

СУХОЙ ЗАКОН

Международное признание
инновационности «Пенетрон Адмикса»

Бей в одну цель!

Пенетрон – новая идеология
в строительстве

Кадры решают не все



ОБРАБОТАНО



ЖИЛОЙ МНОГOKВАРТИРНЫЙ ДОМ

г. Волгоград, Россия

При возведении 10-этажного многоквартирного жилого дома в Краснооктябрьском районе г. Волгограда для защиты фундамента от воды, согласно проекту, была применена обмазочная гидроизоляция. Грунтовые воды, расположенные здесь очень близко к поверхности, легко

преодолели этот защитный барьер и проникли в подвальные помещения дома. С помощью гидроизоляционных материалов системы Пенетрон проблему удалось решить с внутренней стороны здания.

**Поставка материалов и выполнение гидроизоляционных работ –
ООО «ТД Герметики Юга», г. Волгоград, Россия**

ПЕНЕТРОНОМ

До начала работ



По окончании работ



ОТ РЕДАКЦИИ

Вот и завершилась очередная Международная конференция специалистов по проникающей гидроизоляции (подробности этого масштабного события читатель без труда найдет на страницах «Сухого закона»). Воодушевленные участники разъехались по домам. И вновь закипела работа...

Весна, как это обычно бывает, принесла не только хорошее настроение, но и звонкую капель, вечно мешающие пешеходам лужи, а где-то и паводок. Словом, все то, что обеспечивает заказами нашу Службу спасения бетона.

Впрочем, это лишь сезонная суета. А хочется чего-то большего. Такого, к примеру, как строительство величественных мостов во Владивостоке или грандиозных спортивных сооружений в Сочи. Как же интересно работать на таких объектах, достойных Книги рекордов Гиннеса! Только вот строятся они все больше в преддверии всевозможных масштабных событий – будь то саммит АТЭС или Олимпийские игры.

И тут на горизонте появилась Всемирная выставка.

Эйфелева башня, брюссельский Атомиум, скульптура «Рабочий и колхозница» – все эти шедевры возведены специально к выставкам разных лет. А сейчас за право принять «Экспо-2020» борется Екатеринбург. Представляете, как преобразится этот промышленный центр, если опередит конкурентов, среди которых турецкий Измир, тайландская Аюттхая, арабский Дубай и бразильский Сан-Паулу.

Что ж, будем болеть за столицу Урала. А пока быстренько дочитаем журнал и примемся за дело. Ведь паводок не ждет...

На обложке: Президент ГК «Пенетрон-Россия» И. Черноголов и победитель в номинации «Дилер года» Е. Вейнберг, директор ООО «Фирма «ТОРИ» (г. Челябинск)

СОДЕРЖАНИЕ

ОБРАБОТАНО ПЕНЕТРОНОМ	2
СОБЫТИЕ	
ПЕНЕТРОН ДЛЯ АНГЕЛЫ МЕРКЕЛЬ И ВЛАДИМИРА ПУТИНА	5
PENETRON-NEWS	6
СОБЫТИЕ	
БЕЙ В ОДНУ ЦЕЛЬ!	8
ПО МАТЕРИАЛАМ КРУГЛОГО СТОЛА	
КАДРЫ РЕШАЮТ...?	17
МАСТЕР-КЛАСС	
РЕКЛАМА: СЕКРЕТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ	24
БИЗНЕС-STORY	
ПЛАВАНЬЕ С ПЕНЕТРОНОМ	30
ОБЪЕКТЫ	
ПЕТРОВКА, 22: ИСТОРИЧЕСКОЕ МЕСТО	36
ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА	38
БЛИЖНЕЕ ЗАРУБЕЖЬЕ	
КРЫЛАТЫЙ МЕТАЛЛ КАЗАХСТАНА	40
РЕГИОНЫ	
СУРГУТ: В КРАЮ ПРИРОДНЫХ БОГАТСТВ	42
ОБЗОР	
РАЗВЛЕЧЕНИЕ ИЛИ СПОРТ?	44
ПОПУЛЯРНОЕ ПЕНЕТРОНОВЕДЕНИЕ	
УСТРОЙСТВО ГИДРОИЗОЛЯЦИИ ЭКСПЛУАТИРУЕМОГО БАССЕЙНА	48
БЛИЖНЕЕ ЗАРУБЕЖЬЕ	
ВАШ ЛИЧНЫЙ КУРОРТ	52
ОБЪЕКТЫ	
ВОРОТА ГОРОДА	55
ОБРАБОТАНО ПЕНЕТРОНОМ	58

ПЕНЕТРОН ДЛЯ АНГЕЛЫ МЕРКЕЛЬ И ВЛАДИМИРА ПУТИНА

Группа компаний «Пенетрон-Россия» впервые представила свою продукцию на Международной выставке Ганновер Мессе. В текущем году мероприятие стало особенным и привлекло внимание не только бизнесменов со всего мира, но и глав Германии и России.

Ганновер Мессе по праву считается одной из крупнейших промышленных выставок мира. В этом году она проходила с 8 по 12 апреля и собрала несколько тысяч экспонентов. При этом посетить площадку смогли более двухсот тысяч человек.

Центральное место на Ганновер Мессе занимал стенд Российской Федерации. Его открытие проходило с особым размахом – при участии глав Германии и России – Ангелы Меркель и Владимира Путина.

«Мы очень рады, что российские участники представляют здесь широкие возможности своей страны, – отметила в приветственном слове госпожа федеральный канцлер. – Мы знаем, что здесь представлены 160 экспонентов из России. Это свидетельствует об укреплении двустороннего сотрудничества в промышленном секторе».

Владимир Путин согласился со словами Ангелы Меркель: «Российская часть выставки очень многообразна. Здесь представлены не только наши известные гранды, особенно те, которые успешно работают в сфере энергетики. Здесь представлены и компании, успешно работающие в сфере машиностроения, в том числе транспорт-

ного машиностроения, высоких технологий, электроники, биомедицины... Таким образом, посетители выставки могут составить ясное представление о сегодняшних масштабах и диверсификации российской экономики. Уверен, что это будет интересно и для специалистов, и для широкой публики».

Видное место на стенде Российской Федерации занимала проникающая гидроизоляция системы Пенетрон. Участникам выставки ее презентовал лично президент Группы компаний «Пенетрон-Россия» Игорь Черноголов, который считает Германию перспективным рынком для продажи российских гидроизоляционных материалов:

«Прошли те времена, когда мы завозили Пенетрон из США. Сегодня завод, расположенный в Екатеринбурге, готов обеспечить проникающей гидроизоляцией все стройки России и соседних стран. В последнее время российский Пенетрон все чаще поставляется в страны Западной Европы. Ганноверская выставка позволяет представить нашу продукцию немецким специалистам, которые традиционно интересуются наиболее экологичными и эффективными материалами. Уверен, что в скором времени мы сумеем наладить экспорт Пенетрона в Германию».



И. Черноголов



1 Гуарульос ждет болельщиков

Для предстоящего в 2014 году Чемпионата мира по футболу, который состоится в Бразилии, требуется модернизация аэропорта в г. Сан-Паулу

Транспортной инфраструктуре города в преддверии ЧМ-2014 уделяется не меньше внимания, чем строительству и реконструкции спортивных объектов. На сегодняшний день международный аэропорт Гуарульос – крупнейший в Южной Америке. Он принимает рейсы со всех континентов и обслуживает около 30 миллионов пассажиров в год. Пропускная способность аэропорта возрастет до 60 миллионов человек с пуском в эксплуатацию третьего терминала. При заливке фундаментной плиты нового терминала использовалось 25 тысяч кубометров бетона с гидроизоляционной добавкой «Пенетрон Адмикс», которая обеспечит надежную защиту от проникновения влаги.

2 Семинар в северной столице

В Санкт-Петербурге состоялся научно-практический семинар на тему «Обновленная линейка материалов системы Пенетрон».

Его организатором выступила компания «ГидроГарант» при содействии ГК «Пенетрон-Россия». Более 70 представителей строительных, проектных и эксплуатирующих организаций с большой заинтересованностью обсудили актуальные проблемы гидроизоляции и пути сокращения сроков производства гидроизоляционных работ. Один из участников – Геннадий Соловьев, начальник строительства бизнес-центра класса «премиум» с трехэтажной подземной автоматизированной парковкой, – объяснил, почему на этом объекте решили использовать Пенетрон, рассказал об экономической выгоде от применения выбранной технологии и пригласил всех посетить объект и на месте ознакомиться с организацией работ.

3 Заслуженное золото

Начало очередного строительного сезона было ознаменовано открытием Уральского строительного форума, в котором традиционно приняла участие ГК «Пенетрон-Россия».

Интерес, который всегда проявляют посетители к экспозиции группы компаний «Пенетрон-Россия», на этот раз был усилен оригинальным оформлением выставочного стенда. Он эффектно контрастировал с привычным промышленным дизайном соседних площадок: уютные клетчатые диванчики, утопающие в зелени, отдельная барная зона, получившая название «Пенебар», – не удивительно, что это место стало любимым для многих гостей выставки. Достоянием Уральского форума стало вручение ГК «Пенетрон-Россия» золотой медали за многолетнее производство и реализацию материалов для гидроизоляции, восстановления и антикоррозийной защиты строительных конструкций промышленного и гражданского назначения.





4 «Пенетрон Адмикс» – лучший инновационный материал

На Международной выставке инноваций в строительной отрасли SAIE в г. Болонья (Италия) самые крупные компании всего мира ежегодно представляют свои новейшие разработки.

В этом году американский холдинг Penetron International представил на суд экспертов гидроизоляционную добавку в бетон «Пенетрон Адмикс», хорошо известную на строительном рынке. Это единственная в своем роде добавка третьего поколения, обеспечивающая надежную гидрозащиту бетона и самозалечивание микротрещин, которые образуются в процессе эксплуатации конструкций. Высокая награда еще раз подтвердила, что усилия по разработке передовых решений в сфере гидроизоляции получают признание во всем мире.

5 День проектировщика в Екатеринбурге

В столице Урала прошел региональный праздник специалистов в области проектирования зданий и сооружений.

Холдинг «Пенетрон-Россия», выступивший партнером мероприятия, презентовал его участникам незаменимое для специалистов отрасли пособие, подготовленное Центральным научно-исследовательским институтом промышленных зданий и сооружений и содержащее детальные чертежи основных узлов и соединений. В этом сборнике материалов приведена исчерпывающая информация о подземной гидроизоляции бетонных конструкций и эксплуатируемых кровель с применением материалов системы Пенетрон.

6 Равнение на лучших

В рамках выставки «УралСтройЭкспо. Энерго- и ресурсосбережение. ЖКХ – новые стандарты», которая проводилась в Челябинске, состоялся межрегиональный конкурс «Энергоэффективность в строительстве».

В нем приняли участие предприятия Челябинска, Екатеринбурга и Москвы, представившие на суд конкурсной комиссии твердотопливные котлы, проникающую гидроизоляцию, автономные системы освещения, системы автоматического регулирования, теплосчетчики и другую продукцию. Решением жюри фирма «Тори», дилер ГК «Пенетрон-Россия» в Челябинской области, была удостоена специального приза выставки. Кроме того, за активное участие в проведении IV Южно-Уральского строительного форума компания получила грамоту СПО «Союз строительных компаний Урала и Сибири».



7 Пенетрон на высоте

К 2016 году в Астане построят 88-этажную башню, самую высокую в Центральной Азии. Ее высота составит 382 метра.

Мегапроект Abu Dhabi Plaza станет важным этапом в освоении экологических методов строения зданий в стране благодаря богатому опыту Объединенных Арабских Эмиратов. Правительство Абу-Даби инвестирует в строительство комплекса в столице Казахстана \$ 1,5 млрд. Примечательно, что материалы системы Пенетрон уже заложены в проект этого уникального сооружения.

БЕЙ В ОДНУ ЦЕЛЬ!

25–29 марта в Турции состоялась XI Международная дилерская конференция Группы компаний «Пенетрон-Россия». Как обычно, мероприятие собрало несколько сотен лучших специалистов и стало настоящим событием отрасли. Наиболее интересные эпизоды конференции, проходившей под звуки нового гимна, с легкой руки наших корреспондентов и фотографов попали на страницы «Сухого закона».

Встреча дилеров – это настоящее событие. Причем событие по-семейному теплое и даже трогательное. Вот и на этот раз бывалые пенетронщики приехали чуть раньше и устроили своим друзьям-коллегам встречу в турецком

стиле. Но, конечно же, с российским колоритом. Яркие восточные костюмы, мужчины в тюрбанах и фесках, соблазнительные танцовщицы – все это сопровождалось традиционными хлебом-солью на вышитых рушниках.

Хлеб-соль по-турецки





На сцене – команда Л. Моторной



Выступление дилеров из Казахстана

Веселье продолжалось и на приветственном ужине. Столы ломались от закусок, а на сцене было тесно: все хотели показать что-нибудь забавное, как в студенческие кавээзовские годы. Пели, плясали, травили байки, чтобы на следующий день сосредоточиться на работе...

По традиции официальную часть конференции открыл глава холдинга «Пенетрон-Россия» Уже в первые минуты выступления он определил стратегию развития дилерской сети: «За годы совместной

работы мы многого добились. Сегодня приобрести российский Пенетрон можно во всех уголках постсоветского пространства. Пришло время перейти от экстенсивного развития к интенсивному. Вот почему в качестве девиза этой конференции мы выбрали фразу «Бей в одну цель!» Сосредоточим усилия на том, чтобы свести на нет использование устаревших и неэффективных гидроизоляционных материалов. Общество должно осознать, что гидроизоляция – это Пенетрон».

Открытие конференции



PENETRON



А. Черногорова

Чтобы еще больше завести аудиторию, Игорь Черноглов представил участникам конференции англоязычный гимн компании, работа над которым завершилась буквально накануне. Зажигательная мелодия, мощная аранжировка, бунтарский дух рок-н-рола, простой и запоминающийся текст – все это будет способствовать продвижению материалов Пенетрон и укреплению сообщества единомышленников, продвигающих инновационные технологии гидроизоляции.

Важной информацией поделилась с участниками конференции Алена Черногорова, директор по персоналу ГК

«Пенетрон-Россия». Она рассказала об итогах аттестации, которая обеспечивает единые стандарты работы дилерских компаний. Этот комплекс контрольных мероприятий позволяет поддерживать неизменно высокий уровень работы торговых отделов и ремонтно-строительных бригад, а также обеспечивает обратную связь, позволяющую постоянно совершенствовать работу Завода гидроизоляционных материалов Пенетрон и головного офиса Группы компаний.

