



СВЕТЛАНА ГОРЯНОВА: «МЫ НЕ ТОЛЬКО ПРОДАЕМ КОСМЕТИКУ — МЫ НЕСЕМ ГАРМОНИЧНЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ В СОВРЕМЕННОМ УРБАНИСТИЧЕСКОМ МИРЕ»

Косметическая индустрия не перестает радовать нас инновационными средствами для красоты и молодости. А одним из лидеров в этой сфере выступает Япония. Как любовь к Стране восходящего солнца стала двигателем становления Aizen — компании-дистрибьютора японской профессиональной косметики, рассказала ее основатель Светлана Горянова.

Светлана, как родилась идея создания компании Aizen?

— В начале нулевых волею судьбы я оказалась в Японии и влюбилась в нее с первого взгляда. «Здесь все совершенно иное и бесконечно красивое» — так лаконично можно описать мое первое чувство. Окунаясь все больше и больше в волшебную атмосферу этого мира, я решила разделить его со своими соотечественниками. Очень хотелось показать людям другую сторону Страны восходящего солнца, познакомить их с настоящей Японией, разрушить шаблоны и стереотипы, с которыми они приезжали. Так родилась идея создания VIP-туризма — уникальных поездок, в рамках которых мы жили у охотников, познакомились с ныряльщицами за жемчугом, проходили буддийские практики и жили в монастырях... Я обратила внимание на один нюанс — среди туристов большим спросом пользовалась японская косметика — и погрузилась в мир J-beauty, открыв для себя еще одну новую вселенную. Когда я стала «своей среди своих» в этой отрасли, японцы попросили меня вывести их косметический бренд на российский рынок. После серии успешных лончей возникла идея представить в России Страну восходящего солнца особенным образом, раскрыв через систему ухода за кожей все многообразие японской культуры. Узнав краугольные подводные камни, связанные с регистрацией и логистикой, спецификой маркетинга и продаж, я начала формировать портфель брендов и создала компанию Айзен. И сегодня Айзен является не только официальным дистрибьютером японских косметических средств, а амбассадором J-beauty — философии ухода, которая дарит здоровье, молодость и красоту, помогает обрести мир и спокойствие в душе.

Вы являетесь дистрибьютором лучших японских косметологических брендов. Почему именно японский подход к красоте и молодости кожи вы считаете эффективным?

— Японцы убеждены, что и молодой, и красивой может быть только здоровая кожа. Поэтому все средства японских уходов направлены на улучшение ее функционального состояния — восполнение ресурсной базы, интенсивное увлажнение и оптимизацию биохимических процессов в клетках. Для этого в них включены редкие аутентичные восточные ингредиенты, растительные экстракты и эфирные масла, а также самые

современные биотехнологические комплексы. Однако важно не только какие вещества и в каком количестве содержатся в косметическом средстве, главное, чтобы они достигли тех слоев и клеток кожи, которые в них нуждаются. Поэтому японская косметика содержит активные компоненты с высокой биодоступностью, а также специальные энхансеры — молекулы-проводники, которые обеспечивают доставку действующих ингредиентов косметики к нужным клеткам и в необходимом для них количестве. По сути, это умная косметика, которая сама знает, где и как работать.

Вы долгое время жили в Японии и вели бизнес там, а, значит, на собственном опыте изучили эту сферу. Какие фишки ведения бизнеса, подсмотренные там, вы используете в своей компании?

— Мы практикуем японскую систему «ичи-го ичи-э», что означает «один день — одна встреча». В одну реку нельзя войти дважды — текущий момент больше никогда не повторится, поэтому важно подходить к каждому кейсу с пониманием, что сейчас вы делаете все по максимуму и выкладываетесь на все 100 процентов. Желание быть максимально эффективным в каждом моменте, ответить на запрос клиента как можно полнее, оказать самый качественный сервис, помочь раскрыть потребности клиента

и удовлетворить их — это и есть одна из фишек японской культуры, которые я привезла с собой. Абсолютно неважно, какой клиент пришел к вам: независимо от его статуса необходимо обращаться с ним, как с посланником богов. Ведь клиент — это человек, который принес нам свое время, деньги и внимание, он выбрал нас. Именно поэтому мы изначально выстраиваем отношения с человеком так, чтобы идти с ним рука об руку 10–20–30 лет и плодотворно сотрудничать.

Ваш клиент — это...?

— Наш клиент — это человек, который хочет быть здоровым, красивым и гармоничным. Именно этими тремя словами лучше охарактеризовать того, кто в итоге выбирает нашу косметику.

Деятельность Aizen не ограничивается лишь косметологическими средствами. Насколько нам известно, ваша компания также занимается обучением массажным техникам и передает философию японского сервиса российским салонам. Какие преимущества получают клиенты от работы с вами?

— Мы обеспечиваем полный цикл сервиса «под ключ» от организации «японского кабинета», его подготовки к японскому ритуалу, обучения «омотэнаши» — японской этики обслуживания, предоставления техники «счастья клиента» и до финансового менеджмента. Наши партнеры — салоны

и клиники красоты имеют все необходимое для удовлетворения самого требовательно-го клиента и эффективного ведения бизнеса. А их клиент, в свою очередь, доволен проведенной процедурой или покупкой домашнего средства и снова вернется в этот салон.

В чем заключается философия вашего бренда?

— Философия компании заключена в самом названии Aizen. Оно состоит из двух иероглифов «Аи» и «Дзен». Что означает любовь и единение. А наш слоган это: «Все, что мы делаем, мы делаем с любовью». Мы не только и не столько продаем косметику — мы несем еще и образ жизни в современном урбанистическом мире — обновиться, отвлечься от суеты сует, побыть наедине с собой и с окружающим миром. Осознать себя, заземлиться и обрести гармонию.

Косметология не стоит на месте, рынок постоянно меняется и расширяется. Какие планы на будущее развитие компании у вас есть?

— Охватить максимальное количество людей, для которых философия японских уходов является близкой. Мы стремимся к тому, чтобы каждый мог познакомиться с нашими замечательными продуктами. Каждый год мы стараемся выводить на российский рынок как новые бренды, так и расширять уже существующие линии — представляя новинки. Мы практикуем и совершенствуем клиентоориентированный подход и не забываем, что наши клиенты — это, прежде всего, люди с их индивидуальностью, потребностями, желаниями. В то же время мы предлагаем определенные стандарты, протоколы, схемы для облегчения работы и более быстрых достижений целевых показателей бизнеса. Мы растем вместе с нашими партнерами, а они растут вместе с нами.



aizen

г. Москва,
Армянский переулок, 11А/2,
строение 1А, офис 6
8 800 511-35-03
aizen-cosm.ru
info@aizen-cosm.ru

