

Июль 2009 г.
№ 6 (50)

Арнест

*Бережно заботясь о природе, мы дарим
красоту и комфорт человеку, создавая
продукцию высочайшего качества
и используя самые современные
и эффективные технологии*

Миссия «Арнест»

Выходит с марта 2005 года

ИНФОРМ

К О Р П О Р А Т И В Н А Я Г А З Е Т А

КОМПАНИИ «АРНЕСТ» 5 ЛЕТ!



ЕЛЕНА САГАЛ

Глядя на эту первую для нашей компании юбилейную цифру – пять лет – я задумываюсь о том, что эта дата для нас значит? С одной стороны, кажется, что пять лет – это небольшой период. Но глядя на наши достижения, понимаю, что и маленький. Если пять лет назад в нашей команде было всего 15 человек, то теперь нас в 10 раз больше – более 160 сотрудников. Если в 2004г. наши торговые представители приходили в торговые точки с прайсом из 200 SKU, то теперь список возрос более чем в два раза и сегодня в нем свыше 540 позиций.

Можно сказать, что посадив пять лет назад маленькое деревце, мы все больше и больше укоренялись, разрастались и теперь уже можем получать с него первые плоды. Это наши результаты. Главное, что позволило нам этого добиться – это то, что развивались мы не однобоко, а сразу в нескольких стратегически важных направлениях.

только наши марки из всех продающихся российских марок входят в десятку самых покупаемых средств для укладки волос

Прежде всего, выделившись в 2004 году в отдельное подразделение, мы начали создавать систему дистрибуции и теперь с каждым годом совершенствуем ее. На тот момент в списке наших партнеров было 66 оптовых компаний. За эти пять лет мы научились тщательно выбирать партнеров и теперь работаем только с крупными и надежными дистрибьюторами и федеральными сетями. Сейчас в нашем списке их более 160. Поэтому наши товары сегодня продаются через качественную розницу. Причем, пять лет назад мы не работали ни с одной сетью, а теперь с 15-ю. И это не какие-нибудь локальные местные сети, а такие крупные федеральные ретейлы, как Ашан, Метро, Магнит, Лента, О'Кей, Копейка, Пятерочка, Зельгрос, Перекресток, Гиперглобус, Карусель. Только за 2008г. продажи через эти структуры увеличились более чем на 30%. И это направление мы сейчас активно продолжаем развивать.

Могу с полной уверенностью сказать, что если бы мы не развивали эти каналы дистрибуции, мы бы не смогли получить нынешние объемы и продавать через них такие наши продукты как Symphony 300см3, Убойную силу, VIP и т.д. А главное – мы не смогли бы воплотить все наши маркетинговые идеи в жизнь. А идей за это время у нас было немало.

Второе важнейшее направление нашего развития – это, конечно же, наши бренды. Ведь они являются основой работы нашей компании. Именно их мы создаем с нуля или выдыхаем в них новую жизнь, болеем за них душой и направляем на них все усилия. И не раз за эти пять лет, благодаря им, мы открывали для себя новые горизонты.

Одним из первых примеров можно назвать бренд «Прелесть Био». В 2004г. ассортимент серии, включающий 23 продукта, состоял из двух категорий – средства для укладки волос и ухода за кожей. Мы разработали для него новые направления, это – средства для ухода за волосами, препараты для душа и абсолютно новое для нас – дезодоранты. За счет этого мы расширили количество входящих в серию позиций практически в 4 раза. И во столько же раз за время нашей работы возросли продажи этого бренда. Сейчас «Прелесть Био» занимает 7-ю строчку в рейтинге самых востребованных средств стайлинга. Хочу особо отметить, что только наши марки из всех продающихся российских марок входят в десятку самых покупаемых средств

НАМ <<5+>>!

для укладки волос и конкурируют с ведущими международными брендами. В их числе и наша традиционная «Прелесть», появившаяся 35 лет назад и по сей день являющаяся самой известной среди всех укладочных средств (1-е место по данным за 1-й квартал 2009г.). Все это стало возможным благодаря постоянному совершенствованию бренда. Я считаю, это неплохой результат.

В год создания компании в нашем ассортименте появилась новая линия средств для стирки «Няня». Тогда мы впервые выпустили сухой отбеливатель для белья. Спустя два года мы перевели производство на собственный завод и обновили серию – заменили ароматы кондиционеров для белья на более востребованные, усовершенствовали формат и дизайн. И за 2 последующих года объем продаж серии увеличился на 50%.

Одним из основных направлений в нашей работе в 2004 году, также как сегодня, являлись освежители. Но тогда весь ряд продуктов был представлен исключительно освежителями «Симфония» и «Symphony» формата 200 см3. Уже через год мы ввели в него аэрозоли в новом формате – 300см3, а еще через год – абсолютно новые для нас продукты – очистители воздуха. Всего за пять лет эффективной работы над этими брендами мы увеличили ассортимент с 26 до 70 позиций. Сегодня он включает не только освежители и очистители, но очистители-увлажнители воздуха и микроспреи. Состав и дизайн продуктов постоянно оптимизируется в соответствии с новыми тенденциями и желаниями потребителей. Именно поэтому наши освежители воздуха не позволяют конкурентам обогнать их и твердо удерживают 2-е место в рейтинге самых покупаемых.

Также в 2004 г. мы успешно вывели на рынок две серии средств для борьбы с насекомыми, это – Убойная Сила и Picnic. В то время рынок инсектицидов активно развивался, и Убойная Сила сумела хорошо вписаться и закрепиться на нем. За эти 5 лет ее объем продаж вырос в 5 раз. По итогам 2008г. Убойная Сила поднялась с 7-го на 6-е место среди самых известных и покупаемых средств для борьбы с

наши освежители воздуха не позволяют конкурентам обогнать их и твердо удерживают 2-е место в рейтинге самых покупаемых

насекомыми. Серия Picnic сегодня входит в десятку самых востребованных репеллентных средств. Кстати, в ней представлены не имеющие аналогов в России продукты, среди которых Picnic Super – единственное средство в России, эффективное против ВСЕХ опасных видов клещей, встречающихся на территории страны. Picnic – это бренд будущего. Сейчас в России культура применения средств защиты от насекомых только развивается, соответственно рынок репеллентов активно растёт. И у нас есть все возможности и дальше увеличивать продажи этой марки. Отрадно, что и наш «Дихлофос» занимает вторую позицию по знанию и третью по использованию в рейтинге инсектицидных средств, а среди всех представленных на российском рынке «Дихлофосов» – почетное первое место. В итоге и в средствах для борьбы с насекомыми три наших марки входят в число самых используемых в России.

В 2005 году мы впервые шагнули на рынок мужской косметики, поставив на полки разработанную совместно с французской компанией L'arnee Cosmetic серию VIP For Men. Сегодня наш бренд демонстрирует хороший показатель продаж. За 3 года своего существования серия он вырос в 3 раза! Первоначально бренд включал 5 продуктов. Сейчас – это три полноценных линии, включающие практически все продуктовые категории мужской косметики и составляющие в общей сложности 15 наименований.

В 2006 г. мы вывели на рынок бренд «Прелесть Professional», о котором я всегда говорю с большой гордостью. Его по праву можно назвать одним из самых успешных в нашем ассортименте. На сегодняшний день – это единственная российская профессиональная серия средств для укладки и ухода за волосами. Мы создали этот бренд с нуля. Невероятно быстрыми темпами он вошел в первую десятку самых

Антуражем, Москвичкой, Ланой и др. брендами. Теперь мы хотим, чтобы эти бренды заняли такие же позиции и в других регионах России.