Особенно насыщенной в этом году была техническая часть конференции. И это неудивительно, ведь сотни диле-

Пленарное заседание





К. Мамедов



Н. Уланов

ров постоянно накапливают опыт применения Пенетрона на самых разных объектах. Растет и линейка инновационных материалов, используемых для защиты бетона, гидроизоляции и герметизации. Именно о таких новинках рассказал технический директор ГК «Пенетрон-Россия» Денис Балакин. Но презентация была бы неполной без выступления практиков – руководителей дилерских компаний, которые иллюстрировали теоретический материал яркими примерами.

- Так, Николай Уланов рассказал о применении материалов «ПенеПурФом» и новом способе монтажа

гидропрокладки «Пенебар» в рабочих швах с сеткой-рабицей, а также о герметизации пластиковых вводов коммуникаций с применением клея «ПенеПокси».

- Кирман Мамедов поделился опытом площадной гидроизоляции непрочибрированного бетона методом инъектирования, а также герметизации примыканий металла и бетона в условиях сильной вибрации.
- Андрей Дзвинник посвятил свой рассказ герметизации трещин в металлических облицовках и ликвидации напорных течей с давлением воды в несколько атмосфер.
- Алексей Прилепский остановился на двух тех-



Д. Балакин

Плотность при 20°C	1000	1000	ГОСТ 28196
Плотность при 20°C	1000	1000	ГОСТ 28196
Плотность при 20°C	1000	1000	ГОСТ 28196
Плотность при 20°C	1000	1000	ГОСТ 28196
Плотность при 20°C	1000	1000	ГОСТ 28196

PENETRON
LIQUID CONCRETE PROTECTOR



А. Прилепский



А. Дзвинник

нологиях: он рассказал о применении системы «Пенебанд» и использовании материала «Скрепа М500» для восстановления бетонных оболочек силами альпинистов.

- Нанесение материала «Скрепа М500» для восстановления бетонных опор методом торкретирования стало темой выступления Станислава Кузнецова.
- Олег Петижев рассказал о методе устранения вздутия ленты «ПенеБанд» при большом отрицательном давлении воды.

Главная интрига конференции сохранялась до самой церемонии награждения. Кто же станет дилером года? Ответ на этот вопрос интересовал, пожалуй, всех присутствующих.

Об этом шептались в кулуарах. Кто-то делал прогнозы. Кто-то даже предложил устроить тотализатор. И вот на сцену поднялся президент ГК «Пенетрон-Россия» Игорь Черноголов.

Впрочем, это было лишь начало церемонии. Прозвучали имена победителей в отдельных номинациях. Все они получили полезные подарки и уже ставшие традиционными статуэтки – так называемых пенетроновских «Оскаров». Игорь Черноголов не без удовольствия тянул время...

«Нам было очень сложно определить, кто достоин главной награды – звания «Дилер года». По всем по-

О. Петижев и Д. Балакин



С. Кузнецов





И. Черноголов и И. Леонтенко

казателям сразу три компании шли ноздря в ноздю. Но тут в процесс вмешался божий промысел: на лучшего дилера указал метеорит», – пошутил глава холдинга.

В этот момент все взоры устремились на человека, офис которого пострадал от недавнего падения метеорита. Евгений Вейнберг, директор фирмы «Тори», поднялся на сцену. Его компания стала дилером года! Алексей Прилепский передал немного растерянному Евгению переходящие регалии лучшего дилера. Потом были многочисленные поздравления, пожелания и тосты.



И. Черноголов и В. Еремин

«Для нас эта награда стала полной неожиданностью, – признался корреспондентам «Сухого закона» директор фирмы «Тори» Евгений Вейнберг. – Мы просто выполняли свою работу и не думали о каком-то особом признании наших заслуг. Одно бесспорно: это победа всего коллектива, в котором трудятся, не побоюсь этого слова, настоящие профессионалы».

Наша справка: Фирма «Тори» работает в Челябинске с 1995 года. Вот уже почти пятнадцать лет она является официальным дилером Группы компаний «Пенетрон-Россия»: поставляет на рынок Южного Урала материалы системы Пенетрон и выполняет специаль-



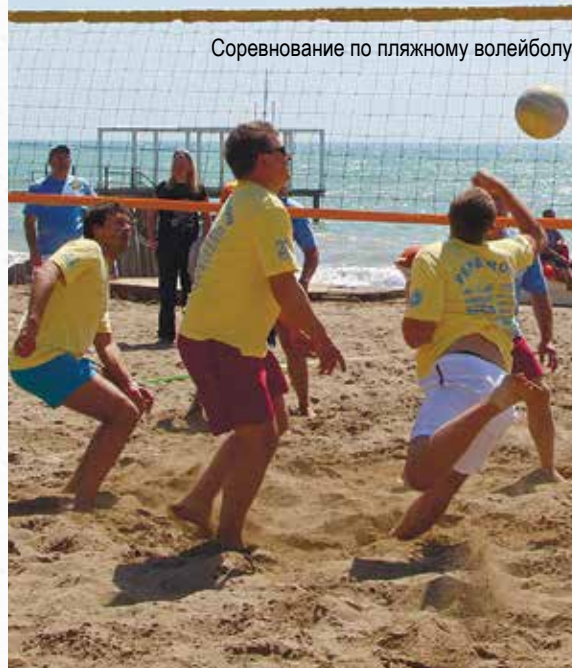
И. Черноголов, А. Прилепский, О. Петижев



И. Черноголов и Е. Вейнберг



Футбольная баталия



Соревнование по пляжному волейболу

Участницы состязаний по бочче
С. Прилепская и О. Никитченко

ные ремонтно-строительные работы с применением проникающей гидроизоляции. Специалисты фирмы работали на объектах ФГУ «Эксплуатация водохранилищ Челябинской области», МУП «Водоканал» города Южноуральска, Троицкой ГРЭС, ОАО «Челябинский тракторный завод», комбината «Магнезит» и многих других.

Делу время, а потехе... Нет, не час. Развлечениям и отдыху участники конференции посвятили как минимум два дня. Один из них заняла экскурсионная поездка

в античный город Миры и морская прогулка к острову Кекова, а другой – традиционная Пенетрониада. В соревнованиях участвовали четыре команды. Спортивное меню было следующим: волейбол, минифутбол и бочче. Бывалые пенетронщики хорошо знакомы с этими видами спорта. Интересно, что в одной из команд был даже настоящий профессионал – Евгений Черемных, который уже давно поддерживает и лично тренирует команду по минифутболу «Гидрокомплиз». Но самое приятное, что в пылу спортивных баталий игроки стали еще сплоченнее. Так что победила, как всегда, дружба!

Победила дружба





И. Черноголов и В. Саакян



Я. Швара



С. Богатиков

Впрочем, спортивными состязаниями дилеры не ограничились. Явное оживление вызвал конкурс рекламных находок. Чего только здесь не было! И великолепно оформленные отделы продаж, и необычная сувенирка, и всевозможная полиграфическая продукция. Но особенно интересными оказались рекламные ролики Пенетрона. Так что и по окончании конкурса в кулуарах то и дело слышались слоганы на разных языках. «Яка сильна штука – Пенетрон!» – повторяли все, как мантру. Что тут скажешь? Коротко и емко!

Дилерская конференция подходила к концу. В воздухе чувствовался легкий привкус ностальгии. С одной стороны, все уже немного соскучилось по дому, по звукам перфораторов и журчанию напорных течей. В то же время никому не хотелось расставаться: уж очень дружная компания единомышленников собралась в эти дни на средиземноморском побережье Турции! Такая атмосфера царила и на гала-ужине, который на этот раз был в стиле Nostalgie. Специальным гостем вечера стал Вилли Токарев, который и пяти минут не мог спокойно устоять на сцене: артист постоянно находился в зале,



Е. Ходаковский и И. Григорьева

СУХОЙ ЗАКОН



Ответное слово команды



Гость конференции Вилли Токарев

общался с участниками конференции и вместе с ними исполнял немного грустные, но очень душевные песни.

Конференция закончилась. Ее участники разъезжались по домам. Кто-то улетал в заснеженную еще Сибирь, кто-то в теплый и по-восточному нарядный Таш-

кент. Одни сжимали в руках пенетроновских «Оскаров», другие несли фирменные сумки. Но самое важное, что абсолютно все увозили хорошее настроение и заряд бодрости на целый год. А впереди была большая работа, интересные объекты, новые победы и, конечно же, следующая конференция. До встречи, друзья!



Финальная песня

КАДРЫ РЕШАЮТ...?

Персонал компании нередко называют ее самым ценным ресурсом. С этим трудно спорить, ведь от профессионализма сотрудников во многом зависит успешность развития бизнеса. В то же время найти по-настоящему полезных для компании людей не так просто. Проблема работы с персоналом стала темой круглого стола, состоявшегося в рамках XI Международной дилерской конференции.

Алена Черногорова, ГК «Пенетрон-Россия», г. Екатеринбург, Россия

Елена Багуто, ООО «Торговый дом «Стройдинг», г. Новосибирск, Россия

Умид Худайбергатов, ООО «Universal Plast Montaj Engineering», г. Ташкент, Узбекистан

Роман Гришин, ООО «ТД «Инновационные технологии и материалы», г. Коломна, Московская обл., Россия

Андрей Татаринцев, ООО «ИКОН», г. Воронеж, Россия

Игорь Пестов, ООО «Кондорс», г. Нижний Новгород, Россия

Сергей Головатенко, ЧП Головатенко С.Ю., г. Симферополь, Украина

Дмитрий Артамонов, ООО «Ирбис-Строй», г. Новосибирск, Россия

Андрей Дзвинник, ООО «Татаол», г. Хабаровск, Россия

Алена Черногорова

Фраза «Кадры решают все» сегодня не столько банальна, сколько актуальна. Кадровая проблема возникает практически каждый день у многих организаций. Давайте поговорим о сложностях, с которыми вы сталкиваетесь в поисках кандидата на вакантное место в компании и почему, несмотря на все усилия, происходит текучесть ценных кадров.

Андрей Татаринцев

Все хотят найти готового специалиста, а мне такая постановка вопроса кажется неправильной. Воспитать нужного сотрудника можно самим. Гидроизоляционные работы не так уж сложны, есть технический регламент, есть профессионалы, которые могут передать опыт. Такое обучение можно организовать в форме стажировки. Для большинства нынешних выпускников высших учебных заведений найти предприятие, в котором можно стажироваться – проблема, а ведь для защиты диплома это важно.



Алена Черногорова



Андрей Татаринцев

В данном случае более актуально обращать внимание на личные качества студента: ответственность, обучаемость, мотивированность и пр.

Елена Багуто

Я согласна с Андреем насчет молодых специалистов. И я беру на работу студентов. Мы их обучаем, и получается нормально. Был, правда, курьезный случай. Работала у нас целый год молодая красивая девушка, хорошо справлялась с работой, и мы отправили ее на обучение в Школу гидроизоляровщика. А там она влюбилась в менеджера из Сочи и через три месяца исчезла, даже не уволившись. Оказалось, уехала в Сочи...

Алена Черногорова

Мы тоже приглашаем на практику студентов. Причем, зачастую они сами приходят и просят на стажировку. Если возникает необходимость, идем в вуз договариваться с деканатом, с кафедрой, вывешиваем объявления. Не всех мы оставляем у себя, только лучших. Они проходят практику, по окончании вуза продолжают работать в нашей компании, успешно делают карьеру.

Дмитрий Артамонов

Мы тоже брали на работу студентов, но у нас опыт в этом деле был негативный. Мы приходили на кафедры – строительные, экономические – брали людей на практику. Все заканчивалось тем, что они просто брали у нас информацию, в лучшем случае, работали месяц и уходили. Очередь за студентами строитель-

ных институтов, начиная с третьего курса. Вуз за это просит деньги. 6000 рублей – предоплата за каждого студента. Это официальные договора для прохождения практики. Я живу рядом с пединститутом, но мне там никто не нравится.

Алена Черногорова

У меня вопрос: многие ли из сидящих в этом зале работают по специальности? Поднимите руки. Семь человек из 72.

Дмитрий Артамонов



Андрей Татаринцев

Мой вопрос в связи с персоналом касается сезонности работ. Финансово это невозможно тянуть. Если летом идут продажи, есть объем работ, то, начиная с ноября, пять месяцев ничего не продается. Поэтому поддерживать зарплату на этой же планке невозможно, а за меньшую зарплату работать не хотят.

Елена Багуто

Летом действительно много объектов, продаж, всего остального. А зимой мы работаем со строителями, проектировщиками. У них в этот период тоже больше времени, они охотнее идут на контакт, становятся более разговорчивыми. С удовольствием пьют с нами кофе и охотно поддерживают беседу про наши материалы. Так что зимой мы ездим к ним, каждый день.

Алена Черногорова

Говоря о подборе кадров, мы выделили критерии, на которые вы при этом ориентируетесь: человеческие качества, мотивация, внешние данные, опыт работы, ум, социальный статус, желание работать и зарабатывать, мобильность и даже цвет волос. Все это замечательно, только непонятно, кого вы, собственно говоря, ищете? Менеджера? Менеджера по продажам с функциями технолога или технолога, умеющего продавать?

Что он будет делать в вашей фирме? Что он должен уметь делать?

Мне, как руководителю, все равно, какого пола и внешности будет этот сотрудник, и уж, тем более, не имеет значения цвет его волос. Может быть, стоит сосредоточиться и, прежде чем начинать поиск, понять, кто вам нужен? В чем именно состоит кадровая потребность вашей организации? На какую именно деятельность нужен человек? Точнее, что он должен делать, а именно, какие функции должен выполнять.

Давая объявление о найме, необходимо четко сформулировать нужные умения. Если, прочитав объявление, он поймет, что он него требуется, значит, он ваш. В ином случае он даже не позвонит. Функции каждого сотрудника нужно не просто продумать, их желательно прописать. Иначе можно обучать его год, два, три, и вместе с ним не понимать, что он должен делать.

Итак, поиск персонала начинается с четкой формулировки его действий.

Сейчас, когда существует реальная проблема с персоналом, можно закрывать сложные вакансии. Люди, которые хотят работать, быстро справляются со своим функционалом. В оставшееся время они могут выполнять другую работу, либо функции, близкие их роду деятельности, и будут с удовольствием получать за это деньги. При этом вам не придется тратить лишнее вре-

Елена Багуто



Сергей Головатенко



мя на поиск персонала и создавать еще одно рабочее место.

