



26 марта 2009, четверг

Свежий номер • Архивы • Рассылки • Карта сайта

Українського

КОНТРАКТЫ UA	Деловые новости	Пресс-релизы	Бизнес-события	Форум	Личный счет	Авто	Нед
---------------------	-----------------	--------------	----------------	-------	-------------	------	-----

Украинский деловой еженедельник "Контракты" / № 12 от 23-03-2009

РЕКЛАМА П

ПОИСК

В этом номере:

- ▶ Тема номера
- ▶ Эпицентр
- ▶ Деньги
- ▶ Рынки и Компании
- ▶ Автоклуб
- ▶ Секрет фирмы
- ▶ Маркетинг
- ▶ Содержание

В "Контрактах":

- Свежий номер
- Архивы
- Об издании
- Редакция
- Подписка 2009
- Реклама в газете
- "Конкретно о..."
- "КАК КУПИТЬ"
- "Гвардия"

На сайте:

- Новости компаний
- Рассылки сайта
- Реклама на сайте
- Каталог ссылок
- Контакты
- Карта сайта

Сделать стартовой

Добавить в избранное

RSS rss каналы

Реклама:

Маркетинг

Удар мелком

Алексей ГОШ, директор по коммуникациям Reputation Capital



Crayola LLC избежала потерь в ситуации, которая другим американским компаниям принесла \$275 млрд убытков. Асбестовый скандал не оставил заметных шрамов на имидже компании и ее столетнего бренда Crayola

Crayola — один из наиболее популярных детских брендов Нового Света. По данным исследовательского агентства Sheila Greco Associates (США), узнаваемость этой ТМ среди американских потребителей составляет 99%. Впрочем, детские товары компании Binney & Smith (так она называлась до 2007-го) не были ее первой продукцией, ведь начинала она в 1885 году с выпуска красителей для автомобильных шин. В 1900-м ассортимент пополнился новой продукцией — грифельными карандашами для школьников. А в 1902-м компания удостоилась золотой медали Всемирной выставки в Сент-Луисе за изобретение принципиально нового крепкого мела. Еще через год специалисты Binney & Smith представили рынку первый детский цветной мелок Crayola. Новый бренд стремительно набирал популярность. Репутация ТМ не пострадала даже после того, как контролирующие органы США заподозрили, что в этих мелках содержится вещество, вызывающее онкологические заболевания.

Асбестовая угроза

В начале 1970-х годов разразился один из крупнейших корпоративных скандалов в истории США. Несколько медицинских центров, проводивших независимые исследования, одновременно пришли к выводу, что асбест вреден для здоровья. Этот строительный материал попал в черный список канцерогенных веществ. В считанные дни на химические концерны и страховые компании обрушилась лавина судебных исков от людей, в разное время работавших на химических производствах. Многие крупные корпорации оказались на грани краха.

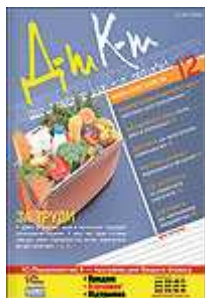
В р
•)
• (кри
• f
уво

Украина

Ускоренная регистрация торговой марки -не выходя из офиса (700 грн)
ipua.com.ua

Издания "ГК":

Бухгалтерский еженедельник "ДЕБЕТ-КРЕДИТ"



№12/2009

Взросла

Ответственность за невыплату зарплаты :: Заполнение ГТД после изменений :: Доход нерезиденту — только при наличии ИНН...

Рейтинги "ГВАРДИЯ"



Гвардия руководителей - рейтинг руководителей украинских компаний.

Каталог "Конкретно о строительстве"



Мелки с человеческим лицом отбеливают репутацию

А в 2000-м провинциальная газета Seattle Post-Intelligencer, регулярно публиковавшая результаты журналистских расследований, заказала двум сертифицированным лабораториям тест. Он должен был проверить версию о наличии асбеста в рисовальных мелках. Согласно официальному релизу, в трех из восьми наиболее распространенных брендах было обнаружено присутствие опасного вещества.

В течение двух суток эта информация появилась на обложках ведущих американских изданий. Первой под ударом оказалась компания Binney & Smith — самый крупный производитель мелков. Собственное расследование начала Комиссия по безопасности потребительских товаров. Ее пресс-атташе Расс Рэйдер заявил, что это первый инцидент, когда под подозрением оказалась данная продукция. «В любом случае, мы намерены провести собственные тесты детских мелков», — сообщил он.

Выигранное время

По одной из версий, высказанной на закрытом совещании руководства Binney & Smith, публикация в Seattle Post-Intelligencer была инициирована одним из конкурентов, который таким образом стремился увеличить свое присутствие на рынке. Впрочем, топ-менеджеры отказались от идеи организации обличительной кампании в прессе — это лишь подогрело бы скандал. Binney & Smith нужно было во что бы то ни стало сохранить доверие покупателей.

Поэтому руководство компании инициировало собственные исследования продукции, а также заявило о готовности предоставить результаты представителям контролирующих органов. В течение нескольких дней после обнародования нелицеприятной информации Binney & Smith выпустила официальный пресс-релиз, где отмечалось, что, согласно результатам исследований, в мелках Crayola асбеста нет.

Асбестовый скандал не оставил шрамов на репутации Crayola

**"Конкретно о
строительстве"
№12-2008**

Строительство, ремонт,
материалы,
инструменты

**Каталог
"Как купить ..."**



**"Как купить ..."
№4-2008
АВТОМОБИЛЬ**

Реклама:

Объективности полученным результатам придавало участие в процессе тестирования авторитетного специалиста Ричарда Ли, более 250 раз привлекаемого по «асбестовым делам» в качестве эксперта.

