, инновационную компанию, которая очень быстро покорит сердца и души покупателей.

Я слушала ребят и с каждым новым словом заражалась их настроением. Чувствуя огромную ответственность перед моими руководителями, я в тоже время ни минуты не сомневалась, что справлюсь с задачами, которые мне доверили. Амбициозностью я «болела» еще с детства!

Именно с таким настроением мы и вышли на нашу первую выставку.

Правда, первый мой разговор с оптовым покупателем вышел не очень удачным.

- Девушка, а ваши часы золотые? – спросила покупательница.

- Да, золотые, – уверенно ответила я.

- Какая проба?

- Ммм... Тенгиз, а какая у наших часов проба? – перевела я вопрос на супруга, который стоял рядом.

- Проба золота, а не часов. 585-я, – тихо сказал Тенгиз.

- 585-я проба, – уверенным голосом повторила я девушке.

- Какой механизм в часах? – не отставала та.

- Тен (так я иногда называю супруга), а какой у нас механизм?

- Механизм «Заря». Механика, – прошептал Тенгиз.

- Механизм «Заря», – бодро повторила я.

- Какая примерная цена и минимальная партия?

И только я захотела переадресовать очередной вопрос супругу, как покупательница недоуменно и довольно строго спросила:

- Девушка, а вы вообще зачем тут стоите?

До сих пор испытываю стыд, когда вспоминаю этот разговор. Но любая ситуация хороша, если она чему-то учит. А учились мы тогда на своих ошибках ежедневно.

Кстати, та покупательница стала нашим ключевым клиентом, и нас до сих пор связывают самые теплые, дружеские и партнерские отношения.

Рассказывает Георгий Мордехашвили

(совладелец компании «Ника»):

Итак, я впервые в жизни оказался на ювелирной выставке. Я ожидал, что она окажется самой яркой и элегантной из всех отраслевых выставок, на которых я бывал. Но каково же было мое удивление, когда я увидел форменный совок!

Стенды, в основном стандартной, типовой застройки, выглядели безвкусно, серо и архаично. Мне показалось, что я попал в застойные советские времена. Присматриваясь к каждой мелочи, я удивлялся низкому уровню демонстрации продукции. Именно тогда я пообещал себе, что в будущем наш стенд будет пусть не самым большим, но зато самым стильным и заметным на всей выставке.

Однако масштабы самой выставки меня потрясли: четыре огромных павильона и невероятное количество изделий. Выделиться пятью моделями часов, скромно стоящими в уголке рядом с алмазами и бриллиантами, было задачей не из легких.

К счастью, даже на столь маленьком пространстве никому ранее не известная «Ника» привлекла внимание аж девяти партнеров, которые сделали предварительный заказ на небольшие партии часов на пробу. Они даже не догадывались, что за нами нет пока ни производственных мощностей, ни опыта продаж, и даже фирма была зарегистрирована всего две недели назад.

Эти девять партнеров стали для нас действительно золотыми. Все они отметили стильные корпуса и новаторство представленных моделей. Особенно мне запомнились слова одной посетительницы: «Рынок давно ждал такие часы». Они прозвучали вердиктом и руководством к действию. Мы поняли, что на правильном пути!

Глава II.

ДЕТСТВО

О поисках первого помещения; о формировании команды; о логотипе; о вооруженных до зубов проверяющих и о кодексе акционеров.

Итак, рождение «Ники» состоялось. Как часто любит говорить Тенгиз, «как корабль назовешь, так он и поплывет». И действительно, корабль «Ники», нагруженный командой соратников, стремительно поплыл к намеченной цели. Но есть и другая поговорка: «ни один ветер не будет попутным, если не знаешь, куда плыть». И нашим счастьем было то, что мы прекрасно знали не только, куда плыть, но как плыть и зачем!

Вместе с развалом Советского Союза закрылись почти все часовые и ювелирные предприятия. Многие ценные специалисты и уникальные мастера остались не у дел. Люди потеряли работу, их знания и умения оказались никому не нужны. А что может быть хуже профессиональной невостребованности? Подчас она переносится даже тяжелее нищеты. И как же приятно видеть загорающуюся искру надежды в глазах людей, когда им предлагают достойную работу в молодой дерзкой компании, хорошую заработную плату, а главное – возможность приложить свои бесценные знания и опыт. Возможно, только ради этого одного и стоило создавать «Нику».

Оглядываясь назад, сложно понять, как нам удалось сделать столь многое за первый год существования нашей компании. В специализированной литературе это объясняется тем, что когда есть ясная цель и желание ее осуществить, у людей открываются поистине безграничные возможности, которые подчас граничат с чудом. Но одно дело – когда читаешь про это в умных книжках, а другое – когда сам становишься творцом истории.

Рассказывает Георгий Мордехашвили

(совладелец компании «Ника»):

Сразу после выставки был разработан бизнес-план на ближайший год. Во-первых, мы решили, что нужно закупить оборудование и максимальное количество операций производить своими силами. Во-вторых, начали поиск помещения под производство и офис. В третьих, составили список необходимых сотрудников и специалистов.

Начался ежедневный, рутинный труд. Дел было хоть отбавляй, но когда есть цель, видение и желание, работается легко и с удовольствием.

Радовало все: поиск площади, закупка оборудования, беседы с будущими сотрудниками, придумывание новых технологий и моделей. Чувство наслаждения и удовлетворения тех дней вспоминается с трепетом до сих пор.

Рассказывает Виктор Мурышкин

(заместитель генерального директора по техническим вопросам):

2005 год оказался последним в истории гиганта отечественной часовой промышленности – часового завода «Слава». Я проработал на нем более двадцати пяти лет, и было горько смотреть, как наш завод (как и все заводы бывшего Союза) безжалостно уничтожали. Постепенно избавлялись от уникального оборудования, сокращали производство и кадры – профессиональных, высококвалифицированных работников. В финале и корпуса завода сравнили с землей.

Передо мной встала задача: что дальше? И тут судьба послала мне Тенгиза. Мы долго беседовали, он рассказывал о своих грандиозных планах, которые показалось мне тогда «фантазиями». Но кто хоть раз беседовал с Тенгизом, тот знает, как он умеет завораживать своими идеями – у него всегда «можно через нельзя», огонь в глазах и постоянный поиск чего-то нового и необычного. Тенгиз познакомил меня со своими партнерами: Георгием – на первый взгляд, слегка «бесшабашным авантюристом» с большими амбициями и верой в свое дело, Еленой – невероятно умной, новаторской и неутомной, и Алексеем – прагматичным, уравновешенным, с холодным острым умом и трезвым расчетом.

Говорят, что первое впечатление обманчиво, но с ними, кажется, я не ошибся. Эта мушкетерская, гармонично сложившаяся четверка, с лозунгом «один за всех...» была способна сдвинуть горы. После нашей встречи я вынес главное: «Мы тебе верим! Если ты с нами – дерзай!» Я не мог не принять это предложение. И был готов отдавать свои знания и опыт этим людям, этой компании.

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

Поиски помещения привели нас на улицу со звучным названием Цюрупа в дом под номером тринадцать. Полуподвальное пространство в двести двадцать квадратных метров показалось нам подходящим. Арендаторы, владельцы частной аптеки, находившейся в том же здании, оказались очень приятными людьми. Помещение, которое они нам предоставили, ранее использовалось под аптечные склады и лаборатории.



Помещение на ул. Цюрупы

Тенгиз занялся планировкой будущего производства, а мы – обустройством офиса. Мы закупили станки, оснастку, мебель, компьютеры. Вскоре выяснилось, что лучше всего оборудование для производства покупать в Турции.

В феврале 2004 года я, Георгий и Тенгиз поехали в нашу первую командировку в город Стамбул. Поездка получилась насыщенной и интересной. Мы не только заказали все необходимое оборудование, но и посетили множество работающих ювелирных предприятий. Тенгиз отметил, что, конечно же, культура производства в Турции выше, чем в России, да и объемы несравнимо выше. Однако то, что задумано им, превзойдет увиденное – как по масштабам, так и по уровню.

Кстати, хотя с тех давних пор наш парк станков и оборудования вырос в разы и сильно обновился, многое из того, что мы закупили тогда в Турции, верой и правдой служит нам по сей день.

Рассказывает Дмитрий Кузьмин

(заместитель генерального директора по производству):

Я познакомился с Тенгизом, когда работал на МЮЗе. Как и другие заводы, МЮЗ находился в то время в состоянии шока: прошла волна сокращений, производственные площади сдавались в аренду, велась интенсивная распродажа оборудования. Именно во время одной из таких распродаж и появился на заводе Тенгиз. Он приобрел прессы и попросил меня оказать помощь в установке и запуске оборудования. На второй день работы я прозвал Тенгиза «мозговой центр» и «генератор сумасшедших идей». Когда он рассказывал, что хочет сделать, мое заводское или, скорее, советское недоверчивое сознание приходило в полное изумление. По завершении работы Тенгиз пригласил меня в свою команду. И я даже не представлял, как круто меняю свою жизнь.

Елена Хитрина тогда училась в институте, но как человек разносторонний и любопытный, часто бывала у мужа на работе. Она не только смотрела, но и помогала – чуть ли не ежедневно придумывала новые артикулы и даже пробовала свои силы на производстве – ее коньком была алмазная грань. Вообще все, за что Лена бралась, она делала с таким азартом и самоотверженностью, что успех был гарантирован. И потом она очень искренний человек – увлекала и заражала энтузиазмом даже матерых спецов.

Когда я увидел Георгия, то я решил, что он то ли приехал со средиземноморского курорта, то ли собирается туда – в модной пестрой «гавайке», белых джинсах и мокасинах. Честно, он не производил впечатления серьезного человека, но, как говорится, по одежке встречают, а по уму провожают. И в этом я убедился на все сто. Он все время демонстрировал нам «театр одного актера», с блеском играя роли организатора, маркетолога, экспедитора, охранника перевозимых изделий и многие другие.

Встреча с Алексеем была не первой, но запомнилась именно она. Мы бурно обсуждали способы обработки корпуса часов после штамповки и другие технологические приёмы. Алексей внимательно слушал. Мы спорили, предлагали, углублялись в детали, возвращались к началу и вдруг Алексей задал пару вопросов. Было удивительно, что далекий от производства человек так чётко расставил приоритеты и важность происходящего. Буквально через мгновение было совместно принято правильное решение.

В тот момент я убедился, что квартет учредителей играет в унисон, и каждый – на своём инструменте.

Рассказывает Георгий Мордехашвили

(совладелец компании «Ника»):

С приходом турецкого оборудования мы принялись налаживать производство золотых корпусов. Однако на первом этапе штампы приходилось заказывать на стороне – для их самостоятельного производства требовалось самое совершенное и дорогостоящее оборудование, покупку которого мы смогли позволить себе лишь год спустя. Также мы закупали на стороне механизмы, ремни для часов, заводные головки, циферблаты, коробки и первые дисплеи для выкладки часов в магазинах. Однако нас не устраивали ни качество закупаемых комплектующих, ни цена. Поэтому было принято совместное решение отправить меня в Гонконг для заключения контрактов на поставку комплектующих и рекламных материалов.

Весной 2004 года я впервые оказался в Гонконге. Я был потрясен городом. Столица мировой торговли, крохотный островок и небольшая материковая часть, соединяющая Китай с остальным миром, напоминала мне Вавилон, говорящий одновременно на сотне разных языках.

За неделю мне удалось заключить множество жизненно важных для нас контрактов и вернуться в Москву с тремя огромными чемоданами, полными образцов и каталогов. После этой поездки мне еще несколько раз приходилось летать в Гонконг, и большинство партнеров, с которыми мы наладили отношения в то время, по-прежнему работают с нами.

Рассказывает Александр Козлов

(заместитель генерального директора):

Я проработал на заводе МЗСС более двадцати лет. В советское время МЗСС производил заготовки ювелирных изделий практически для всех ювелирных заводов СССР. Но с его распадом заказы сократились до девяноста процентов. Многих сотрудников уволили, кто-то перешел на четырехдневную рабочую неделю, большая часть специалистов убивала рабочее время за игрой в домино или сном за печами для отжига металла. Многолетнее бездействие приводило к потере квалификации. Доходило до того, что при заказе продукции невозможно было вновь наладить ее выпуск, так как технология существовала, а специалисты были уволены из-за безработицы. В это время и я познакомился с Тенгизом. И «Ника» поистине оказалась для меня глотком свежего воздуха.

Тенгиз поручил мне наладить штамповочное производство. Соскучившись по настоящей творческой работе, я ушел в нее с головой. Вначале мы выпускали только пять базовых моделей корпусов. Но Тенгизу пришла идея прикрепить ушки к двум противоположным углам квадрата. Эта, на первый взгляд, несложная манипуляция дала нам корпус в форме ромба, который до сих пор остается одним из самых популярных.

Работы было невпроворот, но она радовала. Иногда мы оставались до ночи и вместе с Тенгизом проводили испытания новых идей. Вскоре нам удалось добиться резкого сокращения времени на производство и мы вышли на две тысячи корпусов в месяц. Считаю, что именно в этот момент закончился первый этап становления производства «Ники».

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

В то время мы были похожи на небольшую семейную фирму, где каждый мог заниматься решением любой стоящей перед нами задачи. Помимо всего прочего я (под чутким руководством Алексея Богданова) занималась продажами.

Мы закупили несколько специальных коробок для презентации часов и объезжали ювелирные магазины. Большинству магазинов наша продукция нравилась, но все равно на убеждение уходило очень много сил и энергии. Люди сомневались, и их можно было понять – фирма молодая, совершенно им незнакомая, никто не мог дать гарантий, что мы не закроемся в ближайшее время, как это происходило в те годы с большинством производств России. Однако радовало то, что получаемые нами заявки во много раз превосходили наши скромные производственные возможности того времени, стимулируя наше дальнейшее развитие.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Со временем мы все же пришли к разделению функций и обязанностей каждого из нас. Алексей взял на себя кураторство финансового блока, безопасности и вопросы кадровой политики. Елена отвечала за продажи. Тенгиз полностью сосредоточился на производстве. А мне оказались близки маркетинг, информационные технологии и экономический блок.

Такая необычная структура – без генерального директора и типичной иерархической структуры – существует в «Нике» до сегодняшнего дня, хотя, конечно же, во многом видоизменилась.

По теории, изложенной в моей любимой книге Исхака Адизиса, нет в мире человека, который обладает набором всех качеств для успешного ведения бизнеса. Адизис считает это невозможным, так как черты характера и навыки разных типов людей часто взаимоисключающие.

Я убежден – именно благодаря тому, что все учредители «Ники» совершенно разные по характеру и навыкам люди, и состоялся крепкий, взаимодополняющий союз, который вылился в синергетический эффект. Он и по-

зволил создать коллектив, состоящий из профессионалов своего дела.

Конечно, поначалу между нами происходила определенная «притирка» – споры и мелкие конфликты, однако каждый из нас был корректен и мы старались понимать друг друга и уступать.

В дальнейшем нами, акционерами, был принят необычный документ – «кодекс акционеров компании «Ника». Он свел к нулю практически все конфликтные моменты. Но о нем я расскажу позже.

Рассказывает Ирина Вязовецкова (главный бухгалтер):

Я пришла работать в компанию в 2004 году на должность главного бухгалтера. Первое время было трудно всем, особенно нашим учредителям. Мы проводили много времени на работе. Дым стоял коромыслом: постоянные совещания, обсуждения, планы, споры. Иногда до десяти-одиннадцати часов вечера. А руководители оставались еще и за полночь. Но обстановка была дружеская. Всегда можно было найти поддержку и понимание. Что хочется отметить, так это умение слушать и слышать друг друга. Не было авторитарного руководства. Всегда присутствовало уважение к мнению оппонента. Не было грубости, а лишь мягкая интеллигентность и внимание друг к другу. И это все очень подкупало, потому как на предыдущей работе у меня был другой опыт. Хотелось работать в полную силу, было ощущение причастности. Я радовалась любой победе нашей компании. И частичка моего сердца навсегда принадлежит «Нике».

Рассказывает Тенгиз Саникидзе (совладелец компании «Ника»):

Никогда прежде я не чувствовал себя таким счастливым, как в период становления «Ники». На моих глазах воплощалась в жизнь моя мечта. И хотя в процессе работы возникало все больше трудностей и задачи становились сложнее, радовало то, что каждая задача имела свое решение и каждое из таких решений делало нас еще сильнее.

Мы росли не по дням, а по часам. Почти каждый месяц мы приходили к владельцам аптеки и просили у них новые площади. Сначала аптекари радовались, что мы готовы занять любые, даже самые непригодные для деятельности территории (в какой-то момент мы даже умудрились буквально вырыть несколько комнат под различное оборудование). Однако очень скоро и мы и владельцы аптеки поняли, что расширяться уже некуда.

Хотя мы старались, чтобы сотрудники чувствовали себя максимально комфортно (строили дополнительные вентиляционные шахты, устанавлива-

ли кондиционеры везде, где это возможно), однако надо признать, что условия были далеки от идеальных. Можно считать героями тех сотрудников, которым приходилось тесниться. Я думаю, они шли на это исключительно из любви к своей профессии и компании. Да и потом все понимали, что очень скоро «Ника» наберет серьезные обороты и позволит себе площади намного просторнее и комфортнее.