Сергей Головатенко

Хочу сказать, что наша основная проблема сейчас заключается в следующем. Сотрудник, из которого мы делаем хорошего менеджера, умеющего продвигать компанию, ее продукцию, в какой-то момент понимает, что теперь он вполне может обойтись без нас. И уходит. Таких случаев было немало. Честно говоря, мне жаль своего труда, вложенного в этих людей, потому что компания не успевает получить от них отдачу. И, в конце концов, мы нашли свой вариант решения этой проблемы. Выбор пал на общество, где все друг друга знают, дружат, в буквальном смысле, поколениями - это протестантская церковь. Здесь есть понятие чести, люди дорожат своим добрым именем, поэтому с ними гораздо легче работать.

Алена Черногорова

Интересный опыт. Как вы, вероятно, знаете, люди делятся на тех, кого мотивирует избегание наказания и тех, кому важна мотивация поощрения. Люди, о которых говорил Сергей, относятся к первой категории. Они зависят от мнения своих согруппников, в данном случае, общины, боятся нарушать ее правила, присущие ей принципы. Они не хотят быть изгнанными из сообщества, не хотят получить его неодобрение. Как правило, они занимают

рабочие должности, либо поднимаются до уровня среднего звена.

Игорь Пестов

Меня тоже волнует проблема, обозначенная Сергеем. Мы растим менеджера по продвижению наших материалов на рынок, вкладываем в него определенные средства: отправляем на различные тренинги – психологические, маркетинговые и т.п. А через два-три года он не просто увольняется, но еще и создает нам конкурентную среду. За 12 лет, что я занимаюсь бизнесом, было уже 3–4 таких случая.

Алена Черногорова

Игорь, у вас фактически бизнес-инкубатор.

Игорь Пестов

С двумя менеджерами, которые ушли (оба великолепные ребята), мне удалось договориться о партнерских взаимоотношениях. С другими – не вышло, так что я получил довольно мощных конкурентов в регионе.

Роман Гришин

Игорь, эта ситуация мне знакома. Я уже 15 лет в бизнесе занимаю руководящую должность. Тоже вырастил хороших специалистов, часть из них стала моими конкурентами, некоторые – партнерами. Проходят годы, живя в одном городе, мы встречаемся, пожимаем друг другу руки. Время все расставляет по своим

местам. Они говорят спасибо за то, что я их вырастил. Я их не боюсь. Проблема кадров существовала всегда, и 15 лет назад, и сейчас. Процентом на 60-70 я сам занимаюсь и продажами, и работами, остальное распределяю между сотрудниками, которым доверяю эту работу. Считаю, что удерживать тех, кто хочет уйти, не нужно.

Игорь Пестов

Но мало того, что я на протяжении двух-трех лет вкладывал в человека свою энергию, с его уходом у меня снова образуется вакансия. Ее опять нужно закрывать. А ведь топ-менеджерам необходимо решать стратегические задачи, а не заниматься каждый год подготовкой персонала.

Умид Худайбергенов

Люди, хорошо умеющие продавать, хотят идти вперед. Они креативны, им хочется стать независимыми, вырасти финансово. У каждого наступает момент, когда он говорит: я свободен, я готов лететь как птица. Такой момент нужно чувствовать и обязательно делать человека своим партнером. Во всяком случае, мы пошли этим путем: делали таких сотрудников своими субдилерами, чтобы они имели собственный бизнес, но связанный с нами. Вообще, я предлагаю создать общую базу, как это практикуется в крупных мировых компаниях. Это полезно, учитывая, что рано или поздно в жизни людей наступают перемены, происходит их миграция. В базе фикси-



Умид Худайбергенов



Роман Гришин

руются менеджеры с того момента, как они пришли в компанию и до их готовности к свободному плаванию.

Алена Черногорова

Видите, какая получается дилемма: нам нужны люди, которые хотят работать и учиться, но именно они способны создавать конкурентную среду. Последнее десятилетие характеризуется изменением отношения к труду во всем мире. Возрастает независимость работника, снижается его преданность организации, все больший акцент делается на достижение собственных целей. Одновременно идеологическая составляющая работы становится все меньше. Это к вопросу о корпоративной культуре.

Что касается подготовки кадров, хочу спросить: неужели вы действительно тратите на обучение новичка два-три года? Могу поделиться нашим опытом, который давно доказал свою эффективность.

Приглашая человека на собеседование (технолог ли это, продавец), мы заранее знаем, какие действия он должен будет выполнять: консультировать покупателя, презентовать товар, быстро, по своей инициативе устанавливать контакт с незнакомым человеком.

Поговорив с претендентом на должность и поняв, что он способен выполнять все эти функции, мы даем ему тест на IQ. Допустим, он набрал соответствующие баллы, прошел по службе безопасности. Следующий этап –



Игорь Пестов

предлагаем ему сдать экзамен. Мы предоставляем кандидату на должность все нужные для этого материалы, определяем наставника, который при необходимости поможет разобраться в сложных вопросах, даем экзаменационные билеты и время на подготовку. При этом он еще должен побывать на объекте, пройти Школу гидроизолировщика (у нас ее прошли все, включая секретарей и

бухгалтеров). Если человек соглашается на эти условия – он наш, если не навеки, то, во всяком случае, надолго. Обычно людям хватает одной-двух недель на подготовку к сдаче экзамена. Мы предупреждаем, что принимать экзамен будет лично президент холдинга, а его время дорого... Эта система еще ни разу нас не подвела.

Игорь Пестов

С техническим персоналом дело обстоит гораздо проще. Для этих людей можно написать инструкцию и они будут работать в соответствии с ней. А вот менеджеры по продажам должны обладать творческими данными, определенными возможностями, которые, в идеале, были бы заложены в них от природы. Развивать эти качества в человеке – довольно скрупулезная работа, поэтому хороших продавцов немного и жаль, когда они уходят в самостоятельный бизнес.

Андрей Дзвинник

Что касается продавцов. Для меня это тайна за семью печатями. Тестовая ситуация: звонок в офис – девушка-красавица-комсомолка-спортсменка прошла Школу гидроизолировщика, на все вопросы ответила на «отлично». Ей звонит мужчина: «Слышал много про ваши подвалы, тут мне соседи сказали про ваши материалы, результаты прекрасные, у меня есть подвал, такие-то размеры и пр. Что вы мне посоветуете?» Действия девушки при этом?



Андрей Дзвинник



Алена Черногорова

Николай Уланов

В данном случае девушка – это офис-менеджер, которая сидит на телефоне и отвечает на входящие звонки. Хорошо, пускай она продавец. У вас должен быть технический специалист, который выезжает на объекты, произведет данное обследование. Т.е., должен быть человек, обрабатывающий звонки и передающий данный телефон по цепочке.

Андрей Дзвинник

Я вам завидую. У нас таких звонков в день не очень много, и мне не нужна девушка-красавица в офисе, которая обрабатывала бы звонки. Я делаю текущую линию. Идет переадресация: есть старший техменеджер и есть три техменеджера, которые мобильны и при получении заявки уже через полчаса будут на объекте. И конкретно по этому объекту с точностью до килограмма просчитают любой материал.

Игорь Пестов

Я бы хотел посмотреть, как у вас расписана вся процедура. У каждого есть свои задачи, технические специалисты должны делать свое, те, кто продают – соответственно, свое.

Алена Черногорова

Обратите внимание - наше обсуждение перешло в беседу о взаимодействии сотрудников в коллективе. Но, увы, время нашего круглого стола уже истекло.

Мне очень нравится теория Петра Анохина, нашего известного психофизиолога, который говорит о том, что хаотичное взаимодействие не может создать систему...

Взаимодействие само по себе бессистемно – это просто хаос. Анохин говорит о взаимодействии. В хаотичной организации не может быть системы. Если деятельность вашей организации определяется следующими четырьмя вопросами, то можно смело заявлять, что работа в ней систематизирована.

Какой результат должен быть получен системой (т.е. предприятием)?

Когда должен быть получен результат?

Какими действиями должен быть получен результат?

Как система убеждается в достаточности полученного результата? То есть, обязательно должна быть обратная связь.

Когда мы все действия сотрудников компании ориентируем на результат, тогда у нас не просто взаимодействие, а именно взаимодействие между ними. Когда вы подбираете персонал, прежде всего, необходимо задуматься: какой цели должен будет достигнуть новый сотрудник в работе, какие действия он будет выполнять, чтобы получить желаемый результат.

РЕКЛАМА: СЕКРЕТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Обязательный элемент деловой программы всех Международных дилерских конференций ГК «Пенетрон-Россия» – это мастер-классы, которые проводят известные бизнес-консультанты. На этот раз рецептами увеличения доходов малобюджетными методами с участниками конференции поделился Александр Левитас.

– Основным способом привлечения клиентов является реклама. Как сделать ее более эффективной, иными словами – как получить больше клиентов, вкладывая те же деньги? Обратите внимание! Когда я говорю о рекламе, то имею в виду любые материалы, которые должны помочь привлечь клиента. Это не только объявления в газетах и журналах или рекламные ролики на радио и телевидении. Это еще и листовки, плакаты, буклеты, вывески, стендеры, рекламные письма, прайс-листы, каталоги, интернет-сайты, визитные карточки. Одним словом, любая информация, которую потенциальный клиент получает не в личной беседе, а опосредованно.

Главный секрет

Главный секрет успешной рекламы заключается в том, чтобы постоянно пробовать новое, экспериментировать. Многие предприниматели, особенно начинающие, допускают одну и ту же ошибку. Пока их реклама не окупается, они работают над ней, стараются сделать более эффективной. Но как только реклама начинает приносить мало-мальски

приемлемый доход, они останавливаются на достигнутом и не пытаются пробовать новые способы рекламы.

На своих семинарах по партизанскому (малобюджетному) маркетингу я обычно рекомендую участникам вкладывать в маркетинговые эксперименты не более 10% от своего рекламного бюджета. Причем лучше запускать не один эксперимент «на все деньги», а два по 5% каждый или три по 3%. Если «экспериментальная» реклама получится менее эффективной, вы откажетесь от нее. Если же новая реклама окажется лучше старой и поднимет ваши продажи, в следующий раз вы выделите на эту рекламу 10–20% бюджета, потом еще и еще – пока более результативная новая реклама не заменит собой старую.

Эффективные заголовки

Сначала надо научиться писать эффективные заголовки и вводные абзацы рекламного текста. Такие, которые захватывают внимание будущего покупателя первой же строчкой и заставляют его читать дальше, причем



Выполнение практического задания



Секреты эффективной рекламы от Александра Левитаса

читать с интересом. Профессиональные рекламисты используют специальные приемы для создания «завлекающего», «цепляющего» начала текста, будь то заголовок или первый абзац. Я особенно люблю один из этих приемов – «Двойной удар выгодой». Он годится практически для всех видов рекламных текстов – от газетной рекламы и листовок до интернет-сайтов: с первых слов упоминаем главную выгоду + дополнительную выгоду. Это может привлечь даже людей, которые не собирались покупать ваш товар, так как не знали, зачем он нужен конкретно им. Не знали, что он может решить какую-то их проблему.

Правило пяти секунд

Известно, что когда человек просматривает газету, заходит на сайт, распечатывает деловое письмо или выбирает в магазине книгу, он первым делом пытается найти ответ на вопрос: «Что тут есть для меня?» И если ответа нет (либо ответ неудовлетворительный) – человек газету закрывает, с сайта уходит, письмо выбрасывает, книгу возвращает на полку. На принятие такого решения требуются считанные секунды. Поэтому ваша реклама должна буквально с первых слов чем-то зацепить читателя или слушателя: либо сообщить ему о сути вашего предложения, либо увлечь обещанием выгоды, либо заинтересовать новой или необычной информацией.

Простейший способ узнать, так ли обстоит дело с вашей рекламой, – «проверка за пять секунд». Предложите человеку из числа потенциальных клиентов взглянуть на вашу рекламу, а через пять секунд остановите его и попросите рассказать, о чем шла речь и что интересного для себя он обнаружил. Если вразумительного ответа не последует – реклама явно нуждается в переделке.

Чтобы именно ваше предложение клиент выбрал

среди множества объявлений конкурентов, оно должно чем-то отличаться от всех прочих, быть уникальным. В маркетинге это по-русски называется УТП – «уникальное торговое предложение».

Уникальное торговое предложение

УТП нужно не только для рекламных текстов. Его должны знать все ваши продавцы, торговые агенты, менеджеры и прочие работники, общающиеся с потенциальными клиентами. Тогда вопросы вроде «Почему стоит покупать именно у вас?» или «А чем вы лучше конкурентов?» не застанут их врасплох. Иногда УТП фирмы или товара очевидно, но зачастую его приходится поискать. В этом может помочь список клиентских выгод.

Составьте такой список, если вы до сих пор этого не сделали. И для каждого пункта проверьте – сможет ли клиент получить ту же выгоду, сделав покупку у вашего конкурента? Если нет, возможно, это и будет ваше уникальное торговое предложение (но список стоит пройти до конца – вдруг найдется более привлекательное для клиентов отличие).

ОТК для УТП

Когда вы решите, что нашли свое «уникальное предложение», сделайте три простых проверки.

Подумайте, может ли хоть кто-нибудь из ваших конкурентов использовать в своей рекламе противоположное заявление.

- Если у вас самый большой ресторан в городе – другой ресторатор может гордиться тем, что у него маленький и уютный ресторанчик.



Зухреддин Култанов, г. Ташкент

- Если в вашем ресторане быстрое обслуживание – конкурент может заявлять, что у него блюда готовят долго, тщательно, по сложным рецептам.

- Если вы продаете только дорогую фарфоровую посуду в классическом стиле – другой магазин может сообщать публике, что торгует лишь дешевым фаянсом или только авангардной посудой.

Если противоположное «уникальное предложение» тоже имеет право на жизнь – значит, и ваше в порядке. Вы действительно нашли свою уникальность. Если же нет – значит, тут нет настоящего отличия. И того, что вы считаете своим УТП, клиенты будут ждать от любого продавца.

Например, если зубной врач хочет сделать своим УТП фразу «лечим зубы без боли» – это плохой выбор, потому что никто не станет писать в своей рекламе, что лечение зубов в его клинике мучительно до слез. Клиент заведомо ждет безболезненного лечения и не готов считать такое предложение уникальным.

