

Красива справа: як створити й розвивати власний косметологічний бізнес

Інтерв'ю з Оленою Бердинською, власницею української косметологічної компанії Flosal



T

ворити красу – найкраща у світі робота, робити красивими жінок – тим паче. Саме тому багато сучасниць цікавляться тим, як розпочати власний косметологічний бізнес. А ті, хто вже має салон, студію чи центр, мріють досягти успіху і стати лідерами ринку.

Що для цього потрібно, що найважливіше в такому делікатному бізнесі, що найважче, що не враховують майбутні косметологи й початківці, як не лише втриматися на ринку, а десятиріччями залишатися кращими – про це можна прочитати купу підручників і прослухати десятки лекцій, а можна поспілкуватися лише з одним, але досвідченим фахівцем – з Оленою Бердинською, людиною, яка в косметичному бізнесі вже понад 20 років, яка власноруч створила косметологічну компанію Flosal і з 2002 року займається, серед іншого, навчанням косметологів. Її колись невеличкий Центр естетичної медицини розрісся до потужного, успішного бізнесу з постачання в Україну найкращих косметичних препаратів, з розробки технологій їх застосування та підготовки косметологів.

За освітою Олена економіст, працювала головним бухгалтером і фінансовим директором у великій компанії. У певний момент зрозуміла, що досягла стелі у цій професії, і постала перед вибором: заглиблюватися у фінанси, складну аналітику й біржові операції або пробувати освоїти щось нове. Наприклад, перетворити своє хобі, свою мрію на свою професію.

*Відтоді Олена Бердинська допомагає
українкам залишатися найкрасивішими у світі
жінками*



Олено, поділіться, як реалізувалася ваша мрія – компанія Flosal? Що підштовхнуло до її створення?

У 2002 році, коли я відкрила свій косметологічний центр, естетична медицина була в новинку. Навіть лікарям, яких я запрошувала на роботу, доводилося пояснювати, що це таке. На першому етапі Центр займався не лише косметологією, а й усім, що так чи інакше пов'язане зі шкірою: шлунково-кишковий тракт, гінекологія, ендокринологія.

Зрозуміло, я цікавилася тематикою, відвідувала виставки і якось побачила ін'єкції. Це була «точка неповернення» – я захопилася ними тут же. Одразу зрозуміла, що за ін'єкціями майбутнє, адже вони забезпечують швидкий і довгостроковий результат.

Я запровадила ін'єкційну косметологію у своєму Центрі, захопила нею своїх лікарів, і потім це вилилося в бізнес з дистрибуції препаратів, необхідних для косметологічних процедур.

Які основні завдання і напрямки компанії зараз?

Наша основна спеціалізація як дистриб'ютора – ревіталізація. Її ми дотримуємося всі 19 років існування. Сам термін ревіталізація означає наступне: *vita* – життя, *re* – зворотний напрям. Тобто суть цього терміна – відновлення.

Ревіталізанти створюють для клітин шкіри сприятливе середовище для активного поділу. Завдяки цьому процесу судини краще забезпечуються кров'ю, шкіра ущільнюється, стає пружною, здоровою. Тобто ревіталізація – це і краса, і профілактика старіння, і підтримка здоров'я шкіри.

Як змінювався Flosal з часом, який етап був найважчим і на якому етапі компанія зараз?

Спершу ми представляли тільки одну компанію. У 2011 році провели ребрединг: у нас з'явилися різні марки, і це розширило наші горизонти.

З приводу складнощів... Вони завжди були – простих часів я не пам'ятаю. У бізнесі легко не буває, спочивати на лаврах не вийде.

Зараз ми – зріла, доросла компанія, з історією, з репутацією, відома усім косметологам. Майже 80% українських фахівців з косметології практикувалися у нас – пройшли хоча б одне навчання.

*Сьогодні Flosal на етапі цифрової
трансформації, перетворюємося в IT-компанію
– відповідаємо на виклики часу*



Яким результатом найбільше пишаєтеся? Що б хотіли реалізувати ще?