А пока, в течение трех лет работы на улице Цюрупа, мы увеличили занимаемую нами площадь с двухсот двадцати до восьмисот пятидесяти квадратных метров, а число сотрудников достигло ста пятидесяти человек.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Тем временем настала пора готовиться к нашей первой самостоятельной выставке. Это было очень ответственное событие – первый стенд, возможность заключить долгосрочные контракты с оптовиками и главное – региональные покупатели. Ведь зачастую менеджерам приходилось по телефону убеждать регионы, что «Ника» – именно тот товар, которого не хватает на их прилавках. В то время не так хорошо был развит интернет – даже отправить фотографию иногда не представлялось возможным.

К тому времени у наших часов уже был свой четко выраженный стиль, изначально заданный Тенгизом. Ему удалось найти практически идеальное сочетание классического стиля и современных линий, поэтому часы не смотрелись старомодными, но в тоже время были выдержанными и с традиционными корнями.

Как я уже рассказывал, лучшие места на выставках достаются крупным компаниям, которые уже давно на рынке и имеют сложившиеся отношения с организаторами. Поэтому наш первый стенд располагался вполне скромно и имел площадь всего в шестнадцать квадратных метров. Мы понимали, что малую площадь и не самое лучшее место мы должны компенсировать стильностью стенда, лучшей продукцией и самоотверженной работой наших менеджеров.

В моей памяти еще жили воспоминания о первой выставке, на которой стенды были очень низкого уровня, и я много времени проводил в интернете, просматривая стенды базельской часовой выставки. С каким размахом и вкусом их оформляли! И еще я обратил внимание на то, что большинство стендов были в черно-белых тонах и в стиле минимализма.

Мне всегда нравился черно-белый стиль в одежде и минимализм в дизайне, да и кроме того ни одна российская часовая компания не делала ничего подобного. К тому же черно-белый стиль идеально подходил для презентации – он не отвлекал внимание потребителя от продукции.

Забегая вперед, скажу, что черно-белый стиль прижился в «Нике» настолько успешно, что мы не меняли его вплоть до 2010 года, когда появился темно-синий цвет.

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

Авторство первого логотипа «Ника» принадлежит неизвестному художнику. Мы заказали наши первые циферблаты для часов в одной из западных компании и в техническом задании указали только название «Ника», так как никакого логотипа у нас тогда еще не было. Каким образом подобрал западный дизайнер шрифт к названию Ника – до сих пор остается загадкой. Однако мы все согласились, что написание очень удачное. Тем более, альтернативы, которые предлагали другие дизайнеры, нам не нравились.



Первый логотип НИКА

Что касается изображения богини, то самое первое изображение было найдено Георгием в интернете и им же стилизовано с помощью фотшопа. Чуть позже, когда мы заказали дизайнерам разработку нового логотипа, мы отказались от картинке богини и приняли за логотип стилизованную богиню Нику.

А вот написание, как я уже говорил, сохранилось вплоть до полного ребрендинга, то есть до 2010 года.

Кстати, у Георгия есть особый дар видеть то, что для других остается незамеченным. Он утверждал, что наш логотип, если смотреть на него издалека, напоминает знаменитого зайца из «Плейбоя».

А еще всем запомнился случай, когда дизайнеры подобрали для фотосъемки часов фон из красивых композиций абстрактной формы. И когда снимки были представлены Георгию на утверждение, то он изумил всех вопросом: «А к чему тут силуэт Гитлера?» И действительно, когда мы присмотрелись, то заметили совершенно случайно нарисованный, но отчетливый силуэт Гитлера.

Рассказывает Виталий Дмитрук (директор департамента продаж):

В 2004 году в компании работало три менеджера по продажам. Производство наращивало обороты, и нужно было искать клиентов. Иногда мы даже оставались ночевать в офисе, чтобы рано утром пообщаться с клиентами, которые живут на Дальнем Востоке.

Постепенно компания росла, штат менеджеров тоже рос, продукции очень часто не хватало. У нас даже было своеобразное расписание, когда ходить на склад для отборок. И если модели, которых мы давно ждали, поступали на склад, то они делились поровну между менеджерами. Да-да, это сейчас менеджер в офисе не прикасается к продукции, а раньше мы сами делали отборки, упаковывали товар, собирали посылки и передавали службам доставки.

Помню, мы с Еленой, уже тогда руководителем отдела продаж, анализировали наши продажи (в то время это было семь-десять миллионов рублей в месяц) и мечтали, что когда-нибудь у нас в день будут такие продажи. И эти мечты очень скоро воплотились в реальность.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

За месяц до выставки мы напечатали две тысячи каталогов и отправили по почте клиентам. Чтобы составить список этих клиентов, нам пришлось немало попотеть. Но мы знали, что и этого мало – обязательно нужен личный контакт со всеми, кто получил каталог. Дело оказалось нелегким, так как в России семь часовых поясов и в некоторые регионы приходилось звонить далеко за полночь. Поэтому было принято решение на несколько дней перед выставкой полностью изменить график работы менеджеров и перевести их в

ночную смену. Это было весело! Клиенты были в шоке от того, что им в такое время звонят из Москвы, настойчиво предлагают ознакомиться с каталогом и обязательно посетить стенд «Ники» на выставке.

Мы работали по ночам, а днем отвечать на звонки клиентов мы поручили Георгию. В тот период времени производство не успевало за нашими заказами, и, к сожалению, нам случалось подводить клиентов по срокам. Некоторые звонки были достаточно недружелюбными. Мы-то уже привыкли сглаживать острые углы, а для Георгия это оказалось полным сюрпризом. Помню, как на второй день общения с клиентами он в полном отчаянии позвонил мне (вернее сказать разбудил меня своим звонком – я спала после очередной бессонной ночи) и прокричал в трубку: «Лена, они все озверевшие! Кричат, требуют товар! Отчитывают как мальчишку! Приезжайте быстрее, хоть кто-нибудь!»

Все же продавцы – эта особая каста, и здесь нужны специальные навыки, огромная выдержка, терпение и напористость. Навыки, которыми я сама и весь наш состав овладели не сразу.

Рассказывает Тенгиз Саникидзе (совладелец компании «Ника»):

На рынке золотых часов традиционно сложилось так, что все компании-производители при ценообразовании исходили исключительно из веса золота, идущего на изделие. Прайс-листы были составлены по цене за грамм. То есть если в часах вес золота составлял 10 грамм, то при цене 1000 рублей за грамм отпускная стоимость часов составляла 10000 рублей. Цена совершенно не зависела от того, как выглядела сама модель часов.

Нам это показалось нонсенсом. Во-первых, трудозатраты на разные модели были совершенно разными. Во-вторых, обидно было оценивать изделия, в которые вложены труд и душа людей, как кусок металла. Поэтому с самого начала мы решили сломать эту исторически сложившуюся «традицию» и для каждой модели определяли стоимость индивидуально, исходя из трудозатрат, а также оригинальности самой модели. И уже в последнюю очередь при калькуляции учитывали золотую составляющую часов.

Вначале клиентам было очень сложно привыкнуть к данному новшеству, однако со временем мы смогли убедить их в верности такого подхода к ценообразованию и сегодня уже никто и не помнит, что до появления на рынке «Ники» цену за золотые часы определяли, исходя исключительно из золотой составляющей корпуса.

Рассказывает Георгий Мордехашвили

(совладелец компании «Ника»):

За два дня до выставки, когда нам оставалось только застроить стенд, произошло событие, которое поставило под вопрос само наше участие. Мне позвонила менеджер по маркетингу и чуть ли не со слезами сообщила, что организаторы выставки настойчиво предлагают разместить рекламу за большие деньги и в очень невыгодном для нас месте. Я сразу поехал на место, чтобы разобраться.

На стенде я застал менеджера, выслушивающего, как провинившаяся школьница, стоящую напротив женщину. Тогда я не знал, что организаторы выставки – супружеская пара Рыбаковых – очень известные и влиятельные на ювелирном рынке люди. И эта женщина как раз и есть Елена Павловна Рыбакова.

Я сообщил ей, что эта реклама коммерчески невыгодна и мы от нее отказываемся. На что получил резкий ответ: «Если вы отказываетесь от наших условий, то больше на этой выставке выставляться не будете». И хотя я был совершенно корректен и вежлив, ведь в любом случае передо мной стояла женщина, произошел серьезный конфликт.

В отчаянии я позвонил Тенгизу, который уже давно был знаком с Александром Владимировичем Рыбаковым. Тенгиз пообещал попытаться сгладить конфликт. Примерно через полчаса он перезвонил. Со слов Александра Владимировича, его супруга была в ярости от того, как я вел с ней беседу. Она сказала, что я ругался на нее последними словами и даже лез драться.

Я был в шоке. Ничего подобного не происходило – и тому была свидетелем наш менеджер – но мы с Тенгизом договорились, что принесем извинения за произошедшее и согласимся на условия выкупа рекламы. Нам разрешили участвовать в выставке, но мне было категорически запрещено появляться на глазах у Рыбаковых.

Рассказывает Тенгиз Саникидзе

(совладелец компании «Ника»):

Конфликт, пожалуй, был единственным досадным событием. В остальном же все прошло безупречно. Наш стенд выгодно отличался от всех других стендов. На черном фоне выделялись три яркие, качественно сделанные, огромные фотографии часов. Их невозможно было не заметить, и почти все останавливались и рассматривали нашу продукцию, выставленную в пяти больших стеклянных кубах на черных и белых подставках. Такие подставки в те времена тоже были новшеством и привлекали особое внимание посетителей.



Стенд НИКИ

Этим стендом Георгий наглядно продемонстрировал свои любимые слова – «все, что мы делаем, должно быть эффективно и эффектно».

Что касается истории с Рыбаковыми, то ближе к следующей выставке Георгий с огромным букетом цветов отправился поздравлять с днем рождения Александра Владимировича.

До сих пор не знаю, как ему это удалось, но после той встречи наши отношения с Рыбаковыми в корне изменились. Мы подружились, и долгие годы «Нике» доставались одни из самых лучших мест на выставках.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

В дальнейшем для оформления наших стендов мы очень часто привлекали профессиональных фокусников и иллюзионистов. Огромный вклад внес талантливый иллюзионист Рафаэль Циталашвили вместе со своей коллегой и супругой Еленой Вайман. Часто бывало, что перед выставкой супружеская пара неделями работала вместе с нами над проработкой очередной эффектной иллюзии, которая впоследствии никого не оставляла равнодушным.

К большому нашему сожалению Рафаэль Циталашвили ушел из жизни, но он оставил светлую память о себе: своими человеческими качествами, своим безграничным талантом, граничащим с магией. К счастью для нашей компании начатое супругами дело продолжает Елена, и продолжает достойно. Практически не один наш стенд не обходится без ее оригинальных идей и разработок.

Рассказывает Тенгиз Саникидзе (совладелец компании «Ника»):

Георгий очень любил собирать на больших совещаниях у себя в кабинете креативную команду и устраивать мозговые штурмы. На одном из таких мозговых штурмов у Алексея Богданова появилась идея организовывать на выставках зал продаж по типу супермаркета, где оптовые покупатели будут ходить с корзинами и тележками и прямо с висящих на стенках крючков собирать в корзину изделия, потом проходить к специальному лазерному считывателю и с его помощью пробивать отобранный товар. Далее товар попадал на упаковку и отправку.

Система оказалась настолько успешной, что сохранилась в нашей концепции продаж на выставках по сей день. Клиенты оценили удобство и наглядность отборки, а мы в свою очередь поняли, насколько важно, когда человек сам отбирает товар в свою корзину. Впрочем, даже без всяких хитростей товара на выставках все время не хватало. И особенно это касалось новинок. Они сметались со стен нашего супермаркета практически в первый день выставки.



Супермаркет на выставке JUNWEX 2008

Забегая чуть вперед, скажу, что из года в год наши стенды росли и дополнялись всякими инновационными элементами дизайна. Помимо размаха (последние несколько лет мы занимаем не менее двухсот пятидесяти квадратных метров и расположены на двух этажах), стенды настолько заметные и яркие, что посетители выставки взяли за правило назначать встречи именно у наших стендов, так как их всегда легко заметить. В 2008 году организаторы выставки ввели специальную номинацию «за лучший стенд» и наградили им нашу компанию.

Рассказывает Ирина Сморжевская

(генеральный директор розничной сети):

Однажды на входе в ювелирную выставку в Сокольниках я увидела очаровательного белокрылого ангела, вслед которому хотелось обернуться. Я отметила для себя оригинальность идеи для промоушена и пошла дальше изучать окружающую обстановку. Таких интересных стендов, какие сейчас можно увидеть на выставках, я не помню. Но зато помню, что буквально замерла у аквариума с часами. Зрелище было завораживающее. Когда ко мне вернулся дар речи, я опять увидела того самого белокрылого ангела. Оказалось, я на стенде «Ники»!



Промоутеры НИКА на выставке JUNWEX

Так судьба свела меня с «Никой». Увиденное настолько сильно впечатлило меня, что я решила пройти собеседование в «Нике». После собеседования я вышла с огромным желанием работать в этой компании. А когда подошла к машине, то поняла, что буду здесь работать. Машина была закрыта со всех сторон, без вариантов выезда. Я приняла этот факт за жизненный знак и в этот же день уехала из города с чувством, что я нашла, наконец, свою работу, несмотря на слова руководителя, что я первый показанный кандидат и что результат будет известен через неделю. Оказалось, что чувство меня не подвело.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

После выставки все собрались в подвальчике отметить первый год работы компании. Все было скромно: бутерброды, нарезка, зелень, спиртное – шикарные корпоративы были еще впереди. Но обстановка была очень теплая, домашняя. И каждый чувствовал, что вложил кусочек своей души в общее дело.

Благодаря заметному стенду и блестящей слаженной работе менеджеров по продажам, заказов на выставке было получено столько, что мы даже испугались за взятые на себя обязательства.

Мы понимали, что для удовлетворения спроса, во много раз превышающего наши возможности, нам предстоит огромный труд. Однако именно эта миссия – быть востребованным на рынке и удовлетворить эту потребность сполна – и придавала нам невероятные силы.

Рост, который переживала наша компания в первые годы нашей деятельности, можно смело назвать еще одним невероятным чудом. Если в начале 2004 года мы выпускали около 200 изделий в месяц, то сразу после первой выставки, то есть к концу 2004 года, было уже 800 изделий. В 2005 году эта цифра равнялась 2000 изделий, а в 2006 году – 5500 изделий. Такой рост требовал невероятных усилий.

Наш коллектив тоже рос как на дрожжах. Так как места у аптекарей нам категорически не хватало, было принято решение арендовать часть площадей под офис в здании на улице Большая Черемушкинская. Это было очень сложное и болезненное решение. Наш коллектив был настолько сплочен, что от подобного разделения было ощущение, будто резали по живому. Возникли и проблемы с коммуникацией. Через некоторое время всем стало очевидно, что компания будет расти и дальше и это решение сугубо временное. Нужно было искать площадь, где мы будем находиться все вместе и где будет большой задел на развитие. Но до переезда в наш «Домик» на улицу Речников оставалось почти два года!

Рассказывает Наталья Бирюкова

(руководитель отдела складской логистики):

Лично для меня годы работы на улице Цюрупы сравнимы с жизнью большой дружной семьей в коммунальной квартире: у каждого есть своя комнатка, все друг у друга на виду, но при этом все понимают, что хочется отдельных квартир и новых возможностей для развития. Я прекрасно помню особый дух, который царил в «Нике» в то время. Приходилось работать в тесноте, зачастую не хватало комплекующих, людей, финансов... Но, несмотря на объективные трудности, все были заряжены энтузиазмом.

Если знаешь, как все начиналось, по-особому смотришь на перемены, больше их ценишь, понимаешь, что во все вложен труд, усердие и, конечно же, душа. И, что интересно, это чувствуют не только сотрудники и клиенты, но и конечные покупатели.

Когда меня раньше спрашивали, где я работаю, приходилось объяснять, что в производстве и оптовой продаже декоративных часов «Ника» – именно такая надпись была на бирке. Зато теперь при упоминании «Ника» не возникает вопросов. С первого дня работы в компании я автоматически обращаю внимание на руку человека. Несколько лет назад на встрече одноклассников увидела наши часы на руке у парня. Спрашиваю: «Ну и как часики?» И получаю в ответ: «Отличные!» Мне стало очень приятно, что я причастна к этому большому делу.

Рассказывает Георгий Мордехашвили

(совладелец компании «Ника»):

Отдельно хочется отметить зародившуюся в то время традицию организаций всякого рода обучения для сотрудников, которое настойчиво внедрял Алексей Богданов. Несмотря на нехватку финансов, он не уставал объяснять важность таких тренингов. Именно в ту пору благодаря его стараниям мы познакомились с книгой «Семь навыков высокоэффективных людей» и провели ряд тренингов по методике Стивена Кови. Сейчас нам очевидно, какое благоприятное влияние эти занятия произвели на развитие нашей компании.

Однако мы не только учились, но и отдыхали. Приведенное ниже фото было снято на праздновании трехлетия компании. И оно точно передает дух, который царил в коллективе «Ники» в то время. Начало того августовского дня было ясным и солнечным. Но к вечеру совершенно неожиданно, словно испытывая нас на прочность, природа разразилась проливным дождем. Однако это никого не смутило и веселье продолжилось с еще большей силой. Дождь длился всего несколько минут, а потом облака опять рассеялись и на небе появились три – именно три – яркие, красочные радуги. Это было глубоко символично, ведь мы как раз отмечали трехлетие компании. В нашей памяти эта картина живет до сих пор.



Тренинг для сотрудников компании НИКА



Третий день рождения компании НИКА



Третий день рождения компании НИКА

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

В 2006 году нас совершенно неожиданным образом коснулась политика. Тогда резко ухудшились отношения между Россией и Грузией и началась поголовная проверка компаний, где фигурировали выходцы из Грузии и любые граждане России с грузинскими фамилиями.