Изменились и наши возможности по продвижению наших брендов. Пять лет назад мы не могли позволить себе рекламу на ТВ, а теперь ролики наших товаров выходят на самых популярных каналах в самых рейтинговых передачах. Более того, к съемке роликов мы приглашаем известных российских звезд. На этапе вывода бренда «Прелесть Professional» на рынок его рекламировали актриса Елена Корикова и один из лучших стилистов России Александр Тодчук. А чуть ранее Елена рекламировала средства нашей серии «Прелесть Био». В 2008 г. мы сняли рекламный ролик «Прелесть Professional» с участием Чемпионов



покупаемых брендов и сейчас поднялся до 6-го места. По итогам 1-го квартала 2009г. «Прелесть Professional» показала самый высокий прирост по показателям знания и использования. В этом году он украсил арену крупнейшего европейского соревнования по фигурному катанию – Чемпионата Европы. Его увидели миллионы российских и европейских жителей. Конечно, большую роль играет хорошая рекламная поддержка бренда, которая позволила достичь больших объемов продаж.

В конце 2007г. произошло крупное и важное для нас событие – объединение компанией «Аэрозоль Трейд». Полученные в результате этой сделки торговые марки Garden и Sunny Day входят сегодня в первую десятку самых популярных освежителей воздуха. Еще одним удачным приобретением стала марка Mebelux, которая сейчас занимает 2-е место в рейтинге самых покупаемых полиролей.

Хороший рост демонстрирует наша детская серия «Моя Прелесть». За последние 5 лет ее продажи увеличились в 5 раз, а ассортимент представленных в ней продуктов с 3 до 9 наименований. За это время несколько раз мы улучшали дизайн продуктов линии, делая его более актуальным и современным.

В 2008г. мы второй раз приобрели активы конкурента. На это раз на багаж брендов пополнился имеющими хорошие позиции в Москве и области

Мира и Европы по фигурному катанию Оксаной Домниной и Максимом Шабалиным. Регулярно наша реклама выходит в прессе. При этом мы выбираем самые известные и востребованные издания. За это время у нас сложились с ними очень дружественные отношения, что позволяет нам получать хорошие условия. В 2007 г. мы впервые реализовали проект по внедрению бренда в фильм «Все могут короли», который транслировался в кинотеатрах страны и тиражировался на дисках. В том же году мы поставили в магазины наше первое торговое оборудование, а в 2008г. сделали дополнительную партию.

Приятно, что за 5 лет работы наша компания и наша продукция неоднократно удостоивалась самых высоких наград на престижных российских и международных конкурсах.

и в средствах для борьбы с насекомыми три наших марки входят в число самых используемых в России

Были, конечно, у нас и не очень успешные проекты. Как, например, серия Stylissa, которая поначалу показывала неплохие результаты продаж, а потом отрицательную динамику. Несмотря на наши усилия и желание, мы пока не смогли поднять продажи

до прежнего уровня. Или выпуск серии Straza, для которой мы не совсем верно определили целевую аудиторию. Но к счастью, успехов у нас гораздо больше. Так, за последние 4 года наши объемы продаж выросли более чем на 40%. Наши знания и опыт позволяют нам и дальше развиваться вместе с рынком и не упустить возможность наращивать объемы продаж и производства.

И еще одно важное направление, которое мы постоянно развиваем – это персонал компании. Мы торговомаркетинговая компания и соответственно, вся наша работа и все наши результаты на 100% зависят от уровня и качества профессиональной компетентности наших специалистов и менеджеров. Именно поэтому мы уделяем этому очень большое внимание. Считаю, что за последнее время мы качественно поменяли подход к работе с персоналом и вывели его на новый уровень. Нам удалось наладить эффективную и качественную систему подбора и обучения персонала. Сотни тренингов, семинаров, конференций, стратегических сессий – это лишь маленькая часть мощнейшего айсберга, который в нашей компании называется развитием персонала. Мы изменили отношение к затратам на персонал и теперь они несут характер инвестиций в человеческий ресурс. И эти инвестиции с лихвой окупаются! Выводится на принципиально иной, качественный уровень система обучения торгового персонала «в полях», активно и достаточно успешно используются современные методы оценки персонала, мультимедийного обучения, разрабатывается модель компетенций, постоянно пополняется библиотечный фонд нашего корпоративного университета. Нам удалось за короткий период успешно внедрить систему электронного документооборота, объединяющую всех сотрудников, и не имеющую аналогов у наших конкурентов.

Динамично развивается абсолютно новая для нашего рынка система процессного управления, которая позволит нам четко увязать стратегические цели компании с каждым нашим подразделением, с должностными обязанностями каждого сотрудника. Постоянно совершенствуется система мотивации персонала. Она становится более бизнес-ориентированной, гибкой, «заточенной» на корпоративные и личные цели каждого сотрудника и соответственно более эффективной. Вся эта работа направлена только на одно – на постоянное увеличение наших показателей.

И мы не собираемся останавливаться на достигнутом, а наоборот – планируем и дальше планомерно и упорно вытеснять конкурентов с полок. Для этого у нас есть все – потенциал наших марок, грамотная слаженная команда и хорошие наработки. И как показывают результаты наших брендов – сегодня мы сильнее среди сильнейших.

В заключении хочу сказать, что я очень люблю цифру «пять». Когда училась в школе, в институте, я всегда старалась получать только такую отметку за свои знания и теперь делаю все возможное, чтобы все было на «5» и в нашей работе, в нашей компании. И в наш юбилей хочу пожелать всем сотрудникам компании, чтобы и у них все было на 5 с плюсом – и дома и на работе. Удачи вам, друзья, и спасибо за эффективную работу!

«АРНЕСТ» ОТМЕЧЕН ЗНАКОМ КАЧЕСТВА 21 ВЕКА

Предприятия Ставрополя стали лауреатами Знака качества XXI века и были удостоены наград на выставке «Всероссийская Марка (III тысячелетие)». Наша компания заняла достойное место в списке награжденных лауреатов.

ВИОЛЕТТА ЮРЬЕВА

Нужно отметить, что компания «Арнест» не единожды становилась победителем этого престижного конкурса. Конкурс проводится в рамках выставки «Всероссийская Марка (III тысячелетие)». Знак качества XXI века с целью выявления лучших товаров, услуг и технологий для реализации Национальной программы продвижения лучших российских товаров, услуг и технологий.

К участию в конкурсе допускаются предприятия, фирмы и организации, выпускающие собственную продукцию, оказывающие услуги или поставляющие товары и услуги на российский рынок, независимо от формы собственности предприятия.

Оценка качества продукции производится на основании заключения экспертных комиссий, которая формируется на базе Российского центра испытаний и сертификации (РОСТЕСТ-

МОСКВА) и утверждается Советом Знака. В ходе экспертизы оцениваются потребительские свойства продукции, определяющие ее качество и конкурентоспособность. Главным критерием является соответствие продукции показателям качества государственных стандартов и другой нормативной технической документации, подтверждаемое результатами экспертизы представленных документов, и, при необходимости, испытаний образца.

Лауреату Знака качества XXI века вручается Знак установленного образца (соответствующего достоинства) и Свидетельство установленной формы о награждении Знаком соответствующего достоинства, имеющее уникальный регистрационный номер по Реестру лауреатов Знака качества XXI века.

Лауреаты конкурсов официально могут маркировать свою продукцию соответствующим Знаком качества на безвозмездной основе на период действия Знака (2 года).





