

РАЗГОВОР С КОЛЛЕКТИВОМ НА ОДНОМ ЯЗЫКЕ

Диалог состоится, если позволить людям высказаться и дать им обратную связь

18

ПРОДАВЕЦ ЛУЧШЕЙ ЖИЗНИ

Ни одна успешная продажа невозможна без перехода на «язык пользы»

24

УМЕНЬШАЕМ «КАДАСТРОВЫЙ» НАЛОГ НА ИМУЩЕСТВО

О нескольких способах изменить кадастровую стоимость и сократить выплаты в два раза

34

Диалог с клиентами, властью и временем

Интервью с Еленой Пелёвиной, генеральным директором компании «Консультант Коми»

38



ТЕМА НОМЕРА:

В РЕЖИМЕ ДиалОГА

Покупка, как повод завязать крепкие отношения с покупателем — 26
Выстройте защиту против подделок бренда и информационных атак — 30
Перед тем, как устроить персоналу «разбор полетов», изучите семь ключевых принципов — 50
Small talk: формальность или инструмент? — 54



КОНСУЛЬТАНТ
КОМИ

Открыта подписка на 2018 год!

журнал
готовых решений
для бухгалтера

○ ЗАЩИТИТЕ СЕБЯ ОТ СЛУЧАЙНЫХ ОШИБОК
ГК напомнит, когда заплатить налоги, как отчитаться и проверить полученный результат

○ БУДЬТЕ ВСЕГДА НА ШАГ ВПЕРЕДИ
ГК расскажет обо всех изменениях законодательства и о том, как найти выход из сложной ситуации

○ ИЗБАВЬТЕ СЕБЯ ОТ ЛИШНЕЙ ТРАТЫ СИЛ И ВРЕМЕНИ
ГК даст пошаговую инструкцию, когда и как нужно действовать

○ ПОДГОТОВЬТЕ СЕБЯ К ПРОВЕРКАМ
ГК подскажет, чем подтвердить свою правоту

главная книга

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
СВОДИМ К МИНИМУМУ РАБОЧИЕ ПРОБЛЕМЫ



РАЗЪЯСНЕНИЯ
ЧИНОВНИКОВ
ПО СПОРНЫМ ВОПРОСАМ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

ВСЕ НОВОСТИ И ИЗМЕНЕНИЯ
в налогообложении,
бухучете, кадровых
вопросах

РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ЗАПОЛНЕНИЮ
отчетности и первички

АРГУМЕНТЫ
ДЛЯ УБЕ.
начальника,
и контрагент

ЧЕТКИЕ СХЕМЫ
ДЕЙСТВИЙ
и готовые решения
в сложных ситуациях

НАГЛЯДНЫЕ
ПРИМЕРЫ
и образцы документов

ПЛАНЫ
ЗАКОНОД.
и проекты
нормативных

Для оформления подписки на журнал «Главная книга» вам достаточно позвонить по телефону: (8212) 29-15-51.

ООО «КонсультантПлюсКоми», г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, 108/3. Данное предложение не является офертой.

НОВОСТИ

Обзор событий в обществе, актуальные изменения в законодательстве РФ и РК, новые документы
6

РАЗЪЯСНЕНИЕ**УМЕНЬШАЕМ «КАДАСТРОВЫЙ» НАЛОГ НА ИМУЩЕСТВО**

О нескольких способах изменить кадастровую стоимость и сократить выплаты в два раза
34

ОФИЦИАЛЬНО**ДИАЛОГ С КЛИЕНТАМИ, ВЛАСТЬЮ И ВРЕМЕНЕМ**

Интервью с Еленой Пелёвиной, генеральным директором компании «Консультант Коми»
38

БИЗНЕС-ПРАКТИКУМ**УЗНАВАЙ ПЕРВЫМ!**

Новые обзоры изменений в законодательстве «Будь в курсе. Личный интерес» будут полезны вам не только как профессионалам, но и как рядовым гражданам
44

ТЕМА НОМЕРА:**В РЕЖИМЕ ДИАЛОГА**

Разговор с коллективом на одном языке
18

Продавец лучшей жизни
24

Отношения с клиентом - на долгие годы
26

Фейк контроль
30

СТАРТАП**«ЕСЛИ ДЕЛО ВАШЕ — ВСЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО СЛОЖИТСЯ!»**

Цветочная лавка или студия флористики? Эльвира Гертель о том, чем опасна для предпринимателя зона комфорта
46

SMALL TALK:**ФОРМАЛЬНОСТЬ ИЛИ ИНСТРУМЕНТ?**

Короткая беседа перед переговорами — простой способ наладить человеческие отношения
54

ЛИЧНЫЙ ИНТЕРЕС**КРИТИКУЙ ПРАВИЛЬНО**

Перед тем, как устроить персоналу «разбор полетов», изучите семь ключевых принципов
50

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ**ДЕЛОВОЙ КАЛЕНДАРЬ НОЯБРЬ-ДЕКАБРЬ 2017 Г.**

62

На обложке: Татьяна Волосожар и Максим Траньков, олимпийские чемпионы по фигурному катанию «Сочи 2014». Фото с сайта: www.ru.pinterest.com.

.DOC

РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ИЗДАНИЕ

.DOC

Деловой журнал Консультант Коми #6 [21] 2017

Учредитель

ООО «КонсультантПлюсКоми»

Адрес редакции и издателя167000, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, 108/3
Тел.: 8212 29-15-51
doc@consultantkomi.ru**Главный редактор**

Татьяна Владимировна Озерова

Шеф-редактор

Наталья Бешкарева

Над журналом работала

Оксана Апанасевич, Ольга Осипова

Фото, иллюстрации

Сергей Попов, Наталья Бешкарева

Дизайн, верстка

Сергей Попов

Адрес типографии

ОАО «Коми республиканская типография», г. Сыктывкар, ул. Савина, 81

Заказ № 8696**Тираж 3 000 экз.****Подписано в печать**

08.11.2017

Дата выхода в свет выпуска

17.11.2017

Территория распространения
Республика Коми
Распространяется бесплатно

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ

№ ТУ11-00251 от 13 марта 2014 года выдано Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Республике Коми

«.DOC» не является официальным источником правовой и иной информации. Материалы, размещенные в настоящем издании, выступают в качестве поддержки при принятии решений, носят информационный характер и могут являться частным мнением специалиста (ов). Редакция самостоятельно определяет содержание издания. Полное или частичное воспроизведение или использование иным способом (в том числе в сети Интернет) материалов, опубликованных в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения Редакции, если иное не предусмотрено законом.

Слышать и понимать других

Навыки общения и умения поддерживать беседу требуются нам каждый день. И не важно, с кем ведется разговор — с сотрудниками, с клиентами, с партнерами, с конкурентами или с родными. Беседа и деловой контакт могут закончиться тут же — после нескольких минут и навсегда после слов «До свидания». А могут наоборот перерасти в крепкие и долгие отношения на годы.

Умение выстраивать диалог и поддерживать связи неизбежно отражается, как на личной и социальной жизни, так и на построении бизнес-карьеры. Чем больше знакомств, контактов, тем легче такие люди достигают материальных успехов без особых затрат. Если связей нет, а круг коммуникаций ограничен, то о движении к деловым вершинам не может быть и речи. Если же за руководителем стоит отдел или компания, то ответственность за умение коммуницировать, за открытость к диалогу увеличивается в разы. Ключевые моменты общения, которые пригодятся на деловом поприще и в личной жизни, раскрываем в теме номера «Диалог компания-клиент».

Статья «Разговор с коллективом на одном языке» подсказывает, как создать грамотный информационный обмен на рабочем месте. Тема диалога в контексте взаимоотношений с покупателями отражена в материале «Продавец лучшей жизни». Он заставит задуматься о том, понимает ли потребитель все преимущества вашего товара или услуги, и научит «языку пользы».

Не надо быть дипломированным маркетологом, чтобы понимать — взаимоотношения с покупателем после сделки не заканчиваются! А вот о том, как их выстроить, читайте в статье «Отношения с клиентом - на долгие годы». Для конкурентов же, выходящих против вашего бизнеса в интернете на тропу войны, готовьте технологическую защиту. Детали — в статье «Фейк контроль».

Проблема расчета налога на имущество организаций от кадастровой стоимости недвижимости для бизнеса остается актуальной давно. Можно ли снизить финансовое обременение и какие документы подготовить для рассмотрения дела в суде, читайте в материале «Уменьшаем «кадастровый» налог на имущество».

«Консультант Коми» в декабре отмечает 25-летие со дня основания. За четверть века компания оказалась прочно вшита в экономику нашего региона, а для большинства предприятий и органов власти справочно-правовая система «КонсультантПлюс» стала привычным и надежным помощником в работе. Стабильный бизнес, удобный продукт, безупречная репутация — такой мы видим компанию со стороны. Редкая возможность увидеть ее изнутри, глазами генерального директора в интервью с Еленой Пелёвиной «Диалог с клиентами, властью и временем».

В рубрике «Стартап» руководитель салона флористики «GERTEL» Эльвира Гертель рассказывает о том, почему инвестиции в начале бизнеса не помогут добиться успеха, а также с какой идеей стоит идти в предпринимательство.

Авторы материалов в рубрике «Личный интерес» подсказывают, как тактично давать обратную связь и для чего перед серьезными переговорами заглядывать в соцсети вашего визави. Своим мнением о плюсах и минусах конкуренции делятся в опросе представители разных компаний.

Диалог по своему происхождению не может быть односторонним. Это неизбежно взаимный обмен, передача сообщений как в одну, так и в другую сторону, и в нем непременно участвуют двое. Никто в этой паре не главный, никто не второстепенный. А значит, каждый хочет быть услышанным и понятым.

Авторы «DOC.» со страниц журнала ведут диалог с читателями, а значит, только благодаря вашим письмам, звонкам и мнениям может произойти настоящее общение. Имеете независимую позицию по какому-то вопросу, хотите рассказать о своем стартапе, готовы возразить экспертам журнала? Пишите на doc@consultantkomi.ru. Мы готовы к диалогу.



Закон поддерживает порядок,
идеи - совершенствуют

ООО «КонсультантПлюсКоми»
Сыктывкар, ул. Интернациональная, 108/3
Горячая линия: 8212 29-15-51
www.consultantkomi.ru



**КОНСУЛЬТАНТ
КОМИ**

ПРАВО ЖИТЬ РАЗУМНО



Назревает конфликт на работе? Загляните в справочник

Приказ Роструда от 13.01.2017 N 13 «Об утверждении Плана деятельности Федеральной службы по труду и занятости, включая реализацию приоритетных проектов, на 2017 год»

В декабре 2017 года Роструд планирует разместить на портале «Онлайнинспекция.РФ» информационный справочник «Библиотека трудовых ситуаций».

Справочник создан как для работников, так и работодателей. Он должен помочь им разъяснить требования

трудового права так, чтобы те стали четко определенными, прозрачными и понятными для обеих сторон трудовых отношений. А значит, помогли избежать нарушений трудового законодательства. Появление данной «Библиотеки» - часть Концепции

повышения эффективности обеспечения соблюдения трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права (2015 - 2020 годы) (утв. распоряжением Правительства РФ от 05.06.2015 N 1028-р).

Налоговая уточнит непонятные платежи

Приказ ФНС России от 25.07.2017 N ММВ-7-22/579@ «Об утверждении порядка работы налоговых органов с невыясненными платежами»

С 1 декабря 2017 года вводится новый порядок работы налоговых органов с невыясненными платежами.

Работа с невыясненными платежами осуществляется по расчетным документам, в полях которых не указана или неверно указана информация, а также платежам, которые невозможно однозначно определить к отражению в информационных

ресурсах налоговых органов.

Налоговый орган информирует плательщика о тех документах, которые требуют уточнения реквизитов. Если ошибка в расчетном документе возникла по вине банка при формировании ЭПД, то налоговый орган после сверки расчетов с плательщиком запрашивает банк о представлении в налоговый орган копии расчетного

документа, оформленного плательщиком на бумажном носителе.

Регламентирована процедура уточнения платежных документов (в том числе установлены особенности работы с расчетными документами по уплате страховых взносов).

Вся информация о работе с невыясненными платежами отражается в Ведомости невыясненных поступлений.

НВ Skype и Facebook Messenger пустят только по номеру мобильного

Федеральный закон от 29.07.2017 N 241-ФЗ «О внесении изменений в статьи 10.1 и 15.4 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

Интернет-мессенджеры, осуществляющие передачу электронных сообщений, будут обязаны идентифицировать пользователей по номеру мобильного телефона.

Закон также обязывает мессенджеры:

— в течение суток с момента получения соответствующего требования уполномоченного органа ограничить возможность осуществления пользователем сервиса обмена сообщениями;

— обеспечивать техническую возможность отказа пользователей сервиса обмена мгновенными сообщениями от получения электронных сообщений от других пользователей;

— обеспечивать конфиденциальность передаваемых электронных сообщений;

— обеспечивать возможность передачи электронных сообщений по инициативе госорганов;

— не допускать передачи электронных сообщений пользователям сервиса обмена мгновенными сообщениями в случаях и в порядке, которые определены Правительством РФ.

Хранить сведения об абонентском номере мессенджеры должны только на территории РФ. Предоставление третьим лицам таких сведений может осуществляться только с согласия пользователя, кроме случаев, предусмотренных законом. Обязанность

предоставить доказательство получения согласия возлагается на организатора сервиса обмена мгновенными сообщениями.

Определено также, что уведомление о неисполнении указанных обязанностей направляется нарушителю уполномоченным органом в случае установления соответствующего факта. Ранее для этого требовалось, чтобы постановление по делу об административном правонарушении вступило в законную силу.

Закон вступает в силу с 1 января 2018 года.

Сообщите о договорах с малым бизнесом

Постановление Правительства РФ от 13.04.2017 N 443 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 28 ноября 2013 г. N 1084»

С 1 ноября в реестр госконтрактов нужно вносить сведения о договорах исполнителя с малым бизнесом.

Так, если контракт содержит условия о привлечении по контракту соисполнителей, субподрядчиков из числа субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций, то сведения о договорах с этими лицами заказчик будет направлять в реестр контрактов. В частности, в реестре будет отражаться информация о предмете и цене договора с со-

исполнителем, субподрядчиком, его наименование и место нахождения. Направить эти сведения для включения в реестр контрактов заказчик должен будет в течение трех рабочих дней со дня их предоставления контрагентом в соответствии с условиями контракта.

Сейчас в реестре указывается объем привлечения субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций к исполнению контракта. Напомним, за непредставление

документов, сведений, включаемых в реестр контрактов, должностное лицо заказчика могут оштрафовать. Размер штрафа составляет 20 тыс. руб.

Смотрите также в СПС КонсультантПлюс:
Ситуация: Как направить сведения и документы в реестр контрактов по Закону N 44-ФЗ (подготовлен для системы КонсультантПлюс, 2017)



Неисправный автобус не пустят на линию

Приказ Минтранса России от 06.04.2017 N 141 «Об утверждении Порядка организации и проведения предрейсового контроля технического состояния транспортных средств»

Чтобы исключить выпуск на линию технически неисправных транспортных средств, Минтрансом России вводится Порядок организации и проведения предрейсового контроля технического состояния транспортных средств.

Порядок обязателен для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, которые занимаются перевозками автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом. Контроль технического состояния транспортных

средств проводится контролерами, назначаемыми перевозчиками. При этом контролеры должны соответствовать профессиональным и квалификационным требованиям, утвержденным Минтрансом России.

При проведении контроля проверяется работоспособность и состояние основных узлов и систем транспортного средства, влияющих на безопасность дорожного движения. Закреплен перечень проверяемых узлов и систем. Проверяется в том числе исправность тормозной системы, рулевого

управления, стеклоомывателей и др.

В путевом листе исправного транспортного средства ставятся отметка «прошел предрейсовый контроль технического состояния», а также подпись, фамилия и инициалы контролера, проводившего предрейсовый контроль, дата и время его проведения. Перевозчик ведет учет прохождения предрейсового контроля в специальном журнале. За нарушение требований перевозчика оштрафуют на 30 тыс. руб. Приказ вступит в силу 24 декабря 2017 года.

Работодателям не зададут лишних вопросов

Постановление Правительства РФ от 08.09.2017 N 1080 «О внесении изменений в Положение о федеральном государственном надзоре за соблюдением трудового законодательства и иных нормативных правовых актов, содержащих нормы трудового права»

В 2018 году инспекторы труда начнут проверять работодателей с помощью чек-листов.

Новшества, касающиеся плановых проверок, введут постепенно: — с января - только для работодателей из категории умеренного риска; — с июля - для всех.

Инспекторы труда смогут задавать лишь вопросы из проверочных листов. Списки таких вопросов пока в разработке. В июле Роструд выносил на общественное обсуждение 50 проверочных листов. Постановление вступит в силу 1 января 2018 года.

Смотрите также в СПС
КонсультантПлюс:
Ситуация: Обзор основных изменений по проведению плановых проверок государственной инспекцией труда с 2018 г.

Народ научат жить по средствам

Распоряжение Правительства РФ от 25.09.2017 N 2039-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 - 2023 годы»

Утверждена Стратегия, призванная обеспечить формирование основ финансово грамотного поведения населения.

Она разработана на период с 2017 года до 2023 года. Подразумевается, что финансово грамотный гражданин должен как минимум:

- следить за состоянием личных финансов;
- планировать свои доходы и расходы;
- формировать долгосрочные сбережения и финансовую «подушку безопасности» для непредвиденных обстоятельств;
- иметь представление о том, как искать и использовать необходимую финансовую информацию;
- рационально выбирать финансовые услуги;
- жить по средствам, избегая несоответственных доходам долгов и неплатежей по ним;
- знать и уметь отстаивать свои

законные права как потребителя финансовых услуг;

- быть способным распознавать признаки финансового мошенничества;
- знать о рисках на рынке финансовых услуг;
- знать и выполнять свои обязанности налогоплательщика;
- вести финансовую подготовку к жизни на пенсии.

Важной составляющей финансово грамотного поведения является способность гражданина осуществлять долгосрочное планирование личных финансов (финансов домохозяйства) на протяжении всей жизни.

Задачами Стратегии являются:

- повышение охвата и качества финансового образования и информированности населения, а также обеспечение необходимой институциональной базы и методических ресурсов образовательного сообщества с учетом развития современных финансовых технологий;

- разработка механизмов взаимодействия государства и общества, обеспечивающих повышение финансовой грамотности населения и информированности в указанной области. В том числе в части защиты прав потребителей финансовых услуг, пенсионного обеспечения и социально ответственного поведения участников финансового рынка.

В рамках Стратегии выделяют следующие целевые группы:

- обучающиеся образовательных организаций, профессиональных образовательных организаций и образовательных организаций высшего образования;
- граждане с низким и средним уровнем доходов, склонные к рискованному типу финансового поведения в сложных жизненных обстоятельствах;
- граждане пенсионного и предпенсионного возраста и лица с ограниченными возможностями здоровья.

Льгота по налогу - только с одной квартиры

Информация ФНС России «О направлении уведомления об объекте недвижимости, на который предоставляется налоговая льгота по налогу на имущество физических лиц»

ФНС России разъяснила, когда льгота по налогу на имущество физлиц предоставляется по одному объекту каждого вида с максимальной суммой налога.

Если в собственности физлица, имеющего право на льготу, находится несколько объектов недвижимости одного вида (два жилых дома, квартира

и комната, гараж и три машино-места и т.п.), то, чтобы освободиться от уплаты налога на имущество, в налоговый орган нужно направить уведомление о выбранном объекте недвижимости, по которому предоставляется льгота.

Так, разъяснено, что если пенсионер в 2017 году стал собственником двух

квартир и до 1 ноября текущего года не направил уведомление в налоговый орган, то при расчете налога за 2017 год ему будет предоставлена льгота на квартиру с наибольшей суммой налога. Сумму налога, исчисленную в отношении второй квартиры, необходимо будет заплатить.

Компании научат возвращать НДС иностранцам

Проект федерального закона № 204712-7 «О внесении изменений в статью 88 части первой и главу 21 части второй Налогового кодекса РФ»

Подготовлен проект закона, направленного на создание в России системы «tax free».

Проектом устанавливается ставка НДС в размере 0 процентов при реализации товаров уполномоченными организациями розничной торговли, если приобретенные товары вывозятся физическими лицами, имеющими право на компенсацию сумм НДС, за пределы таможенной территории ЕАЭС. Определен порядок обоснования применения нулевой ставки налога указанными организациями, условия возврата сумм налога иностранным гражданам, перечень и требования к документам, подтверждающим право на возврат налога.

Для госзакупок - только отечественную мебель

Постановление Правительства РФ от 05.09.2017 N 1072 «Об установлении запрета на допуск отдельных видов товаров мебельной и деревообрабатывающей промышленности, происходящих из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд»

С декабря госзаказчики на два года лишатся права закупать импортную мебель.

Нельзя будет закупать иностранные товары мебельной и деревообрабатывающей промышленности из специального перечня. В нем 29 позиций, среди которых деревянная и металлическая офисная мебель.

Запрет, который продлится до 1 декабря 2019 года, не коснется следующих случаев:

- товар производится по специальному инвестиционному контракту;
- при отсутствии такого контракта товары соответствуют требованиям к промышленной продукции;

— страной происхождения товаров является государство - член ЕАЭС.

По новым правилам при закупке товаров из перечня заказчик должен потребовать от участников использовать для изготовления плиты из России или из государства - члена ЕАЭС. Речь идет о плитах, указанных в позициях 1 и 2 перечня. Документы, которые подтверждают отечественное производство товаров, предусмотрены в п. п. 2 - 4 правительственных критериев. Один из таких документов - сертификат о происхождении товара по форме СТ-1.

О компенсации платы за детсад

Письмо ФНС России от 14.09.2017 N БС-4-11/18312@

ФНС: организация должна облагать взносами компенсацию платы за детсад.

Свой вывод ведомство объяснило просто: такой компенсации нет в перечне выплат, которые освобождены от обложения взносами.

Практика судов по аналогичным делам складывалась в пользу юрилиц. В 2016 году ВС РФ в отказном определении подтвердил, что предусмотренная коллективным договором компенсация родительской платы за детский сад не облагается взносами.

По мнению суда, это выплата социального характера, а не оплата труда.