Следующая проверка еще проще. Подставьте в свой рекламный текст вместо названия своей фирмы название фирмы-конкурента. Если текст остается правдивым, значит, конкурентного преимущества тут нет. Ведь «уникальное торговое предложение» – это именно то, что должно отличать вас от конкурентов.

Если же УТП прошло эти две проверки, переходите к последней – убедитесь, что ваши потенциальные кли-

енты готовы поверить в то отличие, которое вы для себя выбрали, и что они готовы его принять. Опросите десяток-другой своих клиентов, а также клиентов конкурирующих фирм. Назовите им свое УТП, спросите, знают ли они о такой особенности вашего товара, и посмотрите, как они на это отреагируют.

Чем сложнее, чем неочевиднее для клиента ваши товар или услуга, чем больше в них подводных камней – тем больше клиент будет доверять понятно и убедительно написанной статье.

Медали на этикетке

Если у вашей фирмы или ее создателя есть какие-то профессиональные достижения, которыми можно гордиться – призы, медали, дипломы с конкурсов, статус «первого в регионе» или «первого в отрасли», – не стесняйтесь хвастаться ими в своей рекламе. Ведь если вы сами не расскажете потенциальным клиентам об этих успехах, кто сделает это за вас? Берите пример с виноделов, которые завели традицию изображать медали, полученные тем или иным сортом вина, прямо на его этикетке.

Реклама с макияжем

Привлекательность рекламируемого товара зависит не только от самого товара и того, что вы о нем говорите. Очень важно, как вы это говорите. И существует один простой способ поднять эффективность рекламы, почти не переписывая ее. Так сказать, обойтись «макияжем» вместо «пластической операции».

Вдумчиво подбирая слова, вы можете не просто проинформировать читателя, но и зацепить его эмоционально, можете намекнуть на какие-то вещи, не называя их. Это дает вам возможность влиять на клиента и тем самым сделать свое предложение более заманчивым для него.

Есть три способа, позволяющих «нанести макияж» на рекламный текст за счет подбора слов.

Заменить одну формулировку в тексте на другую, имеющую сходный смысл, но более приятный для клиента оттенок. Например, вместо пугающего слова «трагично» вы можете написать «инвестировать».

Добавить к ключевым словам текста один-два эпитета, привлекательные для клиента. Вместо «сиденье снимается» можно написать «сиденье легко снимается»,

а вместо «продается котенок» – «продается ласковый пушистый котенок».

Добавить к одной или нескольким фразам пару слов, уточняющих или дополняющих ваше предложение, например: «печатаем календари и ежедневники за три дня». Можно также добавить к тексту короткую фразу, которая повернет мысли читателя в нужном вам направлении, например, «скупой платит дважды».

Говоря о своем товаре или услуге, используйте слова с оттенками тепла, уюта, надежности, успеха и достатка. Говоря о том, что происходит с людьми, которые ваш товар не приобрели, используйте слова с оттенками холода, страха, нездоровья, опасности или бедности.

Только старайтесь избегать банальных слов вроде «профессиональный», «модный», «качественный», «шикарный», «элитный» и т. п. Их вставляют в каждое второе объявление, так что они давно потеряли свою привлекательность.

В качестве примера давайте посмотрим, как можно улучшить небольшое объявление, «нанеся макияж». Исходный текст выглядит так:

«Бригада строителей выполнит отделочные, электромонтажные и сантехнические работы в квартире или офисе. Низкие цены, поэтапная оплата».

Текст «с макияжем»:

«Бригада мастеров быстро и на совесть выполнит отделочные, электромонтажные и сантехнические работы любой степени сложности в квартире или офисе. Разумные цены, поэтапная оплата. Дешевле сразу сделать правильно, чем потом переделывать».

Конечно, объявление стало почти вдвое длиннее и его публикация обойдется дороже. Но если благодаря «макияжу» оно принесет хотя бы на один заказ больше – прибыль от этого заказа стократ покроет разницу в цене.

А вот примеры «макияжа» из рекламы фруктовых чаев: «Яркий аромат спелой малины... Мягкий вкус шиповника, приятная кислинка гибискуса... Тонкая сладость сушеных яблок... Освежающие цитрусовые тона...»

Потребуется некоторая тренировка, чтобы научиться подбирать нужные слова. Но дело того стоит — когда вы приналовитесь ловко расцвечивать нужными оттенками каждую фразу, эффективность вашей рекламы ощутимо возрастет.

Только не увлекайтесь, не добавляйте в текст слишком много эпитетов. Иначе с вашей рекламой произойдет то же, что и с девушкой, использующей слишком много косметики, – она станет неестественной и отталкивающей.

Секрет знаменитых писателей

Как человек воспринимает окружающий мир? Разу-



Тимур Нестеренко, г. Ростов-на-Дону

меется, через пять чувств — зрение, слух, вкус, обоняние и осязание. Текст же — даже самый гениальный — воспринимается только глазами или только на слух. В общем, всего по одному каналу из пяти. Поэтому обычный текст всегда будет ощущаться как нечто нереальное, «картонное».

Чтобы исправить дело, нужно напоминать читателю об ощущениях, которые тот должен был получить от всех органов чувств. Например, описывая прогулку по лесу, необходимо упомянуть зелень листьев, качающиеся в вышине верхушки деревьев, и яркие цветы в изумрудной траве (зрительные впечатления); крики птиц, шелест листьев, стрекот кузнечиков в траве, потрескивание дров в костре и журчание ручья (звуковые впечатления); запах прелых листьев, ощущение от ветра, бьющего в лицо, нагретый на солнце камень, на который вы присели, шершавую кору деревьев и холодную до ломоты в зубах воду из родника («телесные» впечатления). Причем стоит чередовать отсылки к ощущениям разного типа — сослаться на зрительные впечатления, потом на телесные, потом на слуховые, опять на телесные ощущения, еще раз на зрительные, снова на слуховые. Тогда читателю будет легко представить себя внутри этой картины.

И еще один нюанс. Помимо «крупных мазков» надо давать и мелкие штрихи, детали. Например, помимо ярко-желтого цвета лимона упомянуть еще и две косточки в ломтике. Именно мелкие штрихи придают «словесной картине» окончательное правдоподобие, заставляют мозг поверить в нее.

Если же результаты, которые вы рекламируете, выражаются абстрактными цифрами вроде экономии сырья или увеличения темпов роста — эти абстрактные цифры надо перевести в какие-то конкретные, вещные предметы, которые можно будет изобразить на «словесной картине»: самосвалы с сырьем, новые рабочие, звон монет в кассе, ползущий вверх биржевой график, запах новых, хрустящих банкнот и т. п.

Как использовать «картины, нарисованные словами» в своей рекламе? Первым делом надо выяснить, что привлекательно для вашей целевой аудитории — какие предметы, события, социальный статус. Если же ваш товар из тех, которые «спасают» или «страхуют» от каких-то проблем, — можно зайти с другой стороны и выяснить, что пугает ваших потенциальных клиентов.

Второй шаг заключается в том, чтобы придумать, как логически связать приобретение вашего товара или услуги с привлекательными для потенциального клиента вещами. Или наоборот, как отсутствие вашего товара может быть связано с чем-то пугающим. Выбираете то привлекательное или пугающее событие, которое увяжется наиболее удачно.

Затем вы описываете это событие в настоящем времени, используя отсылки к зрительным, слуховым и телесным ощущениям, — так, чтобы читателю было легко почувствовать себя внутри этой картины. Что-нибудь вроде: «Ведущий объявляет ваше имя! Вы поднимаетесь на сцену, залитую ярким актом прожекторов. Публика вскакивает со своих мест, раздается гром аплодисмен-





Фирменный стиль Пенетрона всем к лицу

тов. Еще не веря в свою победу, вы выходите на середину — и ощущаете в руках тяжесть статуэтки «Оскар»...»

Можно также вместо настоящего времени использовать сослагательное наклонение: «Хотели бы вы...»

Остается вставить эту «словесную картину» в текст своей рекламы. Куда именно? Можно начать рекламу с этого текста, чтобы завладеть вниманием читателя. Можно добавить в конец, чтобы реклама запомнилась не только логически, но и эмоционально. Вставив ее в середину, вы «разбавите» логические аргументы. Попробуйте и так и этак — и посмотрите, как сработает лучше.

Кстати, этот же прием можно использовать и на переговорах, и при личных продажах. Нарисуйте перед потенциальным покупателем картину заманчивых результатов, которые он может получить благодаря сделке, — и ваши шансы на заключение сделки возрастут. Попробуйте — это работает.

Папа, ты с кем говорил?

Если перечислять типичные ошибки в рекламе, снижающие ее эффективность, одной из самых распространенных проблем будет непонятный читателю язык объявления. Как правило, этим грешат рекламные материалы, написанные профессионалами в других областях — инженерами, программистами, врачами и т. д. Люди привыкли общаться с коллегами и попросту забывают, что не всем понятна их терминология.

Лучше всего эту ошибку иллюстрирует такой анекдот: «— Папа, почему надкушенное яблоко темнеет?

— Дело в том, сынок, что при нарушении целостности клеточной оболочки содержащаяся в клетках заменимая аминокислота тирозин под воздействием фермента тирозиназы вступает с атмосферным кислородом в реакцию, продуктом которой является пигмент меланин.

— Папа, ты с кем сейчас говорил?!»

Вот и рекламодатели часто включают в свои объявления уйму технических терминов, жаргонных словечек, слишком глубоко вникают в технические подробности, незнакомые простому человеку.

А поскольку адресат рекламного сообщения не может прервать собеседника и попросить его говорить понятнее — реклама оказывается столь же неэффективной, как если бы она была на китайском языке.

Чтобы избежать этой ошибки, нужно говорить на одном языке с адресатом рекламы, использовать понятные и привычные потенциальному клиенту слова, обращаться к его потребностям, предлагать решение важных для него проблем. Необходимо указывать на понятную ему выгоду, которую он получит, приняв ваше предложение.

Окончательная проверка

Прежде чем давать рекламу в газету или на радио, обновлять сайт, отправлять буклеты в типографию — обязательно покажите свой рекламный текст трем-четырем людям из числа ваших потенциальных клиентов. Причем лучше показать наименее компетентным из них. Попросите их пересказать своими словами, что предлагает ваша реклама, почему стоит принять ваше предложение, чем ваш товар лучше товара конкурентов.

Если какие-то из ваших аргументов в этот пересказ не попадут ни у одного читателя — скорее всего, они либо написаны непонятным языком, либо неважны для потенциальных клиентов. Тогда стоит переписать этот фрагмент, а потом протестировать новый текст на новых читателях. И так до тех пор, пока вы не убедитесь, что читатели понимают весь текст — и то, что вы им предлагаете, и то, зачем им это нужно.

Это лишь малая часть секретов создания успешной рекламы. Продолжение следует...

ПЛАВАНЬЕ С ПЕНЕТРОНОМ

Читателей нашей рубрики ничем не удивишь. Видели они и опытных предпринимателей, затеявших свой бизнес в лихие 90-е, и летчиков, которые теперь ныряют с аквалангом и продают Пенетрон. На этот раз мы приготовили еще одну историю, достойную голливудского блокбастера. Историю о том, как военный моряк бросил якорь в далеком от морей Воронеже, с нуля построил свой бизнес с Пенетроном и переехал за город, чтобы жить в окружении леса и девяти любимых собак. Позвольте представить: директор компании «ЦСК» Александр Токарев.

Уже в который раз у нас в гостях бывший военный. Александр, как же так получилось, что вы надели погоны и стали ходить в плавания на боевых кораблях?

Я родился в семье офицера-подводника. Детство и юность прошли в отдалённых гарнизонах Северного флота. Сопки, полярка, подводные лодки, корабли, прекрасные люди, ну и, конечно же, море... До сих пор считаю, что это были самые лучшие годы моей жизни.

Так что вопрос, кем стать, для меня вообще не стоял. Окончил Каспийское высшее военно-морское училище, Высшие специальные офицерские классы. Служил на Северном флоте. Служба была очень интересной и насыщенной. Научила меня не бояться трудностей, бережно относиться к людям, решать любые поставленные задачи, даже самые сложные и на первый взгляд невыполнимые.

А потом развал Советского Союза. Разруха в Вооружённых Силах. Все это, насколько я знаю, коснулось и вас.

Да, после сокращения оказался в совершенно не-



ТОКАРЕВ АЛЕКСАНДР ВАЛЕНТИНОВИЧ

Родился 30 сентября 1967 года в Северодвинске Архангельской области.

Образование:

Каспийское высшее военно-морское училище им С.М.Кирова, штурман;
Высшие специальные классы ВМФ, командир корабля специального назначения.

Карьера:

1984–1995 гг. – служба в рядах Вооруженных Сил;
1996–2006 гг. – коммерческие организации;
с 2006 г. – учредитель и генеральный директор ООО «ЦСК».

Основные объекты:

Нововоронежская АЭС, объекты федеральной программы «Чистая вода», заводы «Сельмаш», «Синтезкаучук», «Сименс», завод по производству алюминиевого профиля, ТРЦ Сити-парк «Град», филиалы Сбербанка РФ на территории Воронежской области.

Семья:

Жена Галина, сыновья Александр, Алексей и Валентин.

Домашние животные:

Собаки: ши-тцу Василиса, померанский шпиц Солнышко, йоркширские терьеры Ньюша, Олька, Буся, Жорик, Чиф, русские чёрные терьеры Шарара и Шрек. Коты Бонд, Семён Семёнович, Степашка и Лунтик.

Увлечения:

Домашние животные, рыбалка, лес, спорт.

знакомой среде, с её не всегда понятными правилами, устоями и «понятиями». Первое время было очень трудно. Жизнь все-таки заставила искать ответ на тот самый, некогда элементарный для меня вопрос: кем стать? Надо было определять новые цели, искать пути их достижения. Так я пришел в сферу торговли строительными материалами. А в 2006 году создал собственную фирму – ООО «ЦСК».

Звучит как-то слишком просто: взял и пришел в торговлю. Но в то время вы были уже взрослым, состоявшимся человеком. Значит, выбор нового трудового поприща был вполне осознанным.

Вы правы. Тогда я пришел к выводу, что рынок строительного-отделочных материалов является одним из самых динамично развивающихся сегментов торговли. Оставалось решить, на каком направлении сосредоточиться и с какими брендами работать. Естественно, хотелось заниматься востребованными и эффективными материалами.