ЗОЛОТОЙ ФОНД

В свой пятилетний юбилей ОАО «Компания «Арнест» награждает лучших сотрудников. Профессиональное мастерство и полная отдача делу – вот отличительные черты тех, кто заслужил награды правительства края, администрации города и руководства группы компаний «Арнест». Сегодня мы называем их имена.

**ЗОЛОТЫМ ЗНАКОМ
ОАО «АРНЕСТ» НАГРАЖДЕНЫ:**

- **МИРАНОВА Марина Владимировна** – ведущий специалист по дизайну группы дизайнера;
- **ХОРОШИЛОВ Андрей Иванович** – системный администратор;
- **ЖИЛИНА Ольга Григорьевна** – логист дивизиона «Зарубежье» отдела логистики;
- **БОГУШЕВ Павел Сергеевич** – специалист по логистике сервисной службы;
- **ФИЛАТОВ Константин Михайлович** – региональный менеджер по брендам «Гармонии Плюс» по Кавказу дивизиона «Юг» отдела продаж;
- **ЛЕОНТЬЕВ Павел Петрович** – водитель-экспедитор представительства ОАО «Компания «Арнест» в Москве.

**ГРАМОТОЙ МИНИСТЕРСТВА
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ
НАГРАЖДЕНЫ:**

- **ЕРМОЛОВА Елена Игоревна** – начальник финансового отдела;

- **НЕФЕДОВА Любовь Николаевна** – заместитель главного бухгалтера.

**ГРАМОТА МИНИСТЕРСТВА
ПРОМЫШЛЕННОСТИ КРАЯ**

- **ГОЖЕВ Руслан Александрович** – начальник отдела логистики.

**ГРАМОТОЙ КОМИТЕТА СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ ПО ТОРГОВЛЕ И
ЛИЦЕНЗИРОВАНИЮ ОТДЕЛЬНЫХ
ВИДОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

- **ДМИТРИЕНКО Юлия Васильевна** – ведущий бренд-менеджер отдела маркетинга;
- **ПОПОВ Геннадий Анатольевич** – региональный менеджер дивизиона «Золотое кольцо» отдела продаж;
- **РОЖКОВ Александр Николаевич** – начальник юридического департамента.

ГРАМОТОЙ ДУМЫ ГОРОДА

- **КОБЗЕВ Олег Александрович** – водитель группы АХО отдела управления персоналом.

ГРАМОТОЙ ГЛАВЫ ГОРОДА

- **ШАДЗЕВСКАЯ Наталья Борисовна** – специалист сектора отгрузки;

- **ИВАНОВ Николай Михайлович** – водитель группы АХО отдела управления персоналом.

**ПОЧЕТНОЙ ГРАМОТОЙ
ОАО «КОМПАНИЯ «АРНЕСТ»**

- **ЮРЬЕВА Виолетта Юрьевна** – менеджер по рекламе и PR группы маркетинговых коммуникаций;
- **ТОНЧИЦА Татьяна Георгиевна** – бухгалтер по начислению заработной платы;
- **ЦЫМБАЛ Светлана Владимировна** – логист дивизиона «Сети» отдела логистики;
- **ГОНЧАРОВА Наталья Васильевна** – ведущий специалист по планированию отдела логистики;
- **ПАЩЕНКО Игорь Ильич** – специалист сектора отгрузки;
- **БЕЛОВОД Наталья Юрьевна** – менеджер проектов отдела контрактного производства;
- **СТРЕЛЬНИКОВА Элина Андреевна** – экономист по финансовому отделу.

«АРНЕСТ» – ЗА КРАСОТУ И ГРАЦИЮ!

ВИОЛЕТТА ЮРЬЕВА

Нынешний турнир был юбилейным. В этом году он прошел в конце июня и собрал около 270 спортсменок из разных регионов страны и ближнего зарубежья. Среди них – как уже опытные гимнастки, мастера спорта, участницы многочисленных состязаний, так и совсем еще юные спортсменки. Самые младшие из них только что окончили первый класс, самые старшие гимнастки – отметили шестнадцатилетие. Для многих

В 20-й раз в нашем крае собрались юные дарования, чтобы сразиться за звание лучших на турнире по художественной гимнастике на Кубок государственной телерадиовещательной компании «Ставрополье». За всю историю турнира ставропольский ковер стал для многих гимнасток стартом в большой спорт. «Арнест» не мог пройти мимо этого события и не поддержать лучших дарований России.

этот турнир станет хорошим трамплином восхождения на спортивный Олимп.

Соревнования проводились в 2 этапа. Первый – это классификационные – на звание мастера спорта. В этих предварительных соревнованиях участвовали три российские школы: Юг России – Волгоград, Ростов, Краснодар, Геленджик, Сочи, Армавир; Центральная Россия – Ленинградская область, Тула, Рязань, а также Сибирь – Челябинск и Красноярск и спортсменки из Азербайджана, Турции, Греции, из Молдовы. Все они готовились почти целый год. Участницы выполняли упражнения с мячом, обручем, скакалкой и булавами. В итоге



для прохождения во второй этап – финал были отобраны лучшие из лучших – по 10-16 гимнасток в каждой возрастной группе.

Юным талантам пришлось приложить невероятные усилия, чтобы справиться с волнением и без ошибок выполнить всю программу, показав все, на что они

способны. Даже самые маленькие участницы прекрасно понимают, что без этого успеха не достичь. Полина Похабова из Красноярска, несмотря на юный возраст, уже имеет первый разряд и несколько громких титулов. «Я на многих соревнованиях выступала: в Москве, Омске, Красноярске. Эти соревнования самые красивые, – говорит юная спортсменка. – Очень много сильных гимнасток, есть чему поучиться».

Уже несколько лет подряд организаторы турнира выбирают местом его проведения Кисловодск. Здесь, на Верхней базе Центра спортивной подготовки олимпийского резерва созданы прекрасные условия и для тренировок, и для отдыха. Зал,



в котором проходили соревнования, был украшен баннерами с нашей продукцией.

В этом году изюминкой яркого парада гимнасток стало интересное решение с представлением. Спортсменки пронесли названия своих городов, написанных на воздушных шарах. У каждого города был свой цвет.

О том, чтобы турнир прошел как незабываемый праздник для всех, позаботились многочисленные спонсоры, среди которых была и наша компания. И, как всегда, победители получили косметические наборы нашей продукции.



В Москве успешно прошла конференция объединенного отдела продаж ОАО «Компания Арнест» и ЗАО «Гармония Плюс», которую многие ее участники называют новым этапом в развитии компании. Участники конференции создали и приняли сердцем миссию и ценности своего сообщества, и ощутили себя командой, нацеленной на результат. О вопросах, рассмотренных на конференции, и ее результатах рассказывает директор по продажам ОАО «Компания «Арнест» Олег Синякин.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Олег, что послужило поводом к проведению конференции?

- Поводов несколько. В последние месяцы в компании сформирована новая структура отдела продаж, выработаны новые подходы к развитию бизнеса и стратегия развития команды на вторую половину года. А так как в команду пришли новые люди - руководитель отдела трейдмаркетинга и аналитики Мила Чекризова, заместитель директора по работе с ключевыми клиентами в национальных и локальных сетях Константин Гаврилин, руководитель дивизиона «Юг» Константин Богданов, руководитель дивизиона «Восток» Алексей Банюхов, руководитель дивизиона «Зарубежье» Алексей Ермолаев, ассистент директора по продажам Ирина Егорова - то нужно было их сплотить. С изменениями нужно было познакомить каждого члена нашей большой организации. Лучшего способа, чем проведение конференции-тренинга, нельзя и представить.

