

Комплекс- ный подход

ИНТЕРВЬЮ С РУКОВОДСТВОМ КОМПАНИИ «КОНТРАКТСТРОЙ»



История компании берет свое начало в 1993 г. в Москве. На сегодняшний день «Контрактстрой» имеет представительства в Санкт-Петербурге, Краснодаре, Киеве и Алматы.

На протяжении многих лет «Контрактстрой» сотрудничает с ведущими мировыми производителями отделочных материалов и занимается продвижением на рынки России и стран СНГ наиболее прогрессивных строительных

материалов и технологий.

Политика компании предусматривает предоставление комплексных услуг. Основные направления деятельности фирмы «Контрактстрой» – поставка строительных и отделочных материалов, дизайн интерьеров, отделка и комплексное оснащение помещений, строительство и реконструкция зданий, а также предоставление клининговых услуг.

Среди реализованных проектов: гостиницы и рестораны, спортивные объекты, офисы и административные здания, образовательные и медицинские учреждения, развлекательные объекты и магазины.

О главных достижениях компании «Контрактстрой» и ее развитии мы поговорили с руководителем контрактного отдела Мариной Десятяевой и коммерческим директором Андреем Коноваликовым.

Мариной Десятяевой и коммерческим директором Андреем Коноваликовым.

FNR: Какие направления деятельности наиболее развиты в компании?

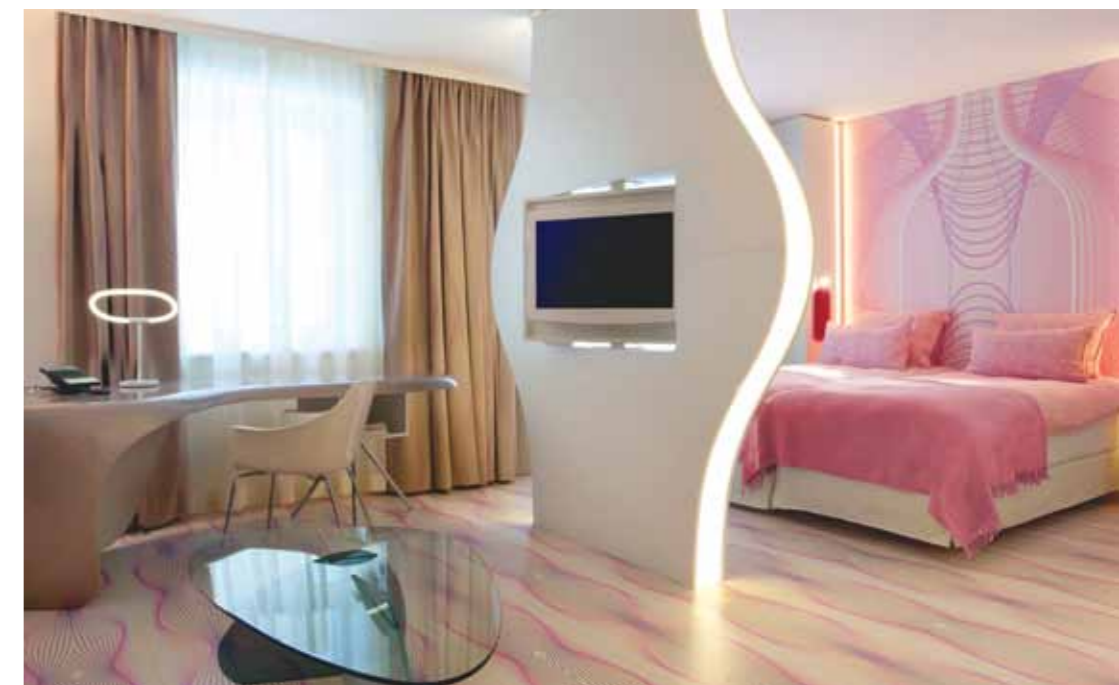
М. Д.: В нашей компании наиболее развиты два направления: поставка и монтаж отделочных материалов (напольных покрытий, настенных покрытий и подвесных потолков) для объектов коммерческой недвижимости. Наши материалы востребованы в сфере гостеприимства, медицинскими и образовательными учреждениями, предназначаются также для офисных и административных зданий, торговых и развлекательных центров и спортивных объектов.

На сегодняшний день хорошим спросом пользуются спортивные покрытия французской компании Gerflor-Taraflex, созданные специально для профессионалов, которые обладают уникальными техническими характеристиками. Также в ассортименте

Мы стараемся работать с ограниченным ассортиментом, не пытаемся предлагать любые виды отделочных или строительных материалов. Ряд иностранных производителей открыли производство и склады в России и предоставили нам возможность оперативно отгружать товары со склада завода.

представлены универсальные покрытия, предназначенные для любительского спорта.

Для гостиничного бизнеса мы предлагаем широкий выбор ковровых и настенных покрытий. Наша компания активно работает в области оснащения гостиничных объектов, в связи с этим мы регулярно расширяем ассортимент для этого сегмента. Например, мы нашли интересный продукт, который можно исполь-



зовать как в гостиницах, так и в других коммерческих помещениях. Это ламинированный паркет со специальным дизайном.

К слову, когда мы находим новый продукт, всегда думаем, каким образом его представить. Мы показываем заказчикам не только саму продукцию, но и уже реализованные проекты, возможности материала. Заказчик должен знать, насколько хорош продукт как с эстетической стороны, так и с эксплуатационной.