Однако ФНС сообщила, что налоговые органы не будут учитывать подобную судебную практику. Суды опирались на Закон о страховых взносах, который утратил силу. Если не платить взносы с рассматриваемых сумм, претензии налоговиков можно оспорить в судебном порядке. Полагаем, что подход судов не изменится, так как нормы НК РФ о взносах почти не отличаются от прежнего Закона.



Кто из Коми в категории высокого риска?

Приказ Роструда от 14.06.2017 N 350 «Об отнесении деятельности работодателей - юридических лиц и работодателей - физических лиц, зарегистрированных в установленном порядке в качестве индивидуальных предпринимателей и осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, к категории высокого риска»

Рострудом определен перечень работодателей, деятельность которых отнесена к категории высокого риска.

Для работодателей, отнесенных к категории высокого риска, плановая проверка проводится один раз в период, предусмотренный положением о виде государственного контроля (надзора). Это обозначено

в Постановлении Правительства РФ от 17.08.2016 N 806 «О применении риск-ориентированного подхода при организации отдельных видов государственного контроля (надзора) и внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ». В данном перечне представлены предприятия Республики Коми.

Взнос на капитальный ремонт

Постановление Правительства РК от 02.10.2017 N 519 «Об установлении минимального размера взноса на капитальный ремонт общего имущества в многоквартирных домах, расположенных на территории Республики Коми, на 2018 - 2020 годы»

Размер взноса на капитальный ремонт общего имущества в многоквартирных домах определен по каждому муниципальному образованию. На 2018 - 2020 годы размер взноса составит: в МО ГО «Сыктывкар» - 2,46 рубля; МО ГО «Усинск» - 3,05 рубля. Вступает в силу 1 января 2018 года.

С нового года МРОТ увеличится

Федеральный закон N 274625-7 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части повышения минимального размера оплаты труда до прожиточного минимума трудоспособного населения»

С 1 января 2018 года минимальный размер оплаты труда предлагается установить в сумме 9489 рублей в месяц. С 1 января 2019 года и далее ежегодно с 1 января соответствующего года минимальный размер оплаты труда устанавливается федеральным законом в размере величины прожиточного минимума трудоспособного населения в целом по Российской Федерации за II квартал предыдущего года.

Законопроектом предусматривается, что в случае, если величина прожиточного минимума трудоспособного населения в целом по Российской Федерации за II квартал предыдущего года ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения в целом по Российской Федерации за II квартал года, предшествующего предыдущему году, минимальный размер оплаты труда устанавливается федераль-

ным законом в размере, установленном с 1 января предыдущего года.

Кроме того, законопроектом предусматривается, что с 1 января 2018 года порядок и размеры выплаты компенсаций по публично-правовым обязательствам устанавливаются Правительством РФ, в связи с чем вносятся соответствующие изменения в Арбитражный процессуальный кодекс РФ, Кодекс административного судопроизводства РФ, Гражданский процессуальный кодекс РФ.

Законопроектом также предлагается продлить срок действующей потребительской корзины в целом по Российской Федерации до 31 декабря 2020 года включительно, поскольку в соответствии с Федеральным законом "О прожиточном минимуме в целом по Российской Федерации" потребительская корзина в целом по Российской

Федерации и в субъектах РФ определяется не реже одного раза в пять лет. Поэтому с 1 января 2018 года должна быть введена новая потребительская корзина в связи с истечением пятилетнего срока действия потребительской корзины в целом по Российской Федерации, установленной Федеральным законом от 3 декабря 2012 г. N 227-ФЗ.



Защищать интересы в суде разрешат лишь юристам

Проект федерального закона N 273154-7 «Об осуществлении представительства сторон в судах и о внесении изменений в отдельные законодательные акты»

Только дипломированных юристов планируют допускать к защите интересов сторон в суде.

Поправки коснутся ведения гражданских и административных дел, а также представительства в арбитражных судах. По проекту представителями смогут быть:

— граждане РФ и иностранцы с российским высшим юридическим образованием или ученой степенью в этой сфере;

— российские организации. Направлять на судебное заседание они смогут только тех граждан, которые отвечают требованиям к образованию;

— иностранцы с зарубежным юридическим образованием. Им придется сдать профэкзамен в общероссийской общественной организации граждан, которые имеют юридическое образование. Ее определит правительство;

— иностранные юрлица, получив-

шие аккредитацию этой общественной организации.

Для представителей в гражданском процессе сохранится обязанность оформить полномочия на ведение дела. Сейчас требование о наличии высшего юридического образования у представителей есть только в КАС РФ. Законопроект вступит в силу с 1 июля 2018 года и не будет распространяться на участие представителей в разбирательствах, начатых до дня вступления его в силу.

К госзакупкам не пустят свата и брата

Проект федерального закона «О внесении изменений в статью 3 Федерального закона «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц»

Минфин России предлагает запретить участвовать в госзакупках юридическим и физическим лицам, аффилированным с заказчиком.

При закупке не допускается наличие между участником закупки и заказчиком конфликта интересов. Под ним понимаются случаи, когда руководитель заказчика, член комиссии по осуществлению закупок:

— состоят в браке с физическими лицами, являющимися выгодоприобретателями, единоличным исполнительным органом хозяйственного общества (директором, генеральным директором, управляющим, президентом и другими), членами коллегиального исполнительного органа хозяйственного общества,

руководителем (директором, генеральным директором) учреждения или унитарного предприятия либо иными органами управления юридических лиц - участников закупки, с физическими лицами, в том числе зарегистрированными в качестве индивидуального предпринимателя, - участниками закупки;

— являются близкими родственниками (родственниками по прямой восходящей и нисходящей линии (родителями и детьми, дедушкой, бабушкой и внуками), полнородными и неполнородными (имеющими общих отца или мать) братьями и сестрами), усыновителями или усыновленными указанных физических лиц.

Выгодоприобретателями согласно проекту будут признаваться физические лица, владеющие напрямую или косвенно (через юридическое лицо или через несколько юридических лиц) более чем 10% голосующих акций хозяйственного общества либо долей, превышающих 10% в уставном капитале хозяйственного общества, либо обладающие возможностью определять решения, принимаемые другим хозяйственным обществом.

Контроль соблюдения указанных ограничений будет осуществляться посредством Единой информационной системы в сфере закупок. Вступление в силу проекта предполагается с 1 января 2018 года.

Контрольная закупка перестанет быть шоу на ТВ

Проект федерального закона N 268019-7 «О внесении изменений в Закон РФ «О защите прав потребителей» и Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»

Правительство РФ предлагает применять контрольную закупку для защиты прав потребителей и для санитарно-эпидемиологического надзора.

Контрольная закупка - это мероприятие по контролю, в ходе которого органом госконтроля (надзора) осуществляются действия по созданию ситуации для совершения сделки в целях проверки соблюдения юрлицами, индивидуальными

предпринимателями обязательных требований при продаже товаров, выполнении работ, оказании услуг потребителям. Такое определение дано в Федеральном законе от 26.12.2008 N 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля».



Водителя не накажут за неоплаченный штраф

Проект Федерального закона N 254476-7 «О внесении изменений в статьи 20.25 и 32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях»

Водители, оштрафованные в другом регионе за дорожное правонарушение, зачастую не платят такой штраф просто из-за того, что не знают о нем. Поэтому предлагается освободить водителей от ответственности за неуплату в срок дорожных штрафов. Напомним, за это грозят штраф в двойном размере, административный арест или обязательные работы (часть 1 ст. 20.25 КоАП РФ). Причем всех водителей, а не только иногородних.



Инвалидам помогут с работой

Постановление Правительства РК от 23.08.2017 N 441 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Коми от 29 февраля 2016 г. N 99 «О мерах по реализации на территории РК специальных мероприятий для предоставления инвалидам гарантий трудовой занятости»

Постановление дополнено положениями, предусматривающими порядок стимулирования создания предприятиями, учреждениями, организациями дополнительных рабочих мест (в том числе специальных) для трудоустройства инвалидов; порядок организации обучения инвалидов новым профессиям.

Пенсионный фонд РФ по РК:

Больше баллов — выше пенсия

Порядок расчета пенсий для россиян изменился в 2015 году*. По новым правилам размер страховой пенсии рассчитывается в балльной системе. Количество баллов напрямую зависит от размера официальной заработной платы и выработанного стажа.

ПОСЧИТАЕМ?

Страховая пенсия по старости формируется по формуле: **А х В + С**.

А - пенсионные баллы. Начисляются за каждый год страхового стажа и при выходе на пенсию суммируются.

В - стоимость пенсионного балла. Она устанавливается на день назначения пенсии. К примеру, стоимость одного пенсионного балла с апреля 2017 года - 78,58 рубля.

С - фиксированная выплата. Это гарантированная сумма, которую государство устанавливает к страховой пенсии. С февраля 2017 года ее размер - 4805,11 рубля. В Коми фиксированная выплата увеличивается на соответствующий районный коэффициент за «работу на Севере» либо за «проживание на Севере».

1 МРОТ — 1 БАЛЛ ЗА ГОД

Количество пенсионных баллов зависит от стажа, уровня официальной зарплаты и возраста выхода на пенсию. Они начисляются в конце каждого календарного года. Если ежемесячная зарплата соответствует 1 МРОТ, то за год можно заработать 1 балл. Если плата за месяц работы составляет 2 МРОТ, соответственно можно заработать 2 пенсионных балла. При этом есть ограничения по баллам, которые человек может получить за год. Так, в 2017 году можно заработать до 8,26 балла.

А с 2021 года максимальное количество пенсионных баллов за год будет равно 10.

«НЕСТРАХОВЫЕ» ПЕРИОДЫ

В новой пенсионной формуле помимо периодов трудовой деятельности баллы также начисляются за социально значимые периоды - так называемые «нестраховые» периоды.

Например:

1 год военной службы по призыву - 1,8 балла;

1 год ухода за инвалидом I группы, ребенком-инвалидом - 1,8 балла;

1 год ухода за гражданином, достигшим 80 лет, - 1,8 балла;

1 год ухода одного из родителей за первым ребенком до достижения им 1,5 лет - 1,8 балла;

1 год ухода одного из родителей за вторым ребенком до достижения им 1,5 лет - 1,8 балла;

1 год ухода одного из родителей за третьим или четвертым ребенком до достижения им 1,5 лет - 1,8 балла (но не более шести лет в общей сложности).

ПРАВО НА СТРАХОВУЮ ПЕНСИЮ

Страховая пенсия по старости назначается при одновременном соблюдении трех условий:

1. Достижение общеустановленного пенсионного возраста: 55 лет для женщин, 60 лет для мужчин.
2. Страховой стаж не менее 15 лет.
3. Наличие 30 пенсионных баллов.

У северян условия досрочного выхода на пенсию не меняются: прежними остаются и стаж, и возраст выхода на пенсию. Так, досрочная страховая пенсия по старости назначается мужчинам по достижении возраста 55 лет, женщинам - по достижении 50 лет, если они проработали не менее 15 календарных лет в районах Крайнего Севера либо не менее 20 календарных лет в приравненных к ним местностях и имеют страховой стаж не менее 25 и 20 лет соответственно.

ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД

В ближайшие годы, в так называемом «переходном периоде», требования к стажу и количеству баллов будут ежегодно увеличиваться. К 2025 году эти показатели достигнут соответственно 30 баллов и 15 лет стажа.

*Федеральный закон от 28.12.2013 №400-ФЗ «О страховых пенсиях».



Узнать, сколько пенсионных баллов на вашем счете, можно в «Личном кабинете гражданина» на сайте ПФР www.pfrf.ru. Здесь можно получить информацию о периодах вашей трудовой деятельности, местах работы,

количестве баллов, стаже и размере начисленных страховых взносов.

Также зайти в Личный кабинет можно через мобильное приложение «ПФР Электронные сервисы», скачав его на свой смартфон (в Play

Market для Android или в App Store для iOS). Чтобы войти в Личный кабинет, необходимо зарегистрироваться на Портале госуслуг. Если вы уже зарегистрированы на Портале, используйте ваши логин и пароль.

Год	Минимальное количество баллов	Минимальный страховой стаж
2017	11,4	8
2018	13,8	9
2019	16,2	10
2020	18,6	11
2021	21	12
2022	23,4	13
2023	25,8	14
2024	28,2	15
2025	30	15
Последующие годы	30 баллов	15 лет

Управление по безопасности ГАУ РК «Центр информационных технологий»:

Откройте: почта!

Электронная почта — привычное и доступное каждому сотруднику средство коммуникации в любой компании. Но именно из-за своей открытости через этот канал связи могут легко утечь конфиденциальные данные, раскрыться коммерческая тайна или произойти заражение вирусами. Устранение же подобных неприятностей повлечет не только репутационные, но и финансовые потери. Следуйте десяти простым правилам и будьте уверены в защите информации.

То, насколько безопасны электронные коммуникации и как сохранить важные сведения при их использовании, поясняет начальник отдела технических методов и средств защиты информации Управления по безопасности ГАУ РК «ЦИТ» Денис Рычков.



Правило первое

Используйте на рабочем месте только официальные почтовые ящики. Не просматривайте на работе личную почту на бесплатных почтовых сервисах.

Правило второе

Всегда проверяйте отправителя письма. Если сомневаетесь – позвоните ему лично и уточните, действительно ли он направил вам письмо, не открывайте при этом вложенные файлы и не переходите по ссылкам. Злоумышленники вышлют вам вирус, когда вы ждете похожее письмо, и подделают его под сообщение «с сайта», на рассылку с которого вы подписались.

Правило третье

Не вводите «защитных кодов» и паролей. Установка пароля на архив с документами всегда говорит о попытке обмана. Если в письме вас просят ввести пароль, «защитный код», уточните у отправителя, что за данные он выслал и зачем. Причем только по телефону. Если номер неизвестен, уточните его, задав вопрос отправителю по электронной почте (на «той стороне» может отвечать злоумышленник). После выяснения номера найдите его в интернете на сайте организации-отправителя, чтобы убедиться, что номер неподдельный (злоумышленник может отвечать со своего телефона).

Правило четвертое

Не открывайте файлы, не предназначенные вам. Если вы получили письмо по ошибке (оно адресовано вашим коллегам из других отделов), не открывайте вложение и не пересылайте его действительному адресату. Он может понять пересылку как письмо, заслуживающее доверия.

Правило пятое

Макросы, «активное содержимое», скрипты и ActiveX в Microsoft Office – это вирусы. Если вы встретите их на желтой линии при открытии офисных документов, не включайте их использование. При открытии обычных документов предупреждения о макросах быть не должно. Пока не нажмете на кнопку «включить содержимое», вирус не запустится. Такая кнопка – часть системы защиты. Обычно в поддельных документах злоумышленники ссылаются на то, что у вас стоит старый Microsoft Office, не активирована некая важная функция для просмотра именно этого документа, и просят включить макросы.

Правило шестое

Не помогайте коллегам открывать «неоткрывающиеся» файлы, присланные по почте. Нередко при открытии файла-вируса показываются «ошибка открытия» или непонятные символы в WORD, и идет шифрование даже после закрытия файла. Он рассылается нескольким

сотрудникам. В итоге шифруются файлы всего отдела или организации.

Правило седьмое

Не посещайте с рабочего компьютера сайты, не связанные с выполнением служебных обязанностей. Особенно – соцсети и личную почту.

Правило восьмое

Не используйте программы, не связанные с работой, не устанавливайте программы самостоятельно (Skype, ICQ, радио, видео и т.п.) даже при наличии компетенции в данном вопросе.

Правило девятое

Будьте бдительны перед уходом с работы, перед выходными, праздниками и после болезни. Когда вы устали и менее внимательны, больше рисков попасться на уловки кибер-аферистов.

Правило десятое

При сомнениях по любому вопросу, касающемуся работы с компьютером, лучше не проявлять самостоятельность, а обратиться в службу техподдержки вашей компании либо к тем должностным лицам, которые ответственны за ее оказание. В наше время самые серьезные проблемы для работодателя – это потеря интеллектуальной и других видов собственности, репутации, а также времени на восстановление систем и расследование произошедшего.



Закон поддерживает порядок,
творчество - совершенствует

ООО «КонсультантПлюсКоми»
Сыктывкар, ул. Интернациональная, 108/3
Горячая линия: 8212 29-15-51
www.consultantkomi.ru



**КОНСУЛЬТАНТ
КОМИ**

ПРАВО ЖИТЬ РАЗУМНО

Разговор с коллективом на одном языке

Обмен информацией лежит в основе любой деятельности. С того момента, как появилась речь, людей волнует проблема ее применения: как не сказать лишнего; правильно подобрать слова и точнее донести мысль до собеседника, оказать воздействие на его поведение. Словом, можно окрылить, вдохновить на подвиги; расстроить и растоптать; огорчить и осчастливить. Неслучайно во все времена умение общаться считалось ключевой компетенцией, позволяющей достичь успеха в жизни...



Канева Юлия,
председатель комитета
по осуществлению
проектов Коми
регионального
экспертного
управленческого
сообщества КРЭУС



Коммуникации занимают до ¼ времени в активной жизни человека. Именно поэтому современный менеджмент рассматривает информационный обмен как важный управленческий ресурс. Его недооценка или игнорирование социальных правил может вызвать проблемы, способствовать развитию конфликтов, и, напротив, учет особенностей организационных коммуникаций, потребностей участников процесса общения поможет создать эффективную рабочую среду.

Общение без границ

В основе большинства коммуникаций лежит обычный разговор - обмен высказываниями или диалог. Его результативность зависит от способности его участников понимать и передавать свои мысли и чувства собеседнику. Управление организацией также базируется на движении и обмене информацией, которая течет через формальные и неофициальные структуры, распространяется вверх, вниз и в горизонтальных направлениях.

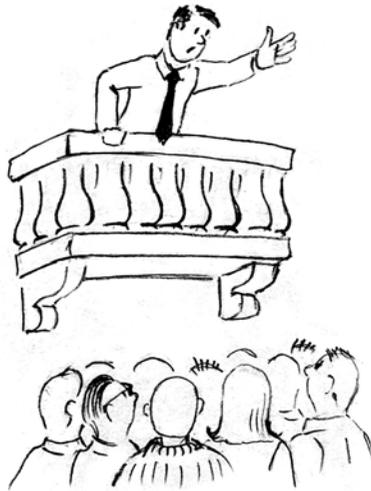
«Шпаргалка» для руководителя

Пять основных поводов для диалога «сверху вниз»

1. поставить задачи в SMART-формате по выполнению работы;
2. обеспечить информацией о принятых решениях;
3. рассказать о существующих в организации процедурах и практиках;
4. объяснить подчиненным смысл их работы;
5. проинформировать сотрудников о качестве их работы.

Общение «сверху вниз» не должно ограничиваться директивным характером подачи информации - приказами, распоряжениями, инструкциями. Для получения наилучшего эффекта с сотрудниками нужно регулярно общаться, не только обращаться, но и спрашивать.

ДИАЛОГ «СВЕРХУ ВНИЗ»: ОТ РУКОВОДИТЕЛЯ К ПОДЧИНЕННОМУ



Цель такого информационного обмена - влияние на поведение сотрудников, их направление на достижение целей организации. Отсутствие адекватных нисходящих коммуникаций может стать причиной провала всей системы управления. Это может возникнуть, когда сотрудники не понимают поставленной цели, через какие показатели обеспечивается ее достижение, что является ценностью и приоритетом, не получают оценки своей работы.

Скорость и эффективность диалога «сверху вниз» зависят от уровней управления, которые влияют на скорость передачи информации. Нетрудно догадаться - чем больше ступенек согласования должно пройти сообщение или документ, тем медленнее будет приниматься управленческое решение. Поэтому современным организациям свойственна тенденция «упрощения», сокращения числа уровней управления или, говоря простым языком, сокращается число начальников над рядовым сотрудником.

Испорченный телефон

Дефицит общения руководителей с подчиненными приводит к появлению слухов. Они становятся альтер-

нативным источником информации, достоверность и полнота которой зачастую оставляет желать лучшего. Поэтому чем чаще сотрудники организации прибегают к неофициальным источникам, тем быстрее необходимо наладить взаимодействие: провести совещание, рабочую встречу, планерку или собрание трудового коллектива. Это приобретает особое значение, если произошли или планируются организационные изменения.

Впрочем, опытный руководитель, чтобы повлиять на поведение сотрудников, будет сочетать официальные и неофициальные каналы информации. К последним можно отнести «сторителлинг» - трансляцию информации через рассказ историй из фольклора организации.

Главные правила сторителлинга:

1. Истории должны быть короткими, иметь линейный сюжет и интерпретироваться однозначно.
2. В хорошей истории всегда делается акцент на основной мысли.
3. Важно! Истории успеха должны содержать не только сам факт успеха, но и ту модель поведения, которая позволила этого добиться. Причем главное — именно модель поведения, потому что ее-то мы и хотим сформировать. Мы посылаем сигнал сотруднику: делай так, и ты тоже имеешь шанс на успех.
4. Мысль обязательно должна завершаться выводом, моралью, а не сухой констатацией факта, причем поддержанная сопереживанием слушающих и призывом к действию.
5. Рассказчик должен быть искусен и убедителен. В случае, если рассказчик и слушатели — сослуживцы, желательно, чтобы его стаж работы в компании был больше, чем у слушателей.
6. Истории должны быть не только из прошлого, нужны герои и истории настоящего или совсем недавнего прошлого. Табу: мораль истории не должна противоречить реальным ценностям, которые приняты в организации.

Из книги С.Ивановой «Развитие потенциала сотрудников: профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации»

Каждая история должна иметь скрытый смысл и оказывать влияние на формирование у персонала организации нужных ценностей – ориентиров трудового поведения. Например, вы хотите сообщить, что все сотрудники одинаково важны, и главное – работать вместе, в одной команде. Для этого поведайте историю, как «в трудное время компания решила не увольнять 10% персонала, а потребовала, чтобы все, включая руководство, согласились на 10%-е снижение заработной платы и 10%-е уменьшение продолжительности рабочего времени».

Единой дорогой в светлое будущее

Людей можно вдохновить и чужими историями успеха. Например: «Во время последнего корпоративного праздника ветераны компании «Экопси консалтинг» рассказывали молодым сотрудникам о том, как развивалась фирма. Вспоминали о том, как им было трудно в 1998 году во время финансового кризиса, когда команда консультантов несколько месяцев работала над старыми заказами и получала минимальные оклады. Новых заказов какое-то время не было вообще. Чтобы не терять времени даром, Владимир Столин принял решение: все свободное время люди должны посвящать освоению последних консалтинговых продуктов. В результате за время вынужденного простоя компании удалось не просто выжить, но и разработать несколько новых методик».

