Новый бренд на оконном рынке

Создание и вывод на рынок нового бренда становится вопросом выживания компании, работающей на оконном рынке. Выиграть войну за рынок сможет тот, кто верно почувствует потребности, изменившиеся вместе с экономической ситуацией.

Эксперты утверждают, что Россия стоит на пороге маркетинговых войн: уже сейчас компании вынуждены сражаться за место под солнцем, а раскрутка новых брендов становится вопросом выживания компании, а не получения дополнительной прибыли.

Бренды российских производителей пластиковых оконных профилей стали серьезными конкурентами западным торговым маркам. Период экономического роста, происходивший последние годы, позволил создать в России мощные предприятия, оснащенные самым современным оборудованием. Новейшее экструзионное оборудование позволяет выпускать профили с отличными геометрическими и физическими характеристиками. Заметно возросший опыт технологов, многие из которых прошли практику на западноевропейских предприятиях, позволяет им разрабатывать оптимальные рецептуры смесей для экструдирования. Физические свойства российских оконных ПВХ-профилей отвечают всем требованиям ГОСТов и по определенным параметрам даже превосходят их.

Резкое ухудшение экономической ситуации, начавшееся в России с конца 2008 года, значительно изменило приоритеты на рынке производителей пластиковых оконных профилей. Западные производители, ведущие расчеты стоимости своей продукции в Евро, теперь не могут обеспечить конкурентоспособную цену на производимые профили. Если до 2009 года цена на профильные системы различных марок находилась в одном ценовом диапазоне, то теперь профили российского производства с фиксированной рублевой ценой пользуются повышенным спросом у производителей окон.

На первом этапе просматривалась тенденция к поиску самых дешевых предложений на рынке. Сейчас ажиотаж спал, и производители начали искать качественную замену резко подорожавшим иностранным профильным системам. Соответственно, «самые дешевые» профили не могут полностью заменить потребности производителей окон. Качество таких профилей не отвечает современным требованиям, а качественное окно изготовить и смонтировать с использованием таких материалов очень трудно.

Опираясь на накопленный опыт, совместно с крупнейшими производственными компаниями России было принято решение выводить на рынок новую профильную систему GOODWIN. Оконный ПВХ-профиль, имеющий конкурентоспособную цену должен дополнить и существенно расширить предложение для производителей пластиковых окон.

GOODWIN – абсолютно новый бренд на рынке профилей и комплектующих для производства светопрозрачных конструкций. По мнению экспертов, несколько лет назад можно было вкладывать деньги просто в массированную рекламу товаров и получать свою прибыль. Сейчас придерживающиеся этой стратегии компании начали терять деньги и осознали необходимость интеллектуальных вложений в создание сильного бренда. Понятие точного позиционирования на рынке перестает быть чисто умозрительной категорией, становясь жизненной необходимостью. Весной 2009 года только начинается вывод на рынок бренда GOODWIN. Оконные профили, комплектующие и другая продукция, которая будет продаваться под этой торговой маркой, ориентированы на производителей окон, в основном работающих на частного потребителя. Точное соответствие характеристик продукции современным представлениям о качестве дает гарантию стабильного спроса. Продукция под маркой GOODWIN будет обладать только реальными преимуществами, востребованными и необходимыми потребителю.

Первым продуктом, выпущенным под маркой GOODWIN, будет оконный профиль классической конфигурации с хорошо отработанными геометрическими параметрами, качеством поверхности и прочностными характеристиками.

GOODWIN®
Новая система оконных профилей
www.good-win.ru
(495) 589 18 89