

# GAKKARD. MADE IN RUSSIA

## Диалог на стенде, СРМ, Москва

Так или иначе: и производитель, и конечный покупатель - одно звено! Первый хочет понять, что он должен сделать, чтобы угодить второму. То есть, привлечь его на свою сторону. Если это удастся, считай - звенья «одной цепи».

Всегда интересно продвижение марки, о которой когда-то делал репортажи, знаешь о ее старте, устремлениях в будущее. Поэтому, вольно или не вольно, вблизи или на расстоянии, стараешься увидеть, понять и порадоваться успехам.

Не могла пройти мимо стенда, увидев знакомую марку, но звучащую почему-то на латинице. Да и привлекло то, что работала на стенде (издали знакомая) молодая девушка, которая весьма компетентно вела переговоры.

**Как оказалось - это была дочь основателя фирмы/марки, Евгения Амосова. Разумеется, завязалась беседа:**

**FMD.** добрый день, Евгения! Независимо от краткосрочного перерыва после нашей встречи с Татьяной Амосовой в прошлом году, кажется так, на Вашем предприятии произошли довольно заметные «подвижки» - изменения. Прежде всего, бросается в глаза, что на стенде все больше изделий с явно подчеркнутыми креативными решениями. Так ли это и не удорожает ли это конечный продукт? Ведь это должно повлечь за собой и изменение торгового сегмента, и площадок для реализации, и пиар-продвижения?

**Е.А.** Очень рада видеть вас вновь на нашем стенде! Действительно, времени после вашей с Татьяной Николаевной встречи прошло не так много, но и за этот короткий период, нам есть, что Вам поведать нового. Наша креативность - это характерные мотивы скандинавского орнамента и мы пытаемся развить все больше и больше эту тематику, добавляя в классический сегмент коллекции новые позиции. Во всех коллекциях появились изделия с отделкой из натурального меха, аксессуары. На самом деле нас не очень волновало насколько подорожает конечный продукт, главной целью являлось получить оценку от потребителей. И самое главное, чтобы наши изделия понравились детям. Например, дети из модельного агентства, которые демонстрировали нашу коллекцию на подиуме, были в восторге. Кстати, мы усиленно начали практиковать показ одежды непосредственно на детях. Мы проводим показы - на своих стендах, на детских праздниках, и, конечно, на крупных международных выставках, таких как СРМ. Для чего мы делаем показы на стендах? Чтобы не только показать новые коллекции, но и услышать отзывы о наших новых креативных решениях. Ведь, как правило, первое впечатление является верным. И если продукт понравился клиенту, то мы предлагаем ему ознакомиться с условиями работы, поскольку изделий этого сегмента мы можем произвести немного. Наши постоянные клиенты, зная спрос конечного покупателя на наш ассортимент, не боятся делать заказы и из LUXURY коллекции, несмотря на достаточно высокие цены. Объем LUXURY, в настоящее время, составляет не более 10% от общего количества единиц выпускаемой продукции и увеличения мы пока не прогнозируем.

**FMD.** Собираетесь ли Вы расширить или сузить оптовый сектор? С LUXURY (новым уровнем), останется ли возможность совместить 2 сегмента? Хотя, надо отметить, предыдущие коллекции, хоть и считались средним сегментом для массового покупателя, но они решительно отличались от однообразного, порой «сервотельного» по идее - ассортимента, предлагаемого многими предприятиями стран СНГ. В данном случае, я не хочу умалять достижения некоторых из них, собственно в ряду которых - вы были и остаетесь.

**Е.А.** Направленность производства была, есть и будет посвящена жаккардовому орнаменту. Мы не планируем производить однообразные, однотонные, скучные детские вещи, меняя ежесезонно цветовую гамму, не меняя при этом ни формы, ни содержания. Это скучно, и не для детей! Наши изделия, несмотря на спокойное цветовое решение, привлекают их (в первую очередь) своей функциональностью, удобством, мягкостью, веселостью и сказочностью. Мы в постоянном поиске новых

персонажей для своих коллекций. Последними персонажами являются «Олеги Санта». Опять идея, опять сказка. Концепция нашего производства, по большому счету - не изменяется. Мы лишь добавляем новые коллекции с новыми идеями. Также во всех наших «классических» и новых коллекциях присутствуют изделия LUXURY.