Прибегнув к сторителлингу как способу установить диалог с сотрудниками, вы можете рассказать им, как минимум, семь типов поучительных историй:

1. История о несоблюдении правил.
2. Насколько человечен начальник.
3. Может ли человек подняться с низа до самого верха?
4. Не уволют ли меня?
5. Как поддержит организация сотрудника, если для него наступят трудные времена?
6. Как босс реагирует на ошибки?
7. Как организация преодолевает препятствия?

ДИАЛОГ «СНИЗУ-ВВЕРХ»: ОТ ПОДЧИНЕННЫХ К РУКОВОДИТЕЛЮ



Потоки сообщений с нижних уровней на верхние также служат достижению различных целей. Сотрудники прямо или косвенно сообщают о проблемах, с которыми сталкиваются в процессе работы; какие чувства испытывают к организации, руководству, коллегам; какие предложения помогут повысить эффективность деятельности и пр.

Для улучшения диалога с подчиненными можно использовать следующие инструменты:

1. регулярные опросы общественного мнения, анализ удовлетворенности персонала;
2. вовлечение сотрудников в работу проектных групп, определяющих перспективы развития организации;
3. применение методов оценки «360 градусов», когда сотрудники могут дать «обратную связь» не только своим коллегам, но и руководителям;
4. стимулирование сотрудников к тому, чтобы они занимали активную позицию во всех формах организации информационного обмена, в том числе совещаниях, планерках и др.

Шеф глазами подчиненного

Регулярное проведение «обратной связи» поможет оценить уровень удовлетворенности персонала. Для сбора информации можно использовать анкетный опрос. Так, вы изучите отношение людей к работе, которое складывается из трех факторов: — из условий работы, отношений между участниками коллектива, материального аспекта; — из управления персоналом;

Фрагмент анкеты анализа удовлетворенности персонала (примеры вопросов)

1. Что вы больше всего цените в своей работе? (Отметьте не более 3-х вариантов)
 - 1.1. Хороший заработок
 - 1.2. Сплоченный коллектив
 - 1.3. Интересная работа
 - 1.4. Соответствие работы моим способностям
 - 1.5. Удобный график работы
 - 1.6. Надежное место работы
 - 1.7. Престижность моей работы в обществе
 - 1.8. Возможность проявления самостоятельности и инициативы в работе
 - 1.9. Возможность карьерного продвижения
 - 1.10. Персональная ответственность за выполненную работу
 - 1.11. Эффективное руководство
 - 1.12. Другое _____

— из морально-психологического климата, восприятия организации и руководства глазами сотрудников.

Необходимость проведения анкетирования можно объяснить как желание руководства узнать и учесть мнение каждого сотрудника о том, какие изменения и улучшения требуются в организации.

Повторное исследование уровня удовлетворенности сотрудников (проведенное по той же методике через определенное время, например, через 3-4 месяца) позволит руководству отслеживать эффективность принятых управленческих нововведений, динамику изменения организационных настроений, а также получать иную информацию, которая может быть положена в основу будущих управленческих решений.

Дайте шанс высказаться!

Сдерживающим фактором для информационного обмена «снизу вверх» может быть дефицит компетенций сотрудников в части участия в совещаниях, страх перед публичными выступлениями и пр. Решению проблемы будет способствовать обучение сотрудников, развитие

у них необходимых коммуникативных навыков, а также разработка внутренних регламентов выступления на планерках, заседаниях рабочих или проектных групп.

Мы говорим вам «До свидания»

Дополнительным, но ни в коем случае не основным источником получения информации «снизу» станут собеседования с сотрудниками, увольняющимися из организации. Это благоприятный момент для того чтобы узнать мнение экс-сотрудника о компании, его работе, взаимоотношениях с руководством и коллегами.

Примерные вопросы для проведения «интервью выхода» с увольняющимися сотрудниками:

- Что мешало вашей трудовой деятельности в нашей организации?
- Как вы оцениваете организацию рабочего места?
- Как вы оцениваете интенсивность и продолжительность труда?
- Укажите, кто из работников организации, на ваш взгляд, является наиболее высококвалифицированным специалистом в своей профессии.
- Вы уже подыскивали себе новое место работы?

ДИАЛОГ С КОЛЛЕГАМИ: МЕЖФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ, ГОРИЗОНТАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ



Они необходимы для координации усилий по достижению организационных целей. Поводами для их возникновения обычно служат:

- координация заданий (например, руководители отделов ежемесячно собираются, чтобы определить, какой вклад должно внести каждое подразделение в достижение общих целей);
- решение проблем, возникающих в ходе совместной работы или при взаимодействии смежных подразделений;
- обмен информацией.

Традиционными площадками для межфункционального взаимодействия обычно являются собрание коллектива, планерки, проектные группы и пр. Такой же универсальный способ наладить диалог внутри компании - мероприятия по формированию и развитию организационной культуры. Декларируемые и разделяемые всеми сотрудниками ценности организационной культуры призваны выполнять роль этического компаса, который подскажет, какую модель поведения следует выбрать в той или иной рабочей ситуации.

Пример порядка доклада руководителя проекта на ежедневном плановом совещании по итогам реализации этапа проекта (памятка для участника совещания)

1. Основные события (мероприятия, проекты, встречи), в которых участвовали члены проекта
2. Результаты работы руководителя проекта по итогам реализации этапа (что сделано самим руководителем)
3. Трудности (вопросы, проблемы) при взаимодействии и предложения по их решению
4. Вопросы, в которых требуется вмешательство руководителя проекта (дополнительные ресурсы, новые задачи и пр.), и предложения по их решению
5. Вопросы и предложения, связанные с развитием проекта (стратегия, маркетинг, оргструктура, услуги, персонал, финансы и пр.)
6. План работы на следующий этап реализации проекта (спланировано по времени).

Примечания:

1. Соблюдать порядок докладов участников проекта
2. Время на одного докладчика - 5 минут
3. ...

Пресса, но не желтая

Инициатором мероприятий по трансляции организационной культуры должен выступить менеджмент организации. В его распоряжении широкий выбор методов пропаганды: начиная от сторителлин-

га, выпуска корпоративных СМИ (стенгазета, корпоративные журналы; корпоративные комиксы и пр.) и заканчивая созданием полнофункционального интРАнет-портала.

Таким образом, жизнь современной организации пронизана все-

возможными информационными потоками. Стремление к диалогу заложено природой в каждом человеке, а поддерживать и развивать его во имя достижения целей организации – прерогатива эффективного руководителя.

**Содержание и возможности интРАнет-портала:**

- Сведения обо всех сотрудниках (фото, ФИО, подразделение, контактная информация);
- Новости организации;
- Справочная информация (телефоны, дни рождения, знаменательные даты);
- Фотоотчеты о мероприятиях;
- Планы организации и отчеты об их выполнении;
- Шаблоны оформления документов и инструкции по их заполнению (например, инструкция, как написать заявление с просьбой предоставить отпуск «за свой счет»);
- Участие в форуме, обсуждение корпоративных новостей;
- Голосование за лучших сотрудников;
- Библиотека;
- Оценка качества услуг, предоставляемых внутренним клиентам;
- И т.п.

Примеры рубрик печатных корпоративных СМИ

- «по слухам и всерьез»;
- блиц-опросы на актуальные темы;
- истории (байки) из жизни коллег, интервью со старожилами;
- поздравления и напутствия от «первых» лиц;
- «глас народа» (результаты анонимных опросов, анекдоты, карикатуры);
- кроссворды, в которых зашифрованы ФИО сотрудников организации;
- тема номера (актуальные события для организации);
- знаешь сам – научи другого (новое в технологиях и методах работы);
- «спустя рукава» (демотиваторы);
- «Молодцы! Мы вами гордимся!», «Наши таланты»; документы на общественное обсуждение.
- И т.п.



**Закон поддерживает порядок,
наука — совершенствует**

ООО «КонсультантПлюсКоми»
Сыктывкар, ул. Интернациональная, 108/3
Горячая линия: 8212 29-15-51
www.consultantkomi.ru



**КОНСУЛЬТАНТ
КОМИ**

ПРАВО ЖИТЬ РАЗУМНО

Продавец лучшей жизни

Все мы так или иначе продаем. Если вы менеджер или фрилансер, то торгуете товарами и услугами. Если ищите работу, то реализуете свои знания и компетенции работодателю. Если хотите добиться повышения зарплаты, продвигаете идеи и перспективы руководству. В любой ситуации, чтобы товар или вас самого, как специалиста, оценили, нужно перейти на язык выгоды.



Сергей Ананасевич,
эксперт по
продукту Отдела
продаж компании
Консультант Коми

«Цена – это то, что вы платите. Ценность – это то, что вы можете получить», – изрек однажды американский бизнесмен Уоррен Баффетт. Именно за ценность или иначе пользу товара клиент готов выложить деньги. Поэтому, если хотите продать товар, расскажите, как с его помощью жизнь покупателя станет лучше.

ЧТО МНЕ ЭТО ДАСТ?

Безусловно, характеристики товара очень важны, и во многих случаях конкретные цифры настолько показательны, что польза товара становится очевидна для клиента мгновенно. Например, продавцу автомобилей скорее всего не придется объяснять, чем полезнее автомобиль в 300 л.с. по сравнению с автомобилем в 100 л.с. Большинство людей понимают, что чем больше лошадиных сил, тем мощнее автомобиль. А значит, он едет быстрее, что в итоге выливается в пользу – экономию времени. Жизнь клиента улучшится, потому что у него появится больше свободного времени, если он будет ездить на автомобиле с мощностью в 300 л.с. Да, в этом случае польза очевидна, но что если характеристики вашего товара не такие показательные? В таком случае

расскажите понятными словами, что в итоге получит человек.

Даже в том же автомобиле есть масса характеристик, которые сами по себе ни о чем не говорят покупателю.

«В этом автомобиле почти 300 лошадиных сил!» – произносит продавец.

«Здорово, класс», – думает покупатель, представляя, как он на высокой скорости будет мчаться по дороге.

«Кроме того, здесь крутящий момент свыше 500 Н-м», – добавляет продавец.

«Мммм... И что?» – недоумевает покупатель.

А мне это зачем и что дает? И дальше? – подобными вопросами задается клиент в том случае, если характеристика не формирует понимание пользы в его голове. Чтобы характеристика



сработала без озвученной выгоды, продавец должен четко понимать свою целевую аудиторию. Если он продает автомобиль гонщику, который знает все характеристики назубок, тогда можно ограничиться только цифрами. Но если перед ним обычный покупатель, то придется детально расшифровывать все параметры.

ПЕРЕВЕДИТЕ ЦИФРЫ В КАРТИНКИ

Мощность, выраженная в лошадиных силах, – очевидная характеристика, которая рисуется в воображении табун лошадей, тянущих ваш автомобиль, и чем больше лошадей, тем быстрее будет двигаться машина. А о чем говорят 500 Ньютон-метров? Какие образы возникают в голове покупателя? Какую пользу он себе представляет? Скорее всего, для него это еще одна цифра среди прочих, относящихся к характеристикам машины.

Но представление покупателя о возможностях машины изменится, стоит только продавцу раскрыть пользу этих цифр. «Кроме того, здесь крутящий момент свыше 500 Н-м, – добавляет продавец. – То есть вы будете быстрее всех разогнаться, стартовать на светофорах и трагить значительно меньше времени на обгоны».

Да, возможно клиент знал пользу крутящего момента, но что продавцу мешает проговорить это? Ничего. Просто объясните это, и ваше предложение станет понятнее и привлекательнее для клиента.

КОГДА РАЗГОВОР НЕ КЛЕИТСЯ

Приведу пример из собственной практики. Это была одна из первых моих презентаций Системы КонсультантПлюс потенциальному клиенту. Я общался со специалистом по кадрам небольшой организации. Естественно, в презентации я сделал упор на кадровых документах и в особенности на «Путеводителе по кадрам». В течение 10 минут я рассказывал о четкой структуре Путеводителя, об оглавлении, подсказках, примерах, но я не видел интереса специалиста, для которого он предназначен. И тогда я перешел на язык пользы.



Пользу сделали слоганом

В 1940-м году Форрест Марс, сын основателя компании Mars, изобрел драже M&M's. Бизнесмен запатентовал собственный рецепт: шоколадные конфеты, покрытые слоем разноцветной сахарной глазури. Эти конфеты быстро стали популярными и особенно среди американских солдат времен Второй мировой войны. Вряд ли эти конфеты стали бы такими известными, если бы их создатели сделали упор на характеристиках:

«M&M's – шоколадные конфеты, покрытые слоем разноцветной сахарной глазури!» – И что?
«M&M's – тает во рту, а не в руках» – Класс!

Именно упор на пользе своего изобретения принес его создателям баснословную прибыль. Американские солдаты, впрочем, как и все другие люди, хотели иметь возможность есть шоколад и при этом не пачкать руки и форму. Создатели M&M's заявили об этой пользе в своем слогане и не прогадали.

— Наталья Витальевна, вы же знаете, что для любой организации есть перечень кадровых документов, которые обязаны храниться в организации.

— Конечно.

— В Путеводителе есть раздел, в котором можно ознакомиться с перечнем обязательных документов и при необходимости создать недостающие документы в соответствии с законодательством. Тем самым вы защитите себя от вопросов со стороны проверяющих органов и сэкономите время.

После этих слов клиент заметно оживился. Просто я ему показал, за счет чего он избавляется от кадровых проблем, что он выиграет от использования Путеводителя в своей работе.

ВМЕСТО ЦИФР — КАРТИНКИ ЛУЧШЕЙ ЖИЗНИ

Купил ли у меня этот клиент? Нет! Но не потому, что язык пользы не работает, просто в силу своей неопытности я переходил на него недостаточно часто. И этот очень показательный пример говорит о том, что язык пользы должен звучать в достаточном количестве. А определить степень достаточности может только тот продавец, который отлично знает своего клиента и свой продукт.

Кому-то достаточно обычного перечисления характеристик. Но я убежден, что ни одна успешная продажа, особенно сложного продукта, невозможна без языка пользы. Иногда достаточно намекнуть на пользу, а иногда нужно все тщательно разложить по полочкам и произнести несколько раз. Если после вашей презентации у клиента остается не десятки характеристик, а одна картинка, в которой его жизнь стала лучше, – значит, ваши шансы на успешное закрытие сделки очень и очень высоки!

Самая большая опасность в продажах для продавца – быть убежденным, что каждый человек, который зайдет в автомобильный салон, прекрасно понимает, что означает 500 Н-м. Да, вы отличный продавец, вы продали сотни автомобилей, и у вас может сложиться впечатление, что все люди понимают пользу каждой характеристики так же, как и вы. Но это может быть не так, и чаще всего это не так. Перейдите с клиентом на язык пользы, проговорите эту пользу клиенту, и пусть он держит в голове не цифру с непонятным обозначением, а ощущает прилив адреналина от рева мотора и динамики своего автомобиля. Автомобиля, который вы ему продадите через несколько минут.

Отношения с клиентом – на долгие годы

Некоторые компании считают, что диалог с клиентом заканчивается после сделки. Но это заблуждение. Одним из важных этапов принятия решения о покупке является заключительный этап, а именно – оценка ответной реакции. И не важно, что в итоге получил клиент – отправился в турпоездку, поменял масло в машине или приобрел ноутбук. Именно от послепродажных коммуникаций компании с покупателем зависит, вернется ли он к вам снова.



Екатерина Тюфякова,
ассистент кафедры
менеджмента и мар-
кетинга ФГБОУ ВО
«Вятский государс-
твенный универси-
тет»



Долгосрочные отношения с клиентом – это серьезная работа компании, которая формирует и поддерживает его лояльность. Совершение покупки означает, что клиент уже готов сотрудничать с организацией, демонстрирует доверие товару/услуге, марке, бренду и т.д. А значит, компания должна развить эти положительные эмоции, чтобы укрепить взаимоотношения

и обеспечить перспективные контакты с покупателем в будущем.

ДРУЖИТЕ С КЛИЕНТАМИ

Поддержание отношений с клиентами должно быть ненавязчивым, но регулярным. Иначе клиент может просто забыть о существовании компании. Даже если предлагаемые компанией товар или услугу невозможно

продать дважды в силу их специфики, послепродажная коммуникация позволит продать сопутствующий ассортимент. Кроме того, привлечет новых клиентов за счет рекомендаций и положительных отзывов удовлетворенных клиентов.

Рассмотрим ряд инструментов послепродажных коммуникаций с клиентами:



1. КОНТАКТ ВЕЖЛИВОСТИ

Когда: в течение 1-3 дней после сделки или услуги

Для чего: оценить удовлетворенность клиента полученными товарами, работами или услугами, общением с менеджером организации

В качестве примера можно привести следующие инструменты:

- короткий телефонный опрос: «Оцените, пожалуйста, качество полученных Вами услуг по 5-балльной шкале...» или «Оцените, пожалуйста, работу менеджера...» и т.д.;
- персонализированный телефонный разговор, целью которого является: (1) получение информации об использовании потребителем товара, степени его удовлетворенности; (2) выражение бла-

- годарности за обращение в компанию и совершение покупки; (3) получение разрешения на последующие контакты;
- электронные письма, содержащие краткий опрос по оценке удовлетворенности и наличию пожеланий, рекомендаций или вопросов, с указанием контактов для обратной связи;
- смс-рассылка благодарности за обращение в компанию или использование товара с указанием контактов для обратной связи.

По результатам контакта вежливости все выявленные пожелания, комментарии и замечания нужно внести в базу и использовать в дальнейшем, например, при разработке или продвижении новых товаров (услуг). Кроме того, данный инструмент позволит оперативно отработать возможные негативные отзывы или жалобы и не допустить распространения отрицательных отзывов о компании или товаре.



2. НАПОМИНАЮЩИЕ И ИМИДЖЕВЫЕ КОНТАКТЫ С КЛИЕНТАМИ

Когда: регулярно

Для чего: напоминать о себе, сообщать о новинках

Этот инструмент нацелен на напоминание клиентам о компании и ее услугах, а также на формирование и поддержание деловой репутации компании, ее имиджа. Для этого рекомендуется заранее четко проработать конкретные сценарии диалогов

- сотрудников компании с клиентами. Тематикой могут служить:
- получение обратной связи относительно удовлетворенности клиента полученными от компании благами;
- информирование о новинках, достижениях компании, специаль-

- ных предложениях, ограниченных временными рамками;
 - предложение сопутствующих товаров, работ, услуг.
- Информация должна быть полезной для адресата, четко структурированной, логичной, понятной.



3. РЕКОМЕНДАЦИИ ОТ ДОВОЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Когда: вскоре после покупки или оказания услуги

Для чего: повысить лояльность и увеличить продажи

Современные реалии рынка ориентировали покупателей отдавать предпочтение тем товарам (услугам) и организациям, которые рекомендуют им родственники, знакомые и кто-то из ближайшего окружения. Примеры использования инструмента:

- Предоставление бонусов, скидок или подарков покупателям за рекомендации. Например: «Мы ценим

- ваше доверие и предлагаем вам и вашим родственникам VIP-бонус...» или ставшее распространенным предложение «Приведи друга и получи скидку на следующую покупку...». Необходимо указывать временной период действия предложения, а также делать акцент на благодарности клиенту за его лояльность.
- Отзывы о положительном опыте

покупателя при взаимодействии с организацией можно размещать в корпоративной газете, журнале, блоге, на сайте при наличии согласия покупателей на их размещение. Рекомендации «простых людей» не только повысят заинтересованность потенциальных покупателей, но и будут служить скрытой рекламой, способной увеличить объемы продаж.

— В момент совершения покупки также можно обратиться к покупателю с предложением составить список контактов лиц, которым могут быть интересны предложения компании. В таком формате в настоящее время работают сетевые компании, салоны, предлагающие

услуги в сфере красоты и здоровья, и т.д.

Родственники и друзья существующего клиента, прислушиваясь к его рекомендациям, уже морально готовы к покупке и более лояльны к компании, чем потенциальные покупатели с «холодного» рынка.

А значит, времени для заключения сделки требуется меньше. Работа с рекомендациями - один из самых эффективных способов увеличения объемов продаж компании, формирования клиентской лояльности и повышения конкурентоспособности фирмы.



4. ПРИГЛАШЕНИЯ НА РАЗЛИЧНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КОМПАНИИ

Когда: в любое время

Для чего: поддержать интерес, создать положительный имидж

Приглашение на мероприятие можно отправить посредством личного приглашения, смс, традиционной или электронной почты, через специализированные сервисы и соцсети. Формулировать приглашения нужно так, чтобы покупатель сразу видел свою выгоду и ощутил заинтересованность в мероприятии. Поэтому приглашения могут быть как универсальными (ориентированными на всех клиентов), так и индивидуальными (содержащими аргументы, актуальные для конкретного покупателя).

Мероприятия могут быть самыми разнообразными:

- старт продаж ожидаемого товара;
- событие местного или государственного масштаба;
- проведение дегустации, выставки, презентации;
- поступление новой коллекции или обновление ассортимента;
- день рождения компании;
- обучающие семинары, тренинги, мастер-классы;
- семейные праздники для клиентов компании;

— розыгрыши, лотереи, вручение премий «Лучший клиент» и многое другое.

Для построения доверительных отношений также можно реализовать благотворительные мероприятия, не направленные напрямую на покупателя. Участие в подобных акциях помощи нуждающимся людям, попавшим в трудные жизненные ситуации, бездомным животным и др. укрепит в сознании покупателей положительный образ компании, пробудит уважение к ней.

КАК ОБЩАТЬСЯ С КЛИЕНТОМ ПОСЛЕ ПОКУПКИ

Шаг 3. Сформулировать уникальное торговое предложение (УТП).

УТП должно быть таким, чтобы покупатель не смог отказаться. Или предложить в качестве бонуса товар или услугу, которые по отдельности не продаются.

Шаг 4.

Создать дополнительную потребительскую ценность, не связанную напрямую с ассортиментом компании.

Сюда можно отнести привлечение покупателей к определенному образу жизни, стилю потребления, ориентированному на моральные принципы и потребности клиентов.

Шаг 1.

Создать базу контактов существующих клиентов.

База может содержать: ФИО, телефон, e-mail, адрес, дату рождения, семейное положение, образование, интересы. Чем больше информации соберете, тем более эффективными будут персонализированные обращения и предложения.