Молниеносный ответ сыграл положительную роль, но этого оказалось недостаточно. Некоторые школы проинформировали родителей учеников о том, что популярные мелки будут изъяты из классов. По словам директора La Petite Academy Энжи Доррелл, «предусмотрительность никогда не бывает лишней, особенно если речь идет о безопасности и благополучии 80 тыс. детей».

В то время как Binney & Smith тестировала свою продукцию,



агентство Cone, нанятое для проведения коммуникационной кампании, изучало мнения ученых. Агентство обнаружило: не все медики разделяли мнение о том, что небольшое количество вещества может негативно повлиять на самочувствие человека. С точки зрения многих специалистов, наличие малой толики асбеста в мелках — еще не повод для паники.

На этом мнении и была построена коммуникационная кампания. Массмедиа приняли данную точку зрения, ее озвучили в прессе и на телевидении. В частности, в телерепортажах эта информация появлялась 1400 раз. Таким образом Binney & Smith удалось выиграть время и взять тайм-аут до оглашения результатов независимых исследований. Замеры показали: уровень доверия к компании и бренду Crayola в этот период не снизился — потребители ждали реакции госорганов.

Спустя две недели после появления первых публикаций о наличии в мелках асбеста был оглашен отчет Комиссии по безопасности потребительских товаров США, который снял все подозрения. Тем не менее, чтобы избежать подобных ситуаций в будущем, руководство Binney & Smith решило изменить технологию производства мелков, о чем было сообщено в телеэфире.

В угоду потребителю

Несмотря на то что мелки официально были признаны безопасными, представители Binney & Smith поспешили заверить: компания готова изменить технологию производства, если регулирующие органы сочтут это необходимым. Дело в том, что, по мнению экспертов, асбест мог попасть в мелки вместе с тальком, используемым в производственном процессе.

«Мы абсолютно уверены в безопасности нашей продукции, однако уже начали разработку альтернативной технологии, не предполагающей использование талька», — заявила пресс-секретарь Binney & Smith Трейси Моран.

А спустя несколько дней директор Комиссии по безопасности потребительских товаров Анна Браун сообщила, что компания



согласилась изменить технологию производства мелков Crayola во избежание даже теоретической возможности попадания канцерогенного вещества в продукцию.

Не последнюю роль в безболезненном выходе Binney & Smith из репутационного кризиса сыграло активное сотрудничество с Комиссией по безопасности потребительских товаров, к мнению которой американцы традиционно прислушиваются. Вскоре после событий 2000 года Binney & Smith вошла в добровольное объединение крупнейших производителей, созданное по инициативе Комиссии. Такие известные компании, как IKEA, Johnson & Johnson, Lego Systems, Inc., Levi Strauss & Company, McDonald's Corporation, обязались следовать специально разработанному своду правил, направленных на обеспечение высокого качества выпускаемых товаров.

В результате антикризисной кампании Binney & Smith удалось достичь двух целей: быстро восстановить прежний уровень продаж и сохранить бренд, который по-прежнему входит в десятку наиболее популярных в США торговых марок. Еженедельник Wall Street Journal отметил, что асбестовый скандал не оставил заметных шрамов на имидже компании и ее столетнего бренда Crayola.

Цена вопроса

Что произошло с жертвами асбестового скандала



Публикация в Seattle Post-Intelligencer спровоцировала новую волну интереса общественности к «асбестовому делу» и новые иски. Это привело к значительным колебаниям на фондовом рынке: инвесторы перестали верить в надежность большинства компаний, замешанных в судебных разбирательствах. В 2003-м лидер в области инженерных решений — концерн ABB — выплатил по «асбестовым» искам \$252 млн, общий же размер «контрибуции» достиг \$5 млрд. Такие гиганты, как Halliburton, Dow Chemical и Minnesota Mining & Manufacturing, пытались делать хорошую мину при плохой игре, пока в конце 2001 года один из них — концерн Halliburton — не проиграл по трем крупным «асбестовым» искам. Всего за три десятилетия против этой компании было подано 340 тыс. исков, из которых 194 тыс. урегулированы либо в суде, либо путем мирного соглашения. Акции Dow Chemical за считанные дни упали почти на 30%. Число исков против Minnesota Mining & Manufacturing достигло 20 тыс.

В результате асбестового скандала банкротами стали более шестидесяти фирм, которые так и не смогли компенсировать ущерб пострадавшим. Многие судебные тяжбы длятся до сих пор. Ожидается, что только в США может быть выплачено около \$275 млрд. В Европе эта сумма составит \$80 млрд.

Оружие победителя

Что помогло Binney & Smith без потерь выйти из кризиса

- Быстрая разработка и внедрение антикризисного плана
- Привлечение к процессу авторитетных специалистов
- Построение эффективной системы коммуникаций
- Сотрудничество с контролирующими органами
- Готовность идти на существенные уступки в угоду потребителям
- Кредит доверия потребителей

[Обсудить на форуме](#)

[Вверх](#) 

 [Версия для печати](#)

 [Отправить почтой](#)

 [Оценить статью](#)

 [Ваш комментарий](#)

[Главная](#) - [Свежий номер](#) - [Архивы](#) - [Новости компаний](#) -
[Подписка 2009](#) - [Реклама](#) - [Карта сайта](#) - [Рассылки](#) - [Поиск](#)



©Контракты, 2009 Копирование и размещение материалов на других сайтах разрешается только с ГИПЕРссылк <http://kontrakty.com.ua> - КОНТРАКТЫ. Ссылка должна быть - прямая, активная, нескриптовая, не закрытая от запрещенная для следования робота.

Редакция: gazeta@gc.kiev.ua, т/ф:(044) 391-51-75. Интернет-проект: kontakty@kontrakty.ua