Конференция проходила под лозунгом «Команда «Арнест» теперь в Лиге Чемпионов!». Выражаясь футбольными терминами, раньше «Арнест» играл в Премьер Лиге, а теперь мы вышли в Лигу Чемпионов, где нам предстоит играть на одном поле с такими именитыми соперниками как практически все международные корпорации - Procter&Gamble, Schwarzkopf&Henkel, SC Johnson, Beiersdorf и другими. Для того, чтобы там играть, а точнее - выигрывать, необходимы три составляющие:

- настрой на победу;
- сильные игроки;
- четкая стратегия игры.

Вот этим трем составляющим и была посвящена конференция. У нас даже родилось имя команды отдела продаж - ArNext. Это небольшая игра английских слов (Are Next - мы следующие), как бы показывающая, что «Арнест» готов стать следующим победителем Лиги Чемпионов.

На конференцию приехали

представители отдела продаж со всех регионов России, Центральной Азии, Кавказа, Украины и Белоруссии. В качестве специально приглашенных участников были генеральный директор ОАО «Компания «Арнест» Елена Сагал, директор по закупкам Татьяна Ткачева, директор по маркетингу Елена Луканцева, директор по персоналу Владислав Громченко и директор по IT и процессному управлению Сергей Бычков.

- Какие вопросы были рассмотрены на конференции?

- Открыла конференцию генеральный директор Елена Сагал. Она вкратце рассказала



о предстоящих задачах, подчеркнула важность происходящих перемен и пожелала всем успешного участия в конференции. Логистические возможности отдела продаж презентовала директор по закупкам Татьяна Ткачева, а директор по персоналу Владислав Громченко представил новую систему обучения отдела продаж, мотивационную схему и новые подходы в коммуникациях между отделом продаж и офисом. Директор по IT и процессному управлению Сергей Бычков познакомил собравшихся с информационной системой ЦУП (Центр Управления Предприятием) и бизнес-процессами отдела продаж.

Первая половина дня была посвящена обзору бизнеса груп-

МИССИЯ



а перестроили его, сделав еще сильнее.

Затем участникам конференции были представлены конкретные планы и задачи, которые нам предстоит решить. Ключевым моментом можно назвать изменение торговой политики для наших партнеров-дистрибьюторов и введение единой ценовой модели на всей территории России.

Стратегия отдела продаж на 2009 год включает несколько определяющих моментов. Это усиление отдела продаж, создание управляемой и сильной дистрибьюторской системы, фокус на локальных сетях, увеличение трейдмаркетинговой активности.

Сотрудники службы маркетинга четко и грамотно рассказали о планах ввода нового ассортимента, ротации старого. Причем, качество презентаций отдела маркетинга превзошло самые смелые ожидания. Все в отделе продаж, да и не только, отметили насколько информационными, качественными и прикладными были сами презентации. И это не смотря на тот факт, что директор по маркетингу Елена Луканцева на момент проведения конференции проработала в компании лишь две недели, бренд-директор по косметике Яна Судилова - полтора месяца, а бренд-директор по бытовой химии Игорь Губенко - три недели!

В первый же день участников познакомили со стратегией игры команды ArNext. Это очень важно - понять и уяснить, как мы собираемся играть, что является нашим основным оружием. Но только понимания стратегии недостаточно: необходимо создать настрой на победу, сплотить команду - ведь многие видели друг друга в первый раз. Поэтому

наш партнер, компания Business Relations, провела стратегические сессии «Настой на победу» и «Миссия отдела продаж»

- Поделитесь самыми яркими впечатлениями от конференции.

- Пожалуй, наиболее яркие моменты остались от первых двух дней, проведенных вместе. В результате появились, а, точнее, нами были сгенерированы пять основных ценностей команды ArNext - Единство, Доверие, Ответственность, Драйв и Смелость. За каждым из этих слов стоит наше стремление к победе. Это те самые пять столпов, на которых мы будем строить наши взаимоотношения между собой, внутри компании, с нашими партнерами и клиентами. Сложно описать, как мы к этому пришли, но эти пять ценностей действительно были рождены нами.

Еще один яркий момент этой сессии - мы на практике прочувствовали «выход за рамки». Человеку часто кажется, что такая задача невыполнима, план завышен, сделать его невозможно, клиенту столько не продать и т. д. На тренинге у каждого из нас была возможность понять, что все ограничения находятся у нас голове. Представьте: вам дают задание сегодня вечером найти народного артиста России, встретиться с ним и узнать его формулу успеха. Каково? Или - найти чемпиона мира или Олимпийских игр... И это - для людей, большинство из которых в Москве-то второй раз в жизни...

Когда мы получали это задание, в глазах присутствующих я видел шок и смтение... «Это невозможно!», - твердили все в один голос. Но когда тренеры сказали, что завтра в девять утра каждая группа будет от-



ВЫПОЛНИМА

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ:

читываться, кого она встретила и что успела узнать из разговора, вот тут-то все поняли, что это серьезно, и надо включаться.

Такого драйва, энергии, сплочения, желания добиться, во что бы то ни стало цели, я давно не видел. В девять утра все 85 человек, перебивая друг друга, с горящими глазами рассказывали, кто из них встретился с Инной Чуриковой, кто - с Сергеем Безруковым, кто - с чемпионом мира по кикбоксингу, кто - с семейной парой, прожившей вместе 58 лет... Главный урок, который, пожалуй, каждый вынес из этого: невозможное - возможно!

Апогеем этой сессии стала 4-х часовая работа по созданию миссии отдела продаж. Мы сами ее создали! «Воплощая яркие идеи, мы создаем красоту, качество и комфорт» - по-моему, нет более точного описания того, что мы делаем. Ведь мы продаем, по большому счету, не товары, а идеи - как с помощью нашего товара можно кому-то заработать, кому-то стать красивее, а кому-то сделать свой дом более уютным... Все настолько увлеклись этим процессом, что время прошло незаметно, и миссия действительно была создана буквально каждым членом команды.

Наверняка, на этой встрече были отмечены и лучшие сотрудники отдела продаж.

Не могу не сказать про гала-ужин в первый день конференции, на котором были награждены лучшие сотрудники по итогам работы 2008 года. Лучшим ассистентом РД названа Бэла Асланова, лучшим трейдмаркетологом - Ирина Лунева, лучшим территориальным менеджером - Юлия Кашуба, лучшим региональным менеджером - Екатерина Корепанова (сегодня Екатерина утверждена руководителем дивизиона «Урал»), активистом года - Александр Дрожников, лучшим менеджером по работе с ключевыми клиентами - Наталия Герасимова, лучшим дивизионом - «Запад» (руководитель Елена Тюрина). Номинацию «Прорыв года» заслужила Наталья Шмелева.

И теперь о задачах, поставленных на конференции.

Главная задача - прирасти в этом году в продажах на 30% - всеми была воспринята на УРА.

В знак принятия данной задачи каждый член команды расписался на футбольном мяче, который теперь хранится в кабинете у генерального директора компании Елены Сагал.

Вдохновленная, вооруженная команда ArNext поехала на места добиваться поставленных целей.

Перед нами нет преград. Мы - единая команда, способная не только играть в Лиге Чемпионов, но и выигрывать!

В конце конференции ее участники ответили на вопросы:

- 1. Что создано за 3 дня конференции?**
- 2. Что из этого ты будешь применять в своей работе? Публикуем их ответы.**

Бэла Асланова, ассистент руководителя дивизиона «Запад», Невинномысск: - На мой взгляд, за три дня конференции была создана непобедимая команда ArNext, которая не боится никаких трудностей и готова идти напролом для достижения своей цели. Возник командный дух, потому что работать в одиночку очень тяжело.

