



Сергеев Максим Юрьевич

- совладелец консалтингового бюро «Сергеев\Каюмов и партнеры»;
- ректор корпоративного университета;
- автор первого в России профессионального курса по подготовке руководящего состава предприятий индустрии красоты;
- лично подготовил более 2500 руководителей и около 2000 администраторов салонов красоты и косметологических центров;
- автор более 300 проектов предприятий индустрии красоты в 24 городах России, стран СНГ и Балтии;
- руководил крупнейшим на Северо-Западе России медицинским косметическим центром, сетью салонов красоты в Санкт-Петербурге;
- в настоящий момент – координатор программ интеллектуальной поддержки бизнеса индустрии красоты России, стран СНГ, Балтии, Восточной и Центральной Европы;
- независимый консультант по открытию центров красоты и антикризисному управлению;
- имеет три высших образования: медицинское, театральное и бизнес-образование;
- автор более 50 статей на темы маркетинга и менеджмента в индустрии красоты;
- участник более 70 профессиональных выставок в качестве докладчика и лектора;
- автор 4-х учебников по организации бизнеса индустрии красоты.

20.07.2010

О красоте по делу

С 11 по 14 июля 2010 года в Саратове состоялась серия тренингов по управлению предприятиями индустрии красоты (сокращенно ПИК), которые проводились для сотрудников лидирующих салонов красоты Саратова.

Автор и ведущий курса Максим Сергеев – первооткрыватель российского бьюти консалтинга, участник выставок и проектов, которые проходят как на Родине, так и в странах СНГ, Балтии, Восточной и Центральной Европы, обладатель трёх высших образований – медицинского, театрального и бизнес- образования, мастер спорта по боксу, и образцовый семьянин.

["Страна Красоты"](#) встретила с Максимом Сергеевым в салоне красоты «Эксклюзив».

– *Максим Юрьевич, как же сложился Ваш путь в «красивый бизнес»?*

– Сложился он, как это часто бывает, случайно.

Шёл далёкий 97-ой год, и все мои мечты и чаяния тогда были о реаниматологии –, на тот момент, моей основной профессии. Мой сослуживец , знакомый фельдшер по «Скорой помощи», однажды обмолвился, что в новом косметологическом центре открыта вакансия врача по коррекции фигуры.

«Мазать голых женщин кремом...Да ещё и платят за это!» - подумал я, и решил попробовать.

Меня приняли и первое время я совмещал центр с основной работой.

Правда, вскоре я понял, что индустрия красоты – это серьёзная область деятельности, которая не только не унижает меня как врача, но и даёт новые перспективы - как для научных исследований, так и для карьерного роста.

Немаловажно, что оснащение новорожденного медицинского центра даже в те годы представляло собой картину, контрастную суровой реальности советской больницы.

Приняв окончательное решение связать себя с бизнесом красоты, я получил дополнительную специализацию физиотерапевта и устроился на полную ставку – с этого и началась моя карьерная лестница.

– *Известно, что помимо трёх высших образований, вы успели получить звание мастера спорта, сыграть за Сборную России КВН, а после построили прекрасные карьеру и семью. Раскройте секрет – как преуспеть во всём?*

– На мой взгляд, ключ таится в интересе, желании чем-либо заниматься. Да, сейчас у меня есть работа, которой я занимаюсь, семья - это основные мои занятия. Раньше, конечно, брался за несколько дел одновременно...

Нужно увлекаться, пробовать – в итоге всё оказывается взаимосвязано. Карьера моя, как вы поняли, сложилась достаточно случайно – одно увлечение перетекало в другое.

В театральный институт я попал из студенческих клубов, КВН. Уже учась в медицинском, продолжал делать театрализованные и творческие постановки.

Если тебе интересно – ты презришь недостаток времени, усталость - и будешь заниматься.

– В чём особенность предприятий индустрии красоты по сравнению с другими бизнес-структурами? Какими личными качествами должен обладать руководитель ПИКа?

– Главное отличие, на мой взгляд, - это практически полная неэффективность классических приёмов менеджмента.

Говоря о любой другой торговой организации, товар – он и есть товар. Используя элементарные рекламные, например, ходы, ты можешь его успешно продать.

В индустрии красоты огромное значение имеет человеческий фактор. Клиент ведь приходит к мастеру, а мастер – это человек. От его настроения, семейного положения, душевного, так сказать, баланса, зависит качество итогового продукта – услуги, и, соответственно, твоя прибыль.

Обычно, принцип работы с подчинёнными основан на методе «кнута и пряника»: отличился – поощряешь, провинился – наказываешь. Наказал сотрудника салона – а он взял и обиделся. Обиделся и ушёл... А ведь чаще всего именно к мастеру приходят клиенты, а это значит, что салон потеряет потребителя.