**FMD.** Да, но на столь широкий диапазон нужны кадры - управленческие и творческие, не говоря уже о кадрах для производства? Ну, а что касается торговых площадей? Где, может быть в разных городах? А может быть и странах? Кстати, удалось ли Вам заключить какие-либо контракты с зарубежными партнерами? Насколько я могла отметить, проходя мимо Вашего стенда, иностранные партнеры задерживались в переговорной зоне GAKKARD.

**Е.А.** В ответ на Ваш третий вопрос могу сказать только одно - объемы нашего производства за 2010 - 2011 год выросли на одну треть. А, если говорить о кадрах, то опять же их не хватает для того, чтобы ускорить процесс - от заказа до поставки, поэтому пока и речи не может быть о своих торговых площадях, во множестве разных городов. Свои магазины мы открыли только во Владимире и Коврове. Конечно, в планах у нас есть открыть еще один LUXURY бутик, но это на сегодняшний день только в планах. Ведь, для этого просто необходимо заявить о себе, как об одном из ведущих, занимающем центральное положение производителе в секторе детской одежды. А для этого, в первую очередь, необходима реклама! Помимо выставок и показов. Да, мы заключили контракты, но пока только с клиентами из ближнего зарубежья. Причем, заказы их содержали и типовые коллекции и коллекции LUXURY. Они, не задумываясь, заказали нам и из той и из той коллекции одновременно. Из чего можно сделать вывод, что изделия LUXURY удачно дополнили наш основной ассортимент. Ассортимент Gakkard, надо отметить, действительно привлекает внимание зарубежных экспонентов одежды на СРМ. Думаю еще и потому, что стенд не пустовал. К тому же, для них - это возможность выбора ориентиров и уяснения потребительских предпочтений покупателей в России.

Кадры нужны всегда, и управленческие и творческие и производственные. Но этот вопрос, на мой взгляд, не может решиться в принципе, так как вчерашние специалисты завтра становятся «неактуальными», и возникает вопрос о повышении квалификации. В этом случае все зависит от конкретного специалиста, а именно: если он захочет учиться по направлению от нашего предприятия, то, пожалуйста, учитесь. А если он - лентяй, то у нас востребован быть не может. Извините. Жаккардовое полотно и изделия из него не такой простой сегмент. Необходимо знание оборудования, новых программ, технологий, не говоря о конструировании... Собственно, почему мало предприятий, которые берутся за этот сегмент полотен/изделий у нас в стране? Потому, что не все так просто. И по трудозатратам, и по сырью, и по производительности. Многие предприятия, выпускавшие жаккард, либо отказались от него, либо закрыты.

**FMD.** Да, я совершенно с Вами согласна, РЕКЛАМА, не столько пиар, а именно реклама - грамотная информационная, честная ее подача - это важный инструмент.

Почему-то 85% игроков производства и рынка этого не хотят принимать. Вот, на канале Europeus, освещающая проблемы текстильного рынка Португалии, была четко обозначена позиция одного из представителей «выстоявшего» и успешного предприятия: о необходимости активной рекламы отечественной (португальской) текстильной продукции направленной на потенциальных оптовых покупателей и Португалии, и стран Евросоюза.

**Е.А.** Относительно рекламы могу сказать, что мы являемся постоянными участниками международных выставок, таких как СРМ, ТекстильлегПром. Повторюсь: мы проводим показы, как в демонстрационных залах, так и на своих стендах, принимаем участие в детских праздниках, буквально недавно у нас появился официальный сайт, на который могут зайти и ознакомиться с продукцией все пользователи Интернета. Разумеется, неотъемлемой частью нашей рекламной кампании является телевидение и печатные издания. Конечно, все мы живем в эпоху расцвета Интернета. Поэтому, в скором времени мы планируем завести fashion blog. Сейчас это очень модно и актуально! Изначально и по сей день, основной концепцией компании является оптово-розничная продажа изделий, на выставках. Наш стенд ориентирован в основном на оптовых клиентов, и он сам рекламирует нашу продукцию. Ну, а что касается нас, то мы постоянно разрабатываем и дорабатываем рекламные кампании. Недавно мы принимали участие в выставке СРМ, и конечно не обошлось без показов и в демонстрационном зале. Замечательная организация, прелестные дети, будоражащая сознание постановка показа, огромное количество потенциальных клиентов - все это происходило, как Вы знаете, в Экспо-центре на Красной Пресне. Вот она, наглядная реклама! Профессиональные показы и правильный подход к посетителям! Конечно, у нас в планах есть и еще более крупные мероприятия, о которых Вы вскоре узнаете! А сейчас оставим немножечко интриги...