Наталья Шмелева, руководитель дивизиона «Сети», Москва: - Очень полезная была тема о том, что все, что нас окружает, формируется у нас в голове. Невозможное - возможно! Большая цель выполняема. Главное - начать, сделать первый шаг. Тренинг еще раз напомнил мне, что люди разные и у каждого свои функции. Команда будет эффективной, если в ней есть разные типы сотрудников. Мы часто не умеем слушать и слышать другого, не умеем договариваться, пытаемся навязать свою точку зрения, как единственно правильную. Теперь я стараюсь меняться. Почти шокировало «прошлое - настоящее - будущее»: если использовать опыт прошлого, то будущее - это твое прошлое, страшновато, но лучше это понять не на пенсии. Спасибо, всем кто организовал конференцию!

Александр Дрожников, региональный менеджер, Тула:

- Изменено отношение к невыполнимым задачам, появилось осознание возможности решения их. Создана миссия команды. Увидел изменение подхода компании к продажам продукции на более системный и структурированный.

Буду искать пути решения поставленных задач всей командой региона!!!

Сергей Драгомирецкий, региональный менеджер, Одесса:

- Появилась новая картина мира, раздвинуты границы возможностей, утвердился в чувстве "луктя", нет ничего невозможного. Все достижимо при желании и ресурсах.

Ирина Егорова, ассистент директора по продажам, Москва:

- Создана команда, в которой присутствует «ощущение плеча рядом». Тренеры представили возможность раскрыть в себе то, что казалось недостижимым и непостижимым. Дали почувствовать и понять разницу в помощи и поддержке. Очень наглядно было показано «прошлое-настоящее и будущее». В целом, у меня ощущение, что тренинг закончился образованием сильной команды, которая уверена в себе, уверена в завтрашнем дне, в целях и миссии. Думаю, что в нашей компании начался новый этап развития и роста.

Екатерина Корепанова, руководитель дивизиона «Урал», Екатеринбург:

- Появилось ощущение начала нового витка в спирали развития компании.

После этой конференции, лично я «зажглась» как раньше и поверила в новый успех (выиграть вторые Олимпийские игры всегда сложнее, чем первые). Отдельное спасибо за презентации отделу маркетинга и Миле Чекризовой, появилась надежда, что перемены к лучшему возможны и в нашей компании. А главное для меня, что мои сотрудники, по их отзывам, стали командой, изменили свое отношение к работе, у них появилось желание быть победителями! Создана новая команда - это здорово!

Я буду продолжать строить команду, нацеленную на результат, поддерживать и укреплять командный дух, максимально раскрывать и использовать потенциал каждого сотрудника. Ломать стереотипы, основанные только на предыдущем опыте, проявлять больше креативности и нестандартных подходов в работе.

Юрий Крищук, региональный менеджер, Казахстан:

- На конференции впервые был сделан шаг к формированию команды. Таких шагов предстоит еще сделать немало, но начало положено, и это радует. Здорово, когда чувствуешь себя не «удаленным сотрудником», а частью большой команды, которой не важны расстояния, она живет и развивается, как большая семья.

Интересных моментов было много. Основное для меня - это разрушить рамки стереотипов и находить нестандартные решения. Буду стараться.

Наталья Пронина, менеджер по ключевым клиентам, Мо-

сква: - Было создано то потрясающее ощущение командного духа, драйва, чего так не хватало ранее, ясности цели, уверенности в себе, в своих силах, в том, что при желании можно достичь цели, которая, на первый взгляд, казалась нереальной. Все выше перечисленное уже в душе, и это не оставишь за порогом офиса.

Иван Решетников, региональный менеджер, Башкирия:

- На мой взгляд, за три дня конференции было создано принципиально новое ощущение реальности. Мы все получили возможность взглянуть по-другому на многие вещи. Многие из нас проходили различные тренинги, но со временем ощущения, полученные на них, забываются. Мы вязнем в рутине и делаем все по привычке... Тренинг дал возможность снова вздохнуть полной грудью и напомнил, что все реально и все достижимо. Ответственными за все происходящее являемся мы, и мы можем достичь больше чем обычно... Я пересмотрел свой взгляд на сам процесс работы, сейчас для меня важно осмысление реальности вещей нереальных на первый взгляд. Я думаю, это понимание даст мне возможность выйти на новый уровень роста по всем показателям.

Николай Сыргий, региональный менеджер, Иваново:

- Мы создали веру в победу. Мы создали дух команды продаж - миссию. Я поделюсь с командой ЭТК, дистрибьюторами, партнерами, крупными клиентами идеями компании «Арнест»!



ТРЕЙД-МАРКЕТИНГ. ПЕРЕЗАГРУЗКА

В ОАО «Компания «Арнест» изменения и улучшения происходят постоянно. Сегодня мы беседуем с начальником отдела трейд-маркетинга Милой Чекризовой. Мила обаятельная девушка и абсолютный профессионал, имеющий огромный опыт работы в западных компаниях в направлении продаж и трейд-маркетинга. Её отличительные качества - мобильность и понимание системы. Она хочет многое поменять и смело смотрит в будущее.

ЕЛЕНА УСТИНОВА

- Мила, как Вы определяете роль трейд-маркетинга в продвижении продукта?

- Здравствуйте! Мы рады приветствовать коллег со страниц нашей корпоративной газеты.

Trade-market сегодня – это приоритет №1 в маркетинговых действиях компании любой отрасли на территории России. Это тяжелая борьба за лояльность к бренду всей сбытовой цепочки, это бдительное отношение к месту на полках и узнаваемости среди конечных потребителей.

Если говорить официальным языком, трейд-маркетинг – это совокупность действий, направленных на продвижение товара по всем звеньям сбытовой цепочки: от производителя до конечного потребителя. Задачи могут быть самые разные: увеличение объема продаж, освоение новой розницы, ввод линеек в существующую дистрибуторскую сеть, ввод линейки в определенную розничную сеть, увеличение осведомленности о торговой марке, формирование лояльности у конечных потребителей продукции.

За последние десять лет на российском рынке сильно изменилась ситуация. Если раньше играли западные бренды и по папе, то теперь пришел российский производитель. И отвоевал себе приличный сегмент рынка. И на полке стало совсем тесно. Поэтому trade-направление – это передовая сражений на рынке, ибо, как бы ни было сбалансированным соотношение цена-качество-дизайн – без продвижения не обойтись.

- С какими подразделениями компании взаимодействуют ваши сотрудники?

- Сейчас мы разрабатываем систему коммуникаций, которую представим на рассмотрение и

утверждение. Подлежит корректировке взаимодействие отделов маркетинга и трейд-маркетинга, маркетинга и продаж, трейд-маркетинга и продаж. Решения, влияющие на деятельность компании, должны выработываться и приниматься руководителями смежных отделов совместно. Информация не должна теряться, либо искажаться. Существуют уже давно опробованные схемы взаимодействия, которые мы планируем внедрить в замечательной компании «Арнест». Особое внимание мы хотели уделить взаимодействию с финансовым отделом, бухгалтерией. Также планируем внести корректировки в отношении трейд-маркетинговой деятельности в управленческий учет. Все это поможет в целом сделать действия компании сбалансированными, прозрачными, мобильными. Команда действует именно так!

- Какими принципами вы руководствуетесь при работе с субподрядчиками?

