



# «ФОРМУЛА УЮТА ВАШЕГО ДОМА!»™

## Полгода реализации Программы. Итоги

В предыдущем номере журнала была представлена программа для оконной розницы – «ФОРМУЛА УЮТА ВАШЕГО ДОМА!»™. Спустя полгода компания AGC представляет примеры успешной реализации проекта и подводит итоги проделанной работы.

### Цель программы

«ФОРМУЛА УЮТА ВАШЕГО ДОМА!»™ должна помочь участникам уйти от модели супермаркета в точки продаж в сторону более индивидуального выявления потребностей покупателя и формирования для него оптимального решения по остеклению дома или квартиры.

### Суть программы

В 2015 году на эксклюзивной основе мы приглашаем крупные, серьезные, думающие, идейно близкие нам компании к реализации программы.

«ФОРМУЛА УЮТА ВАШЕГО ДОМА!»™ – это комплексная маркетинговая коммуникация, которая базируется на трех основных потребностях при покупке окна в любом ценовом сегменте, но особенно в среднем и высоком. Первая потребность – это ТЕПЛО и УЮТ (обеспечивает мультифункциональное стекло STOPRAY NEO), люди хотят обладать именно теплыми окнами и обрести уют в своем жилище. Вторая потребность – ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ и ПРИВАТНОСТЬ (STOPSOL PHOENIX – рефлективное дизайнерское стекло), когда окна отличаются от общей массы и обеспечивают приватное проживание. Третья потребность – это БЕЗОПАСНОСТЬ и ТИШИНА (STRATOPHONE – многослойное стекло).

Компания AGC как раз обладает тем необходимым набором продуктов – специальными стеклами, которые идеально позволяют

удовлетворить (в составе профиля и правильно подобранной фурнитуры) эти три основные потребности конечного потребителя.

Для каждого участника программы подготовлен комплект маркетинговых инструментов, который позволит активно продвигать свою продукцию именно навстречу потребностям покупателя окна.

### Инструменты программы

- Очное и онлайн-обучение продавцов окон (подробнее в статье про старт AGC-Академии и на сайте [www.academy.agc-info.ru](http://www.academy.agc-info.ru)).
- Обеспечение точек продаж демонстрационными стендами и красочными плакатами.
- Предоставление продавцам окон комплектов раздаточных материалов (листочки, лифлеты и т. д.).
- Проведение конференций с дилерами.

### Итоги за полугодие

Мы рады сообщить, что программа вызвала интерес у крупнейших игроков оконного рынка по всей России! Участниками «ФОРМУЛЫ УЮТА ВАШЕГО ДОМА!»™ стали компании из Санкт-Петербурга, Москвы, Краснодара, Нижнего Новгорода, Екатеринбурга, Новосибирска и Красноярска.

Благодаря проведенным очным обучением более пятисот продавцов окон теперь уверенно продают окна с высокой добавленной стоимостью!

НОВИНКА

## ВАШЕ ОКНО СОСТОИТ НА 80% ИЗ СТЕКЛА



СПЕЦ. СТЕКЛО STOPRAY NEO  
ТЕПЛО И УЮТ  
В ВАШЕМ ДОМЕ



СПЕЦ. СТЕКЛО STOPSOL PHOENIX  
ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ  
И ПРИВАТНОСТЬ



СПЕЦ. СТЕКЛО STRATOPHON  
БЕЗОПАСНОСТЬ  
И ТИШИНА



GLASS UNLIMITED Компания AGC (Япония) – мировой производитель стекла



Комплект больших демостендов



Малый демостенд специального стекла Stopray Neo

### Планы

Команда AGC будет продолжать совместную работу с участниками Программы в 2015 году. А в 2016 году считаем целесообразным расширение участников и приглашаем к сотрудничеству. Ваши заявки оставляйте на страничке [www.agc-formula.ru](http://www.agc-formula.ru).

Центральный офис AGC Glass Russia  
121596, г. Москва, ул. Горбунова, д. 2  
БЦ «Гранд Сетунь Плаза»  
Тел.: +7 (495) 411-6565  
[www.agc-formula.ru](http://www.agc-formula.ru)

## Отзывы участников о Программе:



### СПЕЦРЕМСТРОЙ («ТОП-ОКНА», г. Екатеринбург, [www.top-okna.com](http://www.top-okna.com))

Оконный рынок Урала переживает не лучшие времена. В первой половине года спрос на окна со стороны частных потребителей значительно сократился. Однако компания СПЕЦРЕМСТРОЙ благодаря активной дилерской политике смогла увеличить свое присутствие на Урале.

Подробно общалась с нашими розничными партнерами, у которых стоят большие демонстрационные стенды из серии «ФОРМУЛА УЮТА ВАШЕГО ДОМА!»™. Они сообщили, что в абсолютном выражении у них объемы сократились, но средний чек при этом вырос в два раза. То есть наши совместные усилия по обучению продавцов и по переоборудованию офисов дали ожидаемый эффект.

В отношении продаж окон с высокой добавленной стоимостью можно уверенно сказать, что сотрудничество с коллегами из AGC и совместное развитие программы «ФОРМУЛА УЮТА ВАШЕГО ДОМА!»™ по достоинству оценили наши дилеры! Ежемесячно дилерские продажи окон с МФ-стеклом STOPRAY NEO растут.

