



Корпоративная книга «Компания внутреннего горения»

Номинация: сувенирная продукция
Период распространения:
апрель 2022 по настоящее время
Заказчик: группа компаний «ЭНКО»
Исполнитель: GMK

GMK

«Компания внутреннего горения» – книга к 10-летнему юбилею «ЭНКО»

За годы работы девелопер накопил объемную экспертизу, стал одним из ключевых игроков регионального рынка недвижимости, неоспоримым трендсеттером. В 2021 году было принято решение написать о пути и подходах компании книгу для сотрудников и партнеров.

ЭНКО

URBAN
AWARDS

FIABCI
INTERNATIONAL REAL ESTATE FEDERATION



Этот проект длился несколько месяцев, планировалось, что он станет частью подарка для сотрудников и партнеров ко Дню строителя в конце 2022 года. Но в начале года все мы столкнулись с новыми вызовами и решили, что важно выпустить книгу раньше, в апреле, – чтобы вдохновить коллектив компании в период новой турбулентности.

Дарья Райкова, куратор проекта со стороны «ЭНКО», помощник генерального директора, руководитель проекта «Соседские центры»

Какие ставились задачи и зачем книга девелоперу?

- Зафиксировать экспертный опыт и подходы компании, сформированные за годы строительства микрорайонов и жилых комплексов.
- Закрепить ценности «ЭНКО» и рассказать о них живым языком.
- Вдохновить команду и выразить благодарность всем за вклад в общее дело.



В прошлом году мы выпустили первый фильм о российском девелопменте «Сценарии жизни». Мы исследовали опыт и подходы компаний и личностей, которые занимаются программированием будущего, строя свои проекты, и в этом смысле запрос создания книги стал продолжением нашего исследования и поиском новых ориентиров.

Виктория Бежавская, руководитель центра коммуникаций GMK

СОДЕРЖАНИЕ

	ОТ ЛИЦА ОСНОВАТЕЛЯ	10
<u>01</u>	ИДТИ СВОИМ ПУТЕМ	12
<u>02</u>	РАЗРЫВАТЬ ШАБЛОНЫ	20
<u>03</u>	ИСКАТЬ СЕБЕ ПОДОБНЫХ	30
<u>04</u>	ДРУЖИТЬ ДО РЕЗУЛЬТАТА	36
<u>05</u>	БЫТЬ ОДЕРЖИМЫМ	42
<u>06</u>	СМОТРЕТЬ ЗА ГОРИЗОНТ	51
<u>07</u>	СТРОИТЬ ГОРОД ДЛЯ ЛЮДЕЙ	59
<u>08</u>	СЛУШАТЬ ВНИМАТЕЛЬНО, ОТВЕЧАТЬ ИСКРЕННЕ	70

<u>09</u>	ДЕРЖАТЬ ДРУЗЕЙ БЛИЗКО, А ВРАГОВ... НЕ ДЕРЖАТЬ	78
<u>10</u>	ПРЕПЯТСТВИЯ ПРЕВРАЩАТЬ В СИЛУ	86
<u>11</u>	ИДТИ К ЦЕЛИ, А НЕ К НАГРАДАМ	94
<u>12</u>	СТРОИТЬ НЕ СТЕНЫ, А ОТНОШЕНИЯ	100
	ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ	110
	ДЛЯ ЗАМЕТОК	112

Концепция

→ 12 принципов бизнеса-инноватора

Было важно, чтобы книга вступала в диалог с читателем и могла пробить барьер современной пресыщенности контентом, а кроме того, была интересна не только сотрудникам «ЭНКО», но и всем, кого волнует последовательный путь развития компании и команд.

Команда GMK предложила формат коротких независимых глав со вставками и отсылками. Одна глава – один принцип. Такую книгу легко читать, а изучение можно начать с любого места.