**FMD.** Собираетесь ли Вы расширить ассортимент по возрастным группам, назначению? Сейчас актуально производить сопутствующие товары, сувениры. Ну, положим, в Вашем случае, это могут быть куклы и наряды для них? Может быть что-то еще?

**Е.А.** Конечно, Вы правы! Сейчас действительно очень модно производить сопутствующие товары. Многие производители стали выпускать, помимо одежды, разного рода игрушки, детскую косметику, кто-то даже стал выпускать мебель... Я, честно, не знаю, насколько это правильно, так сильно «расходиться» в концепции компании с сопутствующими товарами. Но судить никого не буду, ибо у всех разные бизнес-планы. А что касается нас, то в ближайшее время мы планируем расширить ассортимент мелкими аксессуарами из кожи, такими как ремни. Ведь, в Скандинавии это всегда было - есть и будет, а так как мы являемся воплощениями скандинавской культуры, то и кожаные ремешки для детей вписываются в нашу идею. Также куклы являются неотъемлемой частью нашего имиджа. Например, к каждой коллекции имеется своя кукла. Это что-то вроде мини модели, но конечно, с долей юмора. Куклы являются сувенирной продукцией, они идеально будут украшать любую витрину, также как и любой интерьер наших покупателей. Они изготовлены из натуральных

тканей, материалов. Поэтому, если использовать эту куклу, как игрушку для ребенка, то это вполне безопасно. Наша продукция привлекает не только детей, но и их родителей. Нас часто спрашивают, будем ли мы изготавливать такую же одежду, но только для взрослых? Это нам немного льстит, ведь, не каждую детскую модель вы можете представить на себе, на взрослом человеке. А особенно на мужчинах. Часто женщины, покупают у нас одежду для себя (самые большие размеры в нашем производстве). В основном - это юбки, пончо, шарфы, шапки. Кстати, о женской моде. Немного откровенно вам заявлю. В дальнейшем, у нас в планах выпустить и женскую коллекцию. Так что, ждите и следите за новостями!

**FMD.** Женскую? Интересно, Интересно! Евгения, Вы не проговорились? Вы уже озвучили какой-то новый проект. Заинтриговали! Да, это направление вполне соответствует тенденциям будущих сезонов. Взрослые перенимают тренды у детей и наоборот! Все снова поменялось в этом мире...

Не менее актуальный вопрос: семейный! Семейный бизнес - это счастье, когда есть с кем вести свое дело и передать ему. Но это, одновременно, накладывает определенную ответственность на ведущее поколение. В данном случае - это Ваша мама. Как Вы находите общий «язык»? Возникают ли ситуации, когда Вам нужно/хочется оспаривать свои позиции. С коллегами - не родственниками, это проще, а вот... ?

**Е.А.** Нет, не проговорилась. Семейный бизнес - нет ничего лучше, чем семейный бизнес! Ведь большую часть времени человек проводит на работе, и если работа интересна, увлекательна, несмотря на всю свою ответственность, кто как не родной человек поддержит тебя в трудную минуту, и, он же оценит ситуацию так - как надо. Одна голова хорошо, а две лучше. Оспаривать позиции можно сколько угодно, но дома! На производство же мы приходим уже с готовыми решениями. Мозговая атака все равно должна быть. Так лучше ее делать с родственниками, чем с коллегами. Да и потом, если в семье будет у каждого свой бизнес, то о чем же разговаривать вечером? Соревнование - оно будет мешать семье. Я очень люблю своих родителей и то, чем они занимаются - меня очень привлекает. В бизнесе я всегда прислушиваюсь к их мнению, а они к моему. Разногласия, конечно, бываю, куда без них. Но порассуждав над возникающими проблемами, мы приходим к идеальному решению. С поддерживающими людьми, мы не боимся воплощать в жизнь все самые смелые идеи. Я уверена, что наше производство, благодаря всей силе нашей семьи, переживет все. Ведь сила компании, в большей части, зависит и от отношений в коллективе. А когда коллектив - твоя семья, то ничего уже не страшно!