Таких результатів кілька, і головний – ін'єкції з екзотики стали буденністю. У тому ж далекому 2002 році я переконувала всіх, що скоро це стане звичним явищем. Мені мало хто вірив. Але я не здавалася: знала, що одного разу ін'єкції стануть рутиною. І ось це відбувається на моїх очах! Я маю нагоду бачити, як настає майбутнє.

Ще один результат, яким я пишаюся, – ревіталізація з допомогою Flosal стала однією з наймасовіших і затребуваних процедур. Ми були її адептами, знайомили з нею професійну спільноту, і на цей час можна сміливо стверджувати, що Україна за кількістю ревіталізантів попереду всієї Європи.

Досягненням вважаю й те, що українські косметологи – одні з кращих у світі, і в цьому теж є заслуга Flosal. Адже, як вже казала, 80% з них навчалися у нас.

З того, що хотілося б ще реалізувати... Напевно, найважливіше зараз завдання – підвищити загальну культуру в ін'єкційній косметології. Спостерігаю засилля неякісних, несертифікованих препаратів, і ми постійно боремося з фальсифікатом.

Також бачу результати некоректно застосованих косметологічних процедур: перекачані губи, перекачані вилиці тощо. Обличчя дорогої алкоголички – це не те, до чого ми прагнемо. Красива, правильна ін'єкційна косметологія – це не про надмірності, а про природність і естетику.

Ще одна нагальна проблема галузі – косметологи, які практикують, не маючи медичної освіти.

*Без спеціальної підготовки можна серйозно
нашкодити клієнту. Потім маємо
ускладнення, невдоволення, а це шкодить
всьому ринку*



Якою бачите компанію через 5-10 років? Над чим працюєте зараз?

Планування на 10 років зараз неможливе. Пандемія стала маркером, який показав всю крихкість нашого буття – зараз живемо в стані абсолютної нестабільності й турбулентності. Але ми однозначно бачимо себе як диджиталізовану компанію, яка полегшує споживачеві вибір косметолога і препаратів. Компанію, яка розвиває ринок косметології. Компанію – абсолютно надійного партнера.

Багато жінок мріють про такий бізнес. Як вам вдалося зробити його успішним?

Почнемо з того, що наш бізнес – це середина ланцюжка бьютібізнесу. На початку стоїть виробник, потім ми, як продавець і вчитель, потім косметолог. Ми – дистриб'ютори, а це серйозний, складний, системний бізнес, який вимагає знання логістики та інших бізнес-процесів.

Мій секрет успіху в тому, що я – фанат косметології, люблю свою справу, вона мене надихає, з одного боку. А з іншого боку – це системна, щоденна, клопітка праця. Ну і, звичайно, ніхто не виключає елемент удачі. Якщо пазл склався, все виходить.

Які взагалі особливості бьютібізнесу? Ми бачимо лише зовнішню красиву оболонку, а що залишається за кадром?

Головна особливість у тому, що ми продаємо емоції, ми продаємо мрію. Це естетична медицина, де немає традиційних хворих. Це особливі пацієнти, які хворіють красою. І це той вірус, який приємно підхопити.

Всі наші співробітники залучені в процес: вони тестують препарати, виступають як моделі на навчанні, ми преміюємо кращих. У нас всі стають красивими й доглянутими жінками.

Що залишається за кадром – ускладнення, алергічні реакції, розчарування від результату. Це трапляється у разі неправильної ін'єкції або через некваліфікованого спеціаліста – те, від чого ми захищаємо ринок. При нібито багатому виборі важко знайти гідні препарати, які будуть не тільки безпечними, а й результативними. За кадром також – тисячі годин навчання косметологів: як колоти, кому колоти, куди колоти.

Залишаються за кадром і тисячі дзвінків та консультацій після навчань – велика робота і втома, але ми справляємося



Як організовуєте роботу? Що найважче для вас досі, чому вчитеся?

