

«БЕЗ ПОДТВЕРЖДЕНИЯ ОЖИДАНИЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ ВСЕ УСИЛИЯ БИЗНЕСА НАПРАСНЫ»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ГРУППЫ КОМПАНИЙ ЦДС МИХАИЛ МЕДВЕДЕВ РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ SR ТАТЬЯНЕ ДЯТЕЛ, КАКИМИ ИНСТРУМЕНТАМИ СТРОИТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС СОЗДАЕТ ИМЯ НА РЫНКЕ И ПОЧЕМУ ОТКРЫТОСТЬ КОМПАНИИ ПОМОГАЕТ ЭФФЕКТИВНЕЕ СТРОИТЬ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ.

SOCIAL REPORT: Как вы считаете, за время своего существования на рынке компания смогла создать узнаваемое имя, сформировать свой бренд?

МИХАИЛ МЕДВЕДЕВ: ГК «ЦДС» активно присутствует на рынке недвижимости Санкт-Петербурга и Ленинградской области почти 15 лет, и все это время мы планомерно работаем над формированием своего имиджа. Это важно, это доверие потребителей, репутация. Мы дорожим своей репутацией. На наш взгляд, узнаваемость бренда ЦДС на сегодняшний день велика, по мнению аналитиков рынка, мы стабильно уже несколько лет подряд входим в тройку лидеров. Того же мнения, согласно опросам и исследованиям, придерживаются и наши клиенты. У нас есть и так называемый «продуктовый» бренд — «БК-стандарт», квартиры базового комфорта в современных кирпично-монолитных домах, которые являются основными в объеме нашего строящегося жилья. ЦДС реализует проекты и в других сегментах (комфорт-класс, бизнес-класс), но пока это скорее исключение, чем направление деятельности. На наш взгляд, за пять лет бренд «БК-стандарт» прижился на рынке, он вписывается в определенный ассоциативный ряд в сознании покупателей жилья, представляя четко сформулированный набор достоинств. Сейчас мы продолжаем работать над его развитием, наполняем новыми преимуществами. В первую очередь речь идет о комплексной системе «Безопасный дом», плюс мы вводим в экспериментальном порядке на своих строящихся объектах новую систему контроля качества АСИК — автоматизированную систему инвестиционного контроля, давно и успешно применяемую в Европе. Это системный подход, позволяющий инвесторам контролировать эффективность вложения средств, прогнозируя результат с большой долей точности.

SR: Находите ли вы свою компанию открытой для общественности? Помогает ли открытая информационная политика ведению бизнеса?

М. М.: Мы считаем себя достаточно открытой компанией. Наша информационная политика направлена на разъяснение текущих задач, стоящих перед ЦДС. Мы регулярно рассказываем о своих достижениях, ведем открытый и честный диалог с клиентами, партнерами, органами исполнительной и законодательной власти. Наша компания состоит во всех профильных строительных объединениях и организациях, регулярно участвует в обсуждении новых законопроектов, регламентов и прочих базовых документов, принятие которых необходимо для успешного развития строительной отрасли города и области.



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

SR: Сколько времени требуется на формирование имиджа компании?

М. М.: Имидж компании складывается из многих составляющих. По большому счету, можно делать любые инвестиции в формирование имиджа, но без результатов работы — в нашем случае реализации различных заявленных нами проектов качественно и в срок — имидж будет носить скорее временный характер, в стадии ожидания. А без подтверждения ожиданий общественности все усилия напрасны. У нас за спиной уже более 45 построенных объектов — точечных домов и жилых комплексов в городе и Ленинградской области, девять — в стадии строительства, 19 — в стадии реализации. Думаю, это лучший показатель стабильности и надежности компании. Как и у всех, у нас случаются временные объективные сложности, но мы с ними работаем и всегда их преодолеваем.

SR: С помощью каких инструментов вы перестраиваете негативное отношение к компании?

М. М.: Негативные моменты складываются в основном из-за задержек сроков строительства, за последние годы это было связано с теми объектами, которые вводились в работу в 2008–2009 годах, но мы не заморозили ни одной стройки в этот

период, частично снизив темпы строительства. Уже пару лет как ситуация полностью выровнялась, мы работаем по графику, у нас серьезная собственная производственная база, три генподрядные организации в структуре компании. Более того, система АСИК позволяет нам с высокой точностью контролировать темпы и качество строительства, оперативно устранять любые недоделки практически в момент их обнаружения. АСИК предусматривает строго утвержденные согласованные строительным нормативам критерии качества выполнения работ, и мы им точно соответствуем. В последних сданных объектах отмечалось существенное снижение претензий клиентов по качеству. Они в основном носили несущественный характер, и заявленные дефекты устранялись в рабочем режиме в течение нескольких дней. По отношению к клиентам мы ведем себя открыто, для общения с ними существует штат сотрудников, отвечающих за постдоговорное обслуживание, отдел контроля качества.

SR: Как вы формируете информационные поводы для СМИ?

М. М.: Все поводы связаны с новыми объектами, планами компании, способными повлиять на развитие градостроительной ситуации в области и городе, с нашими

социальными инициативами, а также с всероссийским детским творческим движением «Звезда удачи», в котором с нами уже более 250 городов России, ближнего и дальнего зарубежья.

SR: Выход какой информации вы ограничиваете с точки зрения конкуренции?

М. М.: Как и в любом бизнесе, у нас есть закрытые темы, это конфиденциальная информация, не подлежащая разглашению. Это нормальная практика.

SR: Какие СМИ вы считаете для себя наиболее эффективными и почему?

М. М.: Эффективны все СМИ, соответствующие типу подаваемой информации. Очевидно, что в деловых и профильных изданиях «работает» информация делового плана, в общественно-политических, развлекательных мы рассказываем о наших социальных проектах. Все большее пространство захватывает интернет.

SR: Отличаются ли инструменты, которые вы использовали при выходе на рынок, от тех, которыми вы пользуетесь сейчас?

М. М.: Сами механизмы вряд ли, скорее можно говорить о более качественном их использовании.

SR: По данным Петростата, за два первых месяца в Петербурге было выполнено на 2,4% строительных работ меньше, чем в 2013 году. В частности, количество работ по подготовке участков упало на 38,5%, по строительству зданий и сооружений — на 2,3%, по монтажу инженерного оборудования — на 22,8%. В связи с этим каким, по вашей оценке, будет уровень падения рынка по итогам года?

М. М.: Показатели выборки статистических данных за два месяца в начале года вряд ли могут прогнозировать результаты года в целом. Делать выводы рано. Думаю, что к концу года показатели выровняются и не будут ниже 2013 года.

SR: Планируете ли вы корректировать свои планы на краткосрочную или долгосрочную перспективу в связи с неустойчивостью рубля?

М. М.: Нет. При любой неустойчивости рубля самым надежным способом для населения спасти свои сбережения от инфляции и девальвации остаются инвестиции в недвижимость. Недвижимость востребована как предмет первой необходимости и актуальна с точки зрения инвестиций. Спрос на рынке всегда будет высоким и стабильным, превышать предложение, цены на жилье будут расти. Любая макроэкономическая или микроэкономическая ситуация, влияющая на колебание курса рубля, как правило, связана с политикой, соответственно, сравнительно кратковременна. У нас есть ресурсы, позволяющие самостоятельно достроить свои объекты, выполнить обязательства перед клиентами. ■