



# Евроклеи. Сезон 2010

Когда бизнес-проект из плана на бумаге воплощается в действующее предприятие, и эмоции от осознания того, что цель достигнута, уравниваются, наступает следующая фаза бытия – трудовые будни. Российская производственная компания «Евроклеи» стартовала с выпуском клеевых систем для ламинации в 2008 году. Традиционно новый сезон для участников рынка производителей изделий из экструдированного ПВХ начинается, как и всегда в первом квартале нового года, не спеша, медленно. Новый сезон 2010 года начинается тяжело. Что происходит с производством в этот период, мы узнаем у соучредителя компании «Евроклеи» Алексея Валерьевича Ярославцева.

**Редакция:** Алексей Валерьевич, как «Евроклеи» начал сезон 2010?

**Алексей Ярославцев:** С выпуска нового продукта – EuroBOND PUR Hot Melt (реактивный термопластичный клей для ламинации).

**Редакция:** Новый продукт это очень хорошо. А что со старым?

**Алексей Ярославцев:** Два производственных года – не очень большой срок, поэтому я разделю наш ассортимент не на новый и старый, а на две разные линии продукта (по технологии их переработки), но для одного конечного результата – ламинации субстрата полимерными пленками. Сейчас в нашей производственной программе пятнадцать продуктов: клеи для ламинации профильных изделий из ПВХ, металла, МДФ различными видами полимерных пленок (три артикула клея на базе растворителей, пять артикулов реактивных термопластичных клеев (PUR)), четыре артикула праймера, очиститель, два артикула отвердителя. Все подробно представлено на нашем интернет-сайте.

**Редакция:** Все эти артикулы одинаково востребованы клиентами? Как Вы решаете, что производить? Всего понемногу или только под заказ?

**Алексей Ярославцев:** Нынешний ассортимент сформирован клиентским спросом. Мы знаем, какой артикул, в каком ежедневном объеме потребления нужен нашим заказчикам – это неснижаемый остаток продукции на нашем складе. Мы знаем, какой продукт из ассортимента подойдет пока еще не нашему клиенту, с которым в настоящее время ведутся переговоры, проводятся испытания или просто строятся перспективные планы. Владея аналитикой, мы ежемесячно формируем ликвидный склад готовой продукции в полном ассортименте. И когда в пятницу вечером новый заказчик, после долгих предварительных переговоров, тщательных испытаний, принимает решение работать с нашим продуктом, начиная со следующего понедельника, – этот артикул клея ждет его на складе.

**Редакция:** Алексей Валерьевич, как Вы привлекаете и удерживаете клиентов и конкурируете с другими производителями клеев в период кризиса?

**Алексей Ярославцев:** Привлекаем клиентов реальным техническим сервисом, который заказчик может получить не через десять дней (когда кто-то откуда-то прилетит), а сегодня, если это Московская область, или завтра, если это, например, Новосибирск; качеством, которое подтверждают наши уважаемые и известные клиенты, применяя наши клеи; ассортиментом на складе, который всегда готов к отгрузке, отсрочками платежа на отгруженный товар. Конкурируем честно. Все, что произведено за рубежом, – дороже.

**Редакция:** Кредитные линии, отсрочки очень помогают клиентам. Что вы предлагаете и на какой срок?

**Алексей Ярославцев:** По срокам могу ответить так: все зависит от цены и объема отгружаемого товара. На месяц и более – это стандартная практика, можем предложить больше. Денежное выражение отсрочки тоже зависит от вышеуказанных условий и ситуации на рынке потребления нашего продукта и остального сырья и компонентов, используемых нашими клиентами для производства. Если вы монополист в отрасли по производству какого-либо вида сырья для изготовления изделий из экструдированного ПВХ, то можете поставить перед клиентом условие: 100% предоплата. Клиент встает перед задачей приобретения сырья по предоплате и поиском поставщиков остальных видов сырья для осуществления полного цикла производства, которые могут помочь вздохнуть предприятию и предоставить отсрочку. Здесь наше предложение лучше.

**Редакция:** Уверены, Вы не остановитесь на достигнутом. Каковы дальнейшие планы развития?

**Алексей Ярославцев:** У нашего производителя и коммерческого отдела (отдела продаж),

отдела маркетинга свои задачи и план развития, но, безусловно, они взаимосвязаны, потому что это единое предприятие. Вектор развития производства и отдела разработок – генерация предложений (с последующим внедрением в производство) по модификации серийно производимых продуктов на основе задач, поставленных клиентами, и выпуску новых видов клеевых материалов для отраслей, в которых мы пока не присутствуем: мебельной, деревообрабатывающей, автомобильной промышленности. Направление развития коммерческого отдела: поддержание сезонного уровня продаж (сезонность на рынке потребителей клеев для ламинации налицо), привлечение новых заказчиков, расширение дилерской сети, открытие собственных филиалов. Развитие экспорта. Стратегические задачи отдела маркетинга: анализ рынка потребления и спроса в различных отраслях производства, изучение сезонной волатильности спроса, отсеивание неперспективных потенциальных проектов производства. Задача менеджмента – загрузка производственных мощностей на «послезавтра», то есть уже сегодня думать о создании условий для стабильной работы производства не только в июне 2010, но и в декабре 2011 года.

**Редакция:** Алексей Валерьевич, Вы сказали про развитие экспорта. Есть планы поставок в Европу?

**Алексей Ярославцев:** На сегодняшний день мы строим экспортные отношения с компаниями из Молдавии, Украины, Казахстана. Это очень важный опыт для нас. В начале марта 2010 года ко мне поступил запрос о перспективах сотрудничества нашего производства с компанией из Нидерландов. Для поставок продукции в Западную Европу, возможно, потребуется пройти европейскую сертификацию. Этот план развития мне нравится.

ООО «ЕвроКлей»  
Тел.: (495) 361-4859  
e-mail: info@euroklei.ru  
www.euroklei.ru