Мы сразу договорились, что это не будет стандартная книга с описанием истории компании, виньетками и позолоченными краями, где сложно продрасться через текст. «ЭНКО» требовался современный non fiction, бизнес-книга с актуальным экспертным языком и свежим форматом.

Алена Смирнова,
главный редактор книги, GMK



Дизайн

Книга должна была отражать харизму компании – по-хорошему агрессивную и динамичную. Была создана стильная концепция в фирменных цветах «ЭНКО», с добавлением огненного оранжевого.

Верстка

Навигация по книге очень простая, это фактор, который вовлекает в чтение. В начале глав добавлены специальные хэштеги, например, #продукт или #миссия, а в конце каждой главы есть краткий экспертный вывод.

Отдельными вставками выделены цитаты и мнения сотрудников «ЭНКО», которые участвовали в развитии компании. Их очень много, так что повествование становится дискретным и легким в восприятии.

Иллюстрации

Чтобы подчеркнуть креативный дух девелопера, его объекты решили изобразить в иллюстрациях и привлекли к их созданию художницу. Она творчески осмыслила продукты застройщика и нарисовала их в окружении образов и визуальных метафор.



Процесс создания

Книга стала своего рода ресерчем, в котором команды «ЭНКО» и ГКМ пытались понять, что именно ведет девелопера к успеху. В процессе богатый контекст компании поделили на блоки — от личности руководителя до подходов в создании жилого продукта — и штурмили по каждому.

На первом этапе создали и утвердила концепцию и список глав с подробным содержанием каждой; отсобеседовали и подобрали пул авторов, которые писали в нужном tone of voice.

Далее — в ГКМ разработали для авторов гайд «Как писать в книгу ЭНКО», где описали ее контент-стратегию: от тональности до облака метафор, которые подходят.

Также в процессе проинтервьюировали всех топ-менеджеров компании и ключевых сотрудников, на основе интервью создали «Матрицу фактов об ЭНКО» — таблицу, где фиксировали события и изменения в компании, мнения их участников.

Со стороны команды-исполнителя в разработке участвовали четверо, удаленная команда составила 12 человек, в том числе эксперты по созданию бизнес-книг и рецензенты.



Поиск смыслов

Искать инсайты помогал опыт и экспертиза команды GMK на рынке. Вместе с девелопером проектная группа вербализовала стратегически важные принципы, понимание продукта и маркетинговые подходы «ЭНКО».

Также применяли разные концепции лидерских soft skills, чтобы понять, почему то или иное событие привело застройщика к впечатляющим результатам — признанию в регионе и на уровне страны. Эмоциональный интеллект, адаптивность, умение управлять изменениями... По каждому пункту строили гипотезы и подтверждали в диалоге с командой девелопера.

Например, в ходе работы стало ясно, что главные двигатели компании — это одержимость делом и проактивность каждого члена команды. Само слово «одержимость» звучало на интервью не раз. А физическим символом одержимости стал клубный дом «Вертикаль» — особый объект почти для всех в компании. Так появилась глава «Быть одержимым», а ее суть раскрыли через историю создания «Вертикали».



Распространение

Книгу распространяли среди сотрудников «ЭНКО». 100 экземпляров тиража стали подарками для внешних партнеров компании. Сейчас книга доступна для аудитории потенциальных клиентов «ЭНКО»

[ее можно купить на сайте с мерчем девелопера.](#)



Книга "Компания внутреннего горения"

Новинка в бизнес-сообществе. "Компания внутреннего горения. 12 принципов бизнес-инноватора".

[В корзину](#)



Отзывы и мнения о книге



«За 10 лет мы выросли из небольшой фирмы, состоящей из десятка человек, занимающих пару кабинетов, до крупной компании, задающей стандарты в своей отрасли. Книга — это подведение итогов, вербализация наших паттернов и ценностей, к которым мы пришли за эти годы.