Факт в том, что работники предприятий красоты в большинстве своём люди творческие и эмоциональные. И, в силу своей природы, зачастую склонные к манипуляции.

Поэтому одним из наиболее необходимых руководителю салона, например, качеств, я бы назвал хитрость. Да, даже не креативность, а именно хитрость. Умение «ходить по лезвию ножа», сочетая в себе умение показать необходимую административную жесткость – и не перегнуть палку.

Из необходимости постоянной «игры» и повышенной внимательности вытекает следующий «кип», на котором держится руководитель ПИКа – актёрское мастерство. Индустрия красоты – это специфичный бизнес, и для успешной работы эту специфику необходимо учитывать. Я, лично, не раз радовался, что моё второе высшее образование – театральное.

Ну и качество, незаменимое для любого, наверное, руководителя – уверенность в себе.



– Не для кого не секрет, что индустрия красоты – преимущественно женская территория, тяжело срабатываться с «прекрасным полом»?

– Максимальная концентрация женщин с минимальным присутствием мужчин – это, несомненно, тяжело...

Моя карьера как руководителя начиналась в коллективе, состоящем из 68 дам, преимущественно – незамужних. Со временем мне таки удалось установить нормальные начальник-подчинённые отношения, но, должен признать – это была настоящая школа жизни!

– Как создать успешный бизнес?

– Моя формула проста: делать. Делай хоть что-нибудь. Самая большая проблема – это вялость. Прими решение - оно может оказаться неправильным! Но отказ от принятия решения – всегда хуже принятия неправильного решения. Не делай себе харакири, если что-то не получилось – переходи к другому приёму. Сделай вывод и иди дальше. Если руководитель не «горит», то и салон превращается в болото. Нужно заряжать свой персонал энергией.

– Какие методики, инновации Вы используете в своих тренингах?

– Всё, чему я учу, основано на личном опыте. Сам курс, изначально, вырос из практики, а не на основе теоретических знаний из книг и учебников.

Ко мне, как к главному врачу одного из успешных медицинских центров, коллеги стали приходить консультироваться: что и как лучше сделать? Я и рассказывал.

Так как количество желающих потихоньку стало увеличиваться, появилась идея об организации занятий. Сказано - сделано, и скоро отдельные компании стали приглашать меня провести семинары на их территории. Одна из таких фирм решила открыть под меня отдел интеллектуального обеспечения деятельности предприятия – так начался для меня быоти консалтинг.

В своих тренингах я всегда основываюсь на личном опыте, взглядах, мыслях, идеях – теперь моим учебным материалом также может считаться опыт моих учеников.

По мере расширения проекта, выработалась, конечно, определённая структура работы, под практический опыт, который я передаю, была подобрана теоретическая база.

Сейчас консалтинговая компания «Сергеев, Каюмов, Партнёры», одним из учредителей которой я являюсь – один из лидеров по таким техникам, как экспресс-диагностика личности клиента, включающая в себя изучение физиогномики, мимики и жестов, лингвистический анализ речи и прочее.

– Каковы, по-вашему, главные проблемы индустрии красоты в России?

– Парадоксально, но количество открываемых предприятий не соответствует количеству свободных специалистов. Не сформирован рынок труда. Фактически это связано с недостатком учебных предприятий и качеством их развития.

В экономических центрах эта проблема решается за счёт прибывающих в поисках работы иногородних, но возьмем промышленные российские города.

Местных ресурсов просто нет. Новые салоны открываются, они прекрасно оснащены – но найти персонал практически невозможно. Поэтому я активно ратую за импорт сотрудников – приглашение специалистов из более развитых в этом отношении регионов России.

Вторая проблема экономическая – отсутствие быстрых заёмных денег. Развитие предприятий малого бизнеса, из которых преимущественно и состоит индустрия красоты, практически невозможно без наличия доступных кредитов на развитие.

Проблема номер три – это непрофессиональные руководители. Управлением салонов красоты начинают заниматься люди, незнакомые со спецификой бизнеса.

Из-за этого возникает беспорядок в иерархии управления предприятием. Руководитель, менеджер, администратор – кто кому подчиняется?

Также стоит отметить отсутствие площадей, подходящих для предприятий индустрии красоты на рынке недвижимости. Зачастую половина денег, направленных на открытие салона, уходит на перепланировку помещения. После этого на первичную рекламу и развитие ресурсов просто не остаётся.

Огромная проблема индустрии красоты – это «надомники» – специалисты, предоставляющие услуги на дому и в нелегальных заведениях. Качеством, которое они предоставляют клиентам, надомники дискредитируют саму услугу, технологии и в частности саму индустрию.

Конечно, «маникюр» сделанный грязными инструментами в условиях полуподвального помещения, будет стоить дешевле, чем услуги профессионала в качественном заведении – и люди пойдут туда, даже несмотря на возможные неприятные последствия – передачу заболеваний через нестерильные инструменты.