Как оказалось, одной из болевых точек строительного комплекса является обеспечение надежной гидроизоляции бетонных конструкций и сооружений. Эта вечная проблема усугубляется сегодня тем, что стройка все активнее уходит под землю. Почти все проекты городских зданий предполагают значительную заглубленную часть. Тут и там появляются подземные паркинги, причем порой многоуровневые. Есть и еще одна интересная градостроительная тенденция: под застройку все чаще выделяют земли, непригодные для сельскохозяйственной деятельности. Как правило, речь идет о заболоченных территориях. Без хорошей гидроизоляции в таких условиях не обойтись. Про старые здания и сооружения можно вообще не говорить: практически каждое из них страдает от протечек и нуждается в восстановительном ремонте.

Очень убедительный анализ. Теперь понятно, почему вы решили сосредоточиться на гидроизоляции. Думаю, прочитав это интервью, многие с интересом посмотрят на этот бизнес. Но пока без ответа



Жилой комплекс с четырехъярусным паркингом на ул. Театральной

остался главный вопрос: почему именно проникающая гидроизоляция системы Пенетрон?

Очевидно, что защита бетонных конструкций должна быть сплошной, на всю глубину. Только в этом случае можно ожидать требуемого эффекта. Материалы, которые создают поверхностный защитный слой, так и остаются лишь «фантиком», который сильно зависит от внешних факторов, технологии нанесения и при любом повреждении теряет свои свойства. Дисперсные гидроизоляционные материалы проникающего действия решают поставленную задачу на все сто. Лидером в линейке материалов данного вида, бесспорно, был и остается Пенетрон. На него мы сделали ставку и не ошиблись.

Да, материал действительно хороший. Но опыт показывает, что продвигать новые технологии нелегко. Трудно ли было делать первые шаги в этом направлении? И что изменилось с тех пор?

Начинать новое, незнакомое дело всегда сложно. Но если веришь в материал, если хочешь участвовать

в живом, интересном и перспективном процессе, посвятить этому всего себя и получить хороший результат, то, как говорится, и карты в руки. С таким настроением можно свернуть горы.

Кстати, свернуть горы, мне кажется, действительно удалось. Ведь все чаще заказчики, проектировщики и строители думают о качественной гидроизоляции. Наконец-то они начинают считать деньги, которые приходится тратить на восстановительный ремонт после применения допотопных рулонных и обмазочных материалов. Современным строителям вовсе необязательно наступать на эти грабли. Наиболее продвинутые из них учатся на чужих ошибках и сразу выбирают современные проникающие гидроизоляционные материалы.

Когда мы только начинали заниматься Пенетроном, ситуация была совершенно иной. Больно было смотреть, как при возведении сложных объектов использовались морально устаревшие технологии и материалы, которые были популярны еще в 50-е годы прошлого столетия.

К сожалению, недобросовестные строители есть и

Жилой комплекс на ул. Ленина



ТРЦ Сити-парк «Град»



сейчас. Самым востребованным видом гидроизоляции для них был и остается наиболее дешевый вариант. И не важно, каков будет результат. Главное – уложиться в смету. О проблемах, которые возникают при дальнейшей эксплуатации зданий из-за такой «экономии», они не думают. Но, как я и сказал, таких случаев становится все меньше. Дедушкин рецепт «Битум плюс АИ-72», к счастью, теряет популярность. И это, безусловно, обнадеживающая тенденция.

Есть у меня еще один вопрос, связанный с эволюцией. Только на этот раз речь пойдет об эволюции вашей компании. Начинали исключительно с продаж, а теперь, насколько я знаю, оказываете весь комплекс услуг по устройству гидроизоляции. С чем это связано?

Занимаясь материалами системы Пенетрон, просто невозможно ограничиться одними продажами. Сначала у покупателей возникают вопросы о техническом сопровождении работ, потом поступают предложения сделать гидроизоляцию объекта под ключ. Вот мы и начали оказывать соответствующие услуги.

И здесь большую помощь нам оказал генеральный директор ООО «ПП Спецстрой» Александр Демин. Настоящий специалист и грамотный руководитель, проработавший в отрасли почти 40 лет. Его организация неоднократно выполняла работы повышенной сложности на гидротехнических сооружениях Воронежской области, производила ремонтно-строительные работы на ТЭЦ-1 и ТЭЦ-2, а также на очистных сооружениях Левобережного района Воронежа. Словом, специалисты «ПП Спецстрой» накопили огромный опыт применения материалов системы Пенетрон и, самое главное, охотно делились этим опытом с нами.

Да, теперь вы знаете все стороны этого бизнеса: от продажи материалов до их применения на реальных объектах. Так что спрошу вас как эксперта: что бы вы сегодня назвали главной проблемой строительной отрасли?

Одна из основных проблем, с которой сегодня сталкиваются многие строительные компании, – это недостаток высококвалифицированных кадров, в

особенности так называемых универсальных специалистов. Как следствие, низкий уровень выполняемых работ, грубейшие нарушения строительных норм и правил. А как известно, работа с материалами системы Пенетрон требует чёткого соблюдения технологического регламента. Вот и приходится проводить огромную разъяснительную работу с подрядчиками: объяснять принцип действия материалов, способы и условия их применения. Иногда даже устраиваем практические занятия.

А если уж кто-то наломал дров с устройством гидроизоляции или проморгал паводок, приходится выступать в роли скорой помощи: исправлять чужие ошибки, устранять течи, которые до этого никому не поддавались, бороться с грунтовыми водами. Словом, доказывать, что самое эффективное и сильное действующее лекарство – это Пенетрон. Специально для этого у нас есть мобильные бригады, которые готовы в любую минуту отправиться на аварийный объект в пределах области. И надо сказать, что без дела они не сидят.

Значит, теперь все самое сложное достается вам?

Да, и я считаю это большим достижением. Сегодня название нашей компании хорошо известно в Воронежской области. У специалистов рынка оно ассоциируется с новейшими строительными технологиями, высоким качеством работ и безупречно эффективной проникающей гидроизоляцией системы Пенетрон.

А с какими объектами вам интереснее всего работать?

Каждый из них имеет свою изюминку. Причём это зависит не от масштабов, а от сложности задач, которые предстоит решать. Чем сложнее, тем интереснее. Одним из таких объектов, например, стала насосная станция пожаротушения с двумя заглублёнными резервуарами, где нам пришлось выполнять работы по гидроизоляции и восстанавливать целостность железобетонного резервуара, в стенах которого были дыры размером до одного квадратного метра!

Пришло время традиционного совета начинающим. Что скажете тем, кто пока еще лишь мечтает построить бизнес с Пенетроном?



Александр с женой Галиной



Во-первых, им нужно осознать, что Пенетрон – это не просто товар, который продается и покупается. Пенетрон – это новая идеология в строительстве. Во-вторых, в этом деле важно не робеть перед большими объемами и сложными задачами, перед маститыми строителями и высокими чинами. Нужно смело заявлять о себе, при необходимости выходить на первых лиц, грамотно и обоснованно разъяснять целесообразность, в том числе экономическую, применения материалов Пенетрон. Большую помощь при этом может оказать опыт коллег – дилеров ГК «Пенетрон-Россия», работающих во всех регионах.

Александр, вот раньше вы в плавания ходили, будучи офицером ВМФ. Теперь мотаетесь по всей области, спасая бетон от воды. Кто все это время ждет вас дома? Расскажите о семье моряка-гидроизолировщика.

Чем бы я ни занимался, жена Галина всегда рядом. Это человек, который даёт мне постоянный положительный заряд. Она у меня – молодец! Когда всё успеваешь, не знаю. Этакая Шурочка Азарова из «Гусарской баллады». Но больше хвалить не стану: прочитает – зазнается. Дети взрослые. Сын Саша служит

в Вооруженных Силах, Алёша учится в строительном университете, младший – Валюшка – в колледже.

Я знаю, что есть у вас одно семейное увлечение, которое уж точно заинтересует наших читателей.

Вообще, увлечений масса, начиная с роликовых коньков, велосипеда, стрельбы, рыбалки и заканчивая... моими большими и маленькими собачундрами. Особое внимание, конечно, уделяю им. Два года назад мы переехали в пригород. Здесь свой дом, участок. Жена занимается профессиональным разведением мелочи – йоркширов и шпицев. Да чтобы обязательно чемпионами были! Дело это хлопотное (уход, кормёжка, выставки и соревнования), но очень интересное. Я ей по возможности помогаю. А для себя взял двух русских чёрных терьеров: мальчика и девочку, Шрека и Шарадку. Когда приезжаешь после работы и вся эта банда летит к тебе наперегонки, получаешь море позитива и сумасшедшую релаксацию!

Кстати, собаки порой еще и бизнесу помогают. Вот недавно познакомился с хозяином замечательного мастифа. Разговорились. Оказалось, что он главный инженер крупной строительной организации. Проявил большой интерес к нашим технологиям, материалам. Договорились встретиться, обсудить дальнейшую совместную работу. Вот так!

А как отдыхает ваша дружная семья?

Отдых... Какое сладкое слово! Только вот времени, к сожалению, катастрофически не хватает. Тем не менее взял за правило ежедневно после работы в любую погоду гулять с Шарадой и Шреком по лесу. Вместе с товарищем регулярно паримся в баньке. По выходным – шашлычки. Если удаётся, летом обязательно на две-три недельки сбегать на море.

Александр, спасибо за интересные ответы! От всех читателей «Сухого закона» желаю удачи в делах. Надеюсь, что отдохнуть от рабочей суеты вам удастся и этим летом.

Беседовал
Евгений Викторов





ПЕТРОВКА, 22: ИСТОРИЧЕСКОЕ МЕСТО

Своим появлением Московская городская дума обязана Жалованной грамоте городам, подписанной в 1785 году Екатериной II. За годы существования сей орган городского самоуправления претерпел немало изменений. Московская городская дума 1993 года стала первым в истории города органом представительной власти, наделенным законодательными полномочиями и действующим полностью на профессиональной основе.

Тогда же она сменила и место своей дислокации. Теперь городская дума занимает здание по адресу: Петровка, 22. Этот дом имеет богатую историю, и мы предлагаем вам совершить небольшой экскурс в его прошлое.

Шестиэтажное сооружение в конструктивистском стиле было возведено в 1929 году по проекту архитектора П. Н. Кучнистова специально для треста с неблагозвучным названием «Жиркость», который, как ни странно, имел самое прямое отношение к парфюмерии...

Позднее здание превратили в жилой дом, где начиная с 1940 года более тридцати лет прожили родители Андрея Миронова – Мария Миронова и Александр Менакер. Да и сам Андрей провел здесь первые двадцать лет своей жизни. Память о любимом артисте увековечена мемориальной доской, установленной на здании в 1988 году.

А теперь поговорим о состоянии заглубленных частей здания, возраст которого уже превышает 80 лет. В

Москве под землей на различной глубине скрыты в трубах и коллекторах более 200 рек и речушек, в том числе река Неглинная. В прежние времена ее разливы даже не позволяли вести строительство на обеих сторонах улицы Петровка. Вполне естественно, что обилие подземных и грунтовых вод привело к нарушению гидроизоляции подвальных помещений дома, и восстановить ее была призвана компания «Пенетрон-Москва», дилер ГК «Пенетрон-Россия».

Обследование объекта показало, что конструкция подвала (кстати, там находятся технические помещения столовой административного здания Московской думы) представляет собой неполный каркас с несущими кирпичными стенами. Основание и перекрытие выполнены из монолитного бетона. Были выявлены следующие проблемные зоны: фильтрация воды сквозь тело бетона, холодные швы, стыки «перекрытие – стена». Кроме того, обнаружались дефекты перекрытия, а именно – наличие пустот и дефектные участки бетона. Вода просачивалась через выпуски арматуры, а также проступала сквозь кирпичные стены.

Специалистами компании «Пенетрон-Москва» для восстановления водонепроницаемости конструкции и

устранения выявленных дефектов были выбраны соответствующие задаче проникающий гидроизоляционный материал «Пенетрон», шовный состав «Пенекрит», полиуретановая смола «ПенеСплитСил», а также ремонтная смесь «Скрепа М500».

Работы проводились следующим образом. На высоту промокания кирпичной кладки был нанесен штукатурный слой «Скрепы М500». Методом инъецирования полиуретановой смолы «ПенеСплит Сил» выполнена гидроизоляция трещин, рабочих швов бетонирования, пустот. Поверхность железобетонной плиты перекрытия обработали проникающим материалом «Пенетрон». Шовный состав «Пенекрит» обеспечил гидрозащиту швов примыкания «стена – пол», «стена – перекрытие». Ремонт и восстановление поверхности перекрытий проведены материалом «Скрепа М500».

Все существующие проблемы были устранены с помощью материалов системы Пенетрон в течение 10 рабочих дней. Результатом гидроизоляционных работ стало сухое помещение, готовое к дальнейшей эксплуатации. Теперь, когда Пенетрон встал на защиту железобетонных конструкций исторического здания, у него впереди еще долгая жизнь.