В один прекрасный день к нам нагрянули вооруженные до зубов проверяющие – «маски-шоу», как их тогда называли. Всех сотрудников выстроили вдоль стен и начали опечатывать помещения и склады. Особое внимание проверяющие уделяли золотым изделиям, заготовкам и, конечно же, документам.

Я и Георгий в это время находились в офисе на Большой Черемушкин-

ской, о существовании которого первые проверяющие (потом были вторые и третьи, уже более осведомленные) не знали. Поэтому общаться с ними вышел Тенгиз. Он не выразил никакого протеста и просто попросил дать сотрудникам мирно разойтись и все вопросы задать ему лично.

Вскоре Тенгизу стало понятно, что проверяющие пришли разоблачать грузинский подпольный цех. Но наше производство хоть и было подпольным (так как находилось в подвальном помещении), но по всем документам являлось совершенно легальным и официальным. Каково же было удивление сотрудников УБЭП, когда им стало ясно, что среди ста пятидесяти работников «Ники» грузинами являются только два человека – Георгий и Тенгиз, оба граждане России, давно проживающие в Москве. Более того, когда Тенгиз повел их по идеально чистым, оборудованным цехам и начал рассказывать о технологическом цикле, то проверяющие окончательно сдались. Да-да, это была полная капитуляция мощной государственной структуры, вооруженных до зубов людей перед небольшой компанией, которая впечатляла тем, что была одержима своей идеей производить часы, поддерживая Россию как производственную державу, и давать людям работу. И это невозможно было не почувствовать, не оценить!

В результате ребята из УБЭП извинились и, пожелав нам всяческих успехов, мирно удалились.

К сожалению, следующие две проверки оказались менее дружелюбными и пришлось воспользоваться стандартными для того времени механизмами улаживания проблем. Однако нам запомнились те грозные ребята с автоматами в руках и в масках, сердца которых были полностью растоплены нашей любовью к тому, что мы создавали.

Рассказывает Виталий Дмитрук (директор департамента продаж):

До «Ники» я работал в нескольких компаниях, где часто задерживали зарплату. Конечно, в те смутные времена на это были объективные причины – компаниям не хватало оборотных средств. «Нике», молодому производственному предприятию, будучи на этапе бурного роста, тоже постоянно не доставало «оборотки». Но что удивительно, руководство никогда не задерживало выдачу зарплат сотрудникам. Помню случай, когда прошли закупки металла и оборудования, и как раз подошел день полочки. Я знал, что денег в компании нет. «Ну, – думаю, – сегодня нам не светит». Но к моему изумлению руководители компании попросили денег в долг у своего знакомого и вовремя выплатили зарплату. Тенгиз тогда сказал мне, что сотрудники имеют самую высокую ценность и руководство никогда не позволит себе поступить с ними нечестно. И до сих пор они держат свое слово. За девять лет работы в «Нике» я не могу вспомнить случая, когда нам задержали зарплату.

Рассказывает Эдита Сапрыгина (главный бухгалтер):

Я очень люблю свою работу и коллег, которые меня окружают, люблю наш уютный домик на Речниках, который стал вторым родным домом. На самом деле воспоминаний, связанных с «Никой» очень много и все они чистые, светлые, добрые и порой щемящие сердце. Но были и курьезные случаи.

Дело было в офисе на улице Цюрупы. Перед сдачей годового баланса мне пришлось задержаться на работе где-то до десяти вечера. Подхожу к двери на выход, а меня заперли. Более того – на окнах и двери стоят решетки. Звоню охране – трубку никто не берет. Подошла к двери, начала стучать по ней дыроколом – тишина. И только где-то через час услышала за дверью голоса – это наша охрана проходила с дозором. Я к двери – и давай грохать кулаком! Ребята сами напугались, извинились, выпустили меня.

Рассказывает Елена Сватикова (заместитель генерального директора):

Однажды у меня возникли разногласия с руководителем одного из подразделений, которое курировал тогда Алексей Богданов. Когда я поделилась с ним, что вынуждена соглашаться с целым рядом ограничений, он неожиданно сказал: «А зачем соглашаться?» Тогда это стало для меня сигналом: отстаивай, добивайся, неси ответственность!

С того момента такой подход стал нормой моей жизни.

Георгий называет историю «Ники» историей любви. А для меня «Ника» – еще и история свободы. Свободы творчества и отстаивания своего взгляда. Годы работы на планете «Ника» – это годы возрождения моего творческого потенциала, столь не востребованного раньше, и опыт успеха, столь важного для самоощущения.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Мы были похожи на большой пчелиный улей. Люди бегали как заводные и создавалось ощущение, что дверей в кабинетах просто не существует. За день приходилось обзванивать до полусотни клиентов. И хотя был огромный дефицит товара, мы знали, что рано или поздно наступит момент, когда научимся производить больше, и боролись за каждого нового клиента.

Одни соглашались выкупать небольшие партии часов сразу, другие брали на пробу с отсрочкой платежа на месяц. Мы не имели роскоши отдавать

товар на реализацию – это требовало огромных оборотных средств. Но естественно никому не говорили истинную причину. Просто декларировали, что верим в наш товар, верим в отличные продажи и отгружать будем только тем, кто платит деньги сразу или максимум с отсрочкой в месяц. И это работало!

Помню смешной и вполне типичный случай моего общения с клиентом:

- Здравствуйте, Марь Васильевна. Это Лена Хитрина, компания «Ника».

- Здравствуй, Леночка.

- Марь Васильевна, звоню узнать, как у вас идут продажи. Может, надо что-нибудь докупить?

- Леночка, милая, продаж нет! Ваши часы как гвоздем прибили. Не берут. Лежат все нетронутые. Позвони через месяц, родная. Может что-то и продадим.

- Марь Васильевна, вы у нас покупали пятнадцать штук. Неужели ни одни часы не продались? Может, модели заменить?

В трубке было слышно, как Марь Васильевна стучит каблуками, открывает дверь и кричит:

- Ритуль, посмотри, сколько у нас осталось часов... Леночка, как ваши часы называются?

- «Ника», – недоуменно отвечаю я.

- «Ника», – кричит она вслед за мной.

- Марь Васильевна, «Нику» мы всю продали, – слышу я ответ продавщицы. – Последние часы еще на прошлой неделе ушли.

- Леночка, товар у вас супер! – восторженно говорит Марь Васильевна в трубку. – Ваши часы разобрали, как горячие пирожки. Закажем еще столько же. Нет, лучше закажем штук двадцать пять – праздники на носу.

Рассказывает Елена Подкопаева

(руководитель службы закупок и логистики):

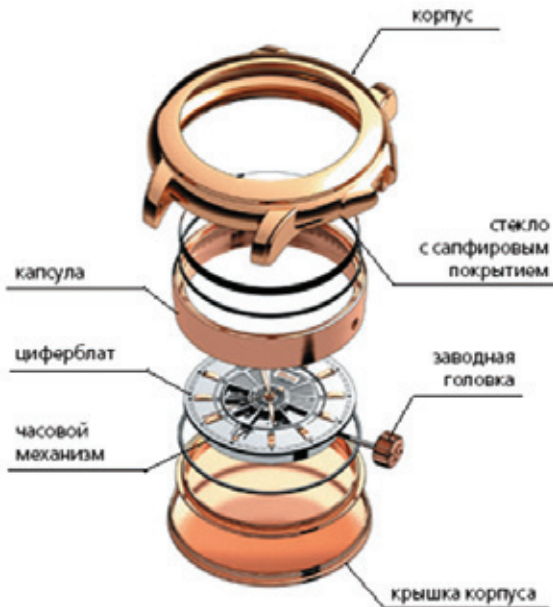
Помню первый крупный заказ на триста тысяч рублей. Получив огромные для тех времен деньги, мы с Еленой упорно пытались пробить чек на эту сумму, несмотря на ограничение в количестве символов на кассовом аппарате.

Производство не успевало закончить заказ к пятнице. И мы всем отделом продаж, состоящим тогда из трех человек, пошли оказать посильную помощь. Моим участком была штамповка – станки были тогда еще не автоматические, а механические. Для того чтобы отштамповать деталь, надо было со всей силы ударить ногой по педали, и главное – не забыть убрать руки. Ограничился, правда, наш трудовой подвиг всего одним днем, так как мы больше отнимали времени, чем помогали.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Кабинет Тенгиза напоминал сочетание экспериментальной лаборатории с помещением для игры «Что? Где? Когда?». Мозговой штурм в этом кабинете не прекращался никогда. Тенгиз сумел сделать так, что люди постоянно приходили к нему с какими-то новыми идеями, мыслями, планами, изобретениями, а иногда просто мечтами. И я не помню случая, чтобы он сходу отмел какую-либо идею. Тенгизу пришлось потратить немало сил, прежде чем такое отношение к идеям сформировалось в нашем коллективе. Каюсь: и я и мои партнеры нередко его огорчали, не веря в его идеи, либо считая их слишком дорогими и малоэффективными. Однако со временем мы поняли, что если возможный результат кажется спорным, это еще не означает, что идею нужно хоронить.

Первый раз я услышал о капсуле еще в самом начале нашей деятельности. Тенгиз утверждал, что эта революционная технология даст уникальное преимущество нашим часам. Но мы тогда не придали особого значения его словам, потому что дел было столько, что руки не доходили до революционных новшеств. Однако, как только у Тенгиза появлялась короткая передышка, они с Виктором Мурышкиным подолгу колдовали над чертежами. И вот однажды он показал нам с Алексеем непонятной формы корпус и сказал, что это наше будущее.



*Запатентованная собственная технология «Корпус в корпусе» или «Капсула»
(патент №2298820)*

Странность была в том, что корпус на первый взгляд ничем не отличался от обычных часов: на нем было стекло, под стеклом циферблат и стрелки. Единственное, мы не могли понять, как к данным часам будет крепиться ремешок – ведь на корпусе не было ушек.

И тут Тенгиз раскрыл нам тайну. Корпус, состоящий не из золота, а из латуни и стальной крышки, нужно было поместить в другой корпус, уже золотой, на котором и будут ушки. Именно тогда появилось два названия данной технологии: «капсула», так как изначально называл ее Тенгиз, и «корпус в корпусе», как это изобретение окрестили маркетингологи.

Рассказывает Виктор Мурышкин (заместитель генерального директора по техническим вопросам):

Все покатило как с горы. Буквально через месяц мы доработали капсулы и собрали первые капсульные часы.

Я уверен, что такого быстрого развития компания добилась именно благодаря «капсульной технологии». Работая традиционно, «Нике» пришлось бы расталкивать конкурентов локтями. А «капсулы» – это мобильность производства, неограниченные дизайнерские возможности, защита механизма часов от воды, и самое главное – краткие сроки подготовки производства, самого производственного цикла и поставок готовой продукции.

«Капсула» совершила прорыв в нашем деле.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

С изобретением «капсулы» такой фактор, как толщина стенок золотого корпуса, потерял первостепенную важность в защите механизма от пыли и влаги. Часы с любым размером корпуса своим золотым составляющим получились намного легче часов такого же размера, корпус которых изготавливался нашими конкурентами. Этот факт стал нашим огромным преимуществом, силу и эффективность которого мы смогли оценить намного позже, чем это предвидел Тенгиз.

Поняв, насколько гениально и революционно это изобретение, мы сразу же поспешили запатентовать технологию. Через несколько месяцев, а именно 3 августа 2005 года мы получили наш первый патент. Кстати, на сегодняшний день нашей компанией получено четырнадцать патентов.

Я думаю, что стратегия, основанная на внедрении новых, революционных идей, сильной дистрибуции, мощном и активном отделе продаж и

максимальном наполнении прилавков в первые годы нашей деятельности и явилась ключевым фактором успеха и феноменального роста в течение короткого промежутка времени.

Но есть еще одна причина. В кодексе акционеров компании «Ника» прописана фраза: «Мы все разные, и в этом наша сила». Я всегда считал: если два бизнес-партнера всегда соглашаются друг с другом, то в одном из них нет необходимости. Главное, что нас связывало и связывает до сих пор, это единые ценности, принципы и цели, а также высочайшая порядочность каждого из нас, верность и преданность общему делу. И, конечно же, любовь – чувство, которое неразрывной нитью проходит по всей истории компании «Ника».

Рассказывает Тенгиз Саникидзе (совладелец компании «Ника»):

В партнерстве очень важно выслушивать друг друга, уважать мнение оппонента и сдерживать эмоции. На этапе притирки у нас иногда возникали бурные и не всегда конструктивные дискуссии и споры, заканчивающиеся порой обидами и непониманием (хотя было одно правило, которое мы никогда не нарушали – споры никогда не происходили на глазах у остальных сотрудников). Эти, пусть даже мелкие, конфликты оставляли очень неприятный осадок в каждом из нас.

И вот однажды, летом 2005 года, встретившись на очередном собрании акционеров, Георгий, не скрывая удовольствия, представил нам текст, который в дальнейшем очень сильно повлиял на каждого из нас и на наши отношения. Этот текст, который позже мы назвали «кодексом акционеров компании «Ника», стал уникальным для нас документом, не имеющим никакой юридической силы, но, несмотря на это, на долгие годы сплотивший нас ради одной большой цели.

По взаимному решению этот документ впервые за восемь лет его существования будет частично раскрыт в этой книге.

Кодекс акционеров компании «Ника»

14 июня 2005 г.

СТРОГО КОНФИДЕНЦИАЛЬНО

Мы, акционеры компании «Ника», объединили свои усилия, интеллектуальные и материальные ресурсы с целью создания успешной, сильной, стабильной, великой компании. Мечта каждого из нас – сделать ее предметом гордости и восхищения акционеров, сотрудников компании, партнеров, потребителей, страны. Каждый из нас обязуется делать все возможное для достижения общих целей.

Большую часть нашего времени мы проводим на работе или в мыслях о работе. И для того чтобы работа и мысли о работе доставляли нам радость, вдохновение, воодушевление и способствовали максимально плодотворной деятельности, мы договариваемся и придерживаемся следующих принципов:

- Мы стараемся подбадривать, хвалить за успехи, поддерживать друг друга в сложные моменты и давать «чувство локтя». Это является важнейшей индивидуальной мотивацией наряду с желанием достичь общей цели. Нас нельзя мотивировать материально, мы не продвигаемся по служебной лестнице. Именно поэтому психологическое поощрение необходимо и ведет к новым успехам и достижениям. Мы пытаемся излучать позитивную энергию, воодушевлять улыбкой, похвалой, подбадриванием, поддержкой в трудные минуты, сопереживанием и ненавязчивыми советами.

- Мы радуемся успехам и счастьем друг друга. Мы понимаем, что счастливый партнер сегодня – это вдохновение и успех в работе завтра. Поэтому по мере возможностей мы заботимся друг о друге, поддерживаем и всячески помогаем.

- Мы открыты и при этом не боимся быть уязвимыми. Мы исключаем подвохи, не держим камня за пазухой, не приемлем злорадства, насмешек, манипуляции, обвинений и оценок. Единственная оценка нашей деятельности – это самооценка. Критика отсутствует, самокритика приветствуется. Раскаяния и извинения принимаются и становятся залогом успеха. Осознанная ошибка имеет большую ценность, чем сама ошибка. И каждый из нас имеет право на честную ошибку.

- Мы никогда не спорим при сотрудниках. Всегда показываем единство во взглядах на цели компании и нашу сплоченность, что вдохновляет наших сотрудников, воодушевляет их, вселяет надежду и уверенность. Мы и наше общение являемся примером для всей команды.

- Если вопрос касается общей стратегии компании, мы принимаем решение, которое устраивает всех. В случаях, когда вопрос касается разделенных нами сфер компетенции, то решение принимается большинством голосов или тем, кто курирует сферу компетенции.

- Каждый из нас имеет статус «наблюдателя» в любых обсуждениях, касающихся сферы компетенции другого. При этом каждый чувствует свою границу «невмешательства», соблюдая чувство такта. Особенно в присутствии сотрудников.

- В общении мы придерживаемся принципов справедливости, честности, открытости, искренности, уважения личности и чужого мнения.

- Мы хорошо понимаем, что существование разных точек зрения является ценностью наших отношений. Схожесть взглядов и однообразие не стимулируют творчества и порождают серость и скуку. Наша способность смотреть на события с разных углов приводит к оригинальным решениям и часто к синергии, что дает нам огромное конкурентное преимущество. Меж-

ду нами нет победителей и проигравших. Мы всегда принимаем решения, от которых в выигрыше все мы и компания в целом. Мы все разные, и в этом наша сила!

- Мы обмениваемся мнениями, анализируем, пытаемся взглянуть на события с разных сторон и выявить максимальные возможности и/или угрозы, но никогда не спорим. Наше общение – легкое, приятное, конструктивное, не вызывает озлобленности и раздражения, способствует откровенному диалогу и максимальному раскрытию каждого. Мы всегда внимательно выслушиваем друг друга, не перебиваем, пытаемся сначала понять мнение другого и только после этого излагаем свое. Мы не боимся говорить то, что думаем, потому что знаем – это ни у кого не вызовет раздражения. Но при этом стараемся не ранить и не задевать достоинства друг друга.

- Мы всегда помним слова, сказанные великими мыслителями при обсуждении спорного вопроса: «Если человек вашего интеллекта, вашей квалификации и преданности делу не соглашается с вами, значит, в его взглядах есть что-то, чего вы не понимаете, и вы должны постараться это понять. Его точка зрения и система ценностей очень важны, и необходимо в них разобраться».

