

29 декабря 2023

Дмитрий Кочанов, MONS — от департамента внутри ИТ-компании до бизнеса на миллиард



Дмитрий Кочанов,
генеральный директор
компании MONS (входит в ГК
«КОРУС Консалтинг»)

На вопросы TAdviser о ситуации на рынке, запуске нового бренда в сегменте поддержки, модернизации ИТ и инженерной инфраструктуры ответил Дмитрий Кочанов, генеральный директор компании MONS (входит в ГК «КОРУС Консалтинг»).

Задачи должны быть амбициозными, но реально достижимыми, а инвестиции — взвешенными и последовательными.

В КАКИХ СЕГМЕНТАХ ИТ-РЫНКА РАБОТАЕТ КОМПАНИЯ? КАКОВА РЫНОЧНАЯ СИТУАЦИЯ?

Мы работаем по нескольким направлениям: инженерная и ИТ-инфраструктура, техническая поддержка и эксплуатация, поставка ПО и оборудования, разработка и исследования в этих областях. С одной стороны, на рынке уже есть пул сильных игроков, показывающих ежегодный стабильный рост бизнеса. С другой — появляется много молодых компаний, стартапов с новыми решениями и продуктами. При этом, в связи с изменениями на рынке и устойчивым трендом на импортозамещение, каждая компания в своем сегменте имеет возможность развиваться. Например, выручка MONS ежегодно увеличивается на 30%.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ ОСТАЕТСЯ ГЛАВНЫМ ДРАЙВЕРОМ РАЗВИТИЯ РЫНКА?

Это один из самых важных трендов, но не единственный. Информационные системы усложняются, требуют все больше вычислительных мощностей, дополнительных экспериментов, запуска пилотных проектов. Все это также поддерживает тренд на использование облачных технологий.

MONS — БРЕНД, КОТОРЫЙ ВЫШЕЛ НА РЫНОК В 2023 ГОДУ, ПРИ ЭТОМ В КОМПАНИИ УЖЕ БОЛЬШЕ 110



СОТРУДНИКОВ И ВЫРУЧКА ПРИБЛИЖАЕТСЯ К МИЛЛИАРДУ РУБЛЕЙ В ГОД. КАК КОМПАНИЯ ДОСТИГЛА ТАКИХ РЕЗУЛЬТАТОВ?

MONS — это компания, которая появилась в рамках платформы «КОРУС Консалтинг». Наша команда начинала свой путь как департамент ИТ-аутсорсинга, в зоне ответственности которого были инженерная и ИТ-инфраструктура, а также техническая поддержка клиентов. Фактически у нас была возможность расти «под крылом» большой ИТ-компании — мы пользовались корпоративными службами и сервисами, применяли проверенные годами методики продаж и проектного управления, имели доступ к общей клиентской базе. При этом мы чувствовали себя довольно самостоятельными — формировали команды, собственные внутренние процессы и несли ответственность за финансовые результаты подразделения. Год назад мы приняли совместное решение о том, что инфраструктурный бизнес должен иметь собственный бренд — это поможет нам усилить свое присутствие и узнаваемость на целевых рынках.

ТО ЕСТЬ MONS НЕ СТАРТАП, А УЖЕ СЛОЖИВШИЙСЯ БИЗНЕС?

Безусловно. По многим направлениям уже в момент создания отдельного бренда наша выручка превышала 100 млн. рублей, а проектный опыт насчитывал десятки внедрений. На данный момент мы реализовали более 150 проектов в различных отраслях. Так что — да, это не стартап, а сложившийся

бизнес, который пошел своей дорогой.

И ВСЕ-ТАКИ, ЗАЧЕМ НАПРАВЛЕНИЮ, КОТОРОЕ БОЛЬШЕ ПЯТИ ЛЕТ УСПЕШНО РАЗВИВАЛОСЬ В РАМКАХ БОЛЬШОЙ ИТ-КОМПАНИИ, ВЫДЕЛЯТЬСЯ В ОТДЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС И СОЗДАВАТЬ СВОЙ БРЕНД?

Это повышает эффективность управления командой, но, что еще важнее, — дает возможность сформировать собственную стратегию, ценности и миссию.

В ЧЕМ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ МИССИЯ НОВОГО БРЕНДА?