Шаг 2.

Согласовать частоту контактов, форму и средство обращения.

Предложите на выбор звонки или смс, почту, соцсети и пр.. Удобнее всего эту информацию о покупателе получить в момент совершения им первой покупки, предложив заполнить анкету.

Шаг 5.

Общаться на доступном для покупателя языке.

Не используйте терминологию при общении с клиентом, который не обладает достаточными знаниями в отрасли или рынке. И напротив, с подкованным покупателем лучше вести диалог на профессиональном языке. Речь менеджера должна быть грамотно выстроена, выбраны оптимальный темп речи, правильная дикция.



5. ПОЗДРАВЛЕНИЯ ПО КРЕАТИВНЫМ ПОВОДАМ

Когда: регулярно

Для чего: создать хорошее настроение, укрепить доверие бонусами и скидками

Поздравление с днем рождения клиента осуществляет большинство компаний. Для поддержания интереса покупателя можно инициировать другие поводы: день рождения товара, день улыбок, международный день объятий, день спонтанного проявления доброты, всемирный день комплимента и т.д.

Получая такие небанальные поздравления, клиент будет с удовольствием ждать новых писем или

сообщений от компании, а открывая их – получать заряд положительных эмоций на целый день.

Кроме того, покупателю можно предлагать подарки как знак внимания и признательности со стороны компании. В качестве подарков можно использовать:

- бесплатные образцы, пробники, сувенирную продукцию;
- варианты подписки на новости и события компании;

— скидки и бонусы, четко ограниченные по времени.

Для предприятий, работающих на рынке B2B, то есть покупателям-организациям, можно также предложить: — бесплатные обучающие или ознакомительные с новыми услугами (товарами) семинары и программы; — предоставление различных (аналитических, статистических, маркетинговых) материалов о рынке, отрасли.

КРЕПКАЯ ДРУЖБА

Эти инструменты послепродажного диалога компании с клиентом постоянно развиваются, приобретая новые формы. Находясь в окружении огромного количества информации и воспринимая ее как «белый шум», покупатель подсознательно отсеивает неинтересные, неактуальные или банальные сообщения и призывы.

Поэтому компаниям необходимо так выстроить коммуникацию, чтобы покупатель дал целевую ответную реакцию. Достичь этого можно, изучая его предпочтения, ценности, мотивы приобретения и другие факторы, оказывающие влияние на покупки.

Построение долговременных отношений с покупателями на стадии

послепродажного обслуживания – это не только элемент имиджа компании, но и зачастую более выгодная инвестиция для бизнеса, нежели привлечение новых клиентов. Весь процесс коммуникации должен быть основан на доверии, взаимном уважении. Все это станет залогом победы компании в конкурентной борьбе.

Шаг 6.

Использовать многоканальный сервис для коммуникации.

Способов для связи должно быть много – call-центр, «вопрос-ответ» на сайте, соцсети, мобильные приложения и т.д. Чем больше возможностей для коммуникации у клиента, тем быстрее будет реакция на положительные и отрицательные отзывы и мнения.

Шаг 7.

Обеспечить интересный контент.

Он должен регулярно обновляться и адаптироваться под запросы потенциальных и реальных покупателей.

Шаг 8.

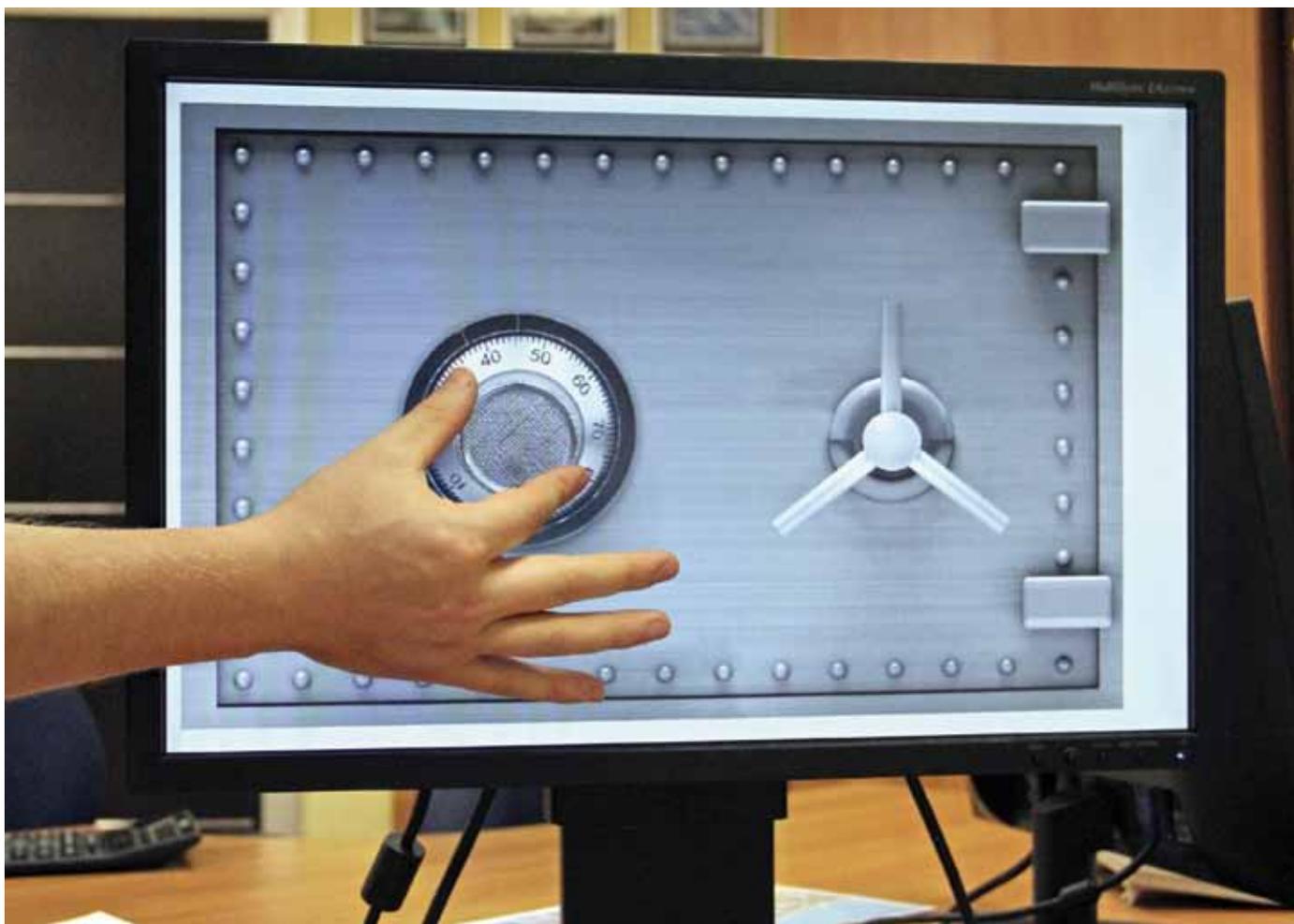
Не навязывать и не настаивать.

В случае навязывания какого-либо предложения у покупателя сформируется негативное представление о компании, что может стать причиной его ухода к конкуренту. Не требуйте сиюминутного ответа, дайте покупателю обдумать предложение и принять взвешенное решение.

Шаг 9.

Поддерживать позитивный психологический настрой покупателя.

Умение управлять эмоциональным состоянием клиента – это одно из важных профессиональных качеств продавца. Его нужно развивать и тренировать, чтобы уметь удерживать клиентов и повышать их лояльность.



Фейк контроль

Всемирная сеть открывает широкий доступ к любой информации. Для бизнеса же интернет – безграничная вторая жизнь бренда с ее очевидными плюсами и конкретными минусами. И если вы успешно развиваете свое дело в Сети, будьте готовы, что и соперничество там будет в онлайн-формате. Вместо секьюрити у входа готовьтесь к иной охране – против информационных атак, подделки сайта и логотипа, торговли контрафактом от имени производителя, создания фишинговых страниц и заражения мобильного приложения.



Александр Мусий,
директор филиала
It-studio

Бренд – торговая марка, воплощение в вербальной, изобразительной, звуковой, смысловой и других формах устойчивого образа предприятия и/или продукции (услуг).

Фейк – любая подделка, выдаваемая за настоящую вещь, или непроверенная или преднамеренно ложная информация, опубликованная в СМИ с корыстной или иной целью.

Злоумышленники используют разные методы атак на бренд в Сети. Например, могут изготовить подложный сайт, визуально идентичный вашему. При этом адрес сайта может отличаться всего на один символ, что часто остается незамеченным пользователями. Такой сайт или страница позволяет выманивать у пользователей приватные данные, такие, как платежные реквизиты банковских карт, и использовать их для собственных целей. Это называется фишинговая страница.

НА КАЖДОГО РЫБАКА НАЙДЕТСЯ СВОЯ РЫБКА

Обычно пользователи попадают на такие сайты по невнимательности, кликнув по ссылкам из email-рассылок или в соцсетях. Отсюда и термин - fishing (от англ. - рыбалка). Пользователь попадает на крючок, и последствия для него могут быть весьма неприятными. А если подмена подкреплена легальными каналами продвижения (посты в соцсетях, системы контекстной рекламы и прочее), то выявить недобросовестный ресурс для пользователей становится еще труднее.

Известным случаем такой практики в России был сайт-клон Челябинвестбанка. Даже при отличии доменного имени - дизайн, содержание, разделы сайта и даже контактные телефоны были полностью скопированы с сайта настоящего. Мошенники похищали денежные средства пользователей при переводе денег с карты на карту или при пополнении услуг операторов сотовой связи.

В последние годы все, что касается подмены веб-сайтов, также стало применимо и на мобильных приложениях. При этом здесь возможности даже несколько шире, так как, кроме похищения личных данных, вредоносное приложение может отслеживать переписку, местонахождение, интересы пользователя и т.д.

Совершенно очевидно, что у вашего клиента, столкнувшегося с такой неприятностью, останется осадок, связанный именно с вашим брендом, хотя вы сами ничего противозаконного и не делали.

ЧЕРНЫЙ-ЧЕРНЫЙ-ЧЕРНЫЙ ПИАР

Репутации компании могут целенаправленно нанести ущерб, опубликовав на сайте-клоне недостоверную негативную информацию. В этом случае на поддельном сетевом ресурсе размещают порочащую компанию информацию или же данные, способные значительно повлиять на ее стоимость. По сути это черный PR, созданный для разрушения имиджа компании. Но в отличие от тех же слухов он выполняется более сложными техническими приемами.

Кроме создания клона, есть более разрушительный способ черного пиара. Это взлом хакерами существующего сайта, при котором они незаконно получают доступ к закрытым разделам и функциям редактирования страниц. В этом случае злоумышленники могут не только подменить содержимое сайта, но и скомпрометировать важные данные - историю заказов и личные данные пользователей, например.

ПАЗАРИТИЗМ НА ЧУЖОМ УСПЕХЕ

Но больше всего в Сети распространен паразитический маркетинг. Он может практиковаться не мошенниками и не лицами, которые целенаправленно «дают» имидж копируемой компании. Он может быть применен такими же предпринимателями и мелкими организациями, которые специально за счет устойчивых ассоциаций потребителя или же просто по незнанию используют сложившийся коммуникационный канал. Используют ассоциации образа известного логотипа, всего фирменного стиля, сайта или же мобильного приложения для своей раскрутки.

Примеров такого паразитирующего маркетинга много. Как правило, его используют небольшие компании, которые клонируют бренды покрупнее. И в то время, как на реальных прилавках могут появиться товары, которые растягивают понятие импортозамещения до полного клона, то в интернете это может быть явное копирование известного ресурса, вплоть до названия.

Так, раньше обычным делом был китайский Abibas на рынке, сейчас же намного чаще можно встретить мобильное приложение или веб-сайт, плетущийся за известным «выстрелившим» проектом с целью переманить часть клиентов на себя.

ПРОСТОЙ ЛАЙФХАК: РЕГИСТРИРУЙТЕ ТОВАРНЫЙ ЗНАК

В бизнесе вся эта деятельность может вызвать трудности для обеих сторон. Тот, кто копирует, может получить судебные разбирательства и финансовые потери (причем весьма существенные). Тот, кого копируют - потерю доверия, падение продаж.

В конфронтациях же между этими сторонами решающим может оказаться товарный знак. Да, бренд, логотип, торговая марка, слоган - все это комплекс интеллектуальной собственности, которая юридически сводится к понятию - Товарный знак.

Главное преимущество зарегистрированного Товарного знака или же Знака обслуживания (если компания оказывает услуги) в том, что они охраняются законами Российской Федерации. А это значит, что у компании есть легальный юридический инструмент защиты бренда от конкуренции или неправомерных действий других участников рынка. Все верно, и Конституция, и Гражданский кодекс на стороне тех, чей ТЗ зарегистрирован ранее и в чей комплекс данных входят оспариваемые вопросы.

НЕ ВИНОВАТЫЕ МЫ

Как правило, до судебных разбирательств такие практики не доходят. Дозвонившись до компании, за которой замечен явный паразитирующий маркетинг, можно направить претензию и приложить все необходимые документы. Денежная компенсация также не столь необходимая мера, достаточно лишь запросить смены названия, логотипа, фирменного стиля или прочего аспекта оспариваемого вопроса. Бывает, что такие компании просто становятся «жертвами» недобросовестных дизайнеров, разработчиков, которые берут за основу уже сложившийся известный образ.

Фирменный стиль кафе «moooolah» (Нью-Йорк, 2009)



Стиль сети специализированных пространств «Workplace» [2014]



За многими известными дизайнерами наблюдали факт своеобразного «плагиата». Известная Студия Артемия Лебедева неоднократно получала претензии подобного рода. Разработанный ими логотип города Ярославль, например, невероятно похож на логотип компании Up&Up. Или же логотип предпринимателя Евгения Волка идентичен логотипу одного нью-йоркского кафе. И лишь немного претензий подобного рода переходят до стадии извинений, увольнений, финансовых компенсаций. На деле доказать факт плагиата невероятно сложно.

ЗАЩИЩАЙТЕСЬ, СУДАРЫ!

Паразитический маркетинг, безусловно, не столь вреден для компании (особенно если она совсем молодая), как целенаправленные атаки в интернете. Тем не менее, можно и нужно защищать свой бизнес как техническими средствами, так и некоторыми предупредительными действиями. Главное, вовремя об этом позаботиться.

В заключение отметим, что бренд – это полноценный нематериальный актив. Создание бренда – это большая работа и финансовые вложения, которые никому не хотелось бы потратить впустую. За этим активом нужно следить и оберегать как в реальном мире, так и в Сети. И чем активнее вы продвигаете свой бизнес в интернете – тем больше нужно уделять внимания этому вопросу.

ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬ ТОВАРНЫЙ ЗНАК

Для этого нужно подать заявку в Роспатент – федеральную службу по интеллектуальной собственности. От них вы получите первый сертификат ТЗ. Затем Роспатент проведет государственную экспертизу вашей заявки (если возникнут трудности, сотрудники свяжутся с вами). В итоге вам выдадут свидетельство о Товарном знаке. С этого момента ваш бренд защищен государством. На это может уйти около полугода и обойдется примерно в 30000 рублей.

В ДОМЕННЫХ ЗОНАХ РЕГИСТРИРОВАТЬ ВСЕ ВОЗМОЖНЫЕ СПОСОБЫ НАПИСАНИЯ ВАШЕГО БРЕНДА – С ДЕФИСАМИ И СЛИТНО

Дело в том, что недобросовестные конкуренты, пользуясь созвучным доменным именем вашего сайта, могут продавать там некачественные товары или услуги, тем самым нанести непоправимый вред вашей репутации, так как клиенты думают, что покупают именно у вас.

ТЕХНИЧЕСКИ ОБЕЗОПАСИТЬ САЙТ

Если клиенты доверяют вам персональные данные и тем более если совершают на сайте оплату товаров или услуг, вы просто обязаны позаботиться о техническом обеспечении их безопасности. Причем, теперь этот момент еще более тщательно охраняется Законом о персональных данных.

1. Используйте SSL-сертификаты для шифрования пользовательских данных.
2. Убедитесь, что сайт и сервер защищены от распространенных видов взлома (если используете готовые платформы, CMS, то у них должны быть сертификаты и проверенный рейтинг безопасности).

ОХРАНЯТЬ СОДЕРЖАНИЕ САЙТА

Здесь есть два аспекта – юридический и технический. Если ваш бизнес связан с созданием уникального контента (статьи, обзоры, рецензии), то полезно зарегистрировать сайт в качестве электронного СМИ. Это недолгая и недорогая процедура, но она обеспечит вам официальное право требовать ссылку на ваш сайт при публикации или копировании ваших материалов. А что касается технических средств защиты информации – такие способы могут применяться на любых сайтах независимо от сферы деятельности. К ним можно отнести: 1. программную защиту от копирования текста (либо автоматическую вставку ссылки на свой ресурс в копируемый текст); 2. наложение водяных знаков на фотографии, публикуемые на сайте (полупрозрачная надпись или ваш логотип поверх изображения); 3. регистрацию текстов сайта в специальных сервисах поисковых систем (Яндекс. Вебмастер и Google+)

5 ПРАВИЛ ЗАЩИТЫ БРЕНДА В ИНТЕРНЕТЕ

СЛЕДИТЬ ЗА РЕПУТАЦИЕЙ В СЕТИ

Чем более узнаваем и близок к народу ваш бренд, тем меньше вероятности, что вас с кем-то перепутают. Важнейшей частью этой работы является мониторинг интернет-площадок, в частности, соцсетей, на предмет негативных отзывов. При этом, реагируя на отзыв и исправляя конфликтную ситуацию с клиентом публично, вы демонстрируете адекватность и клиентоориентированность своей компании. Так, негатив в вашу сторону обращается в позитив, и ваша репутация оказывается в плюсе.

3. Все, кто работает с вашим сайтом (программисты, маркетологи, копирайтеры), должны соблюдать правила безопасности. Иметь отдельные логины и пароли и никому их не передавать, работать на компьютере с антивирусной защитой, создавать резервные копии базы данных сайта.

4. По возможности внедрите аутентификацию пользователей по смс. Это неплохая мера против «угона» аккаунтов.

5. Периодически напоминайте клиентам о мерах безопасности с их стороны: быть внимательными и не вводить пароли, если перешли на сайт по сомнительной ссылке, использовать браузеры и почтовые клиенты с защитой от фишинга и т.д.



Для бизнеса



Не пропускать звонки — быть в плюсе

Виртуальная АТС
для вашего бизнеса

Виртуальная АТС

от 590 руб.
мес.

RT.RU | 8 800 200 3000

Ростелеком

РЕКЛАМА. УСЛУГА «ВИРТУАЛЬНАЯ АТС» — ВОЗМОЖНОСТЬ ДЛЯ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ ОРГАНИЗОВАТЬ КОРПОРАТИВНУЮ СЕТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РАЗЛИЧНОГО ОБОРУДОВАНИЯ НА БАЗЕ ПРОГРАММНО-АППАРАТНОГО КОМПЛЕКСА ПАО «РОСТЕЛЕКОМ» С ВЫДЕЛЕНИЕМ НОМЕРОВ В КОДЕ АВС И 8-800. ПОДКЛЮЧЕНИЕ — ПРИ НАЛИЧИИ ТЕХНИЧЕСКОЙ ВОЗМОЖНОСТИ. ЦЕНА С НДС. ПОДРОБНЕЕ — НА САЙТЕ WWW.RT.RU И ПО ТЕЛЕФОНУ 8 800 200 3000.

Уменьшаем «кадастровый» налог на имущество



Евгения Котович,
руководитель юридической компании
«ЕКАЮР»

Проблема расчета налога на имущество организаций от кадастровой стоимости недвижимости для бизнеса остается актуальной давно. Как показывает практика, зачастую стоимость устанавливается в завышенном размере. Естественно, это приводит компании к излишним финансовым обременениям, причем не только по налогообложению, но и там, где применяется данный показатель - аренда и выкуп земельных участков, административные правонарушения, расчет стоимости сервитута. Узнайте все о кадастровой стоимости — в актуальных вопросах и в экспертных ответах.

— **Что такое кадастровая стоимость и как она влияет на стоимость содержания объекта недвижимости?**

— Кадастровая стоимость недвижимости - это определенная государством базовая цена объекта, которая используется для расчета таких показателей, как:

- земельный налог или налог на имущество;
- арендная плата или плата за пользование;
- выкупная (продажная) стоимость при выкупе из государственной или муниципальной собственности и др.

Соответственно, чем выше кадастровая стоимость объекта, тем выше расходы организации на его содержание.

— **Какие нарушения по применению кадастровой стоимости встречаются? С чем это связано?**

— Чаще всего в вопросах применения

кадастровой стоимости хозяйственники страдают от ее неправомерно завышенного показателя. Государственная кадастровая оценка - мероприятие плановое и массовое, которое проводится в отношении сразу множества объектов. Для этого все объекты группируют по схожим характеристикам и ценообразующим факторам, но при этом не учитывают массу индивидуальных особенностей, что приводит к завышенному конечному показателю (Приказ Минэкономразвития России от 22.10.2010 N 508 «Об утверждении Федерального стандарта оценки «Определение кадастровой стоимости (ФСО N 4)», Приказ Минэкономразвития России от 12.05.2017 N 226 «Об утверждении методических указаний о государственной кадастровой оценке»).

Зачастую неправильный показатель появляется из-за ошибок,

допущенных при обработке данных. Например, когда оценщик:

- неправильно указал сведения в перечне объектов, подлежащих оценке;
- ошибся в данных при расчете кадастровой стоимости;
- неправильно определил условия, которые влияют на стоимость объекта. В частности, местоположение объекта, его целевое назначение, разрешенное использование земельного участка, аварийное состояние объекта, нахождение объекта в границах санитарно-защитных зон и других зон с особыми условиями использования территории и иные условия (п. 13 Постановления Пленума ВС РФ от 30.06.2015 г. № 28).

— **Как можно узнать кадастровую стоимость?**

— Узнать кадастровую стоимость объекта недвижимости можно в Росреестре вашего региона (лично или на



официальном сайте), а также на сайте ФНС России через сервис «личный кабинет».