Наша робота завжди ведеться в трьох напрямках. Перший – препарати і технології, другий – люди, третій – процеси. Найскладніше і водночас найцінніше – люди. Можна мати прекрасні препарати, найкрутіші бізнес-рішення, але без людей все це не працює, ніхто твої геніальні ідеї не реалізує. Тому команда однодумців і лояльні віддані клієнти та косметологи залишаються в пріоритеті. Знаходити потрібних людей завжди складно, і це завжди джек-пот.

А вчусь я постійно. З'являються нові препарати, ускладнюються системи – іноді й не встигаєш за цим ритмом. Але ми розбираємося, вчимося самі й навчаємо інших.

Який головний бізнес-урок засвоїли і яким бізнес-гаслом керуєтеся завжди?

Репутація дорожча за гроші і чесним бути вигідно. Я неодноразово свідомо йшла на фінансові втрати, щоб зберегти довіру своїх клієнтів. Якось втратила контракт з великою фірмою, тому що вона разом з якісним препаратом запропонувала неякісний. Я відмовилася його продавати. Мені пригрозили розривом контракту, і я на це пішла. Зате зберегла своє добре ім'я.

Ще був випадок, коли постачальник, якого я вважала перевіреним і надійним, запропонував партію неякісного товару і відмовився його забрати. Я втратила гроші, але не використовувала те, що вважала шкідливим. Втрачені гроші можна заробити. А втрачену довіру клієнтів повернути не можна. Тому якщо мета – працювати довго, то чесність – передусім.

Ви працюєте й очолюєте жіночий колектив – це завжди весело: стільки темпераментів, характерів, власних думок 😊 Як вам вдається керувати таким згустком жіночих енергій, як виходите з непростих ситуацій, які, напевно ж, трапляються?

Я сама жінка до мозку кісток. Тому жінки мені близькі та зрозумілі. Наприклад, нас часто накривають емоції. Для керівника важливо розібратися, що за ними криється: непроста сімейна ситуація, особисті проблеми, нереалізовані професійні амбіції. Кожен випадок унікальний. Потрібно розмовляти з людьми, я це весь час повторюю.

Мій життєвий досвід дозволяє мені вивести людину на відверту розмову, а коли проблема проговорена, легше знайти рішення



Багато жінок вважають, що косметологія – не лише красива, а й легка справа: сиди собі й продавай креми, роби масочки. Що найважче у вашому бізнесі?

Косметологія – дуже персоналізований бізнес. Ми чітко розуміємо, кому продаємо, ми знаємо кожного клієнта, ми з ним вибудовуємо взаємини.

Крім того, це бізнес, який вимагає навчання і сервісу, тобто подальшої підтримки. Для цього створюється дуже складна система. А ще – це гра в довгу. Це не бізнес для швидкого заробітку. Ті, хто прагне легких грошей, швидко розчаровуються. Ошукати не вийде: в нашому бізнесі все будується на довірі й особистих стосунках.

Що б ви порадили собі колишній, коли лише заглибилися в косметологічну індустрію?

Щоб я порадила... Більше довіряти собі. Я зробила багато помилок, коли слухала не себе, а інших. Недарма кажуть: послухай пораду і зроби так, як тобі підказує твоя інтуїція. Найбільших втрат і невдач я зазнала тоді, коли ігнорувала внутрішній голос. А він завжди мені підказував правильне рішення.

Чому навчилися як жінка і як керівник за часи роботи в красивому бізнесі?

Красивий бізнес навчив мене, що чарівної таблетки молодості не існує – потрібно докладати зусилля. Як жінка я щаслива, що реалізувалася в тій сфері, яка мені близька і важлива. А як керівник вчуся постійно, це процес тривалістю в життя.

Що взагалі найбільше цінуєте в своїй роботі, в своїй компанії?

Те, що завдяки нам тисячі жінок вранці підходять до дзеркала і, дивлячись на своє відображення, стають щасливішими. Сяйво свого щастя вони несуть далі: передають своїм дітям, близьким, колегам. Щастя множить. Що може бути важливішим? Для мене це найбільша цінність...