



Регина Бурмистрова

издатель  
«Облик. Esthetic guide».

fb @oblikmagazine

# Мужская работа

Предлагаем вашему вниманию запись разговора с основателем и руководителем компании MG Medical Гургеном Моклозяном. **Высококлассным специалистом, цепким бизнесменом, обаятельным мужчиной.** Всё вместе — это редкое сочетание не только в сфере эстетической медицины, но и в жизни. А потому беседовать было особенно приятно.

— **Добрый день, Гурген! Благодарим за возможность пообщаться. Первый вопрос. И сразу — непростой. Вашей компании уже около пяти лет. Вы работаете на ниве эстетической медицины. Не считаете ли вы, что это не совсем мужская работа? Или, напротив, рынку как раз и не хватает мужской руки?**

— Добрый день, дорогие коллеги. Пользуясь случаем, хочу передать привет моим маме и папе. Они тоже читают ваш журнал.

Если быть точным, то компания MG Medical была зарегистрирована летом 2011 года, тогда всё и началось. И да, согласен с вами, мы работаем на ниве эстетической медицины, наверное, одной из самых увлекательных сфер бизнеса.

Нет, я совершенно не считаю, что это «не мужская работа». Как показывает практика, это на 100% наоборот. Мы работаем с прекраснейшей половиной человечества. Мужчинам вообще очень полезно работать именно с женщинами. У женщин мы учимся спокойствию, точности мыслей, справедливости и правильности тех или иных действий. Эта работа — для мужчин. Она не только увлекательная, но и полезная. Если говорить конкретно про меня, то мне больше нравится, когда мне звонит или ко мне на встречу приходит девушка. Я думаю, у девушек то же самое, только наоборот.

— **Когда вы только начинали ваш бизнес, вы сразу заложили принципы построения компании, выстраивания отношений с партнерами, потребителями и даже конкурентами? Даже они отзываются о вас с уважением и искренней симпатией.**


— Когда всё начиналось, я сразу осознал для себя, что мне очень нравится делать людям приятное и видеть, как они счастливы от того, какой посыл несёт компания. На всем этом изначально и строилась MG Medical и будет придерживаться этих принципов всегда.

Для нас самое главное — это наш клиент. Мы разобьемся всмятку, но сделаем так, чтобы наш клиент получал только удовольствие от работы с нами. Даже когда нам звонит заказчик и просит, например, доставить его заказ за 30 минут, а сотрудник не знает, насколько загружена курьерская служба. Он все равно ответит: «Да, мы всё доставим вам через 30 минут!». Мы всегда говорим «да». Если я не занят, то с удовольствием отвезу необходимое сам.

Я очень люблю общаться с докторами, спрашивать, что бы они хотели улучшить в нашем деле, советоваться, как нам развивать наш сервис. Мы не всемогущие и можем где-то ошибиться и оступиться, поэтому мы всегда стараемся получать актуальную информацию от наших клиентов.

С партнёрами мы выстраиваем всегда только честные и взаимовыгодные отношения и очень дорожим своей репутацией. Её можно строить в течение нескольких лет и потом испортить из-за какого-то пустяка. Как правило, это человеческий фактор, а чтобы его исключить, надо с людьми вести себя так, как вы бы хотели, чтобы они себя с вами вели.

Когда к нам приходят новые сотрудники, мы им общаем, у нас в офисе есть табу: это слово «конкурент» и обсуждение конкурентов. Россия — страна большая и места хватит всем. Просто надо превосходить ожи-

A man with dark hair and light eyes, wearing a dark grey blazer over a light blue and white checkered button-down shirt, stands against a dark, textured background with visible rivets. He is looking directly at the camera with a slight smile. His hands are resting on a dark surface in front of him. A watch is visible on his left wrist.

«Я всегда  
придерживаюсь  
простого  
правила:  
вести себя так  
с людьми,  
как бы я хотел,  
чтобы они вели  
себя со мной».

дания клиента. Да, мы стараемся дружить с нашими «конкурентами», и это прекрасно. Мы все — люди, и мы не на войне, а в одной нашей замечательной и самой лучше в мире стране. Нет смысла воевать. Как говорил Леопольд в одноименном мультфильме: «Друзья, давайте жить дружно!»

— *Кстати, о пройденном пути. Скажите, в первые пять лет развития компании какая задача показала вам самой сложной? Как вы её решили?*

— В целом, могу сказать, что самое сложное — это сформировать действительно сплочённую команду. Это и самое главное для компании. Продукты могут быть абсолютно разные по назначению и очень хорошие, но если команда не очень, всегда есть шанс провалить дело. Поэтому к набору персонала мы относимся очень тщательно. Мы хотим, чтобы это был не временный «пассажир», а специалист с прицелом на долгосрочные рост и развитие в компании.