- Мы никогда не оцениваем вклад каждого из нас в общее дело, хотя каждый старается делать этот вклад максимальным. Победа каждого из нас – общая победа, боль каждого из нас – общая боль.

- Никто из нас не претендует на единоличное владение компанией и звание «хозяин», а также не принуждает другого покинуть компанию, но каждый из нас с гордостью произносит: «Это моя компания и я ее создал вместе со своими партнерами». Мы никогда не настраиваем друг против друга, излагаем факты, касающиеся партнера только в присутствии партнера, стараясь при этом быть максимально объективными.

- Мы уверены, что при отстаивании своих позиций нами движут не личные мотивы, амбиции или желания, а лишь интересы компании и каждого из акционеров.

- Мы соглашаемся с тем, что все должно быть гармоничным, включая труд и отдых, доходы и расходы, время, уделяемое личной жизни и работе. Мы признаем, что каждый имеет свой взгляд на бытовые ценности и волен сам себе выбирать личные вещи, как для работы, так и для частной жизни. При этом мы все соблюдаем принцип паритетности траты общих средств и равного распределения ресурсов на личные нужды.

- Каждый из нас заботится о своих семьях. И если кто-то из нас не в состоянии позаботиться о них самостоятельно, мы приходим на помощь.

- Мы равноправные партнеры. И при этом имеем равные обязательства заботиться о компании и действовать строго в ее интересах. Мы никогда не навязываем решения, исходя из личных интересов.

- Все интеллектуальные и прочие права на ресурсы компании, движимое и недвижимое имущество, принадлежащее компании, материалы и

иные ценности, бренд, патенты являются собственностью акционеров компании.

- Главная ценность нашей компании – это ее сотрудники. Мы с любовью и уважением относимся к каждому сотруднику, несмотря на то, в чьем подчинении он находится. Мы заботимся о наших сотрудниках по мере возможности, всегда корректны и готовы разделить их радость и горе.

- При использовании ресурсов компании (сотрудники, деньги, продукция, оборудование), а также личных ресурсов (деньги, время), каждый из нас придерживается высоких моральных ценностей, помнит об уважении к акционерам, выступает как самоцензор и самоконтролер. Для нас неприемлемо перетягивание одеяла на себя. Главный принцип – не ущемлять интересы партнера. Для нас важны пунктуальность и выполнение данных нами обещаний. Мы не подводим партнеров.

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

Не все пункты кодекса вошли в книгу. Однако даже то, что мы раскрываем для всеобщего обозрения, показывает силу этого текста и говорит о мощном влиянии на нас.

Представленный Георгием кодекс мы корректировали всего три дня и приняли его окончательно в том виде, в котором он сейчас существует.

Скажу честно: с тех пор мы не так уж часто в него заглядывали, но главным было то, что мы приняли его дух и букву как некий внутренний устав, возможно даже клятву. И это давало огромную силу, вселяло уверенность. Кодекс в корне изменил наши отношения, нами были отброшены все лишние мысли, опасения, и мы полностью сосредоточились на работе и создании.

Рассказывает Елена Хитрина

(совладелец компании «Ника»):

В один прекрасный день мне почему-то очень захотелось сесть за стол, взять в руки перо и написать эссе о своих мечтах, связанных с «Никой». Тогда наше производство еще ютилось в небольшом подвале, на рынке нас знали далеко не все, да и производили мы сравнительно небольшие объемы. Однако к тому времени каждый из нас понимал, что компания уже крепко стоит на ногах, что наши амбиции не имеют границ, также как и наши возможности.

Но все же мне не терпелось заглянуть в будущее. Именно поэтому я датировала эссе 25 августа 2010 года, хотя на дворе стоял всего 2005.

Сейчас, когда я перечитываю этот текст, мне самой непонятно, как я могла так точно предугадать наше будущее. Но я безгранично счастлива, что все написанное – вполне осязаемая реальность сегодня. Ведь все мы знаем, что цель отличается от мечты лишь точно обозначенными сроками исполнения.

ЭССЕ

Дата: 25 августа 2010 год

Сегодня «Нике» исполнилось семь лет. Наша компания занимается производством и реализацией часов из драгоценных металлов и камней. Мы создали коллекции в разных ценовых сегментах. И помимо этого, совместно с группой дизайнеров, разработали аксессуары, которые подчеркивают элитность часов.

Известные журналы пишут о нас как о законодателях мод. Мы обновляем коллекции каждый сезон. За нами наблюдают, на нас равняются и не могут догнать. По маркетинговым исследованиям на вопрос «какая марка часов из драгоценных металлов вам известна?» семьдесят процентов населения отвечает: «Ника!».

Наши партнеры сегодня – это 2 000 компаний по России и 700 компаний в странах СНГ. Они растут вместе с нами, с любовью продают нашу продукцию и гордятся сотрудничеством. Работать с нами не только приятно и выгодно, но и престижно!

Единственным нашим конкурентом остается компания «Ника», которой удалось поразить всех предыдущей коллекцией. И нам приходится много работать, чтобы сделать следующую еще лучше и обогнать самих себя.

Недавно мы отметили новый юбилей: три года нашему дому. Наш дом – это трехэтажное отдельно стоящее здание с видом на Москву-реку. Мы гордимся тем, что у нас самое красивое производство, самый стильный офис и собственная, просторная стоянка, на которой все равно не хватает места, так как сотрудники улучшают свое благосостояние день ото дня. А также у нас есть собственный ресторан, в котором мы любим отмечать корпоративные праздники.

Но самым главным богатством нашей компании является дружный и профессиональный коллектив. Сегодня в «Нике» работает более трехсот человек, и при этом мы остаемся сплоченной командой.

Отдел продаж, которым я руковожу, заметно видоизменился. Появились новые и расширились старые отделы. На сегодняшний день их пять:

- отдел по работе с VIP-клиентами;
- отдел по работе с московскими компаниями;
- отдел по работе с региональными компаниями;
- отдел по работе с компаниями стран СНГ;
- отдел по работе с сетью собственных магазинов (правда, пока они располагаются только в Москве и Санкт-Петербурге).

Мой коллектив – яркий, молодой и прогрессивный. Мне есть чему у них поучиться, и мне есть чему научить их. Нам интересно создавать что-то новое и покорять все более высокие вершины. Я рада, что отвечаю запросам и потребностям нашей компании и верю, что нас ждет ещё много интересной работы.

На сегодняшний день мы работаем над созданием дилерской сети в странах Дальнего Зарубежья. Помимо этого мы приняли решение запустить абсолютно ошеломляющий проект: разработку собственных механизмов, которые планируем презентовать на Базельской выставке в 2012 году. Бойтесь нас, швейцарцы!

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

Я прекрасно помню тот день, когда Лена позвала Тенгиза, Георгия и меня и со свойственной ей эмоциональностью зачитала эссе, держа листочки бумаги в дрожащих от волнения руках. Конец текста она уже читала, едва сдерживая слезы, а, закончив, окончательно разрыдалась. Меня всегда поражало свойство этой очень сильной, властной, нередко хладнокровной, прямой, а иногда и жесткой девушки, быть одновременно чуткой, нежной и даже сентиментальной.

Тот темп, с которым Лена росла в компании, поистине впечатлял. Врожденная интуиция, нескончаемое трудолюбие, амбициозность и несомненный талант способствовали ее феноменальному карьерному росту. Подчас она переживала, что ее достижения могут приписать тому факту, что она – супруга Тенгиза. Хотя все понимали, что Лена всего добивается сама, а Тенгиз иногда даже пытается усмирить ее пыл и амбиции.

Девушка, робко отвечающая на вопросы клиентов на первой выставке, составляющая таблицы в «экселе» и категорически не желающая переходить на 1С (те, кто знает, каким инструментом сегодня для Лены является программа 1С, с трудом поверят, скольких усилий мне стоило убедить ее перейти на нее), эта девушка прямо на наших глазах превращалась в лидера не только отдела продаж, но и всей компании, наряду с тремя другими акционерами. И каждый из нас подтвердит ее исключительные заслуги в успехе «Ники».

Рассказывает Георгий Мордехашвили

(совладелец компании «Ника»):

К концу 2006 года можно было уже смело утверждать, что компания «Ника» состоялась. На очередной сентябрьской выставке мы выступили совершенно убежденными лидерами рынка и на нас обратили внимание уже

и те скептики, которые еще не так давно предсказывали нам недолгое существование и уж тем более никак не верили в наш убедительный успех. Правда, таких было не много, но к тому времени их число свелось к нулю.

Мы хорошо поставили все производственные процессы, наши службы работали четко и слаженно. Единственное с чем было сложно справиться – это стремительный рост заявок и, как следствие, рост всего остального – коллектива, оборотов, расходов, задач.

Глава III.

ЮНОСТЬ

О том, как мы нашли свой дом; о создании музыкальной группы; о миссии и десяти заповедях; о ребрендинге и о кризисе, который открыл нам новые возможности.

В жизни часто встречаются люди, которые обычно долго и безуспешно ищут место для парковки машины, а есть те, которые приезжают, даже не сомневаясь, что место будет, и оно действительно их ждет. Это простое везение?

Важно верить, что нет ничего невозможного. Для разума нет никаких препятствий, кроме тех, которые мы сами признаем. Все, что человек способен мысленно представить, визуализировать, рано или поздно будет создано. Именно поэтому то, что раньше считалось плодами воображения писателей-фантастов, сегодня уже стало повседневной реальностью, которая никого не удивляет. Нередко самые безумные идеи или поступки оказываются самыми разумными. С самого начала нашей деятельности внедрялся принцип «ННН», что означает: «нет ничего невозможного». И действительно, со временем создалось полное ощущение того, что для «Ники» нет ничего невозможного. Особенно в этом направлении отличился Тенгиз. Его требования к своим сотрудникам всегда граничили с невозможным, и я лично не раз видел его озадаченных сотрудников, хватающихся за голову – это невозможно! Однако Тенгиз настаивал на своем и добивался выполнения поставленных задач. И как показывала практика, почти все получалось на радость Тенгиза, и тех, кто преодолевал самих себя.

Можно смело утверждать, что к концу 2006 года «Ника» сформировала определенный тренд и сама создала своего покупателя. Это позволило нашей компании занять место уверенного лидера в своей нише. Однако кризис

показал, что, несмотря на все успехи, «Ника» была все еще слишком молодой и не вполне опытной компанией.

В китайском языке слово «кризис» состоит из двух иероглифов: один обозначает опасность (бездна, пропасть), второй – возможность. И в этом, несомненно, есть глубокий смысл. Любой кризис – это не столько опасность, сколько, прежде всего – возможность. Возможность переосмысления, изменения и начала чего-то нового.

Кто знает, как бы сложилась судьба «Ники», если бы не кризис в конце 2008 года. Несмотря на все его негативные последствия, он сыграл нам на руку. Вполне возможно, мы бы оказались в плену «головокружения от успеха» после двух лет ошеломляющего роста, которые будут описаны в этой главе. Кризис позволил сделать нам столь нужную передышку.

Рассказывает Тенгиз Саникидзе (совладелец компании «Ника»):

Был морозный ноябрьский день. Светило яркое солнце. Мы ехали на улицу Речников смотреть недостроенный объект. Зная, насколько срочен для нас переезд, я был настроен скептически, но настойчивость помощницы Ирины, которой было поручено подобрать для нас новое здание и ее совершенная уверенность в том, что она его нашла, убедили нас посмотреть.

Когда машина подъехала к дому номер семнадцать, сердце вдруг наполнилось особой теплотой. Перед нами стояло недостроенное кирпичное здание, очень необычной формы. Оно больше напоминало огромный частный дом, чем офисное или производственное здание. От него веяло уютом и теплом. Я зашел внутрь здания и начал осматривать помещения. И чем больше я их изучал, тем больше поражался, как точно они соответствовали нашим потребностям. Казалось чудом, что кто-то создал проект и построил больше половины здания, даже не зная о нашем существовании, но практически полностью учитывая все наши требования к будущему помещению.

Не помню точно, кто из нас впервые произнес слово «Домик», но это слово настолько точно передавало образ здания, что название прижилось и словосочетание «наш Домик» стало практически единственным, обозначающим место работы для нас и наших сотрудников.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Вначале мне показалось, что 2400 квадратных метров – это слишком много. Ведь это было в три раза больше занимаемых нами помещений на улицах Цюрупы и Черемушкинской.

Забегая вперед, скажу, что уже через полгода переезда мы вновь встали перед фактом нехватки площадей и начали по новой оптимизировать имеющиеся помещения, прощаясь с просторной жизнью, которая продлилась очень недолго. А еще через некоторое время попросили арендодателя как можно скорее сдать нам в аренду еще один корпус. К счастью, территория, на которой размещался Домик, позволяла расширяться и нам не пришлось, как в аптеке, откапывать подземные комнаты.

Чудо полного соответствия здания нашему запросу оказалось не единственным. Судьба послала нам не только прекрасный, полностью подходящий нам Домик, но еще и замечательного владельца здания – Виктора Ивановича Фролова.

Так как здание было еще не достроено, обе стороны – и мы, потенциальные арендаторы, и Виктор Иванович, хозяин – сильно рисковали. Застройщик, продолжая строительство конкретно под наши требования, не мог быть уверен на сто процентов, что наша фирма в дальнейшем не откажется от аренды или вовсе не прекратит свое существование. С другой стороны, часть средств на ремонт и оборудование помещений должны были выделить мы, а для нас это были огромные деньги. Владелец же, зная о наших больших вложениях, мог в любой момент поднять арендную ставку, будучи уверенным, что нам придется ее платить.

Но достаточно было нескольких встреч с Виктором Ивановичем, чтобы проникнуться огромным взаимным уважением и редким для такого короткого срока доверием. Больше всего нас поразило, насколько быстро и безоговорочно он поверил в наш успех, буквально влюбился в наше производство и в будущем не раз оказывал нам большую поддержку. Он оказался на редкость открытым и порядочным человеком, для которого слово и честь – незабываемые ценности. К большому нашему сожалению, Виктора Ивановича уже нет в живых. Но в нашей памяти останется образ этого светлого, жизнерадостного, энергичного и честного человека – настоящего русского рыцаря.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Весь 2007 год мы прожили в ожидании окончания строительства и ремонта в нашем Домике. Потребность в новых площадях ощущалось все острее. Рост заявок на товар был настолько высоким, что производство пришлось перевести на двухсменный режим работы. Конструкторское бюро то и дело выдавало все новые модели, которые становились все лучше. У нас были опасения, что новые модели будут «убийцами» старых (мы не могли позволить себе роскоши снимать с производства старые модели, так как разработка и внедрение обходились слишком дорого). Мы даже просили Тенгиза усмирить новаторский пыл и сосредоточиться на уже производимых и попу-

лярных моделях, однако он упорно настаивал на том, что большой ассортимент – это залог успеха, и гарантировал, что продаваться будут и новые, и старые модели. Как показала практика, Тенгиз оказался прав.

Это при том, что компания практически не тратила денег на рекламу. Основной маркетинговый бюджет уходил на организацию выставок и на рекламу в нескольких отраслевых глянцевого журналах. Не было, как таковой, и пиар активности. Мы иногда даже жаловались Георгию, что, в отличие от других компаний с огромными раздутыми маркетинговыми бюджетами, в нашей компании бюджеты практически не осваиваются. Однако Георгий настаивал на том, что главное для «Ники» на этом этапе – имиджевая составляющая продвижения. Продажи и так очень хорошие, а из-за рекламы мы рискуем испортить нашу репутацию, так как не сможем поставить нужного количества товара.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

В сложный период подготовки Домика особенно себя проявили Тенгиз и команда его сотрудников. Можно без конца перечислять сложные решения, которые принимались в процессе планирования и организации нового производства на Речниках. Очень много оборудования закупалось именно под новые площади. Практически всем сотрудникам приходилось работать на два фронта. Нужно было поддерживать существующее производство, справляясь с постоянно увеличивающимся потоком заказов, и одновременно налаживать новое производство.

В сентябре 2007 года, когда ремонт в здании на Речниках уже подходил к концу, произошло одно из самых знаменательных событий для компании. На ежегодной выставке «Ювелир 2007» по единогласному решению жюри наша компания была удостоена главного приза. Впервые за пятидесятилетнюю историю ювелирных выставок в России «гран при» вручалось не ювелирной, а часовой компании. Для нас это было огромной честью и, конечно же, очевидным признанием «Ники» как лидера отрасли, уже не только часовой, но и ювелирной. И хотя по масштабам мы еще уступали многим ювелирным компаниям, но по узнаваемости, особенно в среде профессионалов рынка, мы были одними из лидеров. Для молодой компании, еще четыре года назад никому не известной, это был огромный успех.

Рассказывает Юлия Гульй (директор по персоналу):

Когда меня позвали на собеседование в «Нику», то не сказали, чем занимается компания. Я поискала в интернете и нашла какую-то «Нику», торгующую деревообрабатывающими станками. Придя на собеседование, я долго сидела в переговорной и думала: «Зачем деревообрабатывающей компании картины с часами?». Но самое смешное, что, когда менеджер по подбору персонала спросила: «Что для вас будет самым сложным в будущей работе?», я ответила: «Незнание специфики деревообрабатывающих станков». Мои слова ее очень удивили, но она деликатно промолчала и пообещала со мной связаться. Мне перезвонили через неделю и предложили выйти. А еще через какое-то время, перебирая архивы резюме сотрудников, я увидела на своей анкете надпись: «Отказать. Очень странная». Вот так с вердиктом «отказать» я работаю в «Нике» уже седьмой год.