Подвал здания до проведения ремонтных работ



СУХОЙ ЗАКОН

По окончании ремонтно-восстановительных работ



37



Базилика Фульвия-Эмилия

г. РИМ, ИТАЛИЯ

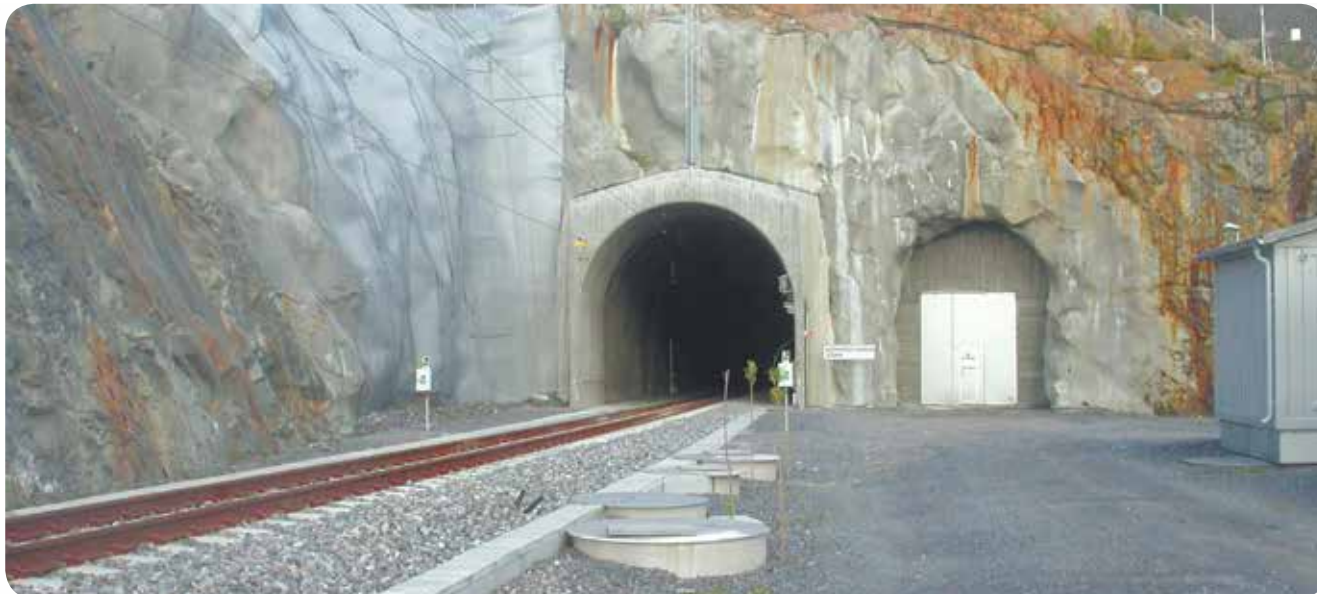
Во время реконструкции дворца эпохи Возрождения в центре Рима, всего в нескольких метрах от колонны Траяна, был найден фундамент древней базилики. Археологи рекомендовали восстановить часть кладки, но тогда появлялась опасность, что на нее будут воздействовать грунтовые воды. Для заполнения полостей в бетонном фундаменте, возраст которого достигает почти 2000 лет, были использованы материалы системы Пенетрон.



Ильичёвский морской торговый порт

г. ИЛЬИЧЕВСК, УКРАИНА

Это один из самых молодых портов на Чёрном море. Он был построен в 50-е годы XX века, в первую очередь для морского товарооборота со странами социалистического лагеря. Погрузочно-разгрузочные комплексы порта состоят из 28 причалов общей длиной 5500 метров. Для выполнения мероприятий по восстановлению гидроизоляции бетонных и железобетонных конструкций в порту применялись проникающий материал «Пенетрон» и шовный состав «Пенекрит».



Железнодорожная линия «Ботническая»

ШВЕЦИЯ

Линия «Ботническая» – высокоскоростная железная дорога на севере Швеции. Железнодорожное полотно проходит через 25 км тоннелей и располагается к северу от Стокгольма, на побережье Балтийского моря. В проекте линии особо подчеркивалась необходимость максимальной защиты полотна от грунтовых вод. Проблема была решена с помощью гидроизоляционной добавки в бетон «Пенетрон Адмикс».



Жилой комплекс «Coliseum Palace»

г. КИШИНЕВ, МОЛДОВА

Проект этого жилого комплекса считается самым перспективным в Республике Молдова в настоящее время благодаря финансированию строительства американским фондом NCH Advisors Inc. Жилой комплекс, повторяющий архитектуру древнего Колизея, расположен в одной из экологических зон столицы. В состав его инфраструктуры входит подземный паркинг, водонепроницаемость железобетонных конструкций которого обеспечивается гидроизоляционной добавкой в бетон «Пенетрон Адмикс».



Один из знаковых объектов, обработанных Пенетроном, находится в северо-восточном Казахстане, в г. Павлодаре. Это электролизный завод – ключевой элемент успешного развития алюминиевого кластера страны.

Казахстанский электролизный завод – не единственное предприятие Павлодара, который является сейчас крупнейшим промышленным и экономическим центром страны. Здесь работают металлургические и нефтеперерабатывающие предприятия, размещаются производства электрического, электронного и оптического оборудования.

Индустриальное развитие города связано с годами освоения целинных земель в середине XX века. В 1964 году начал работу Павлодарский алюминиевый завод. Он выпускал полуфабрикат для производства алюминия, а сам «крылатый металл» получали из этого сырья в Сибири. Спустя четыре года Совет Министров СССР выдвинул идею продолжить строительство алюминиевого завода в Павлодаре, сделав технологический цикл замкнутым. Однако осуществить это решение тогда не удалось.

Старт очередному витку развития алюминиевого производства был дан в 1997 году, уже после того, как Казахстан провозгласил себя суверенным государством. Тогда на территории Павлодарского алюминиевого завода была заложена капсула с текстом послания, в котором говорилось о начале новой эры цветной металлургии Казахстана: получении алюминия мето-

дом электролиза. Правда, реального воплощения планов пришлось ждать еще 10 лет, строительство нового предприятия началось лишь в 2007 году.

Казахстанский электролизный завод (КЭЗ) представляет собой значительный производственный комплекс, занимающий 190 га к юго-западу от насыщенной промышленностью Павлодара. На этой площади расположены два корпуса электролизного цеха, литейный и несколько вспомогательных цехов, станция подготовки воды вместе с насосной станцией, корпус заводоуправления, склады, пожарное депо и еще ряд объектов.

Нужно отметить, что на территории Павлодарской области преобладают сульфатные грунтовые воды, весьма агрессивные по отношению к бетону. Порой они проходят на глубине 1,7 метра от поверхности земли, и, значит, заглубленные железобетонные конструкции сооружений завода будут подвергаться их постоянному разрушительному воздействию. Нельзя допускать, чтобы это каким-то образом сказалось на деятельности всего предприятия.

К тому же сложное производство завода относится к категории особо пожаро- и взрывоопасных, да и



Процесс розлива алюминия

находится вблизи города. Поэтому самое серьезное внимание при строительстве предприятия было уделено вопросам обеспечения безопасности. Собственное пожарное депо – наглядное тому подтверждение. Чтобы избежать любых проблем, связанных с состоянием пожарных резервуаров, еще на стадии строительства было решено использовать гидроизоляционную добавку в бетон «Пенетрон Адмикс» и прокладку «Пенебар». Также на объекте применялся проникающий материал «Пенетрон».

Сегодня алюминий, производимый на Казахском электролизном заводе, потребляют различные предприятия России, Украины, Беларуси, Латвии, Узбекистана. Даже мировой лидер производства «крылатого металла» — Китай — покупает алюминиевые чушки этого завода. Такая география потребления связана с высоким качеством товара. КЭЗ по праву можно назвать флагманом инновационной индустриализации страны.



Литейный конвейер

Проект административного здания ООО «Газпром переработка»



СУРГУТ: В КРАЮ ПРИРОДНЫХ БОГАТСТВ

В конце XVI века по царскому указу на берегу великой реки Обь был заложен «град Сургут», который вскоре стал одним из центров русского освоения Сибири. И хоть путь развития града-крепости был непростым, сейчас это один из немногих российских региональных городов, превосходящих административный центр своего субъекта федерации по многим параметрам, в том числе промышленному и экономическому потенциалу.

Во второй половине XX века на территориях близ Сургута были открыты богатейшие месторождения нефти и газа. Это оказало огромное влияние на судьбу города, а последующее реформирование нефтегазовой отрасли в конце 70-х годов открыло новую страницу в его истории.

Среди предприятий, формирующих в настоящее время экономику Сургута, – ООО «Газпром перера-

ботка». Это мощный комплекс, в составе которого три предприятия, перерабатывающих углеводородное сырье. Филиалы компании расположены в Ямало-Ненецком АО, Ханты-Мансийском АО – Югра и Республике Коми. ООО «Газпром переработка» – 100-процентное дочернее общество ОАО «Газпром», созданное в целях совершенствования внутрикорпоративной структуры управления предприятия.

Когда было принято решение о строительстве нового административного здания компании, ООО «Проект» предложил интересное решение сооружения в футуристическом стиле. По мнению заместителя директора департамента архитектуры и градостроительства городской администрации Алексея Усова, это выразительное 18-этажное здание с двухуровневой парковкой станет украшением бизнес-центра Сургута и прекрасно впишется в любую концепцию застройки города.

Пойменная часть реки Обь, где ведется строительство, характеризуется высоким давлением грунтовых вод. На таких участках гидроизоляция заглубленных железобетонных конструкций любого строения должна выполняться особенно тщательно, ведь от этого зависит безопасность всего здания. Компанией «Пенетрон-Северстрой» (дилером ГК «Пенетрон-Россия» в Сургуте)

была проведена серьезная подготовительная и разъяснительная работа с проектной организацией, итогом которой стало включение в проект гидроизоляционных материалов системы Пенетрон. При строительстве нулевого цикла административного здания «Газпром переработка» было использовано 13 000 кг гидроизоляционной добавки в бетон «Пенетрон Адмикс». Это гарантирует обеспечение водонепроницаемости железобетонных конструкций даже в самых сложных гидрогеологических условиях.

Облик современного Сургута, протянувшегося вдоль Оби на два десятка километров, с его широкими магистралями и многоэтажными домами, и сейчас вполне соответствует званию столицы нефтегазового Приобья. Застройка зданиями подобного масштаба повысит статус города на очередном витке его развития.

Начало строительства административного здания



РАЗВЛЕЧЕНИЕ ИЛИ СПОРТ?

Приходилось ли вам задумываться, как давно люди научились плавать? Если верить археологическим находкам, то получается, что древние египтяне, ассирийцы, финикийцы освоили плавание еще за несколько тысячелетий до нашей эры.

Правда, ради удовольствия в те далекие времена этим не занимались: плавать приходилось при рыбной ловле, охоте за водоплавающей дичью, во время военных действий. Только в Древней Греции плавание использовалось как средство физического воспитания. Дух соперничества, свойственный человеку, привел к появлению первых состязаний – но это уже гораздо позже, на рубеже XV–XVI веков. В XIX веке появилась первая спортивная организация пловцов, а в 1896 году плавание вошло в программу первых Олимпийских игр.

Где же люди далеких веков занимались плаванием? Использование для этой цели естественных водоемов не всегда было возможным, поэтому тысячелетия назад в странах Древнего Востока уже появились первые бассейны. Но с того момента, как люди стали строить искусственные водоемы, их назначение поменялось: если первоначально они использовались только для омове-

ний, то позднее – и для оздоровительных процедур, и для плавания.

Издавна основным материалом для строительства бассейнов был бетон. Особенности его структуры не позволяют эксплуатировать бетонные сооружения без предварительных мероприятий по гидроизоляции, что уж говорить о бассейнах, где вода является обязательным элементом эксплуатации! Самый надежный способ защитить бетонные конструкции от губительного воздействия влаги заключается в применении материалов системы Пенетрон. С их помощью была обеспечена гидроизоляция множества бассейнов в самых разных краях России и стран СНГ. Познакомимся с некоторыми из них поближе. Сначала отправимся в отели, владельцы которых действительно понимают, что такое истинный комфорт.

«Hyatt Regency Hotel», г. Алматы





«Шаляпин Палас Отель», г. Казань

В Казахстане, в центре Алматы, туристов ждет гостеприимный «Hyatt Regency Hotel». Этот международный пятизвездочный отель стал первым отелем подобного уровня в Центральной Азии. Здесь постояльцев ждет много приятного, например, они могут отправиться на поле для гольфа или осуществить заплыв в бассейне. Тем более что восстановление гидроизоляции бассейна в отеле было выполнено с применением материалов Пенетрон.

Гостиницу «Шаляпин Палас Отель» в столице Татарстана заслуженно называют туристической жемужиной города. Она расположилась в старинном здании – памятнике архитектуры XIX века. Однако проведенная несколько лет назад реновация превратила отель в образец гостеприимства, классика и современность соединились здесь вполне успешно. В отеле хорошо работать и приятно отдыхать. А посещение фитнес-центра с отремонтированным бассейном заряжает гостей города энергией и оптимизмом.

Отправимся на черноморское побережье Кавказа, в Грузию. Небольшому городку Анаклия еще только предстоит стать знаменитым курортом, однако все строящиеся здесь отели соответствуют самым современ-

менным требованиям. Вот и бассейн в одном из них обработан материалами системы Пенетрон, что гарантирует его 100% гидроизоляцию.

А теперь посетим окрестности Ялты. Там, на берегу Черного моря, среди уникальной крымской природы разместился фешенебельный отель «Palмира Palace», неоднократно попадавший в топ-лист лучших отелей Украины. Благодатный южный климат позволяет размещать здесь бассейны прямо под открытым небом. Строительство несколько осложнялось особенностями рельефа, потому что бассейны находятся практически на краю обрыва. Но это, конечно, не помешало обеспечить их эффективной гидроизоляцией с помощью добавки в бетон «Пенетрон Адмикс» и прокладки «Пенебар», герметизирующей рабочие швы бетонирования.

Заглянем заодно в украинские спортивные комплексы, где материалы системы Пенетрон тоже помогают реконструкции бассейнов. Например, во Дворце спорта «Локомотив» Донецкой железной дороги за годы эксплуатации основательно пострадала чаша бассейна – разрушился защитный слой бетона, обнажилась арматура, началась ее коррозия. Реконструкционные работы



Отель «Palmira Palace», г. Ялта



Спортивный комплекс «Метеор», г. Днепропетровск

были выполнены с применением материалов системы Пенетрон. С помощью ремонтной смеси «Скрепа М500» восстановили защитный слой бетона и разрушенную геометрию ребер плит. Также была осуществлена антикоррозийная защита железобетонных перекрытий от воздействия хлора.

В состав спортивного комплекса «Метеор» в Днепропетровске входит бассейн олимпийского резерва. Он эксплуатировался не один десяток лет и тоже нуждался в ремонте. Кроме нарушения водонепроницаемости чаши бассейна наблюдались протечки в обводной дорожке, а также в основании душевых и саун. Восстановление гидроизоляции чаши бассейна осуществили с помощью проникающего материала Пенетрон. Трещины и разрушенную бетонную поверхность герметизировали шовным составом «Пенекрит», ремонтной смесью «Скрепа М500», материалом «Пенетрон».