— **Можно ли уменьшить кадастровую стоимость?**

— Да, кадастровую стоимость можно уменьшить, оспорив ее размер. Это могут сделать все лица, чьи права и интересы она затрагивает. Как правило, это собственники недвижимого имущества, бывшие собственники, которым был начислен налог, арендатор недвижимого имущества или лицо, которое имеет преимущественное право выкупа объекта.

Для того, чтобы оспорить кадастровую стоимость, нужно иметь одно из оснований:

1. Допущенная ошибка при ее определении;
2. Необходимость установить ее в размере рыночной.

По общему правилу предъявить требования о пересмотре кадастровой стоимости можно в течение 5 лет с момента, когда она была внесена в государственный реестр. Однако, если в этот период кадастровая стоимость изменилась, например, в ре-

зультате исправления допущенной ошибки или изменения характеристик объекта, то оспорить прошлый ее показатель уже нельзя (часть 3 статьи 245 КАС РФ).

Если по истечении этого срока кадастровая стоимость осталась прежней, то суд по заявлению истца может восстановить срок для его рассмотрения.

— **Кем и в каком порядке рассматриваются споры об определении кадастровой стоимости?**

— Споры об определении кадастровой стоимости рассматриваются Комиссией по рассмотрению споров о результатах определения кадастровой стоимости (далее - Комиссия) либо судом.

С января 2017-го по январь 2020 года определение кадастровой стоимости регулируют одновременно два нормативных акта - ФЗ № 237-ФЗ «О государственной кадастровой оценке» и ФЗ № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности».

Оспаривать кадастровую стоимость нужно по нормам того закона, в соответствии с которым она уста-

навливалась, поскольку они имеют существенные отличия, которые нужно учитывать. Особенно это относится к деятельности Комиссии. Например, согласно Закону № 237-ФЗ перед тем как пойти в суд, необязательно обращаться в Комиссию, технические и кадастровые ошибки исправляет бюджетное учреждение, которое проводило оценку, без суда и Комиссии, а копию правоустанавливающего документа не нужно заверять нотариально.

Для того, что бы оспорить кадастровую стоимость в Комиссии, необходимо:

- составить заявление и собрать к нему пакет документов;
- направить заявление в Комиссию;
- получить решение Комиссии.

При этом к заявлению прилагаются:

- справка о кадастровой стоимости недвижимости, которая оспаривается (выписка из ЕГРН о кадастровой стоимости объекта недвижимости, содержащая сведения об оспариваемых результатах...);

- нотариальная копия правоустанавливающего документа на объект;

- отчет об оценке рыночной стоимости на бумаге и в электронном виде;
- документы, подтверждающие, что сведения, используемые оценщиком, достоверны (если такое основание заявлено);
- экспертное заключение СРО на отчет об оценке объекта недвижимости (ч. 16 ст. 24.18 Закона № 135-ФЗ, ч. 9 ст. 22 Закона № 237-ФЗ, п. 20 Приказа Минэкономразвития России от 04.05.2012 № 263).

Срок рассмотрения заявления составляет не более 30 дней.

Дела об оспаривании кадастровой оценки рассматривают суды общей юрисдикции по правилам главы 25 КоАП РФ. Для обращения в суд нужно составить исковое заявление, которое будет отвечать требованиям ст. 125 КАС РФ, и приложить к нему такой же пакет документов, что и для Комиссии, а также документы, предусмотренные ст. 126 КАС РФ (ст. 246 КАС РФ).

Заявление нужно подавать в суд по месту нахождения государственного органа, который определил оспариваемую кадастровую стоимость (п. 15 ст. 20, ч. 1 ст. 22, ч. 2 ст. 24 КАС РФ, п. 3 Постановления Пленума ВС РФ от 30.06.2015 № 28). Суд будет рассматривать заявление в срок до двух месяцев. Госпошлина для организаций составит 2 000 рублей за один объект.

Важно, что с 2017 года процедура оспаривания кадастровой стоимости в суде упростилась. По новым правилам больше не нужно:

- нотариально удостоверить копии правоустанавливающих документов;
- соблюдать досудебный порядок при оспаривании кадастровой стоимости, которую установили после 1 января 2017 года. Если объект оценили раньше, то юридическому лицу придется вначале обратиться в Комиссию и лишь потом - в суд;
- представлять экспертное заключение на отчет об оценке рыночной стоимости недвижимости.

Однако это требование сохранилось в пункте 20 Порядка создания и работы Комиссии по рассмотрению споров о результатах определения кадастровой стоимости (утвержден-

ного Приказом Минэкономразвития России от 04.05.2012 № 263). Поэтому остается риск, что нарушение этого требования может стать формальным поводом для суда отменить решение Комиссии.

— **Есть ли, помимо суда и комиссии, альтернативные способы изменить кадастровую стоимость для некоторых объектов?**

— Да, есть еще два пути. Первый способ - это представление замечаний на проект отчета об оценке (только для объектов, оценка которых проводится в рамках ФЗ № 237-ФЗ). Замечания подаются в бюджетное учреждение, которое проводит оценку в течение 50 дней с даты публикации проекта отчета в сети Интернет. Ознакомиться с проектом отчета об определении кадастровой стоимости можно на сайте Росреестра (rosreestr.ru) в разделе «Деятельность» - «Кадастровая оценка» - «Фонд данных государственной кадастровой оценки». Обновленные варианты отчета публикуются каждые пять дней. Все замечания бюджетное учреждение должно рассмотреть и, если есть основания, внести изменения до конца срока размещения отчета на сайте (ч. 22 ст. 14 Закона № 237-ФЗ).

Второй способ - это изменение основного вида разрешенного использования земельного участка. Этот способ подходит только для собственников земельных участков, поскольку их кадастровая стоимость напрямую зависит от вида разрешенного использования. В пределах одного квартала стоимость квадратного метра может различаться в тысячи раз. Выбирая новый вид разрешенного использования, важно понимать, что он должен соответствовать его фактическому использованию, иначе владельца могут оштрафовать.

— **Какая судебная практика с оспариванием кадастровой стоимости уже сложилась в России?**

— Споры о кадастровой стоимости по-прежнему остаются актуальными. При этом судебная практика активно развивается в сторону поддержки владельцев недвижимости. По данным Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии, с января по август 2017 года в судах инициировано 7 085 споров о величине кадастровой стоимости в отношении 12 875 объектов недвижимости. Из них 48% исков были удовлетворены, а общее снижение суммарной кадастровой стоимости составило 42,5%, то есть было снижено почти в 2 раза.



25 фактов

о компании Консультант Коми*



КОНСУЛЬТАНТ
КОМИ

ПРАВО ЖИТЬ РАЗУМНО

1

Система Консультант Плюс работает в 54 регионах, городах Республики Коми и России

2

Более 1600 клиентов «Консультант Плюс» в Республике Коми и 14 в других регионах России

3

21 вуз, 26 библиотек – участники Программы поддержки науки и образования

4

С 1997 года технология Консультант Плюс используется органами власти для создания эталонного банка нормативных документов Республики Коми

5

Более 70 семинаров-тренингов в год проводит компания «Консультант Коми» для своих клиентов

6

С 2008 года более 5000 человек посетили семинары-тренинги

7

10 семинаров и бизнес-завтраков с представителями органов власти проводится для клиентов каждый год

8

15 онлайн-интервью с представителями органов власти проведено и опубликовано на сайте компании с 2012 года

9

4 вида еженедельных обзоров правовой информации ежедневно доступно на сайте компании

10

Более 30 вопросов ежедневно поступает на «Линию консультаций», «Горячую линию», «Онлайн-диалог»

11

С 2002 года компанией «Консультант Коми» организовано и проведено 12 конкурсов «Юрист-профессионал»

12

С 2004 года компанией «Консультант Коми» организовано и проведено 8 конкурсов «Бухгалтер-профессионал»

13

С 2014 года компанией «Консультант Коми» организовано и проведено 2 конкурса «Кадровик-профессионал»

14

С 2005 года организовано и проведено 9 церемоний награждения высшей юридической премией «Фемида»

15

С 2003 год организовано и проведено 10 олимпиад для студентов и школьников

16

В 5 городах работают партнеры, а в 13 районах республики, представители власти используют «Консультант Коми»

17

Сегодня работает 182 сотрудника компании на всей территории Республики Коми

18

35 лет – средний возраст сотрудников компании «Консультант Коми»

19

С 2014 года выпущен в свет 21 выпуск корпоративного журнала «DOC»

20

17 лет помощи социально-реабилитационному центру в селе Куратово

21

Более 180 000 документов опубликовано в системе Консультант Плюс

22

Более 270 «Консультант Плюс» опубликовано в системе Консультант Плюс

23

Ежедневно более 60 документов включаются в систему Консультант Плюс для обработки по 50 параметрам

24

Компанию ежегодно проходит проверку по 582 параметрам качества в Москве. И 17 лет подряд получает высший ранг качества

25

Проекту Консультант Плюс в республике 25 лет!

*Информация актуальна на ноябрь 2017 года

25лет
КОНСУЛЬТАНТ КОМИ



просто здорово!

Диалог с клиентами, властью и временем

Компания «Консультант Коми» на исходе 2017 года отмечает свое 25-летие. О том, какие этапы развития были у компании за это время, как общество принимало ее новые информационные продукты, с кем пришлось научиться договариваться — обо всем этом в интервью с Еленой Пелёвиной, генеральным директором компании «Консультант Коми».



— *Какие качества нужно было проявить основателям «Консультант Коми» на старте бизнеса четверть века назад?*

— Компанию в 1988 году основали мой папа Владимир Степанович Ермолин и его партнер, и она выросла из научно-производственного коопе-

ратива СБИС — первого на тот момент в республике. Тогда кооператив записывал на аудиокассетах простейшие программы для игр на компьютерах — по сути занимался их тиражированием. Сейчас это кажется примитивным и смешным, но это уже было зарождением прогрессивной IT-сферы. В 1992

году у кооператива появилось новое направление деятельности — распространение справочно-правовой системы «КонсультантПлюс», которое позднее стало нашим единственным видом бизнеса, а сам кооператив в скором времени стал компанией «Консультант Коми».



Из всего населения земного шара только около 2% людей обладают способностями к предпринимательской деятельности. Предприниматель берет на себя ответственность и перед своими клиентами, и перед своими сотрудниками. Справляется со сложностями и рисками, при этом часто жертвует своими финансами, здоровьем и спокойствием ради того, чтобы создавать что-то ценное для других. Я уверена, что такой человек заслуживает большего внимания и уважения в обществе.

В конце 80-х в СССР стала рождаться рыночная экономика, нужно было выбрать удачное направление деятельности. Тогда для многих IT-сфера была непонятна, нельзя было предсказать — станет она перспективной или нет. Помимо того, еще и само общество не созрело до этого,

ведь даже просто наличие компьютера в организациях было редкостью. Однако потребность в том, чтобы законодательство стало автоматизированным, уже сформировалась. Так что, учитывая, что предпринимательство в СССР только зарождалось, отцу нужно было проявить немалую смелость и пойти на риск, чтобы выбрать это направление бизнеса.

ПРЯМАЯ РЕЧЬ

В начале 90-х, когда появились первые компьютеры, клиенты испытывали панику при работе с ними. Иногда они звонили и жаловались, что «КонсультантПлюс» у них не работает, «весь экран компьютера черный, ничего не показывает», а затем оказывалось, что их компьютер просто не был включен в электрическую розетку.

Никакой спецсвязи с раньше не существовало, поэтому нам приходилось ездить в Москву и привозить от разработчика пачки пятидюймовых дискет в огромных хозяйственных сумках. Причем, везти их надо было только в ручной клади, и просвечивать было нельзя, иначе дискеты могли размагнититься. Служба безопасности в аэропорту часто останавливала наших сотрудников и спрашивала, что они везут. Приходилось объяснять, что это дискеты для компьютеров, и разъяснять назначение самих дискет.

— **В 90-е годы компания осваивала еще не подготовленный к справочно-правовым системам и к IT-технологиям рынок. Наверное, в то время главная задача была не столько продавать, сколько формировать у клиентов потребность, о которой они еще не догадывались?**

— В 90-е и в первое десятилетие 2000-х скорость изменений в законодательстве была очень высокой, а доступны законодательные акты были преимущественно органам власти, которые сами и являлись их авторами. Поэтому тогда нашим клиентам важнее было иметь сами данные о текущем состоянии законодательства, а техническая и финансовая стороны этого вопроса были для них вторичны. У руководителей организаций знакомство с «КонсультантПлюс» и понимание его важности происходило легко, а вот на уровне рядовых пользователей это был технически сложный процесс. Приходилось больше делать упор на обучение навыкам работы не только

с программой, но и с компьютером. В начале своей карьеры я занималась обучением пользователей, поэтому как раз все страхи в их глазах видела сама. А с точки зрения необходимости СПС, вопрос вообще не стоял. Мы оказались в нужное время и в нужном месте: встретились с разработчиком, который сделал классный продукт, и этот продукт оказался востребованным.

— **Сейчас не проблема найти любую информацию в интернете. Неужели на рынке до сих пор сохранилась такая же потребность в продукте «КонсультантПлюс», как и раньше?**

— Плюсы интернета очевидны. Но и минусы весомы: об информации, полученной из интернета, нельзя однозначно сказать, что она правдива или что она актуальна на данный момент. А для информации о законодательстве это — основополагающие вещи. Решения, принятые с опорой на ложные данные, могут дорого стоить и организациям, и конкретным людям. Поэтому наш продукт будет всегда востребован профессионалами, а их сейчас очень много! Профессионализм в широком смысле сейчас все больше ценится, становится хорошим тоном. Этот тренд меня радует, ведь наш бизнес как раз об этом!

Сейчас в обществе особенно ценятся время, индивидуальный подход и мобильность. Людям важно, чтобы продукт или услуга были заточены под их потребности. Мы давно не привязаны к одному месту: можем поработать в офисе, через час в кафе, позже дома, а завтра в аэропорту, и все необходимое у нас должно быть под рукой. Скорость происходящих в нашей жизни и вокруг нас событий резко увеличила цену времени, и наличие возможности сэкономить затрачиваемое время без ущерба для результата сложно переоценить. Своим продуктом мы как раз стараемся удовлетворять этим ценностям.

Изначально система «КонсультантПлюс» была библиотекой законодательства, которая облегчала работу. Сейчас это тонко заточенный под

профессионалов инструмент, и его главная фишка — экономить их ценное время. Вся кропотливая работа по поиску, обработке, систематизации, анализу информации сделана за клиента, а ему остается ею пользоваться и принимать разумные и взвешенные решения, которые повышают эффективность и безопасность деятельности его организации. Иными словами, мы профессионально делаем продукт для профессионалов, а они с его помощью профессионально принимают решения в интересах своих организаций. На мой взгляд, от этого выигрывает все общество в целом.

ЕСТЬ МНЕНИЕ

Справочно-правовые системы – это уникальное изобретение. Они создали в нашей стране единое информационное пространство в области права. В рамках этого пространства и законодатели, и госорганы, и коммерческие структуры, и бюджетные, и общественные организации видят актуальное состояние законодательства на текущий момент, а также могут посмотреть на него в ретроспективе. Нажатием нескольких кнопок можно с легкостью узнать позиции разных контролирующих органов и специалистов-аналитиков по одной и той же теме; какие решения принимают по одному и тому же вопросу суды; сравнить законодательные акты по сходной тематике разных регионов страны. Получается, что справочно-правовые системы предоставили любому субъекту экономики нашей страны равные права и равные возможности доступа к правовой информации.

В эпоху развития IT-сферы и компании, и само общество быстро перестраивались. А насколько кардинально сейчас приходится компании меняться?

— За 25 лет компания ни разу не останавливалась в развитии— мы все время что-то совершенствовали, меняли, вводили новое. Причем, изменения касались и продукта, и клиентов, и дополнительного сервиса, и сотрудников.

Сначала был период бурного роста, когда появлялись коммерческие организации и был высокий спрос на «КонсультантПлюс». Например, во время кризиса 1998 года у нас случился скачок продаж. Люди были напуганы происходящим и считали, что именно в тот момент им важно

следить за изменениями в законодательстве.

В конце 90-х годы мы ввели систему регулярного профессионального обучения для своих сотрудников - проверку знаний, аттестацию.

Потом бурное развитие предпринимательства потребовало, чтобы представители нашей компании присутствовали по всей республике. Так что несколько лет ушло на создание партнерской сети. Сейчас в условиях экономического кризиса она является существенным преимуществом перед конкурентами, которые свои сети свернули.

К тому же каждую осень, а иногда и чаще происходят изменения в продуктовой линейке или в самом продукте «КонсультантПлюс». А значит, надо изучить эти изменения, обучить сотрудников, донести все до клиентов - встроить новшества и в сбыт, и в сервис.

— Имя «Консультант Коми» в сфере бизнеса республики уже давно звучит не только в связи с продуктом, но и с разными деловыми проектами. Для чего вы их создаете?

За последние годы компания постепенно выстроила линейку дополнительных бесплатных сервисов:

- конкурсы профессионального мастерства среди специалистов разных специальностей, использующих в своей деятельности правовую информацию;
- площадки для обмена мнениями между нашими пользователями и специалистами из госорганов в разных форматах: очные семинары, бизнес-завтраки, онлайн-интервью;
- аналитическая информация о законодательстве: еженедельные обзоры законодательства, журнал «.DOC», который на сегодняшний день является единственным местным деловым изданием;
- изучение специалистами наших клиентов отдельных бухгалтерских и кадровых вопросов с применением систем «КонсультантПлюс» - это наши семинары-тренинги.

Нам давно уже не интересно быть

просто поставщиком программного продукта. Мы содействуем профессиональному росту наших пользователей, предоставляя им для этого разные возможности и инструменты, главный из которых, конечно, наш потрясающий продукт «КонсультантПлюс». Вот это задача, решать которую нам никогда не надоеет!

— У вас есть особый продукт, над которым вы работали исключительно сами, — это база регионального законодательства «КомиПроф». Насколько трудно было найти общий язык с республиканской властью и убедить ее в необходимости этого продукта?

— В 1996 году отец поставил передо мной задачу создать с нуля новый продукт — базу данных по региональному законодательству, наши клиенты об этом очень просили. И я считаю этот продукт большим достижением для компании. Во-первых, потому что это была сложная, незнакомая задача. Во-вторых, нужно было наладить регулярное предоставление информации от органов власти, издававших нормативные акты, а им было непонятно, зачем нужно с нами сотрудничать по этому направлению. Как всегда, на помощь пришли энтузиасты: одним из первых понял ценность такого продукта для широкого круга организаций Борис Абрамович Шенкман, который тогда был министром юстиции республики. Совместно мы наладили плодотворное сотрудничество, и сейчас важность такого взаимодействия ни у кого не вызывает сомнений. Сегодня информацию для нашего регионального выпуска нам предоставляют несколько сотен структур - от самых высоких республиканских органов власти до администраций сельских поселений. Они же, кстати, и сами являются активными пользователями нашего продукта. Конечно, такая база не может не отвечать самым высоким требованиям по полноте информации!

Нам удалось выстроить диалог с органами власти так, чтобы региональное законодательство, как и федеральное, стало автоматизированным

и удобным для работы. Сейчас, когда обеспечение информацией налажено, этот продукт пользуются разные организации Коми.

ИЗ ИСТОРИИ

Пользователи часто рассказывают нам занимательные истории, связанные с нашим продуктом. Например, суд принял решение в пользу одной организации, и на основании этого решения один из госорганов должен был выполнить определенные действия. Судебное решение вступило в силу, и организация обратилась в этот госорган за его исполнением. А специалисты госоргана ответили, что смогут это сделать только после размещения решения в системе «КонсультантПлюс». Мы удивляемся таким фактам, потому что «КонсультантПлюс» не является официальным источником информации, но благодаря своему авторитету он едва ли не приравнен к нему.

— **Справочно-правовые системы с помощью обычных маркетинговых ходов не продать. Так что от профессионалов, которые обеспечивают связь между продуктом и клиентами, зависит многое. Какими качествами**

вами должны обладать ваши специалисты?

— У нас уникальная компания. Нашими клиентами являются организации из разных сфер (бюджетные организации, коммерческие структуры, органы власти), разных отраслей и люди разных профессий - бухгалтеры, кадровики, юристы, специалисты по госзакупкам, руководители организаций. Мы работаем не для узкой отрасли. Это классно, но при этом создает сложности для персонала. Наш сотрудник должен быть универсалом, который сможет находить общий язык со всеми.

Одна из сложностей его работы — коммуникации, умение легко находить общий язык. Другая — готовность к разъездной работе, поскольку мы по-прежнему приходим к клиентам лично. И главное, ему важно чутко улавливать, что нужно клиенту сейчас. Уметь найти нужное решение, вовремя дать подсказку по работе с системой.

Я обычно шучу, что нам для работы нужны общительные аналитики. А это очень сложная компетенция. К тому же, специалистов по работе с клиентами не готовит ни один вуз, поэтому развивать необходимые умения и растить наших сотрудников нам приходится самим.

— **Как вы отстраиваетесь от конкурентов?**

— На уровне продукта нам помогает в этом разработчик — добавляет новые функции, возможности, прислушивается к пользователям. А «Консультант Коми» уже отстраивается в сервисе.

Наши продукты с конкурентами действительно схожи в том, что помогают ориентироваться в законодательстве, но они не абсолютно идентичны. Главное, чем мы отличаемся от конкурентов - своим подходом к работе. Об этом нам говорят и наши клиенты.

Это идеологическая база, которую не скопируешь, не утащишь. Обычно

У меня довольно свободолюбивая натура. Мне не очень нравится, когда кто-то указывает, как мне нужно поступать. Но я выработала для себя правило — принимать решение коллективно или учитывая общий интерес. Теперь я могу согласиться с тем, что принимаемые решения не обязательно должны мне нравиться, главное, чтобы они были на пользу делу.



собственник компании транслирует на нее свою систему ценностей. Мы с отцом заложили в основу компании такие принципы, как порядочность, честность, сохранение доверия клиента, открытость, профессионализм. Хотя компании уже 25 лет, эти жизненные ценности остаются для нас главными. Так что мало узнать что-то у конкурентов, надо еще суметь повторить, а еще лучше превзойти. Для того, чтобы повторить, конкурентам нужны наши головы, наша команда, а этого не продублировать.

— *Эксперты считают, что в ближайшие годы только быстрые обгонят медленных. На какие рычаги вам сейчас надо жать, чтобы не отставать?*

— Думаю, что нам важнее не бежать быстрее, а работать над персональной заточкой под клиента. В этом направлении можно еще во многом совершенствоваться - индивидуализировать услуги, понимать и предоставлять клиенту то, что требуется именно ему.