Я лично стараюсь объяснить сотрудникам салонов, что работа на дому – это оскорбление для высококвалифицированного специалиста. Для того, чтобы называть себя профессионалом, необходимо предоставлять качественные услуги, условий для которых «на дому» нет и быть не может.

Занимаясь фактически нелегальным бизнесом, надомники нарушают законодательство Российской Федерации. Государство, однако, борьбой с этим явлением практически не занимается, тем самым, оставляя его в руки профессиональных сообществ, которые, в свою очередь, в индустрии красоты - явление новое и пока неразвитое.

Представителям местных предприятий, заботящихся о развитии рынка и защите своих прав, необходимо объединяться и обращаться к структурам власти с соответствующими требованиями.

- Максим Юрьевич, Вы уже не первый год проводите тренинги в Саратове. Как Вы оцениваете местный уровень развития индустрии?

- Благодаря заинтересованным в росте салонного бизнеса людям, в Саратове сложилось отличное информационное поле. Директора ведущих салонов встречаются, обмениваются опытом, проводятся семинары, приглашаются специалисты. Люди не стоят на месте.



Особое спасибо хочется сказать несменному организатору тренингов «Сергеев, Каюмов, Партнёры» в Саратове - Екатерине Ермаковой, являющейся также официальным представителем компании. Трудно недооценить её вклад в развитие индустрии города – профессионализм и заинтересованность слушателей увеличиваются с каждым годом.

Тренинги в Саратове - всегда тренинги с удовольствием – приятно, когда говоришь с присутствующими на одном языке, и встречи проходят на высшем уровне.

Лидерам саратовской индустрии красоты можно только пожелать держать курс и продолжать расти и развиваться.

С другой стороны уровень индустрии повышается за счёт увеличения разницы между лидерами и средним классом. В Саратове и Энгельсе вместе найдётся около десятка предприятий, уровню которых позавидуют и в столице. В то же время, вновь открывающиеся салоны проявляют себя менее активно и держатся в стороне.

По пальцам можно пересчитать представителей индустрии, использующих преимущества современных технологий – таких как Интернет-реклама. Известно, что «сарафанное радио» было и остаётся главным двигателем успеха как крупных салонов, так парикмахерских, маникюрных и прочих «братьев наших меньших». Например, если раньше, среднестатистическая саратовчанка, для того чтоб узнать о последних тенденциях выходила во двор, то теперь ей достаточно открыть окошко браузера – и всемирное женское общество спешит поделиться с ней последними новостями мира моды и красоты.

Очевидно, что по площади охватываемой аудитории и целевым показателям Интернет ресурсы доминируют. Сегодня реклама в интернете намного эффективнее рекламы в традиционных СМИ. А ведь у подавляющего большинства саратовских деятелей индустрии нет даже собственного веб-сайта.

– *Как человек, работающий в индустрии красоты России и Европы, скажите: кто «обгоняющий», а кто «отстающий»?*

– Предприятий российского масштаба в Восточной Европе просто нет.

Не так давно я побывал на международной выставке в Кракове... Участники ахают услышав о таких услугах, как массаж лица, а уж бьюти консалтинг им вообще кажется неведомой зверушкой. Никаких сравнений с российским аналогом – крупнейшей международной парфюмерно-косметической выставкой INTERCHARM.

Северная Европа... Лучший салон красоты Стокгольма по оснащению и набору услуг соответствует российским стандартам времен перестройки.

Дело, на мой взгляд, в клиенте.

Я понял, что нам нужно холить и лелеять российскую женщину (в настоящий день прекрасные дамы составляют основу клиентуры салонов) – пока она хочет быть красивой, у российской индустрии красоты будет работа.

Российской женщине важно хорошо выглядеть – она старается уделить время и коже, и волосам, и ногтям, и фигуре. Новые салоны открываются, уже открывшиеся расширяются и осваивают новые услуги.

Европейские же инвесторы не уверены, что на их предложение найдётся спрос.

Посмотрите на то, к чему привела эмансипация в Европе – в Германии женщина, следящая за собой, считается потакающей мужским прихотям. В Финляндии мы побывали в женском учебном заведении – и онемели – 300 молоденьких девушек, наряженных в растянутые джинсы, футболки и прочие бесформенные одежды.

Влияет на это и массовая культура – сериалы, кино, пропагандирующие андрогинный образ. Не хочется, чтобы и наши женщины стали превращаться во внешне бесполох аморфных существ.

У меня самого растут две дочери – младшей 5 месяцев. Я лично собираюсь всячески прививать им любовь к красоте и ухоженности. **Ведь быть красивой – это естественное предназначение женщины!**

Беседовала Вероника Хворостухина