Миссия бренда MONS — освободить время клиента для самого важного в его бизнесе. Мы обеспечиваем безупречную работу технологических ИТ-решений, программных продуктов и процессов, чтобы у наших клиентов появилось время на реализацию новых возможностей.

ПОЧЕМУ ДЛЯ ВЫВОДА НОВОГО БРЕНДА НА РЫНОК БЫЛ ВЫБРАН ИМЕННО 2023 ГОД?

Чтобы успешно отделиться от головной компании в дочерний бизнес, необходимо соответствовать определенным критериям по выручке, сформировать сильную экспертную команду, четко определить цели и ценности нового бренда. Для нас этот момент настал в начале 2023-го года.



КАКУЮ РОЛЬ В ЗАПУСКЕ БИЗНЕСА СЫГРАЛА МАТЕРИНСКАЯ КОМПАНИЯ? КАК ВЗАИМОДЕЙСТВУЕТЕ С НЕЙ СЕЙЧАС?

Возможность выделения в отдельную компанию и создание собственного бренда — это для нас большой кредит доверия, дающий возможность дальнейшего активного развития. С «КОРУС Консалтинг» взаимодействуем постоянно — находимся в одном офисе, пользуемся общими информационными системами и корпоративными сервисами. Кроме того, мы часто реализуем совместные проекты, предоставляя клиентам максимально широкий набор компетенций.

КАК ВСЕ ЭТО ПРОИСХОДИТ НА ПРАКТИКЕ?

Например, у компании MONS есть своя кадровая служба, а в головной компании есть акселератор HR-идей, который во многом определяет выбор правильной стратегии развития сотрудников, делится опытом. Такой же характер взаимодействия идет по многим направлениям — маркетинг, продажи, проведение тендеров и так далее.

ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ ДЛЯ ВАС И ДЛЯ КОМАНДЫ ПОСЛЕ ВЫДЕЛЕНИЯ В САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ БРЕНД?

Появилось еще больше ответственности за результат, сотрудников, репутацию собственного бренда. Мы сами формируем собственную стратегию развития и определяем инструменты для ее реализации. Цена ошибки возрастает и, конечно, порой приходится принимать непростые решения. Например, инвестировать в открытие нового направления или нет. Определить объем инвестиций, срок окупаемости, продумать план действия в случае неудачи. Кроме того, при управлении подразделением внутри компании всегда есть возможность некоторым образом разделить ответственность между несколькими руководителями внутри команды, а при появлении собственного бизнеса такой вариант невозможен.

КАКИЕ СЕЙЧАС ПЕРЕД ВАМИ СТОЯТ ПЕРВООЧЕРЕДНЫЕ ЗАДАЧИ?

Мы хотим расширить линейку собственных продуктов и услуг. Например, сейчас мы активно работаем над созданием ноутбука MONS. В «начинке» ноутбука будет все, что нужно для комфортной и быстрой работы — процессор Intel 13-го поколения, TPM-модуль для обеспечения безопасности, диагональ 14 или 15,6 дюймов, возможность модернизации жесткого диска и памяти, широкий набор портов. Продукт будет включать не только сам ноутбук, но и сервис, который мы будем предоставлять силами своих инженеров — заливка образа, оперативный ремонт, компонентная замена, подменный фонд, неснижаемый складской запас и другие услуги. Запуск запланирован на апрель-май 2024 года.

БЕЗ ЧЕГО ТОЧНО НЕ БЫЛО БЫ MONS?

Без команды единомышленников, творческого потенциала молодого коллектива и веры в то, что мы способны это сделать. Через бренд мы выражаем характер команды, наше отношение к делу. И одновременно наделяем нашу деятельность особым смыслом, понятным рынку и клиентам.

КАК МОЛОДЫМ КОМАНДАМ ДОСТИЧЬ ТАКИХ ЖЕ РЕЗУЛЬТАТОВ? ГДЕ БРАТЬ ИНВЕСТИЦИИ НА РАЗВИТИЕ?

Есть различные модели развития, одна из них — рост за счет внешних инвестиций. Другая — эволюционная, за счет инвестиций из собственной выручки. Вторая модель не дает экспоненциального роста, но я считаю, что постепенное развитие позволит компании быть более устойчивой к происходящим на рынке изменениям. Мой совет молодым командам — не ставить перед собой «сверхцели». Задачи должны быть амбициозными, но реально достижимыми, а инвестиции — взвешенными и последовательными.