FNR: Каковы приоритеты развития компании на ближайшее время?

А. К.: Сейчас мы активно планируем развитие в регионах, там открываются новые производства, создаются дополнительные рабочие места. К примеру, под такие проекты, как «Олимпиада-2014», «Универсиада» в г. Казани, строится много объектов различного назначения.

Большое внимание уделяется работе наших филиалов, особенно в Краснодаре и Санкт-Петербурге. С их открытием, активной деятельностью мы будем ближе к рынку и соответственно к клиенту, которому в свою очередь будет удобнее сотрудничать с нами.

FNR: Какова ассортиментная политика «Контрактстрой»?

А. К.: Мы стараемся работать с ограниченным ассортиментом, не пытаемся предлагать любые виды отделочных или строительных материалов, тщательно выбираем партнеров. Ряд иностранных производителей открыли



производство и склады в России (например, Forbo Bonding, Forbo Flooring, Armstrong, IVC, Karelia Upofloor) и предоставили нам возможность оперативно отгружать товары со склада завода. Есть позиции в ассортименте, которые мы сократили ввиду кризиса, но ежегодно стараемся добавлять одно-два наименования.

С 2009 года наблюдается тенденция экономии средств, и сейчас все ориентируются на соотношение «цена-качество». Каждый бюджетный уровень по-своему реагирует на экономию. Все-таки есть объекты, на которых нельзя экономить.

М. Д.: Недавно у нас произошло обновление ассортимента, мы начали предлагать на российском рынке новинку. Ламинат называется Identity, что с английского языка переводится как «личность» или «индивидуальность» и точно передает его предназначение – сделать интерьер особенным и незабываемым.

Новая инновационная технология цифровой печати ArtPrint, разработанная и запатентованная немецким производителем напольных покрытий



Parador в 2008 году, позволяет воплотить в ламинате любое изображение в разрешении 1440 точек на дюйм с фантастически яркими и насыщенными красками. Эта коллекция коммерческого ламината Parador Identity открывает безграничные возможности для создания индивидуального дизайна пола.

Цветовая палитра включает 144 оттенка. Дизайнеры нашей компании в тесном сотрудничестве с заказчиком могут подготовить изображение для нанесения. Кстати, примечательный факт, что максимально возможный размер изображения – 205x130 см. Если говорить о качестве доски, то ламинат Parador Identity – прекрасный выбор для коммерческих помещений: офиса, ресторана и бара, гостиницы, так как может иметь 32, 33 и даже 34-й класс износостойкости.

FNR: Каковы основные правила работы вашей компании с поставщиками и дилерами?

М. Д.: Мы формулируем для себя требования к поставщикам четко и лаконично по следующим критериям:

- 1) сертификация продукции в России;
- 2) качество материала;
- 3) гибкая система скидок, ценовой сегмент.

FNR: Как вы оцениваете ситуацию на рынке?

М. Д.: Достаточно стабильно, хотя есть склонность к жесткой экономии со стороны клиентов.

Мы считаем, что любой может купить материалы на фабрике. Но предоставить сервис мо-

жет не каждый. Мы оказываем комплексные услуги и предлагаем разработку индивидуального проекта. Наши дизайнеры работают на уровне архитектурного бюро. Также «Контрактстрой» предоставляет возможность пользоваться своими складскими помещениями. Наши специалисты проконсультируют по любому вопросу подбора материала, технологии монтажа и эксплуатации материалов. На наш взгляд, если фирма предоставляет все в комплексе, ей можно доверять, она лидирует на этом рынке.

FNR: Каков, на ваш взгляд, портрет потребителя на сегодняшний день?

А. К.: В контрактном бизнесе сложно составить портрет потребителя, так как здесь нет единого лица. Как правило, мы имеем дело с разными категориями потребителей. Если говорить о взаимоотношениях между компаниями, то каждая очень подробно просчитывает свои

расходы, считает затраты на строительство, приобретение материалов и т. д. Конечно, клиент сейчас в выгодном положении. У него есть выбор, хотя в погоне за ценой клиенты иногда попадают в сложные ситуации.

М. Д.: Повысилась осведомленность потребителя об отделочных материалах: все читают журналы, изучают информацию в сети интернет, прежде чем купить продукт или заказать услугу. Все стараются сделать сравнительный анализ, провести маркетинговые исследования.

С 2009 года наблюдается тенденция экономии средств, и сейчас все ориентируются на соотношение «цена-качество». Каждый бюджетный уровень по-своему реагирует на экономию. Все-таки есть объекты, на которых нельзя экономить. В отеле 5*, к примеру, не могут постелить вместо шерсти синтетику, это по статусу не положено. Так же и в коммерческом сегменте: если это представительский этаж в бизнес-центре класса А, то там и должно быть все оформлено камнем, натуральными материалами, с элементами от дизайнерских компаний, соответствующей мебелью и т. д. Они обязаны это сделать, чтобы поддерживать свой имидж. Имидж в сфере гостеприимства – одна из составляющих успеха, и наша компания помогает клиентам создавать индивидуальные интерьеры, которые становятся неотъемлемым и запоминающимся образом данного объекта. --FNR

Екатерина Шумская