- После тщательного мониторинга цен мы будем принимать решение, с каким субподрядчиком будем работать. В покупке любых услуг и товаров мы проверяем все: документы, сертификаты, качество продукции либо логичность построения услуги, сбалансированную цену, доставку, упаковку, распределение товара по дистрибуторской сети. Наша задача – чтобы листовка или воблер, в каждый из которых вложены 5 рублей, были хорошего качества, достигли продуктовой полки и сработали, принесли нам прибыль.

- Какие задачи ставятся сейчас перед отделом трейд-маркетинга?

- Поскольку отделы маркетинга, трейд-маркетинга и продаж – это неотделимые части целого, то и задачи, стоящие перед отделами, во многом общие.

Из первоочередных – сбалансирование продуктового портфеля. Нужно произвести ребрендинг торговых марок, вывести отработавшие бренды, в общем, сделать конкурентоспособный кейс, с которым можно смело приходиться к оптовику и быть ему интересным. Мы делаем акцент на «Прелести Professional», «Прелести Био», «Антураже». Будут расширяться VIP-марки. Ребрендинг грядет для торговой марки «Моя прелесть» – наши «детки» станут более современными, милыми, и, самое главное, более близкими для нынешних мам, покупательниц бренда. Торговые марки OWK тоже ждет изменение в лучшую сторону. Грядут кор-



ректировки в ассортименте товаров бытовой химии компании «Арнест» и компании «Гармония Плюс», ведь, как вы все знаете, в самое ближайшее время произойдет слияние этих компаний. Но для начала мы разберёмся и структурируем, то, что есть.

Сейчас мы проводим полный анализ по каналам сбыта, чтобы понять, где и как лучше помогать продвигать наши каналы. Ведь продвижение по каналам сбыта – это своего рода измерение температурного режима. А трейд-маркетолог – это своеобразный доктор, который следит за состоянием пациента, наблюдая, чтобы все органы (цепочки сбытовой структуры) хорошо работали, и температура не снижалась, но и не повышалась. К примеру, есть такое профессиональное понятие «перезагрузка» – повысилась температура у пациента: т.е. оптовик закупил продукции гораздо больше, чем сможет продать за 1 месяц, даже с учетом товарного запаса. И в ближайшие 2-3 месяца он уже ничего не купит. Вот мы и «лечим» такого пациента с помощью продуманной системы трейд-маркетинговых мероприятий!

Предстоит провести анализ по эффективности различных трейд-маркетинговых инструментов для продукции компании, тогда мы поймем, в каком регионе и что лучше работает.

У нас родилась идея и сейчас она в процессе воплощения – разработать презенторы, ассортиментные листовки. Этот набор материалов позволит увеличить эффективность работы наших торговых представителей. Также мы планируем создать торговое и рекламное оборудование, позволяющее покупателю быстрее

заметить и выбрать товары компании «Арнест».

В планах также разработка схем акций федерального и локального значения. После их проведения мы будем тщательно наблюдать, что произошло с каналом сбыта на протяжении определенного количества времени.

Также мы обращаем свое внимание на зарубежье, где сейчас о трейд-маркетинге слышат не часто, и мы намерены кардинально изменить ситуацию в этом отношении. Уже сегодня туда отгружаются POS- материалы и ведётся работа по разработке схем взаимодействия и документообороту при ведении трейд-маркетинговой активности. Всё несколько осложняется из-за нюансов в законодательстве и налоговой политике в разных странах; ведь география наших продаж очень обширна: Азербайджан, Армения, Грузия, Таджикистан, Узбекистан, Туркмения, Беларусь, Латвия, Литва, Эстония, Казахстан, Киргизстан, Молдавия, Украина.

И, главная наша задача – выиграть в финале «Сезон 2009»!

Для решения этой самой основной задачи – в заключение я обращаюсь ко всем сотрудникам компании «Арнест»: если отдел трейд-маркетинга обращается к вам с предложением об изменении какого-то хода работы, постарайтесь посмотреть на это с новой точки зрения и помочь нам. Ведь мы – команда, и от слаженности, взаимопонимания наших действий зависит результат – получение прибыли компанией «Арнест». А, значит, и наша стабильность, уверенность в завтрашнем дне, улыбки ваших детей.

Команда «Арнест» говорит: «Сотрудничество, качество и эффективные коммуникации!»

Почет и уважение

В июле ушел на заслуженный отдых вице-президент ОАО «Арнест» Владимир Николаевич Кислухин, один из старейших работников предприятия. Владимир Николаевич отдал любимому заводу 38 лет. За эти годы он прошел путь от наладчика оборудования до вице-президента.

Дольше всего Владимир Николаевич прослужил на посту коммерческого директора, где ему удалось реализовать ряд важнейших проектов по развитию продаж продукции ОАО «Арнест».

Кажется, что чувство усталости не знакомо Владимиру Николаевичу, и все-таки наступил день, когда он по собственному желанию оставил свой пост.

Человек большого трудолюбия, ответственности и оптимизма, Владимир Николаевич славно потрудился на благо родного «Арнеста», и теперь весь коллектив во главе с руководством говорит Вам, Владимир Николаевич, «Спасибо»!

НАЗНАЧЕНИЯ

ОАО «Компания «Арнест»

• На должность менеджера по дистрибуторским операциям отдела продаж представительства ОАО «Компания «Арнест» в Москве принят Сергей Ткаченко.

• К работе на позиции трейд-маркетолога представительства ОАО «Компания Арнест» приступила Владлена Семенченко.

НОВИНКИ

Новый заряд VIP энергии

ВИОЛЕТТА ЮРЬЕВА

В конце июля планируется выпуск новинки в серии «VIP» For Men – геля после бритья «Energy» «Экстраувлажнение».

Новый продукт дополнит линию «Energy». «Мы поставили перед собой задачу, – говорит бренд-менеджер марки Екатерина Голубева, – расширить ассортимент линии за счет введения самых востребованных продуктов. Согласно исследованиям – это пенны для бритья и средства после бритья. Чуть ранее, в конце мая, мы выпустили в этой линии пену для бритья, а теперь дополняем ее гелем. Теперь в ассортименте серии «VIP» For Men будет три полноценные линейки, которые включают все необходимые категории мужской косметики – средства для и после бритья, ухода за телом и волосами.

Эти шаги позволят нам увеличить растущую популярность линии и, соответственно, продажи всей серии».

Основное предназначение нового геля – ежедневный уход за кожей лица после бритья. В состав продукта включен специальный комплекс морских минералов, экстракты алоэ вера, мяты и ромашки, которые устраняют жжение, ощущение стянутости и сухости кожи после бритья. Они обеспечивают экстраувлажнение кожи и предупреждают раздражение. Легкая текстура быстро впитывается, не оставляя «жирного» блеска!



Мимо не пройдешь!

НОВИНКИ

Для продвижения обновленной серии дезодорантов «Прелесть Био» в этом месяце выпущен ряд рекламных материалов, которые будут размещаться в торговых точках страны.

КСЕНИЯ СТУКАЛИНА

В борьбе за привлечение внимания избалованного потребителя мы разработали оригинальные виды POS-материалов – wobлеры, ай-стопперы*, плакаты.

С их помощью мы рассчитываем привлечь наших покупателей к новой серии дезодорантов «Прелесть Био» и увеличить уровень знания марки. Яркий,

динамичный дизайн поможет нам достичь нашей цели – быстро и эффективно подтолкнуть представительниц нашей целевой аудитории выбрать именно наш товар из всего многообразия предложенных. Рекламные материалы будут размещены на

***Воблер** - (от англ. слова wobble - качание) – рекламное изображение любой формы, которое крепится к полке или стенке на гибкой пластиковой ножке и привлекает внимание за счет вибрации. **Ай-стоппер** - (от англ. слова eye-stopper - «то, что останавливает глаз») - элемент рекламы, привлекающий и останавливающий внимание, заворачивающий человека. Функцией ай-стоппера является остановить случайно брошенный взгляд.