Одно могу сказать, что лучше людей набирать через знакомых, друзей, то есть заниматься незначительным хантингом. Это более эффективный метод набора «правильных» сотрудников. Что касается интернет-ресурсов, то, к сожалению, тут мы больше обжигались, чем находили действительно нужный нам персонал.

— *Завершим бизнес-тему тремя принципами, которыми лично вы руководствуетесь, выстраивая любые деловые отношения.*

— Честность, способность держать слово, умение решать проблемы со своими сотрудниками. Порядочность. Это четыре, но без порядочности — никуда.

— *В линейке продуктов, которые вы продвигаете на российском рынке, не так много наименований. Расскажите о том, как вы выбирали себе производителей партнеров, и почему остановились именно на HAfiller?*

— Хороший вопрос. Компания, которая производит HAfiller, была образована в 1995 году и на тот момент занималась продажей различных биотехнологических продуктов. Позже компания начала производить филлеры для контурной пластики.

Лично для меня здесь был важен именно человеческий фактор. Я встретился с производителем и увидел, как они верят в свой продукт. И загорелся желанием продвинуть HAfiller на российский рынок. Но совершенно с другим подходом к организации всей работы — «клиент на первом месте». На тот момент (сейчас тоже) HAfiller имел все необходимые документы для подачи препарата на регистрацию в Росздравнадзор. Наличие этих бумаг — это очень большое преимущество, так как большинство компаний-производителей не имеют иногда вообще ничего и зарегистрировать такой продукт легально практически невозможно. Наличие всех документов на филлеры HAfiller гово-

рило о том, что продукт производится в соответствии со всеми стандартами, необходимыми для медицинского изделия.

В целом, хороший партнер обладает: порядочностью, желанием развиваться, у него есть вся необходимая документация на свой продукт. Остальные вопросы — это уже дело техники и способность договариваться.

— *Фраза «Сделано в Китае» долгое время ассоциировалась с низким качеством и плохими эксплуатационными характеристиками. Как вы боретесь с этим стереотипом?*

— Это мой самый любимый вопрос. Начнем с того, что экономика Китая растёт, как на дрожжах, из года в год. Это говорит о том, что уровень жизни постоянно улучшается. Рабочая сила становится более квалифицированной и дорогой. Я хочу сказать, что хороший продукт, производимый в Китае, сегодня не может быть низкого качества, как раз — наоборот. Продукт, который произведён в Китае в соответствии с мировыми стандартами, имеет безупречные характеристики, а в большинстве случаев является даже лучше аналогов. И он дорогой! Я говорю именно про филлеры HAfiller.

К моему счастью, я часто имею дело с различными производственными документами от различных поставщиков. Не для кого не секрет, что многие мировые бренды используют следующую схему поставок: регистрирует бренд в какой-нибудь стране с красивым названием, а само производство находится в Китае. И этот завод в Китае может производить гель для многих заказчиков. Это называется «контрактное производство».

Юридически продукт идёт из страны с красивым названием, а фактически его производят на высокотехнологичном производстве в Китае. И это нормально. Это надо принять как должное, что продукт, произведённый в Китае, это продукт с отличными характеристиками и высочайшим качеством.

В названии нашей компании мои инициалы. Я отвечаю за качество препаратов своим именем, и для меня это очень важно. HAfiller представлен во многих других странах. Мы постоянно летаем на различные конгрессы и только рады, что марка развивается во всем мире большими темпами.

— *Заметно, что вы уделяете довольно пристальное внимание повышению квалификации врачей-косметологов. Как находите темы для вебинара/обучения? Как подбираете спикеров?*

— Обучение в нашей области — это неотъемлемый процесс. Я не могу сказать, что наши темы на обучении отличаются каким-либо существенным образом от остальных обучающих центров. Единственное отличие — это то, что мы кайфуем от того, что делаем. Мы любим всё классно организовать. Любим, когда к нам в офис приходят гости и мы делаем всё, чтобы им было комфортно, они чувствовали себя, как дома.

«В войне смысла нет. Есть смысл объединяться и предлагать российскому рынку самые лучшие и проверенные продукты эстетической медицины».



Иногда после обучения слушатели хотят ещё задержаться у нас на чай или кофе, и это прекрасно! Обучение не должно быть скучным, оно должно быть максимально полезным, проходить в сжатые сроки и быть эффективным. Но и самое главное — нести положительные эмоции. Я люблю смотреть, как от нас уходят с улыбками.

Подбор тренеров происходит только на уровне взаимной симпатии. Тренер может прийти к нам с различными дипломами или регалиями, но если мы чувствуем, что на эмоциональном уровне мы разные, то, скорее всего, не будем с ним работать.