У книги несколько целевых аудиторий. В первую очередь, это инструмент HR-брендинга, направленный как на внутреннюю аудиторию (собственные сотрудники), так и на внешнюю (потенциальные). Нужно понимать, что в текущих реалиях HR-рынок сместился со стороны работодателя в сторону соискателя. С каждым годом все сложнее найти высококвалифицированных специалистов и, судя по всему, далее эта проблема будет только усугубляться.

Добавляет проблем тот факт, что многими людьми строительная отрасль воспринимается очень консервативной и, можно сказать, патриархальной. Своими историями в книге мы постарались развеять данный миф. Книга написана на основе интервью с топ-менеджментом компании, практически половина книги — это прямая речь. Мы именно так общаемся между собой и так же принимаем решения.

Результатом работы довольны, готовы повторить через 10 лет).

Вадим Толчеев, директор
по информационной политике ГК «ЭНКО»



Отзывы и мнения о книге

Когда берешь книгу в руки, по ощущениям напоминает что-то ценное, что хочется беречь, сочетание бархатного переплета и глянцевых букв заставляет руку ее гладить и возникает ассоциация с «лампой Алладина»: погладишь – и будет чудо!

По размеру книги думается, что внутри инструкция, у меня возникла ассоциация, что в ней написаны шаги к действию, как «рецепт» и думается, что сейчас открою и пойму, какое блюдо я хочу приготовить.

Сначала просто пролистала все страницы, как комикс, но поняла, что ее хочется читать потому как тексты написаны разными шрифтами и однозначно выделяют главное. Начав читать с первых страниц, понимаешь, что рассказывается история, которая создавалась годами по крупицам, по фразам, по ощущению людей!

Гордо, что ты так же причастен к этой истории, созданию большого успеха и запечатлению в истории навсегда. В один момент возник образ: как будто я уже пенсионного возраста сижу в кресле-качалке и прочитываю книгу вновь, вспоминаю, как это было, где-то сложно, где-то напряженно, где-то казалось, что невозможно сделать такой результат, который нужен компании, а понимаешь, что нужно больше, но встряхнувшись, скажешь себе внутри – соберись тряпка) Бежишь дальше, порой хотелось уйти в тайгу и пожить в тишине, чтоб вновь набраться сил встать и идти вперед.

Люблю выражение: если сильно захотеть, можно в космос полететь! В очередной раз убеждаюсь, люди – это главное! Ведь если все дышат одним воздухом, едят из одной миски, они доверяют друг другу, а это значит успех!

Алёна Гоглачева,
руководитель офиса продаж «ЭНКО»