полках магазинов рядом с нашей обновленной линейкой, а плакаты украсят торговые залы.



Рекламные материалы Прелесть Био: под линией дезодорантов - шелфтокер, вертикально к полке прикреплен Ай-стоппер.

Новый взгляд на «Прелесть»

Поступила в продажу самая известная в нашем ассортименте марка «Прелесть» в обновленном дизайне.

ВИОЛЕТТА ЮРЬЕВА

«Предыдущий дизайн «Прелести» был разработан в 2007г. За это время изменились тенденции и предпочтения потребителей. Поэтому назрела необходимость сменить образ серии на более актуальный», – рассказывает бренд-менеджер марки Ирина Епикова.

Главным элементом продукта были и остаются привычные для потребителей три грации. Но с легкой руки дизайнера они значительно преобразились и теперь выглядят более современно и красиво. В цветовую гамму серии органично введены новые дополнительные цвета, которые сделали продукт ярче и привлекательнее. Усилены торговые преимущества «Прелести». Прежде всего, на самую видимую центральную часть упаковки вынесены степень фиксации и потребительские характеристики продукта. Ранее эта информация размещалась в нижней части баллона и поэтому не всегда была видна покупателю из-за ценников на полках магазинов. Те-

перь эта проблема успешно решена.

С конца июня все лаки серии «Прелесть» выпускаются в сливере. До этого баллоны выпускались с литографической печатью, которая не позволяла добиться 100% попадания в запланированный цвет и сохранить его при многотиражной печати.

Согласно данным TNS Gallup Media за 1-й квартал 2009г. марка «Прелесть» является самой известной среди всех средств для укладки, представленных в нашей стране. Надеемся, что нововведения помогут нашей марке удержать свою лидирующую позицию на российском рынке.



Пенная парочка

ВИОЛЕТТА ЮРЬЕВА

В конце июля поступит в продажу вторая партия акционных наборов серии «Моя Прелесть». У потребителей снова появится возможность приобрести два средства по уходу за ребенком по цене одного.

Выпуск наборов предусмотрен в рамках акции, направленной на стимулирование повторной покупки серии «Моя Прелесть» и увеличение уровня знания марки. Покупая детскую гель-пену для купания, наши потребители получат в качестве подарка фигурную губку для тела. В конце прошлого месяца была запущена аналогичная акция, но с другим составом набора - детским шампунем «Моя Прелесть» и спреем для легкого расчесывания. Результаты продаж первой партии наборов, как и предполагалось, оказались очень успешными. В сегодняшних непростых условиях люди охотно участвуют в подобных акциях, т.к. они позволяют им значительно сэкономить средства в семейном бюджете. И в том, что новое предложение будет пользоваться не меньшей популярностью – сомнений нет.



НАША ИСТОРИЯ

2004 - год рождения ОАО «Компания «Арнест», акционерами принято решение о разделении бизнеса ОАО «Арнест» на два направления: производственное и торгово-маркетинговое.



2005 год - марка «Прелесть» является самой известной среди всех укладочных средств и занимает первую позицию в рейтинге самых востребованных средств стайлинга.

2006 год – выпуск первой в России профессиональной серии «Прелесть Professional!». К участию в рекламной кампании был привлечен звездный тандем - актриса Елена Корикова и стилист Александр Тодчук.



2007 год - «Арнест» получил новый импульс, объединив свой бизнес с ОВК и получив завод «Аэрозоль Новомосковск». Создается единая эффективная производственная и маркетинговая структура. Портфель брендов пополнился марками Garden, Mebelux, Sunny Day, OWK, Новомосковский



2008 год - приобретение активов ЗАО «Гармония Плюс». Компания получает право на товарные знаки «Антураж», «Гармония», «Москвичка», «Лана».



2009 год – дистрибуция на 1/6 части мировой суши, что соответствует 25 млн. квадратных километров. 93 склада – крупных логистических операторов. 168 постоянных и надежных дистрибуторов.

Мы вас любим, ценим, уважаем! От всей души поздравляем с Днем Рождения!

Наши коллеги, родившиеся в августе

ОАО «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Попова Ольга Николаевна	лаборант службы ГИ	01.08.
Гриненко Светлана Георгиевна	сборщик продукции ЦН	01.08.
Юрченко Сергей Юрьевич	замначальника ЦХ и ГП	01.08.
Гузовский Юрий Николаевич	развесчик химвсырья ЦХ и ГП	01.08. Юбилей
Лобан Владимир Евгеньевич	начальник ЦК	02.08.
Мироненко Илья Прохорович	токарь РО	02.08.
Кикто Людмила Петровна	сборщик ЦК	02.08.
Дворцова Оксана Павловна	сборщик продукции ЦК	03.08.
Попова Елена Владимировна	машинист ЦБ	04.08.
Топалова Оксана Владимировна	контролер ОМК	04.08.
Сагал Алексей Эдуардович	президент	05.08.
Бондарь Оксана Михайловна	сборщик продукции ЦН	05.08.
Шеховцова Ирина Александровна	оператор ЭВМ ЦХ и ГП	05.08.
Патрикеева Людмила Геннадьевна	ведущий бухгалтер	06.08.
Месникян Вадим Михайлович	водитель погрузчика-грузчик ЦХ и ГП	06.08.
Попов Вячеслав Вячеславович	наладчик ЦБ	07.08.
Стрешная Елена Анатольевна	лакировщик туб ЦБ	07.08.
Войкин Сергей Владимирович	водитель погрузчика - грузчик ЦХ и ГП	07.08.
Стребкова Инна Петровна	сборщик продукции ЦН	07.08.
Ташкина Александра Владимировна	сборщик продукции ЦН	07.08.
Костюченко Алексей Александрович	грузчик ЦН	07.08.
Копылова Марина Ивановна	сборщик ЦН	08.08.
Мозговой Владимир Васильевич	наладчик оборудования ЦН	08.08.
Белов Василий Юрьевич	грузчик ЦН	08.08.
Стребок Сергей Павлович	грузчик ЦН	09.08. Юбилей
Халаимов Василий Васильевич	ведущий инженер ЦК	11.08.
Кучеренко Сергей Алексеевич	аппаратчик ЦН	11.08.
Веказина Ольга Владимировна	инженер службы по РИИ	12.08.
Старикова Татьяна Владимировна	главный специалист службы президента	12.08.
Свирин Сергей Валерьевич	грузчик ЦН	13.08.
Кончина Елена Васильевна	контролер ОМК	14.08.
Гресс Любовь Викторовна	архивариус канцелярии	15.08.
Дементьева Наталья Васильевна	сборщик продукции ЦК	15.08.
Пугачева Инга Руслановна	сборщик продукции ЦН	15.08.
Васильев Евгений Александрович	сменный инженер-технолог ЦН	16.08.
Бахвалова Антониде Борисовна	диспетчер ЦХ и ГП	17.08.
Мисюра Вера Ивановна	сменный инженер-технолог ПДО	18.08.
Шкаренкова Елена Владимировна	бухгалтер	18.08.
Иванова Людмила Николаевна	сборщик продукции ЦН	18.08.
Жарикова Елена Анатольевна	сборщик продукции ЦН	18.08.
Кричунаш Надежда Семеновна	лакировщик туб ЦБ	19.08.
Гусейнова Луиза Эседуллаевна	инженер КО	19.08.
Любавина Марина Вячеславовна	машинист ЦБ	20.08.
Дубко Татьяна Сергеевна	водитель погрузчика ЦБ	20.08.
Ерошевич Елена Михайловна	машинист ЦБ	21.08.
Гольцова Ольга Геннадьевна	ведущий бухгалтер	21.08.
Варибрус Владимир Иванович	наладчик ЦБ	21.08. Юбилей
Никитчев Александр Григорьевич	наладчик ЦК	21.08. Юбилей
Донченко Геннадий Александрович	наладчик ЦБ	22.08.
Еременко Лариса Алексеевна	литейщик ЦК	22.08.
Середа Михаил Петрович	водитель ЦХ и ГП	23.08.
Черноиванова Ольга Петровна	приемщик ЦН	23.08.
Лапаев Алексей Васильевич	главный технолог РО	24.08. Юбилей
Легкодимов Андрей Александрович	слесарь ЦН	25.08.
Сафронов Александр Иванович	наладчик ЦК	26.08.
Рядинская Александра Георгиевна	сборщик продукции ЦН	26.08.
Шебаршенко Андрей Александрович	аппаратчик ЦН	26.08.
Подгорный Михаил Анатольевич	наладчик оборудования ЦК	26.08.
Тамашакин Андрей Михайлович	оператор ЦН	26.08.
Зленко Ольга Владимировна	кассир-бухгалтер	27.08.
Ковнер Иван Андреевич	токарь РО	28.08.
Рябчунов Евгений Сергеевич	наладчик ЦН	28.08.
Абара Нина Алексеевна	заведующая центром релаксации	29.08.
Шабанова Алла Михайловна	шеровщик ЦК	29.08.
Пяткова Зоя Юрьевна	сборщик продукции ЦН	29.08.
Лямкин Евгений Александрович	слесарь ЦК	30.08.
Терехова Наталья Петровна	сборщик продукции ЦН	31.08.
Климов Владимир Сергеевич	наладчик ЦБ	31.08.