Помню, как мы переезжали в наш Домик. Переезд – это «стихийное бедствие» – упаковывали документы, подписывали коробки, организовывали транспорт. Сначала переместился офис. На нас «обкатывали» новое место на протяжении двух недель. Нужно было быть уверенными, что все работает исправно – и электричество и вода. А потом уже перевозили основное производство. Отлично помню новоселье и особенно создание гимна для этого знаменательного события. Было очень много вариантов и музыки и стихов. Наконец, остановились на стихах Михаила Кузнецова и долго не могли подобрать к нему музыку, определить, кто будет петь и в каком стиле. Гимн был утвержден за пять минут до начала мероприятия, и его спели при перерезании красной ленточки. Помню слезы счастья многих сотрудников в тот момент. Очень трогательно, такое не забудешь.

Рассказывает Михаил Кузнецов (финансовый директор):

Работая в «Нике», я чувствую желание реализовывать себя не только как рабочая единица, но и как творческий, талантливый член команды. Так всегда бывает, когда нравится дело и люди вокруг.

Когда объявили конкурс на гимн фирмы, я сразу подумал, что ничего хорошего чужие люди за деньги не сделают – они же не понимают, не любят и не чувствуют то, о чём должны написать. Дня три-четыре я ходил и сочинял гимн. Вложил сердце и душу и, наверное, потому и победил в конкурсе. Возможно, не всё идеально получилось, но профессионалы уже довели текст до совершенства. И по-моему все остались довольны.

Земля Российская богата,
Полны сокровищ кладовые,
Но нам ценней любого злата
Простые руки трудовые.

Мы сделаем страну богаче!
Мы сделаем людей красивей!
Нам «Ника» принесет удачу!
Нас «Ника» сделает счастливей!

И все, что мы создали в жизни,
Должно добро нести всем людям,
Прославим же свою отчизну,
Во славу «Ники» петь мы будем!
Мы плавим слиток золотой.

От огненного сердца кровью,
Ручных часов заказ любой
Мы в «Нике» сделаем с любовью!
К успеху путь неблизкий.

Пройти нам вместе нужно,
Таланты и старанье
Помогут «Нике» дружно!

Рассказывает Александр Козлов

(заместитель генерального директора):

После подвала на улице Цюрупы мы попали в сказку. Огромные, отлично оборудованные, чистые, светлые цеха и участки. Прекрасные офисные помещения, отдельная большая столовая, помещение для приема гостей с огромным аквариумом и экзотическими рыбками, просторные переговорные комнаты и большая зона отдыха, стилизованная под красивый парк, с фонтаном, скамейками и пальмами.

Вообще, хочу сказать, что работа в «Нике» – это моя лебединая песня. Теперь, будучи на пенсии, с огромной благодарностью вспоминаю всех, с кем довелось работать. И на вопрос, в чем успех компании, отвечаю, что в отношении к людям. Нигде за всю мою сорокашестилетнюю деятельность я не встречал такого доброжелательного, доверительного, внимательного отношения к рабочим. В этом и есть секрет успеха.



Фойе «домика» компании НИКА

Рассказывает Алексей Богданов (совладелец компании «Ника»):

Для тех сотрудников, кто не наблюдал за процессом стройки и впервые увидел готовое здание во время новоселья, это был настоящий праздник. Счастье и радость освещали лица людей, осматривающих свои кабинеты и рабочие участки.

До сих пор помню удивление, когда я сам впервые увидел в здании действующую пневмопочту. Нам казалось, что эта красивая и недешевая идея Тенгиза – малоэффективная игрушка. Но мы ошиблись.

Дело в том, что здание изначально было запланировано без лифтов, и мы не стали менять проект, посчитав, что молодому коллективу будет не сложно бегать по лестницам. Однако Тенгиз не хотел, чтобы люди тратили много времени на хождения внутри здания с документами и тем более драгоценными изделиями, и неожиданно для всех нас придумал пневмопочту. Эффект от внедрения пневмопочты превзошел все наши ожидания. Во-первых, любой документ или бандероль можно было доставить из одного кабинета в другой за считанные секунды и не вставая с рабочего места. Во-вторых, эффект, который производила пневмопочта на гостей компании, был просто неocenim. Это как раз тот случай, когда решение было и эффективным, и эффективным.

Все мы понимали, что для «Ники» начинается совершенно новый этап развития. Планка была задана самая высокая – оставалось только работать и воплощать наши мечты в жизнь.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Появилось ощущение, что высвободилась огромная энергия, которая раньше была зажата объективным фактором нехватки площадей. Мощная энергия созидания и творчества охватила наш Домик. Ее ощущал любой, кто попадал к нам. Через некоторое время появилась традиция проводить экскурсии по территории нашего завода. Сначала мы делали это для наших клиентов, знакомых и друзей. А затем экскурсии стали обязательным элементом знакомства с компанией для всех новых сотрудников. В дальнейшем появилась традиция приглашать на экскурсии детей – школьников разных классов. Для них это оказалось невероятно занимательным времяпрепровождением. И именно от детей, как правило, поступало больше всего интересных и неожиданных вопросов. Иногда они приводили в замешательство даже самых опытных «экскурсоводов».

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Однажды Николаса Хайека (Nicolas Hayek), основателя «Swatch Group» и человека, сделавшего Швейцарию мировым лидером в часовой промышленности, спросили: «О вашей невероятной работоспособности ходят легенды. Как Вам удастся в Вашем возрасте (а на то время Хайеку было 79 лет) уделять столько времени работе? Вы не чувствуете усталости?» «Вы, наверное, удивитесь, – ответил Хайек, – но я практически никогда не работал. Дело, которым я занимаюсь, я не могу назвать работой. Это мое увлечение. То, без чего я не могу жить. То, что доставляет мне максимальное удовольствие и делает меня по-настоящему счастливым».

Из ответа этого легендарного человека совершенно очевидно, что целью таких одержимых людей никогда не являются деньги или работа ради работы. Они просто прилагают огромную энергию и талант для воплощения в жизнь своих идей, и в большинстве случаев мир вокруг оценивает такой вклад по достоинству, и вместе с признанием к ним приходит и богатство.

По моему твердому убеждению только компании, в которых работают счастливые люди, способны производить товар, который делает счастливым потребителя.

По этому поводу я вспоминаю одну веселую историю. Как-то раз ко мне приехали друзья и я, как всегда не без гордости, водил их по производству. Мне самому было приятно, с какой любовью и трепетом сотрудники на разных участках рассказывали гостям, чем они занимаются. Я знал, что у сотрудников счастливые лица не для того, чтобы угодить высокому начальству, а потому что они действительно влюблены в свою работу. Гости же были удивлены, так как в их представлении образ производственного работника

несколько иной. И вот, когда моя экскурсия почти подошла к концу, и мы оказались в светлой, просторной столовой, один из гостей с многозначительной улыбкой, то ли в шутку, то ли всерьез сказал:

- Теперь мне понятно, почему у вас все сотрудники постоянно улыбаются. Ну-ка, признавайся, что вы тут им в пищу подмешиваете?

Мы все дружно засмеялись и я, конечно же, честно признался, что никаких веселых добавок мы в пищу не добавляем.

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

Чудесным образом в «Нике» собрались люди, невероятно увлеченные, и не только своей основной деятельностью, но и другими вещами. Однако никто не мог сравниться по количеству увлечений с Тенгизом. К каждому новому хобби Тенгиз подходил настолько основательно и серьезно, что любое из них могло всерьез перерасти в еще один бизнес-проект, если бы не его бесконечная влюбленность в часы.

Однажды Тенгиз решил заняться игрой на ударных инструментах. Сначала он приобрел и поставил электронную ударную установку у себя дома. Представляю, каково было бы Лене, если бы не существовала практически бесшумная ударная установка. Учитывая обаяние Тенгиза, умение убеждать и всегда добиваться поставленных целей, нет сомнений в том, что он сумел бы договориться с Еленой и по этому поводу.



Музыкальная группа из сотрудников компании НИКА

Чуть позже Тенгиз приобрел еще одну, уже классическую ударную установку и поставил ее в свой рабочий кабинет. По вечерам те, кто задерживался, могли слышать, как он барабанит на все здание.

И вот однажды, зная о давней увлеченности Георгия игрой на гитаре и музыкой, Тенгиз предложил ему создать музыкальную группу из сотрудников компании.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Предложение Тенгиза привело меня в восторг. Ведь когда-то я играл на гитаре и на клавишных инструментах, сочинял музыку, пел и даже имел собственную музыкальную группу. Но было это уже так давно, что даже в самых невероятных мечтах я не мог себе представить, что когда-нибудь я снова буду играть в группе. Идея была принята мной с огромным удовольствием. Ее так же поддержали Елена и Алексей. Более того, оказалось, что у Лены замечательный голос и она уже давно поет, правда, исключительно для себя и мужа.

Уже на следующий день на доске объявлений мы поместили текст, призывающий всех сотрудников, поющих и играющих на каких-либо инструментах, обратиться к нам для организации музыкальной группы. К нашему удивлению на заводе оказалось немало талантливых музыкантов, и уже через две недели состав группы был полностью укомплектован. Мы закупили музыкальную и звуковую технику, а комнату для репетиций выделили на последнем этаже нашего Домика.

Начались интенсивные репетиции. По нашей задумке мы должны были удивить многочисленных гостей на вечере, организованном в честь пятилетия компании в августе 2008 года. И у нас действительно получилось это сделать!

Появление на сцене музыкальной группы, состоящей из сотрудников компании и трех учредителей, исполнивших пять музыкальных номеров, вызвало настоящий шок у гостей. Ведь на встрече были руководители практически всех крупных ювелирных компаний. К тому времени «Ника» и так уже прославилась своим невероятным креативом и чудачеством, часто граничащим со здоровым авантюризмом, но появление группы действительно было неожиданностью. С тех пор группа «Ника» записала два полноценных диска и замечательный новогодний клип.

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

Талантливый человек талантлив во всем. Видимо, чтобы доказать правдивость этого высказывания, очень скоро Тенгиз увлекся режиссурой и решил снять фильм о производстве часов на нашем заводе. Для организации съемок он пригласил замечательную компанию «Black Cat Studio». Под руководством Тенгиза был написан сценарий будущего фильма, а также набраны актеры (исключительно из сотрудников). На роль главного героя фильма – рассказчика истории о часах – был выбран Денис Косарев, сотрудник отдела продаж.

Тенгиз очень гордился тем, что под его руководством Денис раскрылся совершенно с другой стороны. Он оказался замечательным актером и ведущим. Фильм получился не только интересным, но и познавательным.

Один примечательный факт. В фильме есть сюжет, который был снят в государственной пробирной палате Российской Федерации. Съемочная группа «Ники» оказалось второй, кому было выдано разрешение проводить съемки в этом учреждении за всю историю его существования. Первой такое разрешение получила съемочная группа Федеральной Службы Безопасности России.

Помните? Когда есть цель и твердое желание ее достижения, весь мир идет навстречу тебе.



Скрин с фильма о часах «Производство часов на заводе НИКА»

Съемочная компания Black Cat Studio

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Может сложиться впечатление, что со временем коллектив «Ники» предался разного рода увлечениям, никак не влияющим на основной производственный процесс. Но с уверенностью могу сказать, что это было совершенно не так. Более того, рост производства и продаж в тот период был одним из самых высоких за историю существования компании. Продуктивность была просто запредельной, соответствующим выходил и результат. Вообще, отдельно хочется упомянуть о корпоративной культуре, которая по-настоящему начала строиться именно после переезда в наш Домик. Мы работали не покладая рук. Коллектив рос как на дрожжах, и все прекрасно понимали, что только мощная корпоративная культура способна максимально вовлечь в плодотворную работу прибывших сотрудников.

Именно тогда мы проводили очень много тренингов, часто выездных. Ну и, конечно же, не обходилось без нашего фирменного креатива.

Рассказывает Ирина Сморжевская (генеральный директор розничной сети):



Однажды меня попросили зайти в кабинет Алексея Богданова, где за большим столом уже сидели все учредители. По уставшим, но озаренным счастьем лицам я поняла, что перед моим появлением они как следует потрудились над решением очередной задачи. Мне предложили сесть, и я приготовилась выслушать нечто важное и интересное.

На столе было раскиданы листочки с записями, перечеркнутыми разноцветными маркерами, но одна бумажка была расписана аккуратно и под ней стояли подписи всех четырех учредителей. Алексей с улыбкой на лице протянул мне итоговый документ, и я начала его читать. Назывался он «Десять заповедей». Читая пункт за пунктом, я понимала, насколько хорошо, доходчиво, оригинально и при этом с юмором были записаны очень важные и нужные вещи. Первая моя мысль по прочтении: «Это будет работать!»

Меня попросили грамотно оформить «заповеди». Каждая из них казалась понятной и правильной, но подавать их надо было нескучно. Я нашла на Старом Арбате художника-шаржиста, и он принял за работу. Результат оценивался так: мы раскладывали в переговорной комнате картинки, закрывали название каждой и приглашали по очереди пять любых сотрудников. Им задавался вопрос: «Что здесь изображено?» Порой ответы были забавные. Теперь готовый проект мы видим каждый день, посещая столовую.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Мы фонтанировали разными идеями. В начале нашей деятельности я даже выпустил официальный указ, который гласил, что начало выполнения любого моего задания должно быть осуществлено не ранее чем через три дня с момента его получения. Эта идея отчасти была позаимствована из известного многим «правила трех гвоздей», перекочевавшего из советского прошлого, когда эффективность труда оставляла желать лучшего и от начальства часто поступали задания, о которых оно само с успехом забывало на следующий день. Суть правила состоит в том, что сотрудник, получив задание от начальника, вешает табличку с текстом данного задания на первый из трех гвоздей. Если через определенное время данное задание поступает вновь, то он перевешивает табличку на следующий гвоздь. И только лишь когда задание поступает в третий раз, табличка перемещается на третий гвоздь, как действительно важная и требующая выполнения.

Благодаря этому правилу у меня всегда оставались три дня на отмену задания или его корректировку. Со временем я и сам научился давать поручения, когда все первичные эмоции от ощущения гениальности идеи утихали и мы вместе с сотрудниками приходили к окончательной, доведенной до совершенства идее, которую нужно было воплощать в жизнь.

Но все же я рад, что дух, царящий в нашей компании, можно охарак-

теризовать любимым выражением Тенгиза: «инициатива наказуема поощрением». Кажется, простые слова и формулировки, но для сотрудников это очень мощные сигналы, направленные на полное снятие всяких ограничений для их мыслей и действий. Мы никогда не порицали за честные ошибки. А они у нас, конечно же, были. Но эти ошибки были каплей в море, можно даже сказать, в океане бурных побед, свершений, изобретений и достижений.

Рассказывает Николай Гольцер (директор по развитию):

Однажды меня попросили помочь складу готовой продукции – у них были трудности с распределением продукции по заказам покупателей. Это было началом работ, растянувшимся практически на целый год. В тот период я чуть ли не бежал на работу, ощущая юношеский азарт и задор. Работа у кладовщиков постепенно упрощалась, заказы собирались быстрее. Все меньше и меньше операций на складе оставалось неавтоматизированными. За полгода мы перешли от склада, в котором менеджеры самостоятельно осуществляли подборку часов, выстраиваясь в живую очередь, до склада, с которым они общались через программу, приходя лично лишь в крайних случаях.

Мы добились многого, но я понимал, что можно собирать заказы еще быстрее. Тогда мне не было и 25 лет, я никогда не работал на производствах и моя профессия программиста никак не была связана с системами управления логистическими цепочками, но, несмотря на это, у меня родилась идея попробовать изменить схему диспетчирования производства с классической толкающей на тянущую. Чтобы было понятней – перейти от производства по планам на производство по потребностям.

С этой идеей я пошел к Тенгизу Амирановичу. Эта идея была не только новаторской, но и трудной для осуществления. После многочисленных совещаний руководство дало добро на пилотный проект с несколькими моделями часов. После разработки программного обеспечения мы начали апробирование новой системы. Это было непросто. Но все прошло успешно – через несколько месяцев было принято решение о работоспособности системы и переводе всех производимых моделей на тянущую систему.

Запомнился один курьезный случай. Кладовщик на одном из складов не мог поверить, что самые ходовые модели, которые до этого момента всегда требовались для продаж и незамедлительно выдавались в работу, необходимо было оставить на складе. Так и не поверив диспетчеру, он пошел к учредителю и рассказал о том, что в производстве творится нечто ужасное. Перепроверив еще раз все цифры и убедившись, что все хорошо, нам удалось его успокоить.

В следующие несколько месяцев мы учились работать уже со всем ассортиментом. За полгода нам удалось сократить среднее время сборки заказов с десяти-пятнадцати до трех-пяти дней. И я считаю это огромной победой – моей личной и всего коллектива.

Рассказывает Тенгиз Саникидзе (совладелец компании «Ника»):

Качеству наших часов с самого начала нашей деятельности уделялось особое внимание, и эта традиция сохраняется до сих пор. Достаточно сказать, что отдел технического контроля существовал на восьми этапах производственного цикла. Доходило до того, что ОТК при отделе продаж мог забраковать целые партии часов, рискуя сорвать заказы и вызвать недовольное роптание сотрудников. Последним приходилось разбирать уже готовые к продаже часы, а зачастую отправлять в переплавку корпуса из драгоценных металлов. Но качество и незапятнанная репутация для нашей компании были абсолютной и первоочередной ценностью.

Важной оценкой нашей деятельности стало вручение нашей компании звания «Товар года» в номинации «Лучшие ювелирные часы России» в 2008 году.