Нам важно, чтобы слушателям было всегда интересно посещать наши мероприятия. И, выбирая тему, мы отталкиваемся от того, что им интересно. Мы собираем информацию о том, что было бы актуально, и презентуем её. Конечно же, в нашем арсенале есть и все стандартные темы, но наши тренеры раскрывают их с разных ракурсов.

**— *Ваша компания — частый гость на национальных и международных мероприятиях по косметологии. Почему вы регулярно участвуете в выставках, форумах и конгрессах? Что вам это даёт?***

— Мы участвуем для того, чтобы повысить узнаваемость бренда NAfiller среди специалистов эстетической медицины. И да, могу сказать, что за всё время мы участвовали во многих конгрессах и конференциях. Нам очень приятно встречаться со своими друзьями, коллегами, партнёрами. Мы всегда черпаем новую информацию, обсуждаем дальнейшие проекты. Это действительно бесценно.

Из всех конгрессов, на которых мы действительно увидели человеческое отношение к экспонентам, — это «Дальневосточная осень» и конгресс «Колхида». В «Дальневосточной осени» мы участвовали, если мне не изменяет память, в 2016 году. И когда были доклады, экспоненты просто стояли у своих стендов. Тогда ко всем вышла Яна Александровна Юцковская и сказала: «Ребята, сейчас будет перерыв и всех приглашу к экспонентам». Это было действительно приятно, что организатору не всё равно, как идут дела у экспонента на конференции.

На «Колхиде» в Грузии нам очень понравилась организация мероприятия. Всё на высшем уровне. Все открыты и готовы подсказать, если что-то непонятно, всё на позитивной ноте. Непосредственно организаторы тоже подходили к экспонентам и интересовались, как идут дела. Это здорово. В таких конгрессах действительно хочется участвовать. И да, в Грузии всегда один из самых лучших гала-ужинов.

**— *Очень любим вопросы про свободное время. Как вы предпочитаете проводить досуг, чем увлекаетесь, на что тратите условно «нерабочее» время? Например, мы заметили, что вы неравнодушны к мотоциклам...***

— Мне никогда не бывает скучно. Всегда есть чем заняться. Я обожаю театры в Москве. Стараюсь ходить минимум два раза в месяц. Считаю настоящим грехом

жить в Москве и не ходить на какие-либо культурные мероприятия.

Я живу около станции метро «Коломенская» и прямо у входа в метро строят огромный филиал МХТ Чехова. Сам Олег Табаков приезжал и заложил капсулу при строительстве театра. И я жду, когда рядом с домом достроят театр, и буду ещё чаще ходить.

Я обожаю кино, особенно советское кино и начала 90-х. Обожаю фильмы Тарковского, считаю его гением.

Обожаю книги. Из художественной литературы самый любимый — это Лев Толстой. Обожаю читать экономические журналы.

Два раза в неделю ко мне приходит настоящий американец и мы просто разговариваем на различные темы. Мне это нужно, чтобы не забыть английскую речь.

Без фитнеса тоже не обойтись, стараюсь заниматься три раза в неделю.

Прошлым летом, действительно, я откатал свой первый сезон на мотоцикле. Мотоцикл мне приносит исключительные эмоции, которые ни с чем не сравнятся. Такое чувство свободы! Очень сложно описать словами, надо пробовать. Я не пожалел, что попробовал. Иногда заказ могу отвезти на мотоцикле.

**— *Чаще всего вы улыбаетесь. Есть ли что-то, что может вас по-настоящему расстроить, даже разозлить? Что это?***

— Меня многое может расстроить. Просто я стараюсь не показывать этого. Хотя психологи говорят, что надо выражать свои эмоции. Со временем я начал философски относиться к плохому настроению и к тому, что кто-то или что-то могут его испортить. Как-то давно я был в гостях и увидел родителей и их двоих детей. Эти два ребенка были инвалидами от рождения, они были оба на инвалидных креслах и постоянно нуждались в дорогостоящих лекарствах. А их родители были полны отличного настроения и боролись за своих детей. И тогда я понял, что плохого настроения нет. Все познается в сравнении. Поэтому надо довольствоваться тем, что есть у тебя в жизни, и если появляются какие-то проблемы, стоит расценивать их как очередной урок и преодолевать их. Конечно, самое главное, чтобы все близкие были здоровы, остальное неважно.

**— *Можете ненадолго «включить ясновидящего» для нашего журнала и подумать о том, каким должен быть российский рынок косметологии с точки зрения бизнеса, медицины, отношения пациентов?***

— Рынок косметологии только формируется, как и многие другие отрасли. Я думаю, что он будет очень сильно регламентирован в правовом поле, как для компаний-дистрибьюторов, так и для медицинских учреждений.

Он растёт с каждым годом, и это не может не радовать. Открывается много клиник. Конкуренция становится сильнее, а услуги — доступнее, чем несколько лет назад. И это хорошо. ○