



КАК UNILEVER В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ ОТЛАЖИВАЛ СВОЮ БИЗНЕС-МОДЕЛЬ В РОССИИ, УКРАИНЕ И БЕЛАРУСИ.

Или история о том, как производителям пищевой продукции и товаров первой необходимости пришлось продолжать работу в условиях пандемии.



БЕЗОПАСНОСТЬ В ПРИОРИТЕТЕ.

Регина Кузьмина, Президент компании в России, Украине и Беларуси:

"Для компании Unilever как производителя пищевой продукции и товаров повседневного спроса было очень важным соблюсти 2 приоритета: прежде всего, обеспечить безопасность наших сотрудников и обеспечить коммерческие и некоммерческие организации, школы, больницы и население теми товарами из нашей продуктовой линейки, которые необходимы в сложившейся ситуации".

Уже с 17 марта все сотрудники Unilever, у которых не было острой необходимости физически присутствовать в офисах, на фабрике или на складе перешли на дистанционный режим работы. Всем сотрудникам было рекомендовано прекратить бизнес-командировки.

В течение пары дней тысячи сотрудников в России, Украине и Беларуси полностью изменили свои методы работы, перенесли все собрания и звонки в пространство MS Teams.

«Наши фабрики продолжают работать и многие из них на полную мощность, но в особом санитарном режиме», - заявил вице-президент компании по производству и поставкам Константин Войтиков.

На производстве ещё раньше были предприняты защитные меры. С 12 марта 2020 года на всех площадках, в офисах, на производстве, на складах Unilever в России, Украине и Беларуси введён специальный пропускной режим для

производственного персонала и сотрудников подрядных организаций, включая транспортно-логистические компании.

На предприятиях обеспечены все необходимые меры санитарной обработки и дезинфекции. Все, кто получил доступ на фабрики Unilever, обеспечены средствами индивидуальной защиты (СИЗ) - масками, перчатками, дезинфицирующими гелями - для защиты здоровья и безопасности.

Сотрудники отдела продаж продолжили работу с использованием средств индивидуальной защиты. Unilever обратился к партнёрам с предложением следовать рекомендациям ВОЗ для обеспечения специальных санитарных режимов для их производственных площадей, персонала логистики и отдела продаж.

Все рекомендации ВОЗ были учтены также в подразделениях компании Unilever в Украине и Беларуси.

Василий Бовдилов, руководитель Unilever в Украине:

"Украина, как и Россия, борется с коронавирусом. Наша Гостомельская чайная фабрика работает по протоколу уровня 3 (протокол безопасности). Несмотря на карантин в Украине и объявление чрезвычайного положения в Киевской области, заводской команде удалось организовать процессы для обеспечения бесперебойных поставок чайной продукции".

Павел Странченко, руководитель Unilever в Беларуси:

"В Беларуси на уровне государства не объявлены никакие меры изоляции и карантинные меры, но рекомендации нашей компании, которые достаточно жёсткие, -- они 100% поддерживаются нами и в Беларуси".

СОЛИДАРНОСТЬ И ПОСИЛЬНАЯ ПОМОЩЬ.

В солидарность с врачами заводские работники и сотрудники отдела продаж компании присоединились к глобальному движению #StayHome, призывая граждан наших стран следовать рекомендациям ВОЗ и соблюдать режим социальной дистанции, в то время как мы выполняем все необходимое - производим и поставляем на рынок необходимые товары для предотвращения дефицита в магазинах.

В первых числах апреля мы присоединились к благотворительной акции «Корзина Доброты», которую совместно с фондом продовольствия «Русь» и торговым партнёром X5 Retail Group было решено расширить, чтобы помочь пенсионерам получить всё самое необходимое не выходя из дома.

12 000 единиц продукции Unilever, таких как: чай Lipton, мыло Camay, зубную пасту Лесной бальзам и дезинфицирующий гель Domestos дополнили продуктовые наборы для одиноких пенсионеров, которые проживают в наиболее пострадавших от вспышки коронавируса регионах.

Видя, сколько усилий затрачивается органами здравоохранения для предотвращения распространения коронавирусной инфекции, компания Unilever не могла оставаться в стороне.

В общей сложности мы передали порядка Компания передала персоналу 12 инфекционных больниц Москвы, Санкт-Петербурга и Екатеринбурга чёрный и травяной чай Lipton, Saito и Sir Thomas Lipton, дезодоранты Dove, жидкое мыло и кремы для рук "Бархатные ручки", а также средства для ухода за полостью рта "Лесной бальзам".

СОЦИАЛЬНО ОТВЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО И БРЕНДЫ.

Unilever активировал все свои ресурсы, чтобы удовлетворить спрос на средства личной гигиены и бытовой химии, необходимые и для тех, кто вынужден оставаться дома, и для тех, кому нужно идти на работу.

В рекордные сроки мы вывели на рынок продукт, которого у нас не было в линейке на сегодняшний момент. Это дезинфицирующие средства для рук под торговыми марками "Бархатные ручки" и "Глорикс".

В России мы усилили коммуникационную кампанию Domestos, чтобы обратить особое внимание людей на важность надлежащей гигиены в текущей ситуации.

А наш активный бренд Rexona, который всегда призывал двигаться больше, организовала конкурс #БольшеДвиженияДома, делась с подписчиками способами, как двигаться дома больше.

Чтобы поддержать сидение дома Lipton запустил в Instagram флешмоб под названием #БудьБлижеПозвониМаме с призывом включать видеозвонки не только по работе: почему бы не позвонить маме, друзьям и вместе не выпить чаю...

Чайный бренд Saito изменил правила акции, которую запустил ранее в сети магазинов «Магнит», - учитывая ограничения перелётов между странами, добавил возможность выбора между авиабилетами в Японию и денежным эквивалентом стоимости этих билетов.

Регина Кузьмина:

"Работа в условиях пандемии – это непростая работа. И так же, как сложные условия раскрывают всё самое лучшее либо худшее в людях, так и эта непростая ситуация позволила нам как компании понять, чего мы стоим, и насколько мы верны нашей цели.

Меня очень радует и очень вдохновляет та работа, которую я вижу каждый день.

Это та работа, которую любят, та работа, которая нравится, которая приносит огромное удовлетворение. А это значит, вместе мы справимся!"