Отзывы и мнения о книге

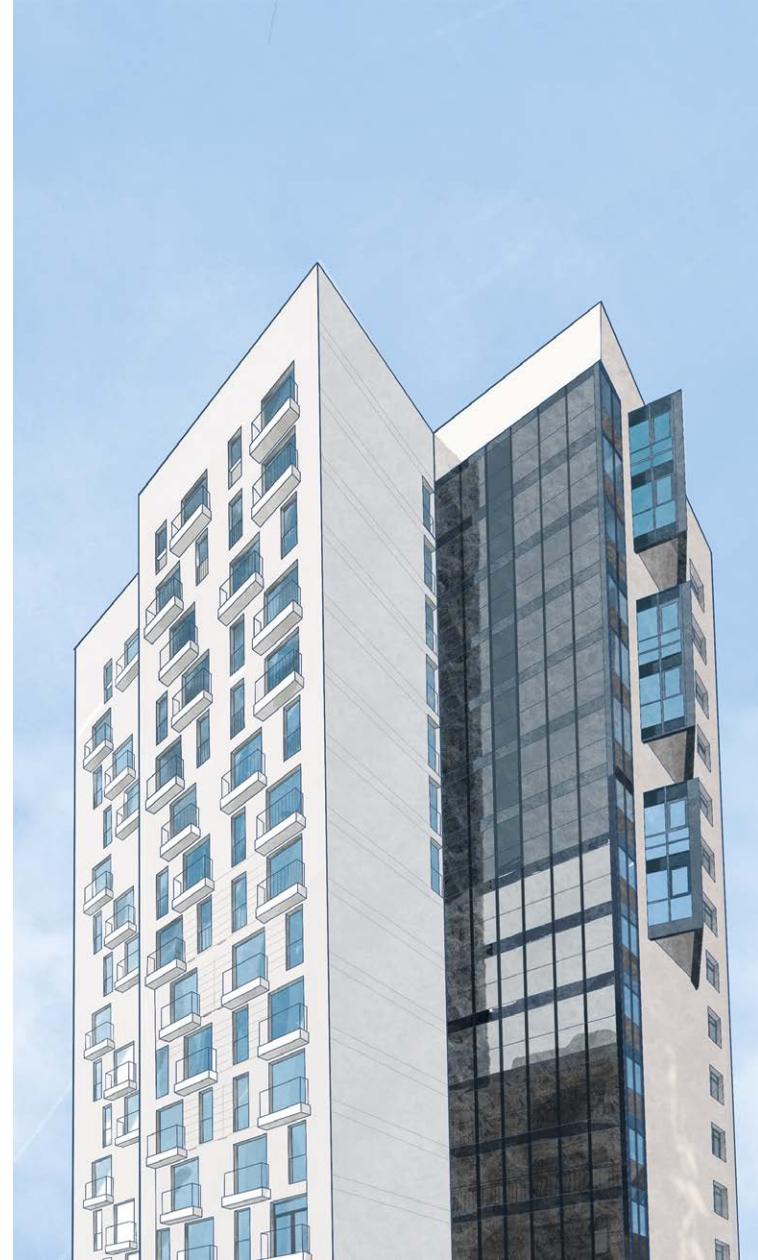
Корпоративная книга «Компания внутреннего горения» вызвала у меня только положительные эмоции. Мне было очень любопытно, с чего все начиналось, и как закладывался фундамент такой стабильной и успешной компании.

Самое главное, что книга еще раз подтвердила, что главное в компании для руководства – это люди. Какой-то особенный подход к каждому сотруднику, с годами люди стали одной большой семьей, это говорит о том, что климат и обстановка комфортная, есть возможность расти и развиваться вместе с компанией, в чем я и сама убедилась.

В книге описываются многие интересные моменты и ситуации, благодаря которым и были сформированы ценности компании и качества сотрудников. Формат книги очень интересный, читается легко, благодаря большому количеству воспоминаний и мнений людей, стоящих у истоков.

Интересно было читать, как шаг за шагом, плечом к плечу, в компании единомышленников, похоже думающих, мечтающих. Елене Валериевне удалось создать, сохранить и приумножить свою команду, одержимую общей целью).

Анна Петелина, ведущий специалист
отдела оформления сделок ЭНКО





Отзывы и мнения о книге

Села и сама не ожидала как за пару часов прочитала ее на одном дыхании (в пятницу вечером :))). Книга написана простым, доступным языком; что особенно здорово — это прямая речь и цитаты людей, творивших историю ЭНКО на протяжении этих 10 лет. Какие-то факты знала, а что-то узнала о нашей компании впервые. При этом она даёт четкое осознание того, что на самом деле стоит за нынешним статусом и лоском компании ЭНКО: это каждодневный труд, желание изменить город и мир к лучшему, нескончаемая энергия молодой и инновационной команды, а также преданность своему делу и своим жизненным принципам.

Когда перед тобой бизнес, прочно стоящий на ногах, занимающий топовые позиции во всевозможных рейтингах, нам кажется, что так было всегда и никто не задумывается, с чего все начиналось. Эта книга даёт понимание того, как по крупицам, усилием воли хрупкой молодой женщины создавался огромный успешный бизнес. Эти уникально!