**FMD.** Какой Ваш любимый цвет? Что для Вас - МОДА, ее тенденции? Как Вы ее чувствуете, улавливаете? Как трансформируете в свои коллекции новые тенденции?

**Е.А.** Цвет? Я бы ответила так: не один цвет, а все цвета, которые вписываются в тематику наших коллекций. Что касается МОДЫ ее тенденций и развития: я уже говорила, что моя работа в Gakkard - это еще и хобби. Увлеченность модой, Вы понимаете, зародилась в детстве. Все, что касается моды - как бизнеса, мне откровенно интересно. Ведь профиль моего первого образования - международный маркетинг моды. Естественно, также интересна и сама мода, как явление - происходящее из всех сфер окружающего мира. Главное видеть, анализировать все происходящее, включая поведенческую культуру, измене-

ния приоритетов человека в том же образе жизни. Допустим - модно заниматься таким-то видом спорта, модно устраивать пешие прогулки с утра, или по вечерам, нужно сесть за руль (автомоби), нужно появиться всей семьей в театре или...много ситуаций, которых не было лет 10 назад...При этом непременно нужно следить за анализом развития тенденций моды из различных профессиональных источников. Ведь тренды от профи - это анализ многих мероприятий, которые ими посещаются и та же улица... Однако, при этом нельзя забывать и о многих тонкостях восприятия моды ее потребителем. Хотя, глобализация мира - стирает границы! Но от климатических условий никуда не уйти...

**FMD.** Помогает ли Вам образование, которое Вы получаете в ВУЗе? Или на практике все иначе? Либо, одно - другое дополняет? Кстати, я слышала, что Вы хотите получить 2-ое высшее образование? Если не секрет...?

**Е.А.** Знаете, на эту тему можно рассуждать бесконечно. Кто-то утверждает, что современное образование дает очень мало и практика, и только практика учит. Кто-то говорит, что образование - это глубокий фундамент и что без него невозможна практика. Кто-то считает, что учиться обязательно, главное «жилка». Знаете, а я в какой-то степени согласна со всеми утверждениями понемногу. Современное образование, конечно, имеет множество изъянов, но теория и суть остаются неизменными. Без этой теории невозможно и представить многие моменты, допустим управление персоналом. Конечно, без «жилки» и возможно интуиции, вы будете как «офисные планктоны» зная суть лишь по учебникам. Но, если вы будете обладать знаниями, которые вам дали в учебных заведениях и плюс к этому иметь свое видение по любым вопросам, то я считаю, что замены вам не будет! Я уверена, образование - это хорошо. Одно хорошо. Два лучше. А три желательнее! Плюс практика во всех сферах, которые вас интересуют! Образование, которое мне дали в университете, конечно, очень помогает в бизнесе. Как я уже сказала, без теории нет практики. Делать «наобум» это не мой конек. Лучше я буду «знать в теории» и «делать практику!» Чем, я собственно, сейчас и занимаюсь. Конечно, некоторые вопросы на практике выглядят совершенно иначе, чем вы могли себе представить. И это уже скорее проблема нашего общества в целом. Везде не хватает квалифицированных специалистов. А все почему? Потому что в институте дают знания, которые были основаны на прошлом. А в настоящей жизни и будущем многое модернизируется. Также во многих институтах преподают профессора прошлого столетия. И, естественно, они дают лишь базу. А дальше ты уже должен сам. Моя формула обучения звучит так: два, три базовых образования + самообразование + практика. Возможно, это звучит немного устаревшее для молодого поколения. Но поверьте, если вы учитесь и занимаетесь тем, что вам нравится, то тяготы не будет. Как говорится, лучшая работа - это когда ты думаешь, что занимаешься хобби. У меня именно так!

**FMD.** Замечательно! ДО ВСТРЕЧИ на «СРМ» 05 - 08.09. 2011 и на «Текстильлегпром» с 27 по 30 сентября?! Ваши координаты те же?

**Е.А.** Мы являемся участниками этих выставок. Будем рады встрече с Вами и всеми нашими друзьями-коллегами и партнерами. **Наши координаты:**  
**601903, Владимирская обл., г. Ковров, ул. Крупской, д.55**

**тел. /факс (49232)9-73-74, 8-916-146-74-86, 8-910-184-60-54**

**E-mail: gakkard@yandex.ru, scandiline@mail.ru**