ОАО «Компания «Арнест»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Чиликина Александра Владимировна	региональный менеджер ОП по Центральной Сибири (г. Новосибирск)	06.08.
Корягина Марина Ивановна	региональный менеджер ОП (г. Кемерово)	13.08.
Кузьменко Сергей Викторович	руководитель дивизиона ОП	14.08.
Южно Федор Сергеевич	логист ОП	15.08.
Белова Марина Викторовна	региональный менеджер ОП (г.Н.Новгород)	19.08.
Змазнева Инна Леонидовна	офис-менеджер	20.08.
Лунева Ирина Николаевна	специалист ОТМ	20.08.
Шадзевская Наталья Борисовна	специалист сервисной службы	20.08.
Кашуба Юлия Александровна	менеджер ОП по работе с ключевыми клиентами (г. Воронеж)	25.08.
Гислер Елена Александровна	ведущий специалист ОП	29.08.
Машурина Александра Борисовна	менеджер ОП по работе с ключевыми клиентами (г. Санкт-Петербург)	30.08.
Петенко Алина Александровна	специалист по обучению и развитию персонала	31.08.
Афанасьев Александр Юрьевич	территориальный менеджер ОП (г. Владивосток)	31.08.
Хузин Ильдар Анасович	региональный менеджер ОП (г. Ташкент)	31.08.

Представительство в Москве

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Луканцева Елена Анатольевна	директор по маркетингу	12.08.
Макаров Борис Сергеевич	водитель	19.08.
Семенченко Владлена Львовна	трейд-маркетинг менеджер	25.08.
Некрылова Жанна Валерьевна	менеджер ОП по работе с ключевыми клиентами	26.08.

ООО «Аэрозоль Новомосковск»

Ф.И.О.	Должность	Дата рождения
Детина Ольга Леонидовна	ведущий инженер КО	02.08.
Бахилина Светлана Викторовна	комплектовщик ЦПТ	02.08.
Павлов Антон Павлович	начальник ОТР и П	04.08.
Григорьева Оксана Петровна	инженер по учету ЦТЭС	05.08.
Никитина Наталья Николаевна	ведущий инженер по ПБ	06.08.
Филонова Анна Алексеевна	старший кладовщик ЦХ и ГП	07.08.
Раевская Марина Николаевна	контролер ОМК	07.08.
Денисова Светлана Анатольевна	сборщик продукции ЦПАП	08.08.
Чеснокова Мария Павловна	инженер-технолог ЦПТ	08.08.
Орехов Анатолий Иванович	электромеханик РИЦ	08.08. юбилей
Гришунов Анатолий Николаевич	водитель автомобиля ЦХ и ГП	09.08.
Верина Елена Александровна	укладчик-упаковщик ЦПАП	09.08.
Шмаков Михаил Петрович	наладчик оборудования ЦПТ	10.08.
Тихомиров Андрей Вячеславович	наладчик оборудования ЦПАП	10.08.
Киселев Михаил Алексеевич	старший инженер по ПП ЦПТ	10.08.
Старцева Юлия Викторовна	литейщик пластмасс ЦПТ	10.08.
Луничева Светлана Вячеславовна	бухгалтер	12.08.
Крупейченко Валентина Евгеньевна	машинист компрессорных установок	12.08.
Вагина Анна Анатольевна	подсобный рабочий ЦПАП	12.08.
Подшибаева Оксана Владимировна	комплектовщик ЦПАП	14.08.
Косинов Павел Егорович	инженер по таможенному оформлению грузов КО	15.08.
Думчева Наталья Юрьевна	укладчик-упаковщик ЦПАП	15.08.
Фуркасов Сергей Евгеньевич	наладчик оборудования ЦПТ	15.08.
Цацкин Игорь Владимирович	водитель погрузчика ЦХ и ГП	15.08.
Матвеева Лариса Александровна	кладовщик ЦПАП	16.08.
Пученкина Анна Николаевна	кладовщик ЦХ и ГП	17.08.
Калинникова Людмила Владимировна	сборщик продукции ЦПАП	17.08.
Филимонов Дмитрий Николаевич	наладчик машин ЦПТ	17.08.
Савкина Зоя Ивановна	начальник лаборатории	18.08.
Хрянин Сергей Валерьевич	начальник смены ЦПТ	18.08.
Зелепукин Сергей Федорович	слесарь-ремонтник РИЦ	18.08.
Лукаевич Оксана Владиславовна	прессовщик туб ЦПТ	18.08.
Толоконникова Ольга Николаевна	инженер по ПП ЦПАП	19.08.
Кравцова Анна Геннадьевна	литейщик пластмасс ЦПТ	21.08.
Волденкина Наталья Владимировна	комплектовщик ЦПТ	21.08.
Возный Михаил Зиновьевич	электрогазосварщик	22.08.
Евсюков Александр Михайлович	наладчик оборудования ЦПАП	23.08.
Чаусова Ольга Николаевна	комплектовщик ЦПТ	24.08.
Старостина Анна Николаевна	комплектовщик туб ЦПТ	25.08.
Захарова Лилия Вячеславовна	ведущий специалист ФЭО	27.08.
Гайдай Владимир Николаевич	ведущий инженер РИЦ	27.08.
Блинцов Юрий Михайлович	наладчик машин ЦПТ	29.08.
Огороков Николай Васильевич	ведущий инженер РИЦ	30.08.
Селиванов Сергей Вячеславович	инженер по ремонту ЦПАП	30.08.
Богомолова Олеся Сергеевна	бухгалтер	31.08.