Церемония вручения «Товар года», 2008 год

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Название книги «Ника – история любви» очень точно отражает те чувства, с которыми строилась и продолжает строиться наша компания. С самого начала деятельности у нас случались настоящие любовные истории, которые выливались в свадьбы, новые счастливые семьи, а позже и в декретные отпуска.

Правда, зачастую я была настолько увлечена и погружена в работу, что порой не замечала очевидных вещей, происходивших у меня под носом. Так, я очень долго не могла понять, почему мой заместитель Виталий Дмитрук задерживается на работе и ждет, пока я сама не соберусь уходить и не отпущу секретаря Юлию. Я думала, что Виталий проявляет солидарность с начальником и не хочет уходить раньше. И лишь по прошествии нескольких месяцев, когда мне сказали, что скоро будет свадьба, я разгадала секрет задержек Виталия и самой последней узнала о том, что они с Юлей давно встречаются и любят друг друга. Таких историй со счастливым концом в нашей компании было уже несколько. Впрочем, учитывая, что мы большой и в основном молодой коллектив, это не удивительно и очень даже приятно.

Рассказывает Алексей Богданов (совладелец компании «Ника»):

Я глубоко убежден, что каждый родившийся на земле человек наделен определенной, уникальной миссией. И, возможно, смысл жизни заключается в том, чтобы как можно раньше понять, прочувствовать свою миссию, свое предназначение в жизни и отдаться полностью его воплощению. Люди, которые «находят себя» и посвящают свою жизнь определенной миссии, оказываются невероятно успешными и счастливыми.

Однако я убежден и в том, что компании, которые создаются с серьезными намерениями и далеко идущими планами, тоже наделены определенной миссией. Иначе эти компании будут похожи на корабль, который не имеет определенного курса и волны несут его от одного берега к другому.

Если компания хочет иметь свое уникальное лицо и добиться большого успеха, она обязательно должна определить свою миссию.

В начале книги Георгий уже говорил о нашей миссии – сделать Россию часовой державой. Однако мне всегда хотелось расширить формулировку нашей миссии. Я сказал об этом своим партнерам, и оказалось, что у них тоже были подобные мысли. Более того, каждый из них принес отдельные, уже давно сформированные постулаты миссии, которые они хранили в своих записных книжках «до нужного часа».

В результате родилась миссия, которая стала неотъемлемой частью нашей деятельности.

Мы делаем Россию часовой державой!

Наши ценности:

Профессионализм

Основа нашего успеха – знания, опыт, новаторский дух и стремление к совершенству.

Надежность

Мы выполняем обещания, данные покупателям, партнерам и самим себе.

Творчество

Мечтая о лучшем, мы создаем совершенство.

Качество

Высокая планка во всем обеспечивает высочайшее качество продукции и сервиса.

Командный дух

Наша команда работает слаженно, как единый часовой механизм. Мы уверены, что в общем деле важен вклад каждого сотрудника.

Эффективность

Мы стремимся к максимальным результатам при оптимальном использовании ресурсов.

Вера в успех

Мы активно ищем новые пути для достижения целей. Для нас нет ничего невозможного.

Амбициозность

Мы не перестаем развиваться, мы не стоим на месте. Наша цель – сохранить позицию лидера, достойно представляя российского производителя на мировом рынке.

Любовь

Мы работаем для людей и ради людей. Мы делаем свою работу с любовью и вкладываем в нее душу.

Рассказывает Георгий Мордехашвили

(совладелец компании «Ника»):

Не могу не рассказать еще об одном увлечении Тенгиза, которое у него появилось как раз в то время.

Тенгиз всегда боялся летать на самолетах. Мне несколько раз приходилось летать вместе с ним, и каждый раз я наблюдал одну и ту же картину. Еще задолго до полета он начинал нервничать. Выпивал кучу успокоительных средств, а иногда и просто бутылку коньяка, чтобы сразу при посадке в самолет отключиться. Бывало, алкоголь не действовал, и рядом со мной весь полет сидел бледный, напуганный Тенгиз.

Зная все это, я был просто поражен, когда в один прекрасный день он объявил, что договорился с руководителем группы по подготовке пилотов гражданской авиации и по ночам будет ездить в аэропорт обучаться летному мастерству на уникальном тренажере. По его рассказам, тренажер был настолько совершенным, что создавал полное ощущение настоящего полета со всеми звуковыми и визуальными эффектами. Тренажер находится на земле, поэтому будет совсем не страшно.

С того дня увлечение самолетами стало неотъемлемой частью жизни Тенгиза. В кабинете появились модели самолетов, собранные им самим, а на стенах – фотографии самолетов. Забегая вперед, скажу, что уже через год Тенгиз мог один управлять самолетом. Правда, пока лишь на тренажере, практически полностью имитирующем естественные условия полета. А еще через год ему впервые доверили штурвал реактивного самолета, и к нашему величайшему удивлению он сдал на отлично и этот экзамен.

Сегодня Тенгиз уверенно управляет несколькими типами моторных и реактивных самолетов и имеет около шестидесяти самостоятельных взлетов и посадок.

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

2007-2008 годы были, вероятно, самыми плодотворными в истории компании. И когда в середине 2008 года весь мир заговорил о кризисе, мы его практически не чувствовали, так как заказы все еще росли за счет появления новых клиентов. К тому времени наша дистрибуция охватила практически всю Россию и Украину. Полки ювелирных магазинов были заполнены нашим товаром, и продажи только увеличивались. Однако к концу 2008 года, несмотря на то, что дела в компании шли хорошо, мы все же решили предпринять некоторые упреждающие, антикризисные меры. И не потому, что ощутили фактор кризиса, а потому, что видели недостатки в организации «Ники». Это было неизбежным следствием очень бурного роста. Мы слишком долго бе-

жали без остановки и передышки, и пройденная дистанция была действительно огромной. Необходимо было остановиться, чтобы передохнуть и переосмыслить наш путь, скорректировать направление и оптимизировать те процессы, на которые до того не обращали должного внимания, так как были всецело поглощены ростом.

Следующие несколько лет показали, что те изменения и начинания, которые мы произвели в кризис, дали новый мощный толчок и в будущем во многом расширили поле нашей деятельности.

Рассказывает Юлия Гулый (директор по персоналу):

В период кризиса руководство компании было вынуждено сократить некоторых сотрудников. Однако многие, с кем мы тогда попрощались, спустя какое-то время после стабилизации ситуации вернулись к нам.

Вообще, «Ника» для меня уже вторая семья, а может быть даже и первая. Я счастливый человек, потому что у меня есть два дома. На работе проводишь очень много времени и уже не воспринимаешь ее просто как работу. Это стиль жизни – встаешь утром, отводишь ребенка в школу и не возвращаешься к себе в квартиру, где проснулся, а идешь в свой второй дом. Для меня это именно так.

За что я люблю свою работу? Я люблю коллектив, который мне стал родным. Я работала в нескольких компаниях, но никогда не видела, чтобы рядовой сотрудник мог спокойно подойти к генеральному директору, поговорить с ним и это не считалось чем-то неприличным. В «Нике» же это в порядке вещей. Открытость радует. Плюс нравится то, что постоянно возникают какие-то идеи, которые нужно реализовывать. Это интересно, чувствуешь себя причастным ко всему, что происходит в компании.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

В кризис хорошо себя чувствуют те, кто до его начала успел накопить определенный запас и способен потратить этот самый запас на реструктуризацию, оптимизацию и запуск новых проектов.

Нам пришлось пойти на болезненный, но жизненно необходимый шаг – оптимизировать затраты и кадровую структуру. Параллельно с этим мы запустили несколько совершенно новых проектов, которые, с одной стороны, были антикризисными, а с другой стороны – нацелены на будущее усиление позиций.

Было принято решение сформировать мобильные группы продавцов, которые были откомандированы в разные регионы России для прямой, не-

посредственной презентации нашей продукции ювелирным магазинам. Причем небольшие партии магазины могли закупать у представителей сразу после презентации. Успех оказался ошеломляющим, и данную практику мы продолжали применять даже после того, как основная волна кризиса оказалась позади.

Другим, не менее успешным, проектом явилось производство серебряных часов, которые начали очень хорошо продаваться в этот непростой период. Проект оказался настолько востребованным, что линейка серебряных часов до сих пор занимает достойное место в ассортименте.

Рассказывает Елена Сватикова (заместитель генерального директора):

Уделив более пристальное внимание серебру, мы столкнулись с трудностями полировки до зеркального блеска и защиты от коррозии. Площадь поверхности наших изделий гораздо больше, чем у стандартных ювелирных украшений, а существовавшие на тот момент технологии обработки серебра не позволяли добиться такого результата. Тогда мы создали собственную технологию обработки и подготовили специалистов!

Иногда казалось: «у нас вряд ли это получится». Но в глубине души я знала: усилия выведут нас на уровень «невероятно, но это получается». Сейчас мы имеем уже отработанные технологии выпуска серебряной продукции.

2008 кризисный год доставил мне радость запуска химического анализа сплавов. Наконец-то мы были застрахованы от неожиданностей, которые случаются в сложных металлургических процессах. Работая до «Ники» на других предприятиях, я пыталась запустить лаборатории, но так и не смогла преодолеть всесильный аргумент «авось и так сойдет». Теперь мы уверены в составе сплавов на самых ранних этапах производственного цикла.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Мы также задумались, как обезопасить неприбыльные, но крайне важные направления для нашей компании.

Таковым являлся сервисный центр, который работал, как авторизованный сервисный центр в Москве, а также развивал и поддерживал партнерскую сеть сервисных компаний по обслуживанию наших часов в гарантийный и постгарантийный период по всей России. Он располагался недалеко от завода, но в непосредственной близости от метро, чтобы клиентам было удобнее добираться. Многие услуги мы оказывали бесплатно, и

было понятно, что в период кризиса нам будет трудно сохранять центр на тех же условиях. И кто бы мог подумать, что одно это желание поможет нам открыть новые возможности!

Итак, во имя спасения сервисного центра было принято решение открыть на его территории первый магазин «Ника». Дизайн-проект по превращению просторного зала ожидания в прекрасный магазин был готов. Сотрудники нашей компании принялись за ремонт. Времени катастрофически не хватало. Мы очень хотели, чтобы магазин открылся перед Новым Годом.

Тенгиз руководил ремонтными работами, а я украшением помещения – никогда не могу отказать себе в этом удовольствии. И вот, наконец, все было готово к открытию: витрины, в которых красовались наши изделия, пышная елка и вазы, полные мандаринов. Новогоднее настроение и счастье от старта нового проекта переполняли нас. Мало кто может похвастаться радостным настроением в период кризиса – мы же прибывали в восторге.

И вот начались первые продажи. Многие клиенты, обращавшиеся в сервисный центр за помощью в ремонте, установке золотого браслета или нового ремня, раньше просто сидели и ждали в зале ожидания. Теперь же они с интересом изучали ассортимент и совершали покупки. Дело в том, что наш ассортимент настолько велик, что представить его в полной мере наши партнеры не могли. Поэтому ключевым преимуществом нашего магазина оказался именно ассортимент. Мы сделали не просто магазин – мы создали showroom. Постепенно слухи о нашем магазине распространились, и продажи пошли вверх.

Первый опыт вдохновил нас на следующий шаг – развитие собственной розничной сети в Москве.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Свой трудовой путь я начал с работы продавцом в магазине и с тех пор крепко полюбил розницу. Периодически я выходил к ребятам с идеями об организации собственной розничной сети. Во-первых, это отличная возможность общаться с конечным потребителем напрямую, самим выявлять их потребности и собирать бесценную статистику. Во-вторых, это повышение узнаваемости бренда, ведь каждый розничный магазин – это своеобразная рекламная вывеска.

Однако мои предложения не были настойчивыми, так как я сам не был до конца уверен в успешности розничного проекта, да и к тому же в то время у нас и без розницы хватало забот. Однако с вхождением в период кризиса, с диверсификацией товарных групп, с появлением линии серебряных часов и аксессуаров, а особенно после того, как наш небольшой магазинчик при сервисном центре начал показывать неплохие результаты, окупая не только

себя, но и деятельность всего сервисного центра, идея запуска собственной розничной сети получила полную поддержку партнеров.

Первый магазин открылся в ТЦ «Щука». Он был и остается самым маленьким в сети магазинов «Ника». Его площадь составляет всего двадцать квадратных метров. Вначале мы точно не знали, какая площадь оптимальна для эффективного представления нашей продукции. Поэтому было решено начать с малого. И на первое время формат оказался действительно подходящим, так как продукция была представлена полностью и мы не платили лишние деньги за излишки торговой площади. Однако в скором времени, когда ассортимент «Ники» расширился, стало очевидно, что идеальная площадь для магазинов – это сорок-шестьдесят квадратных метров.

Рассказывает Ирина Сморжевская

(генеральный директор розничной сети):

Участствовать в отдельных моментах развития розничного проекта я начала задолго до того, как полностью перешла в эту структуру. Официально в розничной сети я работаю с 2009 года – с тех пор и можно считать, что мы с ней «нашли друг друга».



Фирменный магазин компании НИКА

Сначала было ощущение нового этапа, наполнение новым смыслом. Потом – уверенность в правильности выбора и ощущение, что я «на своем месте». Ранее я уже работала в розничной сети, но именно сейчас получила возможность самостоятельно строить эффективную систему и лучшую

команду. Для того чтобы работать хорошо, прежде всего, надо любить свою работу. И если человек каждый день идет на работу с удовольствием – это настоящий кайф. На вопрос, где я работаю, гордо говорю, что в «Нике», и могу рассказывать про свою компанию бесконечно. На вопрос, кем работаю, говорю: «Я – менеджер». На вопрос, что делаю, отвечаю: «Строю розничную сеть своей мечты».

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

Мы понимали, что со временем нужно будет проводить мощные рекламные кампании, которые требуют более совершенного фирменного стиля. С появлением розничной сети мы ощутили эту необходимость особенно остро. Богиня Ника нам очень нравилась, но она встречалась у многих компаний, так же как и ее имя. Помимо этого, логотип было сложно разместить на циферблате, и мы использовали только надпись «Ника». Маркетинговое агентство, которое проводило для нас исследование, посоветовало разработать собственный логотип, который будет только нашим, а также приобрести более четкие линии и сгладит восприятие бренда как женского.

Ребрендинг – удовольствие не только дорогое, но и рискованное. Наш старый фирменный стиль стал родным для нас, сотрудников, партнеров и самое главное – для наших потребителей. Символ богини и черно-белые цвета служили нам верой и правдой с самого начала нашей деятельности – психологически было сложно менять их на что-то новое, пусть и более совершенное.

Сложнее всего пришлось Тенгизу. Он долго не хотел «трогать богиню», не без оснований считая, что под ее покровительством «Ника» достигла своего успеха. Признаюсь, мы сами, убеждая Тенгиза решиться на этот шаг, чувствовали опасения. Все же символы имеют огромное значение, и мы верили в нашу богиню победы.

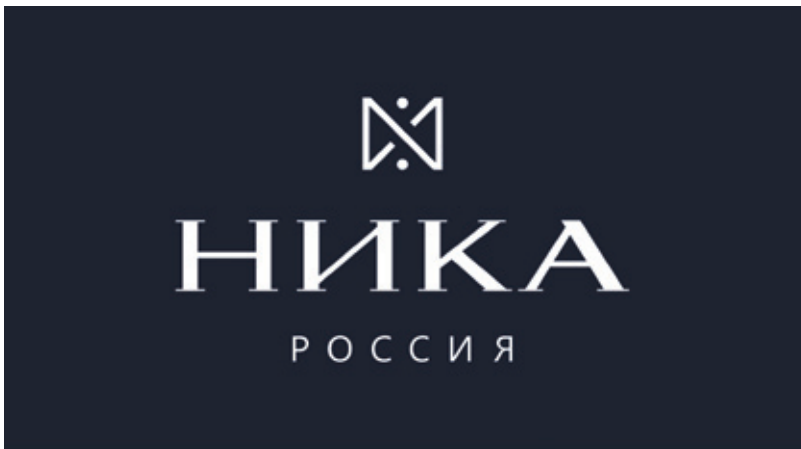
Однако прагматизм, желание расти и развиваться дальше, переходить на другой уровень, требующий более высокого уровня фирменного стиля, взяли свое. Было принято решение сделать ребрендинг. К тому времени мы уже могли себе позволить воспользоваться услугами одного из сильнейших брендинговых агентств на рынке – компании «Остров Свободы».

Для начала ребята из агентства провели над нами небольшой опыт. Разложили листы со множеством логотипов и попросили отметить те, которые нам больше всего нравятся. Вывод был таков: «Вы выбираете то, что у вас и так есть. И потому, все, что мы предложим, вам, скорее всего, не понравится».

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

Лето, отпуск. Мы с Тенгизом отдыхаем вместе с дочкой в Турции. Звонок от директора по маркетингу: «Лена, я отправила вам варианты логотипов на почту. Вы могли бы с Тенгизом сказать, какой из вариантов вам больше нравится?» С компьютером, у бассейна, открываю почту. Предсказания ребят из агентства полностью сбываются – все логотипы вызывают полное отторжение. Тенгиз, ярый противник этого начинания, настаивает на том, чтобы все оставалось, как есть.