Например, у нас есть сервис «Линия консультаций». Туда обращаются пользователи с разными целями. Кто-то за ответом на вопрос. Но большинство хотят услышать наше мнение, получить еще одну экспер-

тную точку зрения, а затем принять окончательное решение.

Так что мы ориентируемся даже не на сферу деятельности клиента, а на структуру его работы, на удобные для него сценарии работы. Кому-то нужна мобильность, скорость; кому-то - возможность проконсультироваться у эксперта. Одним важно иметь большой объем актуальных данных, а другие, напротив, хотят видеть только то, что требуется для их работы. Одни люди любят работать с электронными материалами, другие - только с печатными. Одним очень важно очное взаимодействие с нашим специалистом, а другие не любят, чтобы их отвлекали от работы. Наши пользователи настолько же разные, насколько разными бывают люди вообще. И индивидуальная настройка - это та еще задачка, но как раз ее сложность и мотивирует нас.

— *Любая компания держится на авторитете его создателей. Помогает ли ваш авторитет для продвижения компании?*

— Я участвую в нескольких общественных объединениях — как член Общественного совета при Управлении ФНС России по Республике Коми, как член Президиума

Правления Союза промышленников и предпринимателей республики, как член координационного совета по профквалификациям при Главе РК, как председатель наблюдательного совета театра драмы имени В. Савина. Но во всех этих общественных делах у меня точно нет цели продвигать компанию. Честно говоря, она не нуждается в особом продвижении, ведь наш замечательный продукт делает это. Я знаю, что это происходит как неизбежный эффект, но участие в общественной деятельности не ради этого.

— *Тогда для чего вам это нужно?*

— Когда мы работаем с конкретными клиентами, мы слышим только их конкретные проблемы. А тут у меня есть возможность видеть общую картину в экономике республики. В налоговой — какие есть достижения или сложности у республики в целом в плане сбора налогов. В Союзе промышленников и предпринимателей — какие есть сложности взаимодействия коммерческих предприятий и власти, обо что спотыкаются, как решают.

К сожалению, в республике крайне мало осталось местных производителей, а именно они в первую очередь заинтересованы в развитии экономики своего региона. На мой взгляд, сейчас особенно важно содействовать развитию местного предпринимательства в республике. Содействовать - это не только делать кредиты доступнее или консультировать предпринимателей по вопросам ведения бизнеса. В этих вопросах в республике как раз делаются определенные позитивные шаги. Важнее, чтобы люди, обладающие предпринимательским талантом, действительно хотели вести свой бизнес. А это желание далеко не всегда зависит от финансов или консультаций. Для этого важно, чтобы в обществе была атмосфера уверенности в завтрашнем дне и уважения к бизнесу, в том числе и со стороны власти. Это не происходит за одну неделю, но действовать в этом направлении надо прямо сейчас.



В одном из зарубежных исследований я прочитала, что из всего населения земного шара только около 2% людей обладают способностями к предпринимательской деятельности. Получается, что предприниматели – это большая ценность, а действующие предприниматели ценны вдвойне. Именно бизнес производит то, что мы потребляем каждый день; платит налоги, на которые государство содержит школы, садики, дороги, больницы, театры; создает рабочие места, давая возможность своим сотрудникам обеспечивать свои семьи и ощущать себя нужными и востребованными там, где они живут и трудятся. Предприниматель берет на себя ответственность и перед своими клиентами, и перед своими сотрудниками. Справляется со сложностями и рисками, при этом часто жертвует своими финансами, здоровьем и спокойствием ради того, чтобы создавать что-то ценное для других. Я уверена, что такой человек заслуживает большего внимания и уважения в обществе.

— От чего вам, как руководителю, пришлось отказаться, чтобы сделать компанию успешной?

— У меня в жизни был достаточно долгий период, когда на первом месте была работа, а семья отодвинута на задний план. Некоторое время назад я опомнилась и привела свою жизнь в баланс. Теперь семье есть место в моей жизни, и я этому рада.

На протяжении 8 лет я жила в режиме 3-4-часового сна в сутки. Но уже пару лет, как я привела в порядок режим сна, и сплю по 6 часов. Кстати, к любой ситуации адаптируешься. Если постоянно живешь в режиме 4-часового сна, то когда удастся поспать подольше, организм уже чувствует себя непривычно.

У меня довольно свободолюбивая натура. Мне не очень нравится, когда кто-то указывает, как мне нужно поступать. Но я выработала для себя правило — принимать решение коллективно или учитывая общий интерес. Теперь я могу согласиться

с тем, что принимаемые решения не обязательно должны мне нравиться, главное, чтобы они были на пользу делу.

У меня был такой пунктик – перфекционизм, я старалась, чтобы все было проработано по высшему разряду. Но обратная сторона этого качества — упущенное время, которое уходит на шлифование, совершенствование, а вместо этого оно могло быть потрачено на то, чтобы побегать, попробовать сделать, набить шишки, а уже позже что-то подправлять. В этом вопросе я сильно поработала над собой, превратив перфекционизм в стремление к оптимальному результату.

— Какой, на ваш взгляд, должна быть компания, что она продолжала быть успешной?

— В древнеиндийских ведах описаны ступени духовного развития человека. Верхняя ступень – «брахманы», это ученые, деятели культуры или религии. Следующая ступень – «кшатрии», это цари, полководцы, руководители и те, кто посвящает свою жизнь служению группе. Затем следуют «вайшьи» – торговцы и ремесленники, которые также могут

создавать группы, но отличаются от кшатриев тем, что основной целью кшатриев является благо группы, а вайшьи группа нужна для того, чтобы достигать своих личных целей, обеспечивать себя и свою семью. Среди предпринимателей встречаются люди из обеих категорий, и многие из них успешны. Мне ближе подход «кшатриев», меня больше радует успех не личный, а коллективный. Мне нравится, когда окружающие меня люди успешны, тогда успешна и вся компания в целом.

Как человеку мне мечтается, чтобы в республике возродилось предпринимательство. Хочется, чтобы окружающие люди получали удовольствие от жизни. Потому что эти люди учат наших детей в школах, продают нам продукты в магазине, живут рядом с нами. Но сейчас у этих людей грустные глаза. Конечно, многое зависит от самих людей, но обстановка в регионе важна. Наша компания — это часть республики, поэтому я хочу, чтобы компания не просто существовала, а отвечала на вызовы своего времени. Чтобы мы не жили какими-то временными задачами, а ставили себе другой масштаб целей — на годы вперед.



Узнавай первым!

Деловая жизнь – сплошной поток информации. Держать руку на пульсе, фильтровать поступающие сведения, расставлять приоритеты, а значит, планировать деятельность с учетом изменений помогают сервисы «Консультант Коми».

БЕРЕГУТ ВРЕМЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ

В новостных обзорах «В курсе» клиентам компании предоставляется краткая выдержка из изменений в законодательстве и новых материалов в Системе КонсультантПлюс.

В обзоры включены типовые ситуации, готовые решения, консультации экспертов, проводки, статьи, образцы документов. Важно и то, что в обзорах учтена региональная специфика.

Подобная подача серьезных документов — в виде кратких обзоров — помогает специалистам быстро знакомиться с новшествами. При этом, если какая-то новость вызывает интерес, ее можно изучить подробно уже самому. Для этого рядом с новостью дается ссылка на цитируемый документ или иной информационный источник из Системы КонсультантПлюс.

СТОИТ ЗНАТЬ КАЖДОМУ

В сентябре этого года появилась новая подборка - «Будь в курсе. Личный интерес». В ней пользователи Системы также каждую неделю получают свежие новости из мира правовой информации. Но выдержки из изменений законодательства теперь ориентированы не только на удовлетворение профессионального интереса, но и личного. Материалы обзора «Будь в курсе. Личный интерес» для удобства сгруппированы по определенным темам. Например:

- семья и имущество;
- социальные гарантии и финансы;
- здоровье, спорт, отдых, хобби;
- образование;
- права и обязанности;
- другое.

Подборка освещает широкий спектр

вопросов. От общероссийских перемен, например, объявление о призыве в армию или снижение ключевой ставки Банка России, до частных, редко возникающих вопросов.

Например, в первых выпусках обзора «Будь в курсе. Личный интерес» были представлены такие события.

Имущество:

Размер взноса на капитальный ремонт

Размер взноса на капитальный ремонт общего имущества в многоквартирных домах определен по каждому муниципальному образованию. В частности, на 2018 - 2020 годы размер взноса составит: в муниципальном образовании городского округа «Сыктывкар» - 2,46 рубля; муниципальном образовании городского округа «Усинск» - 3,05 рубля.

Постановление Правительства РК от 02.10.2017 N 519 «Об установлении минимального размера взноса на капитальный ремонт общего имущества в многоквартирных домах, расположенных на территории Республики Коми, на 2018 - 2020 годы»

Социальные гарантии

Правительство РФ планирует с 1 февраля 2018 года проиндексировать социальные выплаты на 3,2 процента.

Согласно проекту индексация коснется выплат, пособий и компенсаций, предусмотренных законодательными актами РФ. Это в том числе денежные выплаты Героям Советского Союза, ветеранам, Героям Труда, компенсации и выплаты гражданам, подвергшимся воздействию радиации, социальные пособия на погребение, страховые выплаты, предусмотренные Законом об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве. Коэффициент индексации установлен в размере 1,032 исходя из прогнозного

значения индекса потребительских цен. Размер коэффициента может быть уточнен после расчета Росстатом индекса потребительских цен за 2017 год.

Проект постановления Правительства РФ «Об утверждении размера индексации выплат, пособий и компенсаций в 2018 году»

Здоровье, спорт, отдых

Вопрос: В аптеку обратился клиент с просьбой оформить возврат товара: поильник детский. По документам это посуда для детей, предназначенная для ухода за детьми до трех лет, то есть товар является аптечным ассортиментом. Но в то же время он есть в списке товаров, которые можно вернуть, при условии, если сохранены его внешний вид, свойства и т.д. Возможно ли оформить в этом случае возврат?

Консультация эксперта, 2017

ВСЕМ — БЕЗ ОГРАНИЧЕНИЙ

Согласитесь, что все представленные новости касаются каждого из нас в той или иной мере. И в отличие от подобного потока новостей, которые мы пассивно получаем из телевидения или радио, здесь есть возможность заглянуть в сам первоисточник или познаться с экспертным мнением.

Чтобы еженедельно получать обзоры «Будь в курсе. Личный интерес», достаточно подписаться на электронную рассылку по promo@consultantkomi.ru по заявке в свободной форме.

Все пользователи КонсультантПлюс, независимо от того, какой комплект Системы они используют, в новостных подборках получают полную информацию об изменениях в законодательстве. Обзоры «В курсе» и «Будь в курсе. Личный интерес» включают в себя сведения из максимально полной версии системы КонсультантПлюс.

ПОЛЕЗНЫЕ ОНЛАЙН-СЕРВИСЫ ВСЕГДА ПОД РУКОЙ

В ситуации, когда границы интернета практически отсутствуют, а с каждого сайта вещает свой эксперт, должна сохраняться уверенность в надежности профессиональных онлайн-источников. Таким авторитетным и проверенным ресурсом в области правовой информации является сайт www.consultantkomi.ru.

Сделать рабочий процесс более эффективным на сайте компании «Консультант Коми» помогут удобные онлайн-сервисы.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОНЛАЙН-КАЛЕНДАРИ

Для кого: бухгалтера, юриста, кадровика.

В чем польза: напомним о предстоящих важных событиях и о необходимых действиях. Бухгалтерский, налоговый, производственный и другие календари пригодятся для составления графика отчетности, планирования налоговых выплат. Позволят в удобной форме отслеживать важные даты, получать разъяснения по представленным в календаре данным.

ФОРМЫ ДОКУМЕНТОВ И СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Для кого: бухгалтеров, кадровиков, юристов, индивидуальных предпринимателей

В чем польза: представлены наиболее востребованные готовые формы документов, а также часто используемая финансово-экономическая и правовая информация. Дополнительно в разделе представлена рубрика «Полезные советы». Она содержит материалы по актуальным правовым ситуациям, с которыми приходится сталкиваться в повседневной жизни. Это советы по применению действующих норм права и новых законов, рекомендации по заполнению форм документов и спорным юридическим вопросам. В эту рубрику стоит заглянуть, если возникли вопросы при увольнении, о получении детского пособия, оплате больничного листа и других.

ОНЛАЙН-КАЛЬКУЛЯТОРЫ

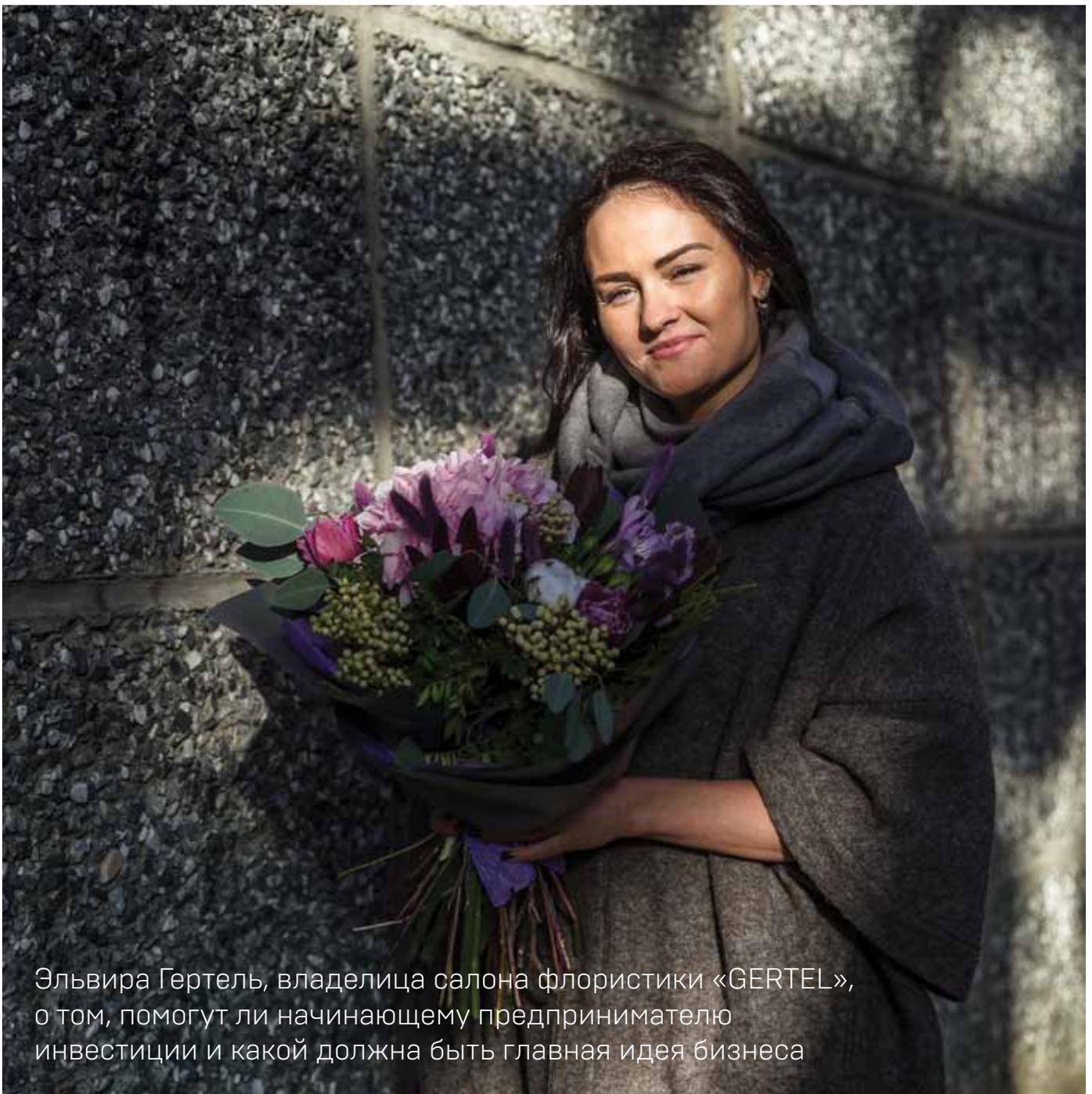
Для кого: бухгалтера, кадровика.

В чем польза: поможет при расчете налогов/взносов, заработной платы, отпускных, больничных, пособий и прочих исчислений. Калькуляторы автоматически помогут произвести расчеты, учесть особенности законодательства, не допустить ошибку.

Чтобы ускорить поиск, добавьте онлайн-сервисы «Консультант Коми» www.consultantkomi.ru в закладки на браузере. Используйте [CTRL + D], и нужные источники будут всегда под рукой!

«Консультант Коми» регулярно пополняет список востребованных онлайн-калькуляторов. С полным списком онлайн-сервисов можно ознакомиться на сайте компании www.consultantkomi.ru

Эльвира Гертель: «Если дело ваше — все обязательно сложится!»



Эльвира Гертель, владелица салона флористики «GERTEL», о том, помогут ли начинающему предпринимателю инвестиции и какой должна быть главная идея бизнеса

— **Какое желание у тебя было первичным — открыть бизнес или заниматься цветами?**

— Все пришло случайно. Мне было 19 лет, и старшие подруги уже имели бизнес. Одна из них в Выльгорте уезжала и продавала цветочный магазин. Я пошла туда работать, чтобы впоследствии магазин перекупить. Но через год нашлись люди, которые предложили за торговую точку на 100 тысяч больше. Тогда с бизнесом у меня ничего не сложилось.

В то время я училась заочно в Санкт-Петербургском институте по специальности «Менеджмент», ездила на тренинги по предпринимательству, личному развитию. Когда цветочный магазин «уплыл», я поняла, что все к лучшему, и решила открыть свой. Тогда, в 2012-м, он был больше похож на лавку. Холодильник для цветов и стол стояли прямо в продуктовом магазине на Октябрьском проспекте в Сыктывкаре. Весь день сама продавала цветы, а по вечерам допоздна работала в бильярдном клубе.

— **Почему же все-таки выбрала цветочный бизнес? Осталось желание после того несостоявшегося проекта?**

— Да, сначала подтолкнул магазин, а потом рассказали про Татьяну Тюпенко — она первой в Сыктывкаре начала заниматься флористикой. И ее работы меня вдохновили.

Три года бизнес не двигался дальше цветочной лавки, пока рождение сына не подтолкнуло к мысли — пора развиваться и по-настоящему зарабатывать деньги.

Решили перебраться в торговый центр, чтобы изменить статус с лавки на студию флористики — создавать авторские букеты, организовывать мастер-классы. А учитывая, что в Сыктывкаре нет ни одной студии флористики, задумались о создании флористической школы для Коми.

— **Но чтобы решиться на подобную школу, одних знаний по менеджменту недостаточно. Пришлось углубленно изучать флористику?**



— Конечно! Флористика — это не просто букет. Нужно придумать композицию, на чем стоят цветы, как крепятся, подобрать растения по сочетанию листьев, форм, цветов. Например, если нужен букет к какому-нибудь торжеству, надо оценить помещение, ощутить обстановку, свет, стилистику и с помощью букета внести свою нотку в эту атмосферу. Чтобы все это понимать, год назад пошла учиться на флориста-дизайнера в Москве. Там меня и подтолкнули к тому, чтобы организовать школу флористики.

— **Ради интереса, сколько названий цветов ты знала в начале бизнеса и сколько сейчас?**

— Изначально знала больше, чем остальные. А потом специально изучала, штудировала. Хотелось создавать букеты не только из роз и хризантем, а из протей, альстромерий... Работать с ними интереснее, а сами цветы дольше стоят, некоторые даже до полугода. Сейчас знаю, наверное, не менее 600 названий, причем на латыни. Могу легко экзамен по ботанике сдать.

— **Спустя пять лет тебе удалось сделать бизнес более-менее прибыльным?**

— Если бы я хотела бизнес, то, навер-

ное, что-то бы имела. Коллеги знают, что я живу практически идеями, творчеством. Все думают, что я машины и квартиры сменила, а практически ничего нет. Цены на цветы не поднимаем — как были хризантемы и розы 5 лет назад по 90 рублей, так они и остались. Мы не увеличим стоимость букета, но я обязательно добавлю туда веточку, которая гармонирует с цветами.

Каких-то заначек, таких доходов, чтобы можно было отложить, нет. Меня сложно назвать предпринимателем, честно.

— **А не больно это осознавать, ведь столько времени и сил вложено?**

— Именно поэтому сейчас и решила развиваться дальше.

— **Каким в твоей идеальной картине мира сейчас выглядит цветочный бизнес?**

— Хочется, чтобы наша школа стала отправной точкой для обучения флористике в республике и к нам приезжали ученики со всего региона. Это большое светлое помещение с учебным классом, доской, столами, холодильником для цветов. Ученики 10-15 дней проходят плотное обучение, в котором есть теория

и практика. И основной доход идет в первую очередь от учебы.

— А первые ученики у тебя уже появились, была возможность попрактиковаться в обучении?

— Сейчас приходят учиться в первую очередь домохозяйки, для которых это увлечение, хобби. Я же сейчас по сути нахожусь в отпуске по уходу за ребенком, но прихожу на работу отдыхать. Они также в первую очередь стремятся к цветам, чтобы отдохнуть от дома, от бытовых хлопот.

— Как ты занимаешься продвижением?

— Первые три года у нас никакой рекламы не было. Сейчас есть аккаунты в «ВКонтакте» и «Инстаграме», и все равно 90% клиентов к нам приходят по рекомендациям, через сарафанное радио. Сейчас я понимаю, что нужно зарабатывать, поэтому стараюсь больше вкладываться в рекламу, и, соот-

ветственно, увеличиваются продажи.

— За эти годы — от цветочной лавки до флористической студии — у тебя как-то изменилось отношение к клиентам?

— Никак! Я как раньше говорила, что нужно любить людей, так и сейчас говорю. Первое, чему я учу сотрудниц, ничего плохого в букет не добавлять. Один раз продадите с умирающим цветком, и человек больше к нам не вернется.

Мало принимать заказы только в интернете. Чтобы подобрать букет под образ человека, я обязательно приглашу его в студию. Мне надо обязательно увидеть невесту, чтобы понять, какой букет ей подойдет, а какой нет. Однажды общалась со спортсменкой, мастером спорта по пауэрлифтингу, которая заказала нежный букет. Заочно я бы предложила ей экстравагантный букет в бордовых оттенках. Но в студии я увидела, что в душе она

мягкая, скромная и ей именно такой нежный свадебный букет подходит.