Вернемся к российским спортивным объектам. Несколько лет назад в Астрахани был построен спортивно-зрелищный комплекс «Звездный». Его технические возможности и параметры универсальны, что в полном объеме отвечает требованиям, установленным к спортивным объектам европейского уровня. По своим размерам и вместимости спорткомплекс является уникальным – в Южном федеральном округе таких больше нет, да и во всей России их единицы. Разумеется, в «Звездном» есть плавательный бассейн. С целью обеспечения высокой водонепро-



Спортивно-зрелищный комплекс «Звездный», г. Астрахань

ницаемости фундаментной плиты и чаши бассейна на этапе их бетонирования использована гидроизоляционная добавка в бетон «Пенетрон Адмикс». Гидроизоляцию технологических швов, примыканий, закладных деталей осуществили с помощью прокладки «Пенебар». Это практически стандартная технология для подобных объектов, она позволяет обеспечить абсолютную герметичность бетонной чаши бассейна при минимальных затратах, а также получить высокую марку по водонепроницаемости бетона монолитной фундаментной плиты.

Так как Астрахань – город спортивных традиций, вполне закономерно, что здесь нашлись средства и на реконструкцию плавательного бассейна Астраханской областной организации ВФСО «Динамо». После ремонта это спортивное сооружение превратилось в комфортный тренировочный и оздоровительный комплекс. Как заявил на торжественной церемонии открытия губернатор Александр Жилкин, это шаг к укреплению базы водных видов спорта. Во время реконструкции бассейна, построенного в начале 80-х годов XX века, особое внимание было уделено вопросам гидроизоляции. С применением материалов системы Пенетрон проведен ремонт чаши бассейна и железобетонных ферм над ним, а также несущих колонн и балок под чашей бассейна. Были использованы проникающий гидроизоляционный материал «Пенетрон» и шовный состав «Пенекрит».

Плавание – один из самых подходящих видов спорта для детей, способствующий их гармоничному физическому развитию. Отрадно, что в последние годы бассейнами оснащаются и обычные общеобразовательные школы. Один из таких объектов мы посетим в городе Озерске Челябинской области. В соответствии с самыми современными требованиями, в школе-новостройке сооружен 25-метровый бассейн. Правда, при его строительстве возникла проблема: проект бассейна предполагал использование традиционной гидроизоляции, однако в нем не была учтена толщина получаемого при этом слоя, состоящего из обмазочного материала, штукатурки, облицовочной плитки. Это значительно изменило геометрические параметры сооружения, что недопустимо с точки зрения существующих норм. Материалы системы Пенетрон помогли исправить ситуацию. Герметизация чаши бассейна была обеспечена с помощью добавки в бетон «Пенетрон Адмикс». Холодные швы бетонирования защитила гидроизоляционная прокладка «Пенебар». Это позволило соблюсти проектные параметры сооружения и в то же время гарантировать 100% водонепроницаемость бетонной конструкции.

Наш обзор можно было бы продолжать и дальше, но ведь главное понятно: материалы системы Пенетрон являются надежной защитой для бассейнов любого назначения.



УСТРОЙСТВО ГИДРОИЗОЛЯЦИИ ЭКСПЛУАТИРУЕМОГО БАССЕЙНА

В рамках Стратегии развития физической культуры и спорта Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 07.08.2009 N 1101-р, и федеральной целевой программы «Развитие физкультуры и спорта в РФ на 2006 – 2015 годы» предусматривается, что к 2015 году численность занимающихся физической культурой и спортом в стране должна составить 30% от общей численности населения.



АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ

В настоящее время для многих видов спорта нет современных, технически оснащенных спортивных баз, где можно готовиться к выступлениям на крупнейших российских и международных соревнованиях. Подобная ситуация наблюдается по стране в целом. Несмотря на усилия последних лет, направленные на развитие материальной базы физической культуры и спорта, обеспеченность населения объектами спортивной инфраструктуры, в частности, плавательными бассейнами, остается недостаточной и составляет, например, в Свердловской области 12,2% от норматива (Постановление правительства Свердловской области от 11 октября 2010 г. N 1481-ПП).

Существующая материально-техническая база не отвечает в полной мере задачам обеспечения физкультурно-спортивной отрасли, не может удовлетворять потребностям растущего спроса различных категорий населения в занятиях физической культурой и спортом. Проведенные исследования показали, что, опять же на примере Свердловской области, относительно «молодыми» (возраст до 20 лет) являются лишь 27% спортивных объектов.

Капитальный ремонт и строительство спортивных объектов позволит создать необходимые условия для привлечения к занятиям физической культурой и спортом различных слоев населения, включая лиц с ограниченными возможностями и инвалидов, а также подготовки и прове-

дения крупномасштабных соревнований. В Свердловской области в настоящее время разработана и утверждена Областная целевая программа «Развитие физической культуры и спорта» на 2011–2015 годы, общий объем финансирования по которой составляет 16 541 316,7 тыс. рублей.

Таким образом, следует ожидать увеличения объема работ, связанных с возведением и капитальным ремонтом спортивных сооружений не только в Свердловской области, но и по всей России. Это в полной мере относится и к плавательным бассейнам.

Плавательный бассейн – гидротехническое сооружение, предназначенное для занятий водными видами спорта. Длина бассейнов составляет от 25 м до 50 м, ширина – от 11,4 м до 25 м в зависимости от количества дорожек. Глубина варьируется от 1,2 м до 6 м в зависимости от назначения бассейна, ширина дорожки – от 2,25 м до 2,5 м (СП 31-113-2004 «Строительные правила по проектированию и строительству «Бассейны для плавания»). Дополнительно чаша плавательного бассейна осложнена различными вводами коммуникаций и т.п.

Безусловно, подобного рода гидротехнические сооружения нуждаются в надежной гидроизоляции. Ниже мы предлагаем один из вариантов устройства гидроизоляции плавательного бассейна с помощью материалов системы Пенетрон.

ТЕХНОЛОГИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТ

ПРОБЛЕМА: в плавательном бассейне наблюдается просачивание воды через трещины в днище и стенках, через технологические швы бетонирования (рис. 1).

1 этап: подготовка поверхности

1. Удалить механическим способом керамическую плитку.
2. Удалить рыхлый бетон механическим способом (с применением отбойного молотка).
3. Очистить поверхность бетона при помощи щетки с металлическим ворсом от пыли, грязи, цементного молока, высолов, плиточного клея, краски и других материалов, препятствующих проникновению активных химических компонентов в бетон.
4. По всей длине трещин, швов, стыков, примыканий и вокруг ввода коммуникаций выполнить штрабы П-образной конфигурации сечением 25x25 мм (рис. 2).

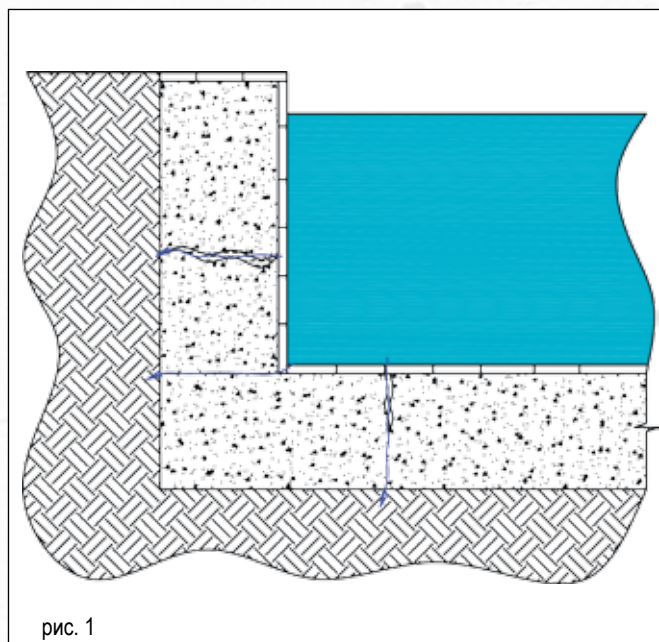


рис. 1

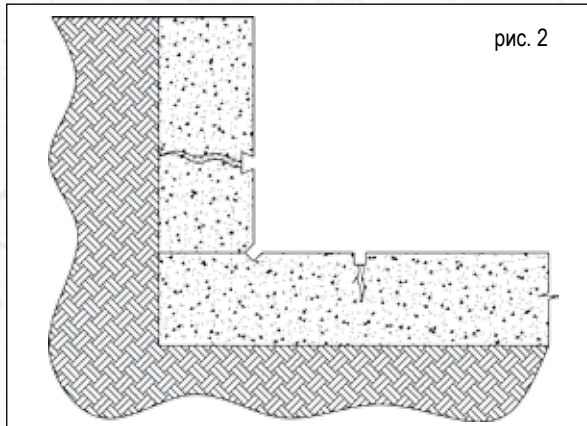


рис. 2

5. Очистить штрабы щеткой с металлическим ворсом.

6. При наличии активных течей подготовить полость путем придания ей формы «ласточкиного хвоста» глубиной не менее 50 мм (рис. 3).

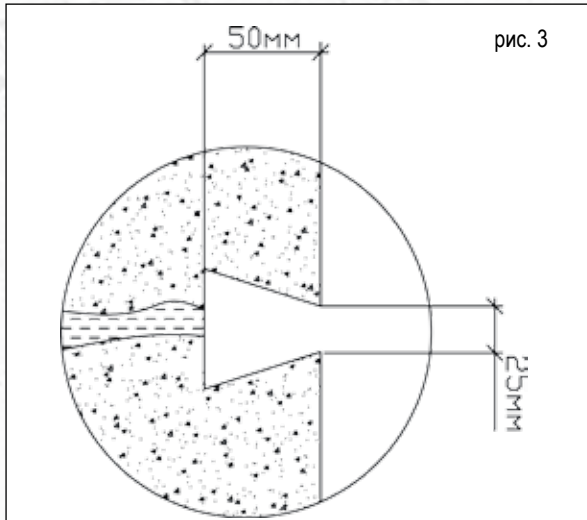


рис. 3

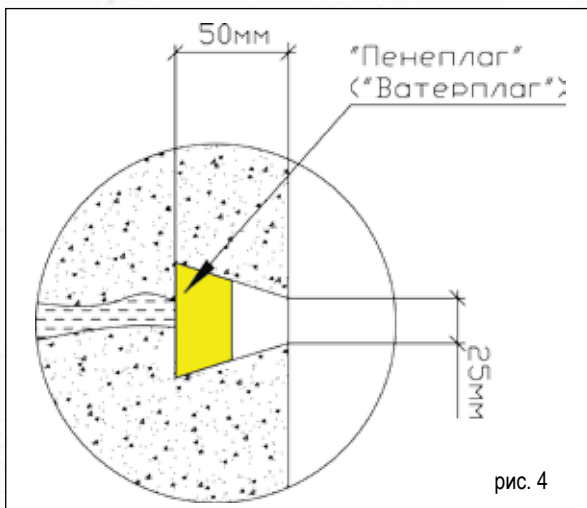


рис. 4

2 этап: устранение напорных течей

1. Приготовить необходимое количество раствора материала «Ватерплаг» или «Пенеплаг». Перемешивание производить не более 1 минуты. Заполнить полость течи в форме «ласточкиного хвоста» на $\frac{1}{2}$ раствором материала «Ватерплаг» или «Пенеплаг», прижать и удерживать до окончания схватывания материала (рис. 4).

2. Приготовить необходимое количество раствора материала «Пенетрон». Обработать им внутреннюю полость течи (рис. 5).

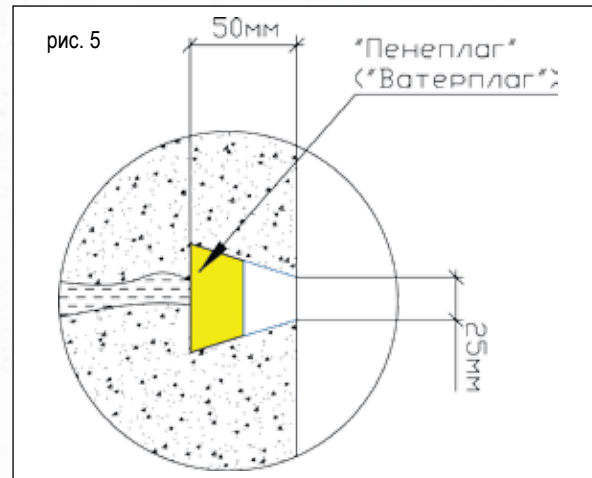


рис. 5

3. Приготовить необходимое количество раствора материала «Пенекрит». Заполнить им оставшуюся полость (расход материала 2,0 кг/дм³) (рис. 6).

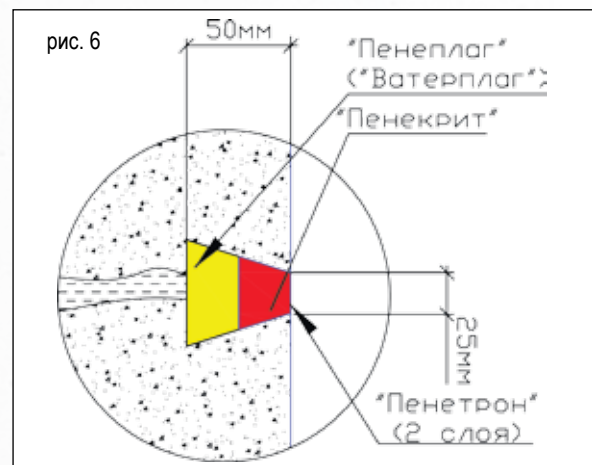


рис. 6

3 этап: гидроизоляция швов и стыков

1. Штрабу тщательно увлажнить.

2. Приготовить раствор материала «Пенетрон». Нанести его в один слой кистью из синтетического волокна («макловица») (рис. 7, 8).