Однако, по возвращении в Москву, мы все же назначаем встречу с представителем компании. Приятная девушка, сохраняя полное спокойствие, проводит презентацию работ. И вот мы доходим до странного логотипа, который на первый взгляд кажется просто непонятной закорючкой, а презентуется как знак со множеством смыслов. «Во-первых, – говорит девушка, – на новом логотипе можно разглядеть символ бесконечности, что вполне соответствует вашему видению будущего «Ники». Во-вторых, если развернуть логотип на девяносто градусов, получатся песочные часы, что тоже вам подходит. В-третьих, логотип отчетливо напоминает мужской галстук-бабочку, символизирующий респектабельность бренда. И, наконец, логотип похож на аккуратно застегнутый бантик на красиво упакованном подарке. А ведь по опросам более пятидесяти процентов часов покупаются именно в качестве подарка».

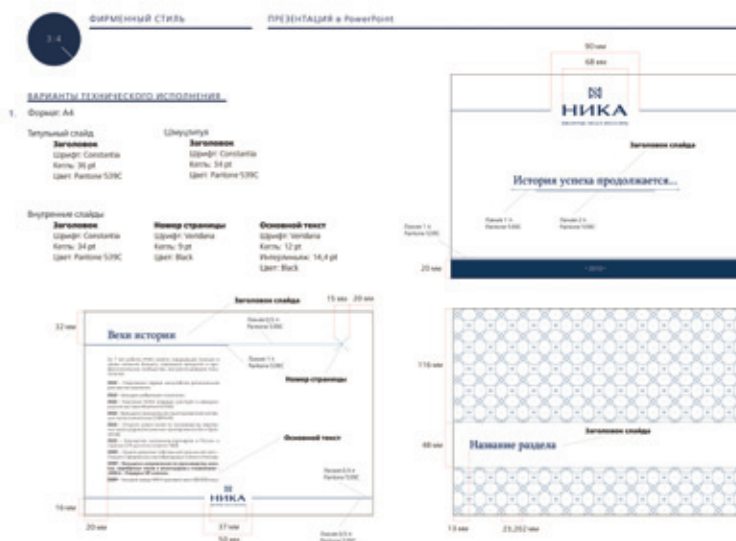


Новый логотип компании НИКА, ребрендинг 2010 г.

Тишина, мы слушаем и постепенно с интересом начинаем вглядываться в логотип. «Позвольте нам завершить работу с этим логотипом, он вам понравится», – говорит девушка. То ли благодаря ее спокойствию, то ли уверенности мы соглашаемся.

Рассказывает Георгий Мордехашвили (совладелец компании «Ника»):

Мы очень долго не могли определиться с нашим фирменным цветом. Настолько все привыкли к черно-белому стилю, что любой другой цвет не мог преодолеть психологический барьер. И лишь когда агентство презентовало нам насыщенный темно-синий, мы все сказали «да». Цвет заморозил нас своей глубиной и многозначностью. Сочетание темно-синего и белого выглядело достойно и к тому же напоминало прошлые цвета, что тоже согревало нашу душу.



Элементы из брендбука компании НИКА

Мы стали готовиться к ребрендингу. Описать того, что нужно было в изменении, составляла несколько листов. А если бы мы сделали распечатку полного перечня изменений, то можно было бы напечатать несколько томов книг. Расчетный срок полного перехода на новый логотип достигал двух лет. Кто бы мог подумать! Я даже сегодня не уверен, что все изменения уже реализованы.

Тысячи штампов, которые пришлось создавать заново, тысячи циферблатов, ремней, упаковок... На выставке в сентябре мы предстали в новом образе. Я с замиранием сердца ждал, что же скажут клиенты. Стою около стенда, мимо меня проходят участники выставки. Девушки окидывают взглядом наш стенд и одна произносит: «Посмотрите, Ника стала какой-то другой! Стильной что ли!»

Рассказывает Алексей Богданов

(совладелец компании «Ника»):

В 2009 году случилось событие, которое серьезно повлияло на судьбу организаторов выставки в Сокольниках – супругов Рыбаковых. Ювелирными выставками в Москве начала заниматься другая супружеская пара из Санкт-Петербурга – Валерий и Ольга Будные. Сотрудничество с Будными у нас началось еще в 2005 году, когда мы впервые выставились на второй по значимости ювелирной выставке «РЕСТЭК» в Санкт-Петербурге. Еще тогда все отметили большое различие в организации выставок. У Будных было намного удобнее, уютнее и теплее. Они не навязывали дополнительных сервисов, да и в целом цены были более демократичные. У нас с Будными сразу сложились прекрасные дружеские отношения. Георгий тут же взялся за свое, и до сих пор, благодаря его стараниям, стенд «Ники» встречает гостей практически у самого входа.

Именно в 2009 году возникла неловкая для нашей компании ситуация, когда стало очевидно, что большинство участников выставки отдадут предпочтение «РЕСТЭКу» и отказываются участвовать в выставке в Сокольниках. Учитывая наше хорошее отношение к обоим организаторам выставок, в том году – единственный раз за нашу историю – нам пришлось выставиться на обеих выставках. Это было непросто, так как пришлось пойти на двойной расход. Мы разделили людской и товарный ресурс, и это решение было заведомо неоправданным. Но мы посчитали необходимым отдать должное нашим давним отношениям с Рыбаковыми, поблагодарить их за помощь в развитии и становлении нашей компании. С другой стороны, мы подчеркнули нашу полную поддержку развитию выставок «РЕСТЭК» в Москве.

Рассказывает Надежда Эрекайкина

(руководитель отдела по работе с корпоративными клиентами):

В моей жизни всегда, как бы я ни пыталась от этого уйти, возникала работа, связанная с государственными структурами и политическими партиями. В то же время меня привлекали реклама и продажи. Я не могла понять, чем мне все же заняться. Вот тогда и пришла мне в голову мысль объединить эти два направления и продавать часы государственным и коммерческим структурам. Так в «Нике» возник отдел спецзаказов.

Первая цель, которую я себе поставила, – стать поставщиком Государственной Думы, ФСБ РФ и Совета Федераций. Сегодня могу с гордостью сказать, что эти цели мною давно достигнуты. Более того, в число наших клиентов входят различные министерства и ведомства, правительства и государственные собрания Республик, государственные корпорации и правительственные учреждения. Много раз наши часы приобретались для

различных саммитов, конкурсов и олимпиад. Я не стану все перечислять. Единственный, кому мы пока еще не изготовили часы с символикой – это Президент России. Но, думаю, все впереди.

Основная задача нашего отдела – изготовление и поставка часов и аксессуаров с логотипом нашего заказчика. Это творческий процесс, подразумевающий совместную работу менеджера, дизайнера и клиента. Мы не только разрабатываем дизайн циферблата, но также продумываем различные варианты гравировок и памятных надписей на крышке часов. Тут важен особенный подход к каждому клиенту. Главное правило нашего отдела не просто «клиент всегда прав», а «желание клиента – закон». Своих клиентов мы буквально носим на руках, а они носят на руках нас (я имею в виду, конечно, наши часы).



Часы НИКА с символикой заказчиков

В кризис было сложно искать новых клиентов. Услышав слово «ювелирный», люди просто клали трубки, а некоторые с обидой в голосе просили не издеваться над ними.

Я не пропускала ни одной визитки ресторана, ни одного адреса электронной почты, ни одной промышленной выставки, не говоря уже об интернете. Однажды в гостях у наших друзей съела конфету и, аккуратно раскрыв обертку, дабы не порвать ее, уткнулась в нее и начала разбирать мелкий шрифт. Потом так же аккуратно убрала ее в сумочку. Один из друзей, заметив столь бережное отношение к фантику, поинтересовался, почему я все это делаю. На что мой муж ответил: «Она коллекционирует любые фантики с адресом и телефоном компании. Ведь это же ее потенциальный клиент. Будет потом ему часы предлагать». Друзья дружно посмеялись, а через три месяца я продала партию золотых часов кондитерской компании «Золотая Русь».

Первый миллион рублей пришелся на кризисный 2009 год, и это я считаю достижением.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

В преддверии Нового 2009 года Тенгиз попросил композитора написать для нас новогоднюю песню, которая смогла бы затмить знаменитую «Happy New Year» группы ABBA. Когда я услышала готовую песню, то сразу в нее влюбилась – такая волшебная, нежная. Мы долго репетировали, и неожиданно у нас возникла идея сделать уникальный подарок для наших партнеров к Новому Году – вместо обычной новогодней открытки записать музыкальное поздравление.

Тенгиз создавал много видеопроектов совместно с компанией «Black Cat Studio», которые стали для нас настоящими друзьями. Они привыкли к тому, что желания у нас возникают молниеносно и время на реализацию катастрофически мало. Не просто привыкли, а успешно с этим справлялись.

Совместными усилиями мы начали создавать сценарий новогоднего поздравления. Сразу решили, что главными героями клипа будут сотрудники компании. И не просто некоторые, а обязательно все. Так родилась идея клипа – сотрудники компании спешат на улицу, где под огромной новогодней елкой, под аккомпанемент нашей музыкальной группы, поздравляют наших друзей и партнеров с Новым Годом.

Когда оставалось снять последний, но самый главный кадр, был уже вечер. Все устали, замерзли, задорное настроение постепенно улетучилось. Чтобы его спасти, Тенгиз стал играть на ударниках – единственном инструменте, который не нуждался в электричестве. Все начали танцевать и веселиться. И тут – «Мотор! Снято!» Это был самый замечательный и настоящему запоминающийся момент.



Кадр из новогоднего клипа с поздравлением для партнеров, клиентов и друзей компании НИКА

Глава IV.

ЗРЕЛОСТЬ

О журнале и собственном телевидении; о таинственных часах с прозрачным циферблатом и Константине Чайкине; об однострелочниках и человеке из космоса, а также о том, что вселенная всегда отправляет нам знаки.

К концу 2010 года компания практически полностью преодолела все негативные последствия всемирного кризиса и можно с уверенностью сказать, что одновременно с этим была пройдена фаза юности.

Действительно, «Ника» образца 2010 года – это уже вполне зрелая, успешная и солидная компания, лидер рынка.

Одна из опасностей, которая поджидает людей на вершине успеха – это звездная болезнь. Не зря в десяти заповедях нашей компании одним из важнейших является пункт «не звезды». И действительно, головокружение от успеха погубило многих. Достигнув вершин, люди теряют чувство меры, а иногда и чувство реальности. Они начинают расплескивать ресурсы на всевозможные дорогостоящие, но плохо просчитанные проекты. Существует тонкая грань между расточительностью, желанием объять необъятное и необходимостью динамичного роста. Поэтому мы всегда тщательно относились к разработке стратегии нашего развития и тратили на это немало средств и усилий.

И еще очень важно всегда принимать конечное решение самим, внутри компании, прислушиваясь, но не полагаясь полностью на заключения пусть даже известных и уважаемых агентств. Даже учитывая рекомендации сторонних организаций, в конечном счете надо исходить из собственного опыта, зачастую полагаясь на интуицию.

В предыдущих главах рассказывалось о том, какие были негативные оценки относительно наших планов развития собственной розничной сети в Москве. Однако время доказало абсолютную верность решения. Более того, именно опыт по развитию собственной розницы дал нам в будущем возможность запустить проект «Фирменные магазины «Ника» по системе франчайзинга».

События, о которых я буду рассказывать далее, наглядно свидетельствуют о том, что мы всегда очень тщательно подходили к запуску новых проектов и определения стратегии развития вектора нашей деятельности. И к счастью нам в этом всегда помогала и, надеюсь, будет помогать и дальше судьба.

Рассказывает Алексей Богданов (совладелец компании «Ника»):

Ассортимент часов «Ники» до 2010 года был рассчитан в основном на потребителей с уровнем заработка среднего и немного выше среднего – на так называемый средний класс. Мы даже в разговорах между собой отмечали, что «Ника» – это «народные» часы. Именно этот факт принес наибольший успех и повысил узнаваемость бренда. Однако со временем мы все больше понимали, что рано или поздно надо будет расширить рамки нашего присутствия на рынке часов и уйти как в недорогой сегмент, так и в более дорогой.

Так у нас повелось, что в нужный момент вселенная отправляет нам знаки – знакомит с теми людьми, которые в дальнейшем идеально вписываются в общую стратегию развития компании. Именно так произошло с появлением в нашей компании Владимира Зинкевича. Вместе с ним зародилось совершенно новое для «Ники» направление – производство эксклюзивных часов.

Рассказывает Владимир Зинкевич (начальник производства эксклюзивных часов):

Принимая участие в часовых салонах, я познакомился с компанией «Ника». Между нами сложились хорошие дружеские отношения. А в 2010 году я вместе со своим коллективом пришел в «Нику» работать.

В нашем коллективе работают талантливые часовщики, ювелиры и художники – настоящие профессионалы своего дела. Мы используем швейцарские механизмы высокого качества, золото 750 пробы и драгоценные камни: бриллианты, сапфиры, рубины. При изготовлении циферблатов применяются уникальные технологии горячих, холодных и перегородчатых эмалей, ранее используемые только Карлом Фаберже и пришедшие к нам в Россию из Византии в XIV веке.

Часы выполняются вручную по индивидуальному заказу или ограниченными сериями. Каждый экземпляр часов «Ника Exclusive» по-своему неповторим и индивидуален и является настоящим произведением искусства. Одной из самых грандиозных недавних работ являются часы с витражной лозой. На их изготовление ушло более шести месяцев.

Всё началось с позднего звонка на домашний телефон. Звонивший представился Сергеем и обратился с просьбой изготовить для него золотые часы по индивидуальному проекту. Он рассказал, что скоро ему исполнится 30 лет и что он серьезно занимается элитными винами. Именно род его деятельности и должен был лечь в основу часов.

И закипела работа. С циферблатной стороны должны были разместиться три грозди винограда разных сортов, выполненные из бриллиантов, сапфиров и золота. Заказчик потребовал, чтобы изготовленные из золота листья были копиями настоящих. Рисунок на обратной стороне часов был поручен эмальерам из Хотьково. Сюжет картины – бутылка элитного вина Romane-Conti с фужером на фоне виноградника предместья Франции – выполнен в сложной технике горячих эмалей. Работа уникальна и тем, что все надписи на этикетке бутылки читаемы. Изготавливая механизм часов, мы претворили в жизнь уникальную идею: кисть винограда проходит с циферблатной стороны через весь механизм и попадает в бокал вина на обратной стороне часов.

Таким образом, совместными усилиями были созданы уникальные часы, не имеющие аналогов в мире.

Рассказывает Ксения Алхунова

(PR-менеджер по внутренним коммуникациям):

Не ошибусь, если скажу, что мои самые яркие воспоминания за период работы в Нике связаны с журналом «Хронограф». Изначально он был небольшим и использовался для внутренних нужд. Передо мной поставили задачу сделать из старого доброго «Хронографа» стильный, современный, гляцевый журнал, в котором будет отражена вся жизнь «Ники». Работа над новым форматом предстояла большая, но мы – служба персонала во главе с Юлией Гулый и самый прекрасный, талантливый и креативный дизайнер Елена Анохина – справились.

На обложке первого номера красовался Евгений Миронов. На ста страницах размещались новости «Ники», итоги работы компании за полугодие, интервью со звездами, полезная информация от специалистов компании, всевозможные опросы, конкурсы и кроссворды. Мы устроили большую презентацию журнала – собрались все никовцы, играла джазовая музыка, угощали шампанским, фруктами, шоколадом и, конечно же, раздавали новый журнал. По отзывам сотрудников журнал удался, и это было главным мотивирующим фактором для создания нового номера.

Потом возникла идея сделать журнал для детей сотрудников – красочное издание «Никуля», в котором все повествование будет идти от лица феи по имени Никуля. В легкой и доступной форме мы рассказываем детям о часах, публикуем фотографии с прошедших в «Нике» детских мероприятий, проводим конкурсы, предлагаем досуг (раскраски, сканворды, загадки, поделки и т.д.). Теперь уже стало доброй традицией вместе с праздничными подарками дарить нашим детям «Никулю».

Но и этого нам показалось мало. Мы решили выпускать еще одно издание, более мобильное и новостное, легкую версию итогового журнала «Хронограф» – газету «Хронограф LIFE». А в канун 2013 года опробовали себя в новой роли – подготовили новогодний комикс, который был призван создать новогоднее сказочное настроение у всех никовцев.

Рассказывает Алексей Преображенский (ведущий менеджер по персоналу):

«А еще у нас есть свое телевидение!» После этой фразы следует, как правило, удивленный взгляд и немой вопрос повисает в воздухе. И это удивление не случайно. Много ли вы знаете компаний, в которых работает корпоративное радио? А телевидение?

Уникальность «Ника-ТВ» в том, что это «живое» телевидение, в работе которого принимают участие все сотрудники и подразделения. Как ни странно, идея его создания пришла в голову сотруднику, никоим образом не причастному к внутрикорпоративному развитию. Придумал его Скрынник Сергей Яковлевич, наш начальник службы безопасности.

Начало вещания пришлось на март 2009 года. Первые выпуски снимались на любительскую камеру. Никто еще до конца не понимал, как это делать, зато все точно знали, зачем. Цели были прозрачны и ясны – показать всем никовцам, чем живет компания и какие события происходят за ее пределами.

Наш телеканал довольно быстро набрал опыт. Уже через пару месяцев после выхода в эфир первого сюжета, у нас уже была профессиональная камера и целый ряд своих программ.

Процесс съемки длится достаточно долго. Это интервью, а с ними и бесконечные дубли, общие планы и подсьемки. Ведь для того, чтобы в эфир вышел пятиминутный ролик, отснятого материала должно быть минимум полчаса.