Еще в конце прошлого года совместно с AGC и другими поставщиками мы провели дилерскую конференцию. Весной наши дилеры получили раздаточные материалы и демонстрационные стенды в поддержку продаж окон со спецстеклами. Что-то работает хорошо, что-то — замечательно.

Важно, что совместно с AGC мы раскрываем потенциал нашей дилерской базы в непростые времена более скорыми темпами, что нас, конечно, радует!

*Инна Стецюк,  
директор по маркетингу*



### СОЛАРЕКС-СТАЙЛ ([www.solarex-style.ru](http://www.solarex-style.ru), Москва, производитель стеклопакетов, входит в группу РСК)

Компания СОЛАРЕКС-СТАЙЛ является эксклюзивным поставщиком стеклопакетов с применением всей линейки спецстекла компании AGC в Москве и области. Это дает свои плоды! В частности, в работе по поставке стеклопакетов в адрес компании БИМАКС и нескольким другим в 2015 году отмечается «взрывной» характер.

Компании AGC я бы пожелал продолжать начатую работу по созданию стабильного спроса на линейку стеклопакетов с применением широкого спектра спецстекла. Очевидно, приходит время для формирования спроса со стороны конечного потребителя на окна с широкими потребительскими характеристиками.

Мы со своей стороны подтверждаем готовность предоставить эксклюзивные цены всем оконным компаниям, с которыми AGC планирует реализацию программы «ФОРМУЛА УЮТА ВАШЕГО ДОМА!»™.

*Салимчук Сергей,  
генеральный директор*



### БИМАКС («ТЕПЛОВИН», [www.teplowin.ru](http://www.teplowin.ru), федеральная сеть по продажам окон, Москва)

Компания БИМАКС уже второй год проводит совместную с AGC программу по продвижению окон с высокой добавленной стоимостью. Наиболее коммерчески успешными стали наши начинания в области продвижения окон с МФ-пакетами на базе STOPRAY NEO.

Здесь важно заметить, что наши усилия в 2014 году дают стабильный результат уже с самого начала 2015 года. Для продолжения хороших продаж мы с AGC проводим акцию «ТЕПЛО и УЮТ», позволяющую дилерам повысить знания и интерес к этим коммерчески интересным для всей цепочки продаж продуктам.

*Локтева Гюльнара,  
руководитель службы маркетинга*



### БИМАКС («ТЕПЛОВИН», [www.teplowin.ru](http://www.teplowin.ru), федеральная сеть по продажам окон, Нижний Новгород)

Подводя итоги первого полугодия 2015 года по продвижению программы «ФОРМУЛА УЮТА ВАШЕГО ДОМА!»™, мы стали безусловным лидером на рынке Нижнего Новгорода по продаже изделий с МФ-стеклом и зародили новый стандарт отрасли.

Если говорить о перспективах дальнейшего совместного развития программы по продвижению окон с МФ-пакетами, хотелось бы получить больше POS-материалов. Ну и посмотреть возможности, которые предоставит нанесение особой голографической наклейки на стеклопакет со стеклом STOPRAY NEO,

что позволит выгодно отличаться от конкурентов.

Кроме того, возлагаем большие надежды на реализацию программы «ПРИВАТНОСТЬ и ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ» по продвижению окон с применением рефлективных стекол, совмещающих в себе приватность для владельцев и дизайнерские возможности. Дилеры высказывают свою заинтересованность в таких продуктах, а мы совместно с AGC такие продукты готовы им поставлять и оказывать широкую поддержку продаж!

*Ярослав Гуров,  
исполнительный директор*



### БФК-ПЕРСОНА (Новосибирск – Красноярск, [www.bfk.ru](http://www.bfk.ru))

Что касается первых итогов совместной работы по программе, здесь цифры говорят сами за себя: мы получили за апрель – июнь 3-кратное увеличение продаж пластиковых окон со стеклом NEO по сравнению с тем же периодом 2014 года, и рост в 2 раза в июне 2015 по сравнению с маем.

Так что можно смело утверждать, что все мероприятия, реализуемые в рамках совместной Программы, несомненно способствуют привлечению дополнительных заказов и увеличению среднего чека покупки.

В перспективе считаем целесообразным не только поддерживать и развивать мотивационные программы для менеджеров продаж (например, можно ввести дополнительный квартальный или полугодовой конкурс по итогам продаж с ценными призами), но и обязательно уделить внимание повышению потребительской грамотности населения в регионах. Необходимо формировать спрос не только в точке продаж, а по всем возможным каналам коммуникации. Для этих целей следует рассмотреть проведение совместной рекламной кампании с использованием средств ATL в период самого высокого спроса (август – сентябрь).

*Соболева Яна,  
руководитель службы маркетинга  
и рекламы ООО УК «БФК»*

Центральный офис AGC Glass Russia  
121596, г. Москва, ул. Горбунова, д. 2  
БЦ «Гранд Сетунь Плаза»  
Тел.: +7 (495) 411-6565  
[www.agc-formula.ru](http://www.agc-formula.ru)