— Если бы тебе дали инвестиции 5 лет назад, как думаешь, ты достигла бы большего успеха, чем сейчас?

— Если бы я не начала бизнес с минуса, не смогла бы ощутить дороговизну цветка. Даже не в материальном плане, а в хрупкости и недолговечности его жизни — в том, что цветок может быстро умереть, с ним нужно что-то придумывать. Было бы денег достаточно, относилась бы проще — умер цветков и ладно. А так он подталкивает на новые идеи. Всему свое время, я считаю. Мне в любом случае нужно было пройти все ступени.

— Какими были для тебя эти ступени?

— Первая - когда не было вообще ничего и я начинала с чужих, взятых в долг денег. Вторая - поняла, что нужно развиваться, а не только иметь



цветочный магазин лишь из любви к цветам. Самое важное, поняла - если разрабатываешь проект и ставишь во главе угла финансовый вопрос, то у тебя однозначно ничего не получится. Считаю, что в нашем мире деньги - лишь средство. В первую очередь любое дело должно основываться на идее с ее пользой для других.

— А какая следующая ступень развития?

— Выйти из зоны комфорта, в которую мы вошли. Из нее могут быть только два пути - либо идешь вниз, либо вверх. Поэтому лучше идти вверх — к своей школе флористики, к созданию своего сайта...

— Какими бы мыслями ты поделилась с теми, кто задумался о создании своего дела?

— Не рассчитывать только на свои силы. Важно, чтобы Вселенная тебя услышала, или, скажу как православный человек, рассчитывать на Божью помощь. Конечно, обязательно будут обрывы, трудности. Поверьте, когда выбрал свое дело, все обстоятельства на бессознательном уровне сложатся в твою пользу. Нельзя верить только в материальное, должно быть что-то духовно высшее в вашем деле. А то, как ты его пройдешь — с радостью или злостью, — зависит от тебя самого. Как наставлял меня духовный отец, надо понять, кто ты — пчела или муха. Пчела находит во всем мед, муха - грязь. Когда ты начинаешь видеть во всем прекрасное, тогда и у тебя все хорошо складывается.



Критикуй правильно!

Умение давать обратную связь — ценный навык для любого руководителя. В свою очередь и сотрудникам для эффективной работы необходима информация о том, какие их действия успешны, а что нужно изменить. Но только конструктивная беседа позволит сделать замечание сослуживцу максимально корректно, никого при этом не обижая и не настраивая против. Чтобы сохранить доброжелательный психологический климат в коллективе, никогда не поздно научиться критиковать грамотно.



Илья Соболев, психолог, бизнес-тренер центра бизнес-практики «ILMA», коуч, специалист по ораторскому мастерству

Несколько лет назад я работал в Нижнем Новгороде в крупной федеральной компании. Я был тренинг-менеджером в отделе обучения персонала, а в отделе сопровождения клиентов трудился некто Олег.

Олег очень веселый и приятный человек, отличное чувство юмора, мог составить компанию в обсуждении сложного вопроса, знал ключевые важные аспекты в работе и в целом был очень грамотным специалистом. Прошел год, у Олега появилось желание попробовать себя в качестве руководителя. Я определил его в программу кадрового резерва и на неделю дал возможность попробовать на себе функционал начальника отдела сопровождения клиентов.

ПОЧУВСТВОВАЛ ВЛАСТЬ

Заблаговременно предупредил всех сотрудников, что свои управленческие силы на них будет пробовать Олег, мол, строго не судите и будьте терпимы. Ближе к концу первого рабочего дня Олег приходит ко мне с трясущимися руками, в поту, с гримасой злости на лице. Далее наш диалог:

— Илья, почему в отделе работают одни идиоты?

— Это серьезное заявление. У тебя есть аргументы и обоснования?

— Я с утра Светлане поставил задачу - обзвонить базу Автозаводского района и предложить наши новые услуги. Она начала сопротивляться, мол, у нее есть срочные текущие задачи. А я настоял, что к 14.00 буду ждать отчет о выполнении. В обед я узнаю, что задача не выполнена даже на 25%.

— Так, и что ты сделал?

— Как что, начал требовать! Она обязана выполнять распоряжения руководства! Точно и в срок! Я не потерплю неподчинения!

— А что ты ей сказал, когда понял, что задача не реализована?

— Само собой, потребовал исполнить в течение ближайших сорока минут. Иначе я лишая ее обеденного перерыва. Она рассмеялась и сказала обсудить с тобой этот эпизод.

Ну как, знакомо? В чем ошибки Олега, как решать подобную ситуацию и в чем суть конструктивной обратной связи компетентного руководителя?

ГЛАВНЫЙ ВОПРОС «ПОЧЕМУ?»

Природа за 65 миллионов лет эволюции наградила нас прекрасным сознанием, интеллектом и речевым аппаратом, способным решать самые сложные социальные задачи. Научная организация труда, психология и социальные науки предлагают массу полезных инструментов. Среди них конструктивная обратная связь. Для руководителя обратная связь — это инструмент, который позволяет всегда быть в контакте со своим подчиненным, поддерживать высокую мотивацию, корректировать поведение сотрудника и нацеливать на развитие в определенном направлении.

Однако самое главное, чем полезна обратная связь, — это возможность понять причины нежелательного поведения сотрудника. Я думаю, вы согласитесь, что это самый важный аспект. Если у дома постоянно течет крыша, совершенно не важно, какие материалы использует кровельщик и какими технологиями он пользуется. Он должен разобраться, ПОЧЕМУ течет крыша.

СЕМЬ ПРИНЦИПОВ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

1. ВСЕГДА УКАЗЫВАТЬ НА КОНКРЕТНОЕ СОБЫТИЕ!

Я хорошо помню, как присутствовал на одной планерке. Начальник устраивал разнос своему подчиненному: «Да ты, Гречнев, вообще всегда забываешь документы! Когда был в Воркуте весной, оставил. Был в области два месяца назад, оставил. Вот и в этот раз. Почему опять приехал из командировки и не взял акт выполненных работ?!» Хочется спросить, а какая разница, что было два месяца назад? Что изменится, если постоянно напоминать об этом промахе? Давайте работать с тем, что происходит сегодня, сейчас. Работать с фактом! Мы долго общались с этим руководителем, выяснили, что именно его неумение критиковать подчиненных

является причиной большой «текучки» в фирме. Сейчас он проводит планерки совершенно иначе, указывая только на конкретные свершившиеся действия, не трогая прошедшие события.

Также большой ошибкой является генерализация и глобальное обобщение: «Ты безалаберный сотрудник! Вечно опаздываешь!» Вместо этого необходимо указать на конкретное событие: «Анна, ты вчера пришла к клиенту в 11.20, а встреча была назначена на 11.00». Ведя разговор на языке фактов и цифр, вы автоматически уходите от эмоций и повышаете свой профессионализм, а значит, и авторитет в глазах подчиненных.

2. ДАВАЙТЕ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ СРАЗУ ПОСЛЕ СОБЫТИЯ!

Куй железо, пока горячо. Всякому овощу своё время. Дорога ложка к обеду, а после - хоть под лавку. Когда дрова горят, тогда и кашу варят.

Наш народный фольклор осознал факт своевременности действий много столетий назад. Давайте прислуша-

емся к его опыту. Бесполезно говорить об ошибке пекаря спустя три месяца. Он уже не помнит эту партию хлеба, после нее прошло уже несколько сотен партий. Если есть возможность, донесите до сотрудника факт ошибки сразу! Не откладывая в долгий ящик.

3. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ОБЪЕКТИВНЫЕ ПРОВЕРЕННЫЕ ФАКТЫ!

Вы наверняка наблюдали, как ползут слухи в рабочих коллективах. Как они растут, крепнут, набирают обороты, увеличиваются в размерах. Наблюдали? Так вот, если слухи касаются производительности и личной эффективности специалиста, задача руководителя растоптать эти слухи

тяжелым кирзовым сапогом! Только факты, ничего более. Непроверенная информация потенциально вредна. Убедитесь сами. Попросите распечатку писем, прослушайте запись звонков, лично поговорите с недовольным клиентом. Только цифры и факты! Сказки профессионала не интересуют.

4. ЗАДАВАЙТЕ БОЛЬШЕ ВОПРОСОВ, ДАЙТЕ СОТРУДНИКУ ВЫСКАЗАТЬСЯ!

Вообще, любому руководителю лучше всего освоить коучинговый подход в управлении персоналом. Он предполагает системную постановку вопросов подчиненному с целью сформировать у него самостоятельное понимание задачи и вывести на правильное решение. Примеры вопросов: «Как ты оцениваешь свою работу?», «Как эту ситуацию видит клиент,

учитывая все обстоятельства?», «Если вернуться назад, что бы ты сделал другому?» и так далее. При помощи правильных вопросов вы сразу решаете несколько задач: узнаете видение ситуации глазами сотрудника, стимулируете и направите его мышление к решению задачи, а также повысите свой авторитет, избавившись от «менторства» и назидательности. »

5. ОБСУЖДАЙТЕ СОБЫТИЯ И ДЕЙСТВИЯ, А НЕ ЛИЧНОСТЬ!

«Ты некомпетентный сотрудник. Ты не умеешь разговаривать по телефону». Звучит обидно... А на фоне личной обиды очень низка вероятность услышать конструктивную критику и адекватно воспринять информацию. «Ты сегодня с утра во время звонка

в 10.15 не назвал клиента по имени и не обработал возражение, связанное с ценой». Так лучше? Конечно, гораздо лучше! Если руководитель оценивает исключительно действия и поступки, не трогая личность, это всегда работает на результат.

6. ПЕРЕВОДИТЕ РАЗГОВОР В БУДУЩЕЕ, ОБСУЖДАЙТЕ, ЧТО МОЖНО ИЗМЕНИТЬ!

Этому учит известный бизнес-тренер Владимир Тарасов - всегда ориентироваться на будущее. Прекратить вести борьбу за прошлое. Можно бесконечно долго обсуждать сорвавшуюся крупную сделку, можно по косточкам разбирать ошибки сотрудника, фанта-

зировать, как надо было бы поступить в той ситуации. Либо можно задать всего один вопрос подчиненному: «Что ты будешь делать сегодня, чтобы завтра стать сильнее и такие ситуации всегда решались в твою пользу?» Всего один вопрос. Воспользуйтесь им.

7. ДАВАТЬ КРИТИКУ ПО ПРИНЦИПУ «БУТЕРБРОДА»!

В некоторых источниках техника называется «плюс минус плюс». Начинать нужно всегда с позитивных фактов: «Сергей, сегодня на складе прекрасный порядок, ты вчера потратил много времени. Это ценно!» За-

тем необходимо проговорить ошибку человека. Без оценки, исключительно указывая на свершившееся событие: «Я не могу найти накладные на товар, вчера они были здесь, в верхнем лотке. Скажи, где они могут находиться?» Далее нужно провести беседу, задать череду вопросов, вывести сотрудника на решение и на осознание, закрепить результат. А затем снова указать на позитивный факт: «Кстати, те стулья, что ты заказал, очень удобные! Спасибо огромное!»

Смысл техники в том, что серьезный разговор, предстоящий «разбор полетов» нужно поместить между позитивных блоков, тем самым расположив к общению человека, расслабив его и снизив напряжение. Тем самым критика будет усвоена на порядок легче и понятнее. Отсюда высокие результаты и отсутствие ошибок в дальнейшем.



СОВЕРШЕНСТВУЙТЕСЬ, И ВСЕ ПОЛУЧИТСЯ!

Резюмируя все сказанное, я хочу призвать каждого руководителя к терпению. Человек учится всю свою жизнь, постоянно совершенствуясь и лишь приближаясь к идеалу. Если у вас пока не всегда получается давать обратную связь и выстраивать конструктивную критику - не беда! Запаситесь терпением, составьте план развития, закажите курсы и полезную литературу, и все у вас

получится! Дорогу осилит идущий.

С Олегом мы, кстати, прошли полный курс программы кадрового резерва. Он освоил весь необходимый функционал, приобрел навыки эффективного руководства и обратную связь подчиненным научился давать на десять баллов! Насколько мне известно, он до сих пор работает в той компании, но уже не в должности начальника отдела сопровождения клиентов, а исполнителем директором филиала.

Что почитать?
Чтобы научиться выводить сотрудника самостоятельно на правильные решения, можно порекомендовать к прочтению книги Тимоти Голви и Джона Уитмора. Это основатели такого направления, как «коучинг».



**Закон поддерживает порядок,
образование — совершенствует**

ООО «КонсультантПлюсКоми»
Сыктывкар, ул. Интернациональная, 108/3
Горячая линия: 8212 29-15-51
www.consultantkomi.ru



**КОНСУЛЬТАНТ
КОМИ**

ПРАВО ЖИТЬ РАЗУМНО

Small talk: формальность или инструмент?

Сегодня термином «small talk» принято называть и приятную болтовню на каком-нибудь светском фуршете, и короткий вступительный разговор перед началом серьезных переговоров. В данной публикации мы не будем касаться светских раутов. Поговорим о small talk в контексте начала делового общения.



Всеволод Хорунжий,
бизнес-тренер
по публичным
выступлениям,
лидерству,
избирательным
технологиям

Для начала ответим на вопрос: для чего нужна легкая короткая беседа (small talk)? Почему нельзя просто прийти на деловую встречу и без обиняков начать разговор по существу? Прежде всего, дело в том, что человек – животное социальное. А Россия, как говорит мой бизнес-коллега Владимир Маринович, – страна отношений.

Поэтому для многих перекинуться несколькими фразами перед тем, как начать разговор по существу, означает выстроить эти самые человеческие отношения. Понять, в чем мы похожи. «Одной ли мы крови».

ПРОЦУПЫВАЕМ ПОЧВУ

Буду циничен и скажу, что small talk нужен не только для установления контакта. Он важен для:

1. Понимания психотипа вашего партнера. А значит, понимания, как он мыслит и что для него важно.
2. Понимания настроения собеседника

на данную встречу (уверен или насторожен, напряжен или расслаблен и т.п.). Возможность почувствовать своего визави – настроиться на его ритм, волну.

3. Выбивания из заданного им алгоритма. Если переговоры обещают быть жесткими, то удачная фраза или затронутая тема может изменить тональность начала бизнес-общения.

ИДЕМ НА КОНТАКТ

О чем можно поговорить до того, как перейти к обсуждению делового предложения? Безусловно, лучшей темой для вступительного разговора является та, которая лежит в личной экспертной зоне собеседника. Здесь вы даете возможность вашему партнеру показать себя с той стороны, которая ему самому нравится. И если вы искренне откликнитесь, пусть даже улыбкой и кивком головы, то считайте, что переговоры сразу далеко продвинулись.

Только это должно быть искренне. А это читается прежде всего во взгляде. Даже не сомневайтесь, ваш партнер если не поймет, то уж точно почувствует фальшь в проявлении эмоций. Как говорили классики: «Глаза – зеркало души».

СОБИРАЕМ ДОСЬЕ

Первое – все дело в подготовке и во внимании к вашему партнеру. Вы собираетесь на светское мероприятие, где будет интересный вам человек? Или вы готовитесь к бизнес-встрече с перспективным для вашего бизнеса инвестором? Только самонадеянный человек не постарается узнать побольше про своего будущего собеседника.

Где узнать? Можете начать с его социальных сетей. Посмотрите, что он пишет, что и как комментирует, какие делает репосты. Почитайте его интервью в СМИ или посмотрите их в YouTube. Если у вас есть общие



знакомые, то можно спросить их (если это удобно) о том, что интересует вашего визави.

Если человек ведет свои социальные сети, то обратите внимание на фотографии, которые он выкладывает. Они также красноречиво говорят об интересах, увлечениях вашего партнера.

Второе - ключевое слово «к месту». Если вы с ходу, прямо от дверей, начнете говорить о рыбалке, узнав из его соцсетей, что он рыбак, то ваш собеседник может закрыться, поняв, что вы его изучали и вероятно затеяли этот разговор с целью манипуляции.

Другое дело, если он сам начал разговор о том, что на выходных ездил рыбачить на озера. Поддержите. Дайте ему «минуту славы».

Хорошим началом будет сказать, что читали его статью в СМИ или видели интервью по телевизору. Скажем так, человеку приятно, ког-

да на него обращают внимание, но не приятно, когда за ним подсматривают.

Третье - избегайте скабрзностей и неприличных шуток. Каждый человек хочет казаться лучше. Но, услышав пошлый анекдот, ваш собеседник не будет знать, как реагировать, чтобы не потерять лицо. Никто не хочет оказаться в замешательстве.

ОСТАВЛЯЕМ ПОД ЗАПРЕТОМ

Если пролистать интернет, почитать, что пишут о small talk, то почти везде говорится, что есть темы, которых нельзя касаться при разговоре с мало знакомым человеком. Общеизвестно, что табуированные темы - это религия, политика, спорт. Но для каждого запретной темой может оказаться любая. Кто-то не любит говорить о своей семье, кто-то про хобби, кто-то про здоровье.

Что делать? Секрет в том, для настоящего мастера коммуникаций нет

табуированных тем. С одним он спокойно обсудит текущую политику, с другим - вопросы религии. Как? Это же невозможно!? Давайте разберем.

Мы уже выше сказали, что перед встречей надо уделить время не только обоснованию своей позиции, но и изучению вашего партнера. В том числе, каких он придерживается взглядов на тот или иной вопрос. И если ваши и его взгляды близки, то вполне можно заговорить об этом. Более того, он почувствует вас своим. Все приходят и говорят с ним о погоде, а вы (к месту) отозвались о политике N, как о популисте, а политика Y назвали ответственным и уважаемым.

Но делать это можно, только если вы в самом деле так считаете. Не начинайте ваше знакомство со лжи. Мир тесен, и ваш партнер со временем узнает, что вы на самом деле думаете об этих политиках (например). И если вы притворялись, то он >

поймет, что вы использовали его. Это точно не будет способствовать долгосрочным деловым отношениям.

А что делать, если собеседник сам начал говорить на щекотливые темы, да еще вы поняли, что не согласны с ним? Для меня здесь есть два варианта. Если наши ценности расходятся радикально - например, он фашист, - то я попрощаюсь и не буду иметь с ним дел. Никакая прибыль не заставит меня изменить своим базовым принципам.

Но если мой бизнес-партнер считает, что Рафаэль Надаль - величайший теннисист современности, то я скажу, что Надаль действительно крут. Но не стану доказывать, что с Роджером Федерером он не сравним. Пусть мой собеседник живет в своем заблуждении или я живу в своем. В общем, здесь важно определиться: вы хотите быть

правым или хотите совершить сделку?

ПРИСМАТРИВАЕМСЯ К ДЕТАЛЯМ

Но что делать, если вы пришли на переговоры, не успев ничего узнать про вашего партнера, о чем тогда говорить? Включите все ваши пять чувств. И даже шестое, если оно у вас есть.

Лично я обращаю внимание на все, что находится вокруг. Стремлюсь понять, что для человека важно, о чем он думает. Для чего? Повторюсь: для понимания психотипа партнера, для того, чтобы настроиться на его ритм, волну, а также выбивания из заданного им алгоритма беседы.

Итак. Много дипломов на стене? Что это: дань моде, потребность в самоутверждении или стремление произвести впечатление?

Вам протянули визитку. Обыкновенная или дизайнерская, индивидуальная? Вы всегда поймете, что вам дали обычную корпоративную визитную карточку или человек уделит этому кусочку картона особое внимание. И если вы это отметите, то вашему собеседнику будет приятно.

Принесли кофе или чай. Просто дежурный напиток или видно, что для человека это важно?

Мебель в офисе. Посмотрите, присутствуют ли какие-то особенные аксессуары. Кто-то держит гитару в кабинете. Вряд ли он играет в одиночестве (хотя бывает и такое). Но этим самым он точно что-то хочет сказать миру.

Осматривая обстановку кабинета, важно понять, что действительно личное, а что здесь находится потому, что подарили коллеги, партнеры.



Далее я вкатываю «пробный шар». Например, увидев, что мебель в кабинете явно новая и подобрана со вкусом, просто констатирую факт с позитивной интонацией. «Да. Новая кожаная мебель всегда пахнет по-особенному». Здесь, как правило, три варианта ответа.

Негативный. «Да уже голова раскалывается от этого запаха».

Нейтральный. «Это все бухгалтерия затеяла. Мне и старая мебель была удобна».

Позитивный. «Мы очень долго подбিরали эти кресла к новым столам. Я сам согласовывал все позиции».

Услышав негативный или нейтральный вариант, я понимаю, что тема моему собеседнику не близка и продолжать нет смысла. Позитивный ответ дает тему для небольшого вступительного разговора.

Или еще вариант. Вижу диплом с тренинга, например, по переговорам. Спрашиваю: «Вы тоже были на тренинге по переговорам Игоря Рызова?»

Негативный. «Да, пустая трата времени. Ничего нового».

Позитивный. «Да, много нового узнал». Тогда я продолжу: «Мне особенно запомнился разбор кремлевской школы переговоров».

И в процессе дальнейших переговоров (история из жизни) я сделал комплимент моему собеседнику: «Вы здорово девальвировали мою изначальную позицию. Громыко бы точно понравилось».

Возможно, сначала вы часто будете попадать мимо. Но тренируйтесь. Интересуйтесь вашими собеседниками. И скоро вы в несколько секунд научитесь определять, что важно для вашего визави.

СЛЕДИМ ЗА ИНТОНАЦИЕЙ

Во время, когда я прощупываю ту или иную тему, делаю первое замечание, чрезвычайно важна интонация. Не должно быть излишней эмоциональности, экзальтации, эпитетов в превосходной степени. В сдержанности больше внутренней силы. Например, «М-м-м, стильная

Чтобы беседа удалась

1. Читайте больше. Людям приятно общаться с разносторонним собеседником. Будьте в курсе последних основных новостей.

2. Заранее изучите вашего визави. Определите, в чем он считает себя экспертом.

3. Умейте слушать партнера. Поймите его настроение и настрой на встречу.

4. Будьте позитивны.

5. Спрашивайте, но не допрашивайте.

6. Не будьте категоричны в обсуждении отвлеченных тем. Помните, что вы пришли заключить сделку, а не выйти победителем в споре.