Интересно отметить необычные площадки, которые попадали в объектив «Ника-ТВ»: Георгий Мордехашвили в аэротрубе в Крылатском, съемки в лесу на тимбилдинге, строящийся Alex fitness на Коломенской, состязания по пейнтболу, съемки на Пироговском пляже, Государственный Кремлевский Дворец. Помимо съемок в интересных местах, часто удается пообщать-

ся с необыкновенными людьми. Среди них директора и владельцы крупных ювелирных компаний, звезды и знаменитости. Очень приятное впечатление на меня произвели Юлий Гусман, Прохор Шаляпин, Александр Ревва.

Но, конечно же, основным ресурсом для «Ника-ТВ» являются не знаменитости и не светские мероприятия, не крупные ювелирные компании и выставки, а наши сотрудники! Потому что «Ника-ТВ» – это все мы!

Рассказывает Георгий Мордехашвили

(совладелец компании «Ника»):

Иногда на нашем пути появляются люди или происходят события, которые сулят нам большие возможности. Важно это понять и не упустить шанс.

Именно таким событием мы считаем наше знакомство с Константином Чайкиным. Наша встреча переросла в успешное сотрудничество и сегодня мануфактура «Константин Чайкин» занимает достойное место в группе компаний «Ника».

Кстати, именно в процессе написания книги нами было принято решение об объединении всех существующих проектов, которыми занимается наша компания, под одно наименование: «Группа компаний Ника». Наверное, многие проведут аналогию со знаменитой «Swatch Group». И это неплохо. Мы всегда открыто декларировали, что стремимся сделать Россию часовой державой и что нашей стратегической задачей является объединение максимального количества эффективных, успешных игроков на этом рынке под единую мощную группу, которая справится с данной стратегией.

Рассказывает Константин Чайкин

(главный изобретатель, соучредитель мануфактуры Konstantin Chaykin):

Наша первая встреча с Тенгизом произошла в 2009 году, когда я анонсировал свои первые «таинственные» часы с прозрачным циферблатом. Тенгизу пришлось по душе и часы, и сама идея, и самое главное, он увидел во мне человека, способного воплощать в жизнь его собственные идеи. Я начал для него разработку часов.

Знакомство с «Никой» меня впечатлило. Я увидел людей, вдохновленных единой целью. В то время я довольно часто получал от различных часовых брендов предложения уехать работать в Швейцарию, но вопрос переезда мною никогда не рассматривался – я не хотел покидать Россию. В очередной раз отклонив предложения швейцарских коллег, я согласился сотрудничать с «Никой» уже не как подрядчик, а как партнер.

После объединения наших компаний началась большая совместная работа, позволившая мне взглянуть на «Нику» изнутри. Развитие этой компании, как и любой системы, движется по S-образной кривой – медленное развитие, затем стремительный рост, а далее можно было ожидать достижение некоего потолка и естественный спад. Однако «Ника», как холдинг, предусмотрительно растет не только вверх, но и вширь. Появляются новые направления и сегменты. В частности, мы, мануфактура «Константин Чайкин», заняли люксовый сегмент российских часов.

Стратегия уверенного монополиста позволяет быть мобильным: не сосредотачивать все ресурсы на одном направлении, а разумно распределять их. Мне видится, что одним из перспективных вариантов развития «Ники» является создание своих собственных механизмов, что позволит в дальнейшем быть независимыми от зарубежных поставок.

Сначала наше общение было удалённым, поскольку моя компания находилась в Санкт-Петербурге и это было неудобно, несмотря на наличие скайпа и других современных средств связи. Постепенно было принято решение о переезде в Москву. На тот момент у меня работало двенадцать человек, хорошо обученных, квалифицированных мастеров своего дела. К сожалению, не все из них согласились на переезд, и пришлось набирать новый персонал в Москве. Расположились мы в уютном двухэтажном особняке в Коломенском, неподалёку от производственных площадей «Ники».

До объединения с «Никой» производство в моей компании было по большей части ремесленное, связанное с творческой работой отдельных мастеров. Компания производила штучные модели, выполняла эксклюзивные заказы. Сейчас мы выпускаем часы небольшими сериями. Для этого пришлось оптимизировать производственные процессы и увеличить количество оборудования.

Созданные мною часы сами рассказывают увлекательные истории. Например, часы «Луноход» – это миниатюрное наглядное пособие по астрономии. В них повторяется реальная картина чередования фаз Луны, которую мы наблюдаем с Земли. Кроме того, часы воспевают подвиги советской космонавтики, высадившей первый управляемый планетоход-разведчик на далекую поверхность Луны.

Или часы «Синема», повествующие о зарождении кинематографа. Они погружают нас в романтические времена золотой лихорадки и ковбоев, в то время, когда благодаря губернатору Стенфорду был разработан и создан удивительный прибор «зоопраксископ» – прообраз того, что двадцать лет спустя братья Люмьер назовут кинематографом. Разве можно было остаться равнодушным, узнав эту историю? Я изучил принцип действия старинного зоопраксископа, а также более поздних кинопроекторов, созданных в разные времена Томасом Эдисоном, Жаном Луи Люмьер и другими достойными изобретателями. Так появились часы «Синема» – первые в мире механические часы, показывающие кино.

Изобретательская деятельность на данный момент составляет основной потенциал мануфактура «Константин Чайкин». Уже сегодня мною запатентовано свыше 30 изобретений и полезных моделей, а в перспективе эта цифра возрастёт в несколько раз. Я вижу часы как некую техническую систему, постепенно эволюционирующую в течение многих веков. Предугадать дальнейшие пути эволюции – самая увлекательная и важная задача, которую сейчас решает мануфактура «Константин Чайкин».

Рассказывает Тенгиз Саникидзе

(совладелец компании «Ника»):

Однажды на Базельской часовой выставке мое внимание привлек механизм одной швейцарской компании. Я показал его партнерам, и все они согласились с моим предложением заключить с компанией эксклюзивный договор на доработку данного механизма именно под нас. Впоследствии мы стали называть эти часы однострелочниками, так как в них была лишь одна минутная стрелка, по форме сильно напоминающая летящую в космос ракету. Мне сразу захотелось создать модель, которая отражала бы в себе всю глубину, бесконечность и красоту вселенной.

Однако мы все чувствовали, что для продвижения данной «космической» модели нам чего-то не хватает. Картина явно была не полной и требовала заключительного аккорда.

И вот однажды меня пригласили на юбилей Гранкина Павла Петровича, руководителя часового завода «Слава». Нас с Леной усадили за один стол сразу с двумя легендами отечественной космонавтики: летчиком-космонавтом, Героем Советского Союза, Титовым Владимиром Георгиевичем и летчиком-космонавтом, дважды героем Советского Союза, Джанибековым Владимиром Александровичем.

В детстве, наверно, каждый из нас мечтал если уж не полететь в космос, то хотя бы поговорить с человеком, который в нем побывал. Однако пообщаться и познакомиться с живой легендой, человеком, который был в космосе на протяжении одного года, установив мировой рекорд – это было просто пределом моих мечтаний. Но как мы уже не раз отмечали, в «Нике» сбываются все мечты, даже самые несбыточные.

С первых минут нашего знакомства с Владимиром Георгиевичем Титовым у нас завязалось бурное общение. Мы говорили о самолетах, о космосе и, конечно же, о часах. Оказалось, что он безмерно увлечен часами и замечательно в них разбирается. Я, в свою очередь, не упустил возможности показать свои знания не только по части часов, но и самолетов, увлечение которыми к тому времени было как раз на пике. Вечер пролетел незаметно, и, прощаясь, мы оба согласились с тем, что знакомство обязательно нужно продолжить. Я пригласил Владимира Георгиевича посетить наше производ-

ство, и предложение было с удовольствием принято.

Уже по дороге домой, общаясь с Леной, которая в свою очередь восхищенно рассказывала о супруге Владимира Георгиевича, нас вдруг одновременно осенило, что, быть может, эта встреча и является тем недостающим звеном, которого так не хватало в разработке часов-однострелочников.



Часы НИКА Exclusive из коллекции UNIVERSE

Рассказывает Владимир Титов

(летчик-космонавт, Герой Советского Союза):

Завод произвел на меня неизгладимое впечатление. Я познакомился с партнерами Тенгиза – Алексеем и Георгием, поразившими меня скромностью и отсутствием «звездной болезни». Зная, насколько мощная структура стоит за их плечами, я проникся еще большим уважением к этим ребятам. Для меня это означало высокий уровень духовности и интеллигентности, что в наши дни большая редкость. Все сотрудники «Ники» выглядели одинаково увлеченными, счастливыми и бесконечно влюбленными в свою работу. Такую четкую, отлаженную до мелочей работу раньше я видел только в космической промышленности. А разнообразие ассортимента часов просто повергло меня в шок.

После экскурсии по заводу гостеприимные хозяева пригласили меня к прекрасному грузинскому столу. Была замечательная атмосфера, мы рассказывали истории, произносили тосты. И неожиданно вместо очередного

тоста Тенгиз сказал слова, которые меня и удивили и порадовали одновременно. Он предложил мне сотрудничество в продвижении их новой модели на космическую тему. Сказать, что я был счастлив от услышанного, это ничего не сказать!

Сейчас, когда прошло уже больше года с начала моего знакомства с «Никой», я хочу отметить еще два важных качества, которые я обнаружил в этой компании. Это дух уважения, который царит в компании, а также высочайшая надежность во всем.

На космическом корабле было много неписаных правил. Например, перед сном мы в течение примерно получаса читали книги. И как только один из нас заканчивал чтение и выключал свой ночник, второй обязательно делал то же самое, даже если ему хотелось продолжить чтение. И таких моментов в совместном полете было очень много. Невозможно находиться на космическом корабле на протяжении долгого времени, если не испытываешь чувства взаимного уважения. Такое же уважительное отношение я наблюдал в «Нике». Я не помню ни одного грубого слова или разговора на повышенных тонах – как среди начальников, так и среди рядовых сотрудников.

Не менее важна уверенность в надежности партнера и техники. Никто не будет летать на ненадежном космическом аппарате и отправлять спутники в космос, не будучи уверенным в ракетоносителе. А надежность закладывают именно люди, работающие на предприятии. И нарабатывается она годами, а то и десятилетиями. Иногда мне казалось, что «Ника» в своем стремлении к надежности и безупречности соревнуется с космической отраслью – хочу признать, что у компании это прекрасно получается.

Рассказывает Елена Хитрина (совладелец компании «Ника»):

После ребрендинга мы приступили к подготовке федеральной рекламной кампании. Нашей главной задачей было занять определенную нишу в умах потребителей, выступив первым и единственным производителем часов из драгоценных металлов в России.

Для проработки рекламной стратегии и слогана была приглашена компания IQ-marketing. Они придумали слоган, полностью отразивший наши пожелания: «Часы высшей пробы». Далее они приступили к проработке сценария для рекламного ролика.

Затаив дыхание, представитель компании IQ-marketing, рассказывал: «Это будет не просто рекламный ролик. Это будет трейлер к западному фильму. Представьте: самый надежный банк в мире. Ночь. В холлах банка охрана проводит контрольный осмотр. И вдруг они слышат странные звуки из сейфовой комнаты. Спешат туда. В это время слитки начинают свое перевоплощение в часы. Охрана бежит, спешит к сейфу, открывает... И что же там? Все

тихо, никого. Успокоившись, они закрывают сейф, но вдруг раздается тревожный сигнал. За огромной дверью хранилища слитки все-таки завершают свое превращение. И фоном голос диктора: «Ника – часы высшей пробы!»

Нам очень понравился сценарий. Был приглашен лучший режиссер из Бельгии. Сделали пробы актеров на роль охраны. Реализацией волшебства занялся гений из Барселоны – известный специалист по спецэффектам.

Первый день на съемках. Мы подъехали с Тенгизом к зданию, больше напоминающему огромный склад. Нас встретили и проводили на студию. Шагая по коридорам, мы вдруг заметили стрелочку с надписью «Интерны». Ух ты, тут еще и сериалы снимают! Вошли в огромное темное помещение. Посередине – короб, внутри которого стеллажи с ровно уложенными слитками золота. Огромная сейфовая дверь. И куча людей. Для нас был заготовлен отдельный стол с мониторами, где мы могли наблюдать за тем, что снимает режиссер. Ребята очень долго выставляли часы на одном из стеллажей. Режиссеру не нравился ракурс, свет... Потом пять минут – и все! Стоп, снято!

Следующий кадр нужно было снимать в банке. Победителем в кастинге зданий оказался Бауманский институт. Съемки проходили ночью. Издалека можно было понять, что происходит нечто захватывающее. На центральном входе были установлены огромные светильники, направленные внутрь здания для создания эффекта лунного света. В центре холла установили диваны, светильники, табло с курсом валют – в общем, стиль престижного банка. Для нас, как и на студии, приготовили укромный уголок с мониторами и сладостями. Съемки опять проходили очень быстро, а вот приготовление было долгим. Сначала натирали полы до блеска, затем устанавливали свет. В пять утра сонные, но счастливые, в предвкушении фантастического результата, мы отправились спать.

Через несколько дней прихожу на работу. Звонит наш клиент и с восторгом рассказывает, что видел наш рекламный ролик. Говорит, что ролик вышел очень интеллектуальный. Мне было очень приятно!

Потом, когда случайно удавалось увидеть нашу рекламу по телевизору, я еще долго восторженно визжала.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Период «зрелости» в жизни человека – это уже накопленный опыт в сочетании с расцветом физических сил и возможностей. Именно таким периодом в жизни компании «Ника», в год ее десятилетия, и завершается эта книга. Означает ли это, что «Ника» переходит в следующую фазу развития, то есть «стабильность», которая в конце концов приводит к спаду, вплоть до «смерти»?

История показывает, что есть компании, которые десятилетиями, а то и столетиями переживали свой расцвет, периодически перескакивая то на период «стабильности», то на период «аристократии», а после заново возвращались к расцвету. Управление такими компаниями переходило от поколения к поколению и имело свойство изменяться, совершенствоваться и во все времена сохранять лидирующие позиции. Секреты подобного успеха описаны в книге Джима Коллинза «Построенные навечно».

Конечно, время покажет, насколько наше видение будущего «Ники» соответствует реальности, но я смею выразить абсолютную уверенность, что все будет именно так.

Мы уже продвинулись далеко вперед, воплощая в жизнь мечту Алексея взрастить красивое, сильное, приносящее плоды дерево. Сегодня это дерево брендов группы компаний «Ника». И никто уже не сомневается в том, что в будущем оно будет приносить все новые и новые плоды.

Начав как небольшая семейная фирма и став крупной компанией, «Ника» не перестала быть похожей на многочисленную, дружную, сплоченную семью. Мне сложно передать словами те чувства, которые мы, и руководители и сотрудники, испытываем, занимаясь своим делом. И какая гордость и чувство высочайшего удовлетворения охватывают нас, когда мы слышим лестные слова в адрес «Ники». Я всегда считал нашей самой большой заслугой то, что мы сумели сплотить вокруг себя такой замечательный коллектив. Я бы не назвал его коллективом единомышленников. Мне непонятно это словосочетание. Ведь если все мыслят одинаково, то это сильно сужает многообразие мира. Я считаю, что люди должны быть объединены единой целью и ценностями.

ми. В нашем коллективе никогда не приживались нытики, пессимисты, авантюристы (не путать со здоровым авантюризмом), интриганы. И наоборот, к нам всегда как магнитом притягивало людей креативных, активных, оптимистов, творцов, одаренных и талантливых, иногда даже немного чудаков. И, что самое главное, каждый из нас находил свое место в «Нике».

Мы росли, учились, иногда на своих ошибках, совершенствовались, не боялись экспериментировать, ошибаться и быть первопроходцами. Двигаясь безумными темпами, мы до сих пор не наблюдаем конца нашему росту. Даже уже имеющиеся разработки обеспечат нам работу и дальнейшее развитие на десятилетие. Все мы отчетливо видим будущее нашей компании. К сожалению, я не могу раскрыть всех секретов и планов, но обещаю, что через десять лет выйдет следующая часть книги, где все успехи и достижения прошедших лет будут изложены в мельчайших подробностях.

Хочется еще раз подчеркнуть важность чувства, которое двигало нас на протяжении всей нашей истории и продолжает вдохновлять и сейчас. Это чувство любви. Любви к нашему делу, компании, сотрудникам и всему, с чем мы сталкиваемся в процессе жизни и работы.

Елена Хитрина любит рассказывать историю, как в первые годы замужества она никак не могла привыкнуть к тому, что ее муж частенько разглядывает девушек. Делал он это не скрываясь, очень сосредоточенно и внимательно. Однажды, не выдержав, она сделала ему замечание и в ответ услышала совершенно неожиданные для себя слова: - Любимая, я разглядываю не девушек, а часы на их руках. Мне интересно, какие они носят часы. Только и всего.

Есть супружеские пары, которые до конца своей жизни сохраняют преданность и любовь. Такие пары, особенно преклонного возраста, вызывают трепетные чувства, уважение, а у некоторых и вполне обоснованную белую зависть.

Точно так же происходит и с компаниями, в которых сотрудники сохраняют преданность и любовь к своему делу. Любовь – вот истинный секрет успеха. И тогда несложно ответить на вопрос: «Почему у «Ники» получилось»? Именно потому, что мы все делали, делаем и будем делать с любовью!

* * *

От имени всех учредителей я хотел бы выразить огромную благодарность нашему другу Ираклию Анели – человеку, оказавшему нам неоценимую помощь.

Мы также выражаем благодарность тем сотрудникам, которые стояли у истоков нашей компании, принимали самое активное участие в ее рождении и до сих пор работают в ней. Это Дмитрий Кузьмин, Андрей Бакулов, Валерий Прохоров, Александр Козлов, Андрей Карпов, Владимир Балад и Виктор Мурышкин.