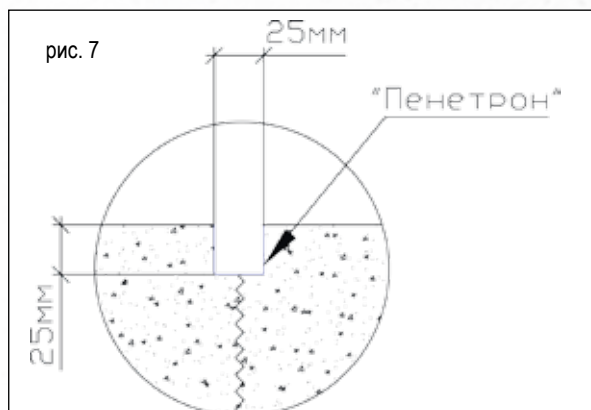


рис. 7

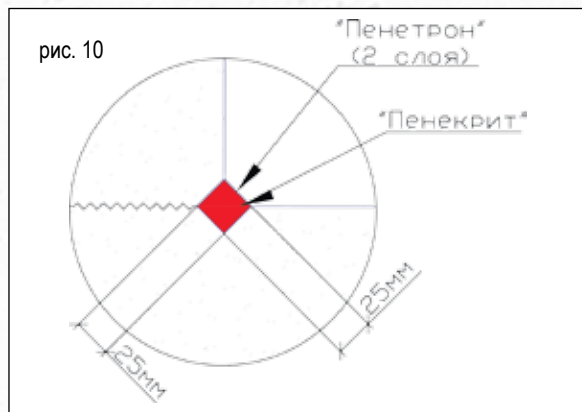


рис. 10

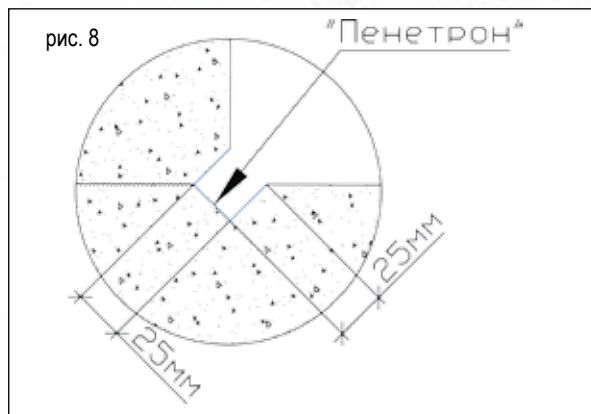


рис. 8

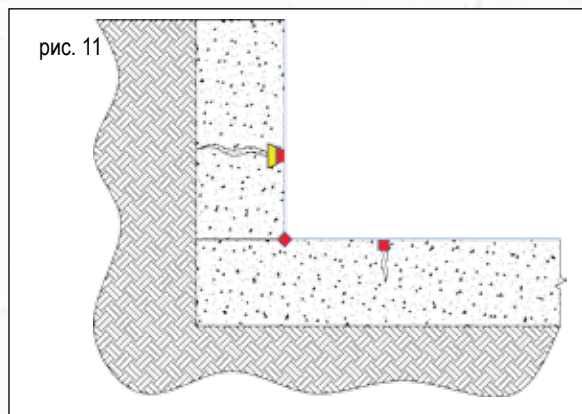


рис. 11

3. Приготовить раствор материала «Пенекрит». Плотно заполнить им штрабу (расход материала 1,5 кг/м.п.) (рис. 9, 10).

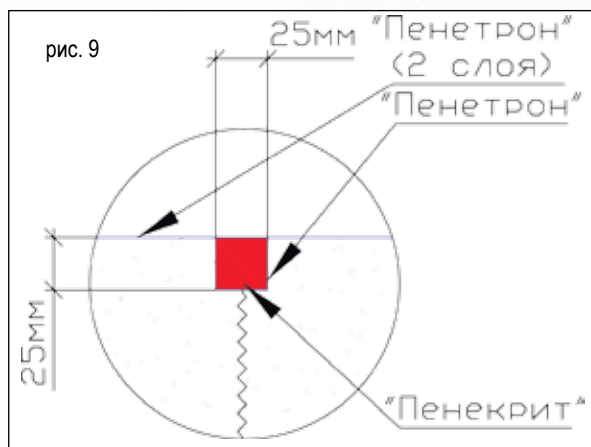


рис. 9

4 этап: гидроизоляция поверхности

1. Тщательно увлажнить поверхность бетона.
2. Приготовить раствор материала «Пенетрон», нанести его в два слоя кистью из синтетического волокна («макловица») (рис. 11).

3. Первый слой материала «Пенетрон» наносить на влажный бетон (расход материала 600 г/м²). Второй слой наносить на свежий, но уже схватившийся первый слой (расход материала 400 г/м²).

4. Перед нанесением второго слоя поверхность увлажнить.

5 этап: уход за обработанной поверхностью

1. Обработанные поверхности следует защищать от механических воздействий и отрицательных температур в течение 3-х суток.

2. При этом необходимо следить за тем, чтобы обработанные материалами системы «Пенетрон» поверхности в течение 3-х суток оставались влажными, не должно наблюдаться растрескивания и шелушения покрытия.

3. Для увлажнения обработанных поверхностей обычно используются следующие методы: водное распыление, укрытие бетонной поверхности полиэтиленовой пленкой. При уходе за поверхностью, обработанной со стороны давления воды, срок увлажнения рекомендуется увеличить до 14 суток.



SPA-ванна

ВАШ ЛИЧНЫЙ КУРОРТ

В последние годы в Украине идет массовое строительство бассейнов. Наверное, сказывается влияние благодатного климата, а может быть, это просто дань моде. В любом случае растет количество общественных плавательных сооружений, а уж про частные бассейны и говорить нечего. Они поражают воображение своей красотой, разнообразием и техническим совершенством.

Многие владельцы современных загородных домов считают бассейн обязательным элементом своей жизни, который к тому же является предметом роскоши и повышает статус хозяина. Правильный бассейн – не дешевое удовольствие, и чтобы его ничто не омрачало, нужно серьезно относиться к строительству и гидроизоляции его железобетонных конструкций.

У компании «Ротран» из г. Львова (дилера ГК «Пенетрон-Россия») большой опыт строительства частных бассейнов в Львовской и Ивано-Франковской областях Украины. Настоящим профессионалам не помеха даже

высокое залегание грунтовых вод, характерное для этого региона. Гидроизоляция бассейнов, выполненная с применением материалов системы Пенетрон, гарантирует 100% водонепроницаемость конструкций этих сооружений.

Один из интересных проектов, выполненных компанией «Ротран» в окрестностях Львова, – гидромассажная SPA-ванна. Заказчик решил разместить ее на открытом воздухе. Нужно отметить, что климатические условия Львовской области характеризуются большими перепадами температур в период осень-зима,

зима-весна, которые могут составлять до 15–20°C за сутки. При этом уровень грунтовых вод поднимается здесь порой до отметки 0,8 м. Бетон, насыщенный влагой за счет воздействия атмосферных осадков, а также капиллярного подсоса из грунта, при периодическом замораживании и оттаивании разрушается гораздо быстрее, чем бетон, находящийся в нормальных условиях эксплуатации. Чтобы избежать деструктивного воздействия факторов окружающей среды на железобетонную чашу SPA-ванны, было решено использовать гидроизоляционную добавку для бетона «Пенетрон Адмикс» на этапе строительства. Заказчик доволен качеством выполнения строительных и гидроизоляционных работ.

Среди многочисленных объектов компании «Ротран» можно выделить еще один частный бассейн, строительство которого потребовало от ее специалистов высокого профессионализма. Особенностью проекта было то, что бассейн встраивался в существующую пристройку небольших размеров. В связи с этими условиями толщину стен чаши пришлось делать минимально допустимой. Как в таком случае решать вопрос гидроизоляции



Бассейн фитнес-центра «Sport Life»



Частный бассейн

чаши? Вновь на помощь пришли материалы системы Пенетрон. Обеспечивая 100% гидроизоляцию железобетонных конструкций, их применение существенно изменяет технические характеристики бетона, в частности, повышает марку бетона по водонепроницаемости. Это позволило уменьшить толщину стенок бассейна до 10 см.

КНПП «Ротран» не обделяет своим вниманием и общественные бассейны. В 2012 году во Львове был введен в эксплуатацию фитнес-центр «Sport Life». Устройству гидроизоляции этого объекта необходимо было уделить особое внимание из-за сложных гидрогеологических условий: под зданием центра протекает подземная река. Кроме того, комплекс бассейнов расположен над автомобильным паркингом, что также накладывало

большую ответственность на специалистов по устройству гидроизоляции железобетонных конструкций. Однако материалы системы Пенетрон справились со всеми проблемами, протечек на объекте нет.

А вот бассейн школы № 4 Сокальского района Львовской области был построен еще в конце 80-х годов XX века. В ходе эксплуатации чаша бассейна при наборе воды дала трещину, и долгое время он не использовался. В 2007 году началась реконструкция этого объекта. После демонтажа керамической плитки специалисты компании «Ротран» оценили фронт работ. Ремонт бетонных поверхностей, их упрочнение и гидроизоляция были осуществлены при помощи материалов системы Пенетрон. Теперь учащиеся школы вновь могут заниматься плаванием в своем бассейне.



Школьный бассейн





ВОРОТА ГОРОДА

Сочи – столица зимней Олимпиады-2014. Выбор, сделанный Международным Олимпийским комитетом в пользу российского города, кроме чувства гордости за свою державу означает еще и огромную ответственность. И это неудивительно. Ведь со всех краев земли в Сочи съедутся тысячи участников состязаний и еще большее число тех, кто жаждет выразить спортсменам свою поддержку.

Есть множество путей, которые помогут всем желающим добраться до олимпийской столицы. Однако так было не всегда. Когда-то с внешним миром Сочи соединяло только море, а это означало, что попасть в город удавалось только в ясную погоду. В начале прошлого века ситуацию немного улучшило строительство шоссе, но так как в 1909 году здесь открылся курорт «Кавказская Ривьера», автодороги оказались

недостаточно. Было принято решение построить железную дорогу. Завершение строительства совпало с революционными событиями в России в 1917 году, а потом гражданская война помешала начать полноценную эксплуатацию магистрали. Поезда в Сочи так и не ходили, пути постепенно пришли в негодность. В 20-е годы XX века дело дошло до восстановления железной дороги.

За период существования железной дороги в Сочи было построено несколько зданий вокзалов: первый еще до революции, следующий – в 1934 году, тот, что используется до сих пор, – в 1951-м. Несмотря на реконструкцию последнего в 1998 году, для города, продолжающего расти, этот вокзал уже тоже маловат. А уж когда в Сочи было решено проводить Олимпийские игры, стало совершенно очевидно – городу нужен вокзал на уровне международных стандартов.

Новое вокзальное сооружение будет состоять из нескольких уровней, где разместятся залы для пассажиров, магазины, рестораны, служебные помещения.

В период проведения Олимпийских игр он будет принимать до 20 тысяч человек в час. Проект этого

ответственного объекта первоначально не предусматривал использования материалов системы Пенетрон. Однако в процессе строительства постоянно возникали проблемы с устройством гидроизоляции. Это неудивительно: крытые платформы вокзала подходят достаточно близко к морю, так что сооружению требуется мощная защита от агрессивной морской воды. В связи с этим генеральный подрядчик принял решение применить материалы «Пенетрон» и «Пенекрит» на самых проблемных и сложных участках строительства. Опыт показал, что это решение было абсолютно верным. Процесс возведения нового железнодорожного вокзала как нельзя лучше продемонстрировал, что самая надежная защита от водной стихии – проникающая гидроизоляция Пенетрон.



Размещение рекламы в журнале

СУХОЙ ЗАКОН

расширит круг Ваших деловых партнеров

Разворот	60 000 руб.	1/4 полосы	8 000 руб.
1 полоса	30 000 руб.	1/8 полосы	4 000 руб.
1/2 полосы	16 000 руб.	4-я стр. обложки	40 000 руб.

Рубрика «Новости»:

«Новости компаний» 500 знаков + фото 3 000 руб.

Рубрика «Советуют профессионалы»:

текст + визитка компании 20 000 руб.

Стоимость размещения рекламных материалов НДС не облагается.



УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ: СРО РСППГ

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-25126.

Выдано 28.08.2006 Федеральной службой по надзору за
соблюдением законодательства

в сфере массовых коммуникаций и охраны культурного наследия.

ТИРАЖ 15 000 экз.

Отпечатано в типографии «Полипринт».

Периодичность: 8 раз в год

За достоверность информации в рекламных материалах
редакция ответственности не несет.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

620076, г. Екатеринбург, пл. Жуковского, 1, тел.: (343) 217-02-02.

suhoj-zakon@yandex.ru



Профессиональное издание
о гидроизоляционных материалах и технологиях защиты от воды.
Издается с 2004 года

РЕДАКЦИЯ:

автор проекта:

Игорь ЧЕРНОГОЛОВ

шеф-редактор:

Алена ЧЕРНОГОЛОВА (personal@penetron.ru)

выпускающий редактор:

Татьяна СЛОБОДЯНИК (cz@penetron.ru)

build-редактор:

Ирина ГРИГОРЬЕВА (moscow@penetron.ru)

технический редактор:

Евгений ПОМАЗКИН (pomazkin-urfu@mail.ru)

литературный редактор:

Анастасия КОНСТАНТИНОВА (anastasia@penetron.ru)

тексты:

Евгений ВИКТОРОВ (pr@penetron.ru)

дизайн, верстка:

Татьяна ЕЛИСЕЕВА (eliseeva@penetron.ru)

корректор:

Татьяна СЕРГЕЕНКО

РАСПРОСТРАНЕНИЕ:

- союзы инженерных и научных организаций
- региональные отделения Союза архитекторов
- строительные предприятия
- проектные институты и организации
- правительства областей
- администрации городов
- торгово-промышленные палаты
- общественные организации малого и среднего бизнеса
- палаты товаропроизводителей
- отраслевые выставки, конференции, семинары
- собственники и управляющий менеджмент крупных предприятий и организаций во всех субъектах Российской Федерации, в Украине, Беларуси, Казахстане, Туркменистане, Армении, Грузии, Азербайджане, Кыргызстане, Таджикистане, Молдове, Приднестровье, Узбекистане, Монголии, Эстонии, Латвии и Литве путем адресной рассылки руководителям

ОБРАБОТАНО



РЕСТОРАН «FRIDAY»

г. Кемерово, Россия

В подвале жилого дома неоднократно менялись арендаторы. Тут размещались в разное время магазины стройматериалов, спортивных товаров и т.п. Несмотря на смену владельцев, в помещении всегда было сыро. Когда появилась идея открыть здесь пив-

ной ресторан «Friday», первым делом необходимо было решить вопрос гидроизоляции. Теперь многочисленные протечки остались в прошлом – материалы системы Пенетрон обеспечили посетителям заведения настоящий комфорт.

Поставка материалов и выполнение гидроизоляционных работ – ООО «ИИС», г. Кемерово, Россия

ПЕНЕТРОНОМ

До начала работ



По окончании работ



НОВЫЙ САЙТ ЖУРНАЛА «СУХОЙ ЗАКОН»

- масса интересной и полезной информации
- дружелюбный интерфейс
 - удобная навигация
 - модная «листалка»
- возможность загружать PDF-версию отдельных материалов и всего журнала



АДРЕС САЙТА ОСТАЛСЯ ПРЕЖНИМ:
WWW.S-ZAKON.RU