На протяжении всей книги тебя пронизывает великая гордость за причастность к данной компании, ее людям и особенно к ее руководителю. Это небольшое, на первый взгляд, произведение настолько многогранное, что описать все мысли и чувства, происходящие в твоей голове во время прочтения просто невозможно. Еще у Книги есть особое «послевкусие» после прочтения — она вдохновляет, заряжает тебя на новые действия, призывает не останавливаться на достигнутом и уж точно не бояться трудностей. И двигаться только вперед. Поистине — нет ничего невозможного и нас ждут великие дела!

Юлия Файзулина,
коммерческий директор ЭНКО





Отзывы и мнения о книге

Книга читается на одном дыхании. Казалось бы, все, о чем написано, нам хорошо известно — ведь мы именно так и живем. Но факт того, что весь опыт, знания и принципы ведения бизнеса были систематизированы, просто здорово! Названия глав и современная верстка просто супер.

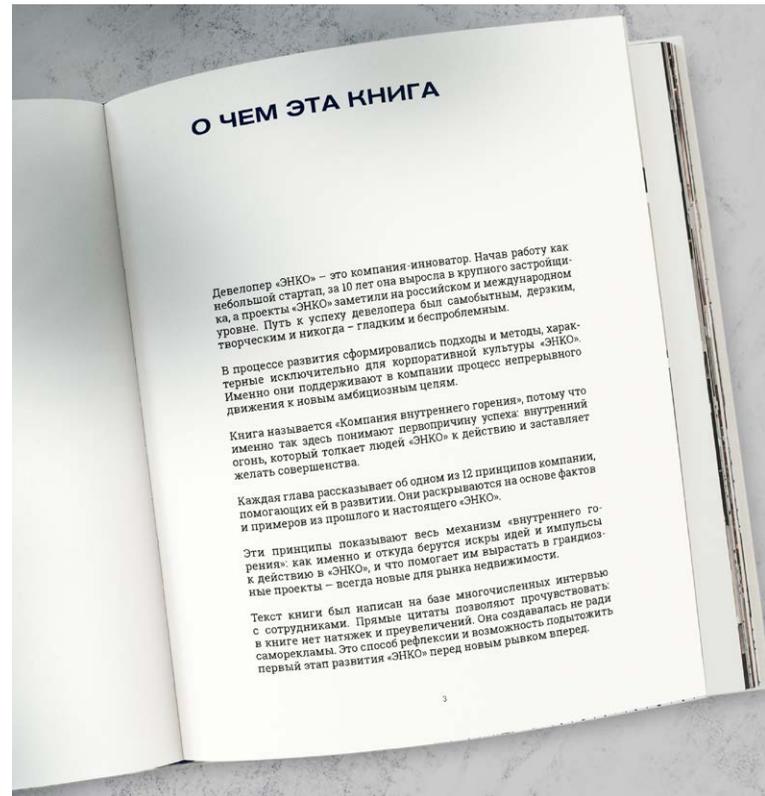
Что помогла понять книга? Что все всегда начинается с головы, в нашем случае — с собственника и идеолога, что нам очень-очень повезло.

Компания растет и книга просто бесценна как инструмент в работе HR, в возможности так детально разъяснить ценности компании. Бесспорно, что эта книга — и крутой PR-продукт. И ценность ее будет возрастать с каждым годом.

Светлана Таран, руководитель
Службы клиентского сервиса ЭНКО

Книга написана лёгким слогом, поэтому читается быстро (залпом). Поразительно, как в такой маленькой книге авторы умудрились вместить 10 лет жизни компании. Всё очень чётко, лаконично, по полочкам. С одной стороны, написано про людей, профессионалов: про их амбиции, цели, достижения результатов, а с другой стороны — веет чем-то домашним и родным. В общем, читайте и наслаждайтесь!

Виктор Смирнов,
главный инженер «ЭНКО»



Параметры печати

Книги напечатаны в московской типографии в количестве 500 штук, формат А5, cover-book.
Для 100 экземпляров были заказаны специальные брендированные коробки – их подарят партнерам.