7. Не затягивайте вступительный разговор. Трех-пяти минут достаточно, чтобы установить эмоциональную связь и понять, что за человек перед вами.

8. Помните, что не только вы изучаете собеседника, но и он изучает вас. Диалог – это улица с двусторонним движением.

визитка» или про визитную карточку: «Хороший материал. Тактильно приятен».

Лучше недоборщить, чем переборщить. Лучше, попробовав принесенный классно сваренный кофе, сделать паузу на пару секунд, слегка кивнуть (как бы самому себе сказав «да») и вслух проговорить: «Хороший кофе» (с повышающей интонацией). Нежели велеречиво произнести: «Сразу видно, что здесь работают настоящие ценители этого прекрасного напитка!» В первом случае ваш собеседник увидит в вас ценителя кофе, во втором почувствует наигранность и неуместность сладких слов.

3-5 МИНУТ – И ПЕРЕХОДИМ К ДЕЛУ

Сколько должен длиться вступительный разговор перед серьезными переговорами, и от чего зависит его продолжительность?

Во-первых, важно понимать, назначена ли эта встреча или вы будто коммивояжер «свалились» как снег на голову. Если встреча назначена, то человек готов потратить на вас какое-то количество времени. А значит, в пределах этого лимита он готов и немного просто поговорить. Но в любом случае, small talk потому и называется «small», что не занимает много времени. 3-5 минут достаточно для предварительного разговора.

Если вы пришли без приглашения, то, возможно, серьезно меняете планы вашего визави. Один этот факт его может нервировать. А если вы еще затягиваете переход к существу вопроса, то вряд ли достигните цели своего визита. Вас могут просто резко оборвать и попросить быстро изложить суть вопроса.

Во-вторых, нужно учитывать психотип вашего партнера по переговорам. Лидерский психотип, например, как наш президент, не склонен к разговорам «ни о чем». Ему подавай сразу суть. Что предлагаешь? Сколько просишь? Что необходимо? Каков будет результат?

Также любят быстро переходить к сути встречи люди военного склада. Но по другой причине. Они плохо умеют поддерживать светскую беседу. Поэтому с ними лучше сразу переходить к делу.

Но есть люди другого типа. Артистичные, демонстративные или, например, душевные, которые с удовольствием сначала поговорят с вами. Им важно установить личные взаимоотношения до того, как перейти к деловым вопросам.

В-третьих, продолжительность small talk, конечно, зависит от настроения вашего партнера. Вы должны включить все свое внимание, эмпатию. Возможно, у него только что сорвалась сделка или ему поцарапали машину. Поэтому обсуждать рыбалку, погоду или новый «Айфон» ему совсем не хочется. Небольшое приветствие – и сразу к делу.

Конкурентная среда

Как доказать потребителям, в чем преимущество вашей компании перед остальными? Одной рекламной шумихой - «отдаем задаром», «бешеные скидки», «только сегодня» - завоевать клиента не получится. А значит, надо пускаться в ход более изящные и нестандартные методы борьбы на рынке. Применяют ли их предприниматели Коми, читайте в ответах участников опроса.



Александр Грибов,
директор по работе
с корпоративным и
государственным
сегментами Коми филиала
ПАО «Ростелеком»:

— Есть такое выражение: «Там, где нет конкуренции, спится лучше, но живет хуже». Спокойная жизнь расслабляет. И вот ты уже далеко не первый, и есть кто-то лучше тебя, и он уже успешнее... В бизнесе, как и в спорте, только борьба с сильным соперником помогает тебе развиваться и становиться сильнее.

В нашей отрасли высоких технологий, где все меняется стремительно, конкуренция очень высока. Все время появляются новые услуги, новые решения, у потребителя формируются новые запросы. Все настолько динамично, что даже в самой компании появляются конкурентные между собой услуги. Например, старый добрый телефон и услуга «Виртуальная АТС». Именно эту услугу «Ростелеком» предлагает сегодня бизнесу.

А если говорить о методах борьбы с конкуренцией, то «мы на светлой стороне». Это значит, что мы не боремся с конкурентом, а стараемся предложить клиенту то, что ему действительно интересно. Наша задача не просто выяснить потребности клиентов, а понять, что он захочет завтра. Мы делаем все возможное, чтобы создать для наших партнеров мультифункциональное пространство, в котором они смогут реализовать все свои возможности. На мой взгляд, это самый эффективный метод.

Приходилось ли сталкиваться с нечестной конкуренцией? «Ростелеком» работает в правовом поле, которое сформировано Законом о связи, различными правовыми и нормативными документами. А наши конкуренты практически всегда выступают и нашими партнерами. Поэтому и отношения выстраиваются соответствующие.



Андрей Пушкарев,
управляющий Коми
отделением ПАО
«Сбербанк»:

— Любой компании конкуренция не дает «почивать на лаврах» и становится заложниками монопольного мышления. Конкурентная среда стимулирует к нестандартным подходам ведения бизнеса, изобретению инновационных продуктов и каналов продвижения. Но самое главное, что от этого серьезно выигрывает потребитель.

У каждого игрока на банковском рынке есть свои сильные стороны или их различные комбинации, которые используются в бизнесе. У одних это филиальная сеть, у других - цифровые каналы, у третьих - гибкость и скорость принятия решений, у четвертых - исключительное ценовое предложение, у пятых - репутация, надежность и т.д. В такой высококонкурентной среде работать крайне интересно, и если не хочешь оказаться на обочине бизнеса и прогресса, то нужно постоянно совершенствоваться.

В своей работе мы никогда не ставили цель бороться с конкурентами. Приоритетные направления работы для нас всегда сосредоточены вокруг клиентов - чтобы у них были исключительно положительные эмоции от взаимодействия с нами, чтобы они были готовы рекомендовать нас, чтобы они уверенно доверяли нам самое главное - свое благополучие и благополучие родных и близких. Думаю, в этом главный секрет успеха. А чтобы все это было возможно, мы постоянно совершенствуем качество сервиса, внедряем новейшие технологии, работаем над доступностью наших услуг во всех уголках страны, много внимания уделяем нашим офисам, персоналу, работаем над инфраструктурой и т.д.

Нам приходилось сталкиваться с нечестной конкуренцией, и в большей степени это связано с предоставлением

недостовой либо неполной информации о продуктах и услугах. Особенно неприятно, когда участники рынка делают это осознанно. Но мы всегда отвечаем – «это не наши методы». В своей работе мы максимально прозрачны, условия по нашим продуктам просты, понятны и открыты, а если и остаются вопросы, мы приложим усилия, чтобы на них квалифицированно ответить. Наш банк всегда работает честно и открыто, поэтому люди нам доверяют.



Вячеслав Тушонков,
заместитель
генерального директора
по производственным
вопросам компании
«Консультант Коми»:

— Конкуренция обеспечивает развитие как производимого продукта, услуг, так и непосредственно людей, которые производят продукт и оказывают услуги.

В нашей сфере справочных правовых систем конкуренция очень сильна. Причем с каждым годом она усиливается. Причин этому много: и ограниченность рынка, и развитие технологий, и многое другое.

Наша компания выступает за честную конкуренцию. Основной и самый эффективный, на мой взгляд, метод борьбы с конкурентами – это показывать клиентам, что наш продукт и услуги более качественны и могут принести большую пользу по сравнению с другими продуктами и услугами, представленными на рынке.

К сожалению, нам приходилось сталкиваться с нечестной конкуренцией. Причем методов, которые используют конкуренты, довольно много. Но останавливаться на них у меня нет никакого желания.



Наталья Лейман,
руководитель языковой
школы «iSpeak»:

— В условиях конкуренции клиенты имеют возможность выбрать для себя лучшую. Для компаний конкуренция может быть стимулом совершенствовать свои бизнес-процессы, становиться лучше, привлекать тем самым большее количество клиентов, расти.

Считаю, если в команде работают профессионалы, то конкуренция становится условной величиной. Рынок дополнительного образования растёт, и пока места хватает всем. Есть время компаниям найти свои изюминки и реализовывать их в маркетинговой стратегии. Мониторить актуальные потребности в дополнительной подготовке и переподготовке.

С конкурентами в борьбу не вступаю. Считаю, борьба отнимает много времени и сил и не приносит должного эффекта. Куда лучше объединять усилия. На рынках известны примеры объединения лидеров, выработки такого поведения на рынке, чтобы получить максимальный коммерческий эффект. Правда, это не всегда бывает выгодно для клиента. Я за взаимодействие, при котором все стороны — «win-win» — находят в выигрыше. Кстати, по выбранному способу конкуренции можно многое понять о конкуренте. Надеюсь, в сфере образования трудятся люди, придерживающиеся принципов порядочности, сотрудничества, созидания.



Василий Воронов,
директор автошколы
«Карбон»:

— Соперничество на рынке всегда выгодно потребителю и не особо удобно для автошкол. Для клиента множество автошкол интересно тем, что он может выбрать ту, где учеба обходится дешевле или предлагается более качественное обучение. Но далеко не все автошколы стремятся привлечь клиентов за счет последнего момента.

Для самих же автошкол насыщенный рынок по обучению вождению является минусом, так как снижает их прибыль. В Сыктывкаре, по данным ГИБДД Коми, действует 14 автошкол. Всего в республике их 46. То есть, на столицу республики приходится 30% автошкол. По моему мнению, это много. Поэтому цены на учебу в Сыктывкаре самые низкие по Коми, а наполняемость групп в большинстве школ уже давно не 100-процентная.

Несмотря на такую ситуацию, с конкурентами мы не боремся. Стараемся, чтобы наши клиенты остались довольны обучением и рекомендовали нас потом своим друзьям и знакомым. Проверено, лучшая реклама – «сарафанное радио». Большинство наших учеников приходят как раз по рекомендациям друзей и коллег. Некоторые признаются, что так интересно они не учились даже в студенческое время, и считают обучение в нашей

автошколе одним из ярких и запоминающихся моментов в жизни.

Наш козырь – уделение максимального внимания каждому. Мы стараемся сделать обучение комфортным, а обстановку почти домашней. Во время занятий приводим множество примеров о забавных или, наоборот, не очень приятных ситуациях из собственного опыта вождения. Стараемся не читать голый текст из книжки по ПДД, а делаем так, чтобы ученики уловили логику конкретных пунктов Правил и суть процесса безопасного вождения. Кроме того, все ученики знают мой номер телефона и практически в любое время могут связаться со мной для оперативного решения любой возникшей проблемы. У нас гибкая система скидок и рассрочка платежа на весь период обучения. Есть также возможность ходить как на утренние, так и на вечерние занятия по теории на выбор ученика. Специально для этого в один день проводим два одинаковых урока.

С нечестной конкуренцией столкнулись почти сразу после открытия автошколы. На «Доске позора Коми» коллеги сочинили про нас небывлицы. Даже сотрудникам ГИБДД сразу стало понятно, что писали не наши клиенты, так как описанных фактов на экзаменах не происходило. И получилось, что конкуренты таким образом сделали нам рекламу: люди, читая внятные и честные ответы на жалобы якобы «учеников», шли принципиально в нашу школу.

Другим приемом конкуренции является демпинг. Чтобы не уменьшать свою прибыль, некоторые автошколы, предлагая аналогичную стоимость обучения, тем не менее уменьшают количество занятий по вождению, а сами занятия делают короче. В результате люди получают на 8-10 часов по вождению меньше по сравнению с нашими курсантами и вынуждены потом брать дополнительные платные занятия. В итоге стоимость учебы у них выходит на 5-7 тысяч больше, чем у нас.



Артем Москалёв,
директор сети
пиццерий «Мпицца»:

— Здоровая конкуренция — это необходимая строгость к себе, взгляд на себя глазами потенциального клиента и, соответственно, внедрение более высоких стандартов, лучшего сервиса. К тому же это возможность развиваться, создавать новый продукт привлекательнее и интереснее, чем у конкурентов.

Помимо лидеров рынка по доставке пиццы, с которыми нас, конечно, произвольно или непроизвольно сравнивает клиент, есть большое число маленьких служб доставок, которые открываются. Но, не выдержав конкуренции, они в скором времени закрываются. За те три года, что мы присутствуем на рынке Сыктывкара, десятки маленьких служб-однодневок отнимали у нас тех клиентов, которые «хотят попробовать новинку». И тем не менее, мы стабильны. Сегодня у нас открыты три зала и действует служба доставки.

Для привлечения своего потребителя мы выбираем достаточно традиционные средства. Во-первых, делаем ставку на качество. Нам важно готовить вкусный продукт, поэтому мы не экономим на сырье. Во-вторых, это открытая работа с клиентом. Все жалобы и предложения незамедлительно обрабатываются, и в случае, если продукт действительно не соответствует заданному уровню, мы готовы заменить его или вернуть деньги. В-третьих, это ориентация на клиентов с разным достатком. Наши акционные предложения позволяют экономно пообедать всей семьей или даже небольшой компанией. Средний чек составляет 350-400 рублей.

Со многими владельцами общепитов и служб доставки знаком лично, это крайне порядочные бизнесмены, которые честно играют на рынке.



Оксана Даденко,
финансовый директор
ООО «Компания № 1»:

— В Сыктывкаре, как и в любом другом городе, конкуренция в сфере бухгалтерских услуг велика и зависит от спектра оказываемых услуг. К тому же есть много бухгалтеров, имеющих постоянное место работы, но которые дополнительно подрабатывают и ведут учет у небольших предпринимателей.

Сейчас в борьбе за клиента большую роль играют социальные сети. Поэтому в первую очередь мы размещаем рекламу там. Наиболее эффективным решением в привлечении клиентов для нашей компании было снижение цен на услуги. Это привело к увеличению клиентов более чем в 100 раз. Сейчас в период финансовой нестабильности населения стоимость наших услуг очень невысока, но даже она себя оправдывает.



Закон поддерживает порядок,
искусство — совершенствует

ООО «КонсультантПлюсКоми»
Сыктывкар, ул. Интернациональная, 108/3
Горячая линия: 8212 29-15-51
www.consultantkomi.ru



**КОНСУЛЬТАНТ
КОМИ**

ПРАВО ЖИТЬ РАЗУМНО

Деловой календарь ноябрь – декабрь 2017

■ Уплата ■ Представление отчетности ■ Вступление в силу

Ноябрь

1 НОЯБРЯ

Страховые взносы

— Представление заявления и сведений для установления скидки к страховым тарифам на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний на 2018 г.

■ — Вводится требование о внесении заказчиками в реестр заключенных контрактов сведений обо всех соисполнителях и субподрядчиках, являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства или социально ориентированными НКО.
— Минтрудом России вводятся в действие Правила по охране труда при проведении работ в легкой промышленности.

15 НОЯБРЯ

Страховые взносы

— Уплата страховых взносов за октябрь 2017 г.
— Уплата ежемесячных страховых взносов в территориальные органы ФСС РФ за октябрь 2017 г.
— Уплата платежа по дополнительным взносам на накопительную пенсию и взносам работодателя за октябрь 2017 г.
— Представление о каждом работающем у страхователя застрахованном лице (включая лиц, заключивших договоры гражданско-правового характера, предметом которых являются выполнение работ, оказание услуг, договоры авторского заказа, договоры об отчуждении исключительного права на произведения науки, литературы, искусства, издательские лицензионные договоры, лицензионные договоры о предоставлении права использования произведения науки, литературы, искусства, в том числе договоры о передаче полномочий по управлению правами, заключенные с организацией по управлению правами на коллективной основе) следующих сведений:
1) страховой номер индивидуального лицевого счета;
2) фамилия, имя и отчество;
3) ИНН
за октябрь 2017 г.

Налог на прибыль организаций

— Уплата налога с доходов по государственным и муниципальным ценным бумагам, при обращении которых предусмотрено признание доходом, полученным продавцом в виде процентов, сумм накопленного процентного дохода (накопленного купонного дохода), подлежащих налогообложению в соответствии с п. 4 ст. 284 НК РФ, за октябрь 2017 г.

20 НОЯБРЯ

Сведения о среднесписочной численности работников

— Представление сведений. Организации, созданные (реорганизованные) в октябре 2017 г.

Налог на добавленную стоимость

— Представление уведомления об использовании права на освобождение от исполнения обязанностей налогоплательщика в соответствии с п. 1 ст. 145 НК РФ и документов, подтверждающих право на такое освобождение, начиная с ноября 2017 г.
— Представление уведомления:
• о продлении использования права на освобождение в течение последующих 12 календарных месяцев от исполнения обязанностей налогоплательщика в соответствии с п. 1 ст. 145 НК РФ и документов, подтверждающих право на такое освобождение,
• или об отказе от освобождения начиная с ноября 2017 г.

27 НОЯБРЯ

Налог на добавленную стоимость

Уплата 1/3 налога за III квартал 2017 г.

Упрощенная система налогообложения

Представление налоговой декларации и уплаты налога в связи с прекращением предпринимательской деятельности в отношении которой применялась УСН, в октябре 2017 г.

Сельскохозяйственные товаропроизводители

— Представление налоговой декларации и уплаты ЕСХН в связи с прекращением предпринимательской деятельности в качестве сельскохозяйственного товаропроизводителя в октябре 2017 г.

28 НОЯБРЯ

Налог на прибыль организаций

— Уплата второго ежемесячного авансового платежа, подлежащего уплате в IV квартале 2017 г.
— Уплата ежемесячного авансового платежа.
— Представление декларации и уплаты авансового платежа за октябрь 2017 г.
— Представление налогового расчета за октябрь 2017 г.

30 НОЯБРЯ

Налог на доходы физических лиц

Уплата суммы исчисленного и удержанного налога в случае выплаты налогоплательщику доходов в виде пособий по временной нетрудоспособности (включая пособие по уходу за больным ребенком) и в виде оплаты отпусков за ноябрь 2017 г.

Декабрь

1 ДЕКАБРЯ

Транспортный налог

— Уплата налога на основании налогового уведомления за 2016 г. (налогоплательщики – физические лица).

Земельный налог

Уплата налога на основании налогового уведомления за 2016 г. (налогоплательщики – физические лица).

Налог на имущество физических лиц

Уплата налога на основании налогового уведомления за 2016 г. (налогоплательщики – физические лица).

— Вступают в силу **Правила выдачи заключения о подтверждении производства промышленной продукции на территории РФ и критерии подтверждения производства такой продукции на территории РФ.**
— С 1 декабря 2017 года до 1 декабря 2019 года вводится запрет на допуск для целей госзакупок отдельных видов товаров мебельной и деревообрабатывающей промышленности, происходящих из иностранных государств.
— Вводится в действие новая версия Общероссийского классификатора информации по социальной защите населения (ОКИСЗН) ОК 003-2017.

14 ДЕКАБРЯ

Налог на прибыль организаций

— Уплата налога с доходов по государственным и муниципальным ценным бумагам, при обращении которых предусмотрено признание доходом, полученным продавцом в виде процентов, сумм накопленного процентного дохода (накопленного купонного дохода), подлежащих налогообложению в соответствии с п. 4 ст. 284 НК РФ, за ноябрь 2017 г.

15 ДЕКАБРЯ

Страховые взносы

— Уплата страховых взносов за ноябрь 2017 г.
— Уплата ежемесячных страховых взносов в территориальные органы ФСС РФ за ноябрь 2017 г.
— Уплата платежа по дополнительному взносам на накопительную пенсию и взносам работодателя за ноябрь 2017 г.
— Представление о каждом работающем у страхователя застрахованном лице (включая лиц, заключивших договоры гражданско-правового характера, предметом которых являются выполнение работ, оказание услуг, договоры авторского заказа, договоры об отчуждении исключительного права на произведения науки, литературы, искусства, издательские лицензионные договоры, лицензионные договоры о предоставлении права использования произведения науки, литературы, искусства, в том числе договоры о передаче полномочий по управлению правами, заключенные с организацией по управлению правами на коллективной основе) следующих сведений:
1) страховой номер индивидуального лицевого счета;
2) фамилия, имя и отчество;
3) ИНН
за ноябрь 2017 г.

20 ДЕКАБРЯ

Сведения о средне-списочной численности работников

— Представление сведений. Организации, созданные (реорганизованные) в ноябре 2017 г.

Налог на добавленную стоимость

— Представление уведомления об использовании права на освобождение от исполнения обязанностей налогоплательщика в соответствии с п. 1 ст. 145 НК РФ и документов, подтверждающих право на такое освобождение, начиная с декабря 2017 г.
— Представление уведомления:
• о продлении использования права на освобождение в течение последующих 12 календарных месяцев от исполнения обязанностей налогоплательщика в соответствии с п. 1 ст. 145 НК РФ и документов, подтверждающих право на такое освобождение,
• или об отказе от освобождения, начиная с декабря 2017 г.

25 ДЕКАБРЯ

Налог на добавленную стоимость

Уплата 1/3 налога за III квартал 2017 г.

Упрощенная система налогообложения

Представление налоговой декларации и уплаты налога согласно уведомлению, представленному в налоговый орган в соответствии с п. 8 ст. 346.13 НК РФ, в связи с прекращением предпринимательской деятельности, в отношении которой применялась УСН, в ноябре 2017 г.

Сельскохозяйственные товаропроизводители

Представление налоговой декларации и уплаты ЕСХН согласно уведомлению, представленному в соответствии с п. 9 ст. 346.3 НК РФ, в связи с прекращением предпринимательской деятельности в качестве сельскохозяйственного товаропроизводителя, признаваемого таковым в соответствии с гл. 26.1 НК РФ, в ноябре 2017 г.

28 ДЕКАБРЯ

Налог на прибыль организаций

— Уплата третьего ежемесячного авансового платежа, подлежащего уплате в IV квартале 2017 г.
— Уплата ежемесячного авансового платежа.
— Представление декларации и уплата авансового платежа за ноябрь 2017 г.
— Представление налогового расчета за ноябрь 2017 г.

31 ДЕКАБРЯ

— **Истекает срок действия трудовых договоров, заключенных с руководителями, заместителями руководителей государственных или муниципальных научных организаций, которые достигли возраста 65 лет.**
Истекает срок, в течение которого на отдельных категориях транспортных средств тахографы старого образца должны быть заменены на современные цифровые



Для продолжения работы перезаклучите договор с Консультант Коми на **2018** год

Республика Коми,
г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, 108/3
(8212) 29-15-51
www.consultantkomi.ru



**КОНСУЛЬТАНТ
КОМИ**

ПРАВО ЖИТЬ РАЗУМНО