

Grand Line AMERIKA:

«Видишь индейца? Смело покупай!»

Проезжая поздним вечером мимо Обнинского офиса GrandLine, вы заметите как минимум одно окно, в котором всегда горит свет – это кабинет ведущего маркетолога проекта ПВХ Андрея Голованова. В этом сравнительно небольшом помещении уместилась эволюция рынка винилового сайдинга в России: образцы из Канады, США, Польши, Китая, даже Словакии. А также куски панелей, подвергнутые разнообразным тестам: пробитые насквозь специальными грузилами, выцветшие под мощными ультрафиолетовыми лампами, расплавленные под воздействием тепловых пушек... Мы встретились с Андреем, чтобы обсудить очередной ребрендинг винилового сайдинга, выпускаемого под торговой маркой GrandLine AMERIKA.



Один из коллег возразил: «Ну, вы прямо последние из могикан»

- У вас на рубашке обновленный логотип винилового сайдинга Grand Line... Индеец?

- Да, в области сердца, я подготовился к интервью. (смеется) Летом я посетил профессиональную конференцию маркетологов-продуктовиков, там звучало модное слово «импортозамещение». В кулуарах разговорились о производстве. Знаете, подготовка сырья для сайдинга отдаленно похожа... Ну, допустим, на замешивание теста. Выяснилось, что некоторые под импортозамещением понимают замену качественных ингредиентов суррогатами. Меня спросили: «А как вы удешевляете рецептуру?» Я ответил: «Никак». Один из коллег возразил: «Ну, вы прямо последние из могикан».



GRAND LINE AMERIKA

- И?

- Я рассказал эту историю одному из клиентов, и он натолкнул меня на мысль, что индеец – это отличный образ – благородный, мужественный, честный... И, правда, после того как мы первые раскрыли рецептуру нашего сайдинга, выложили в открытый доступ информацию о сотрудничестве с Penn Color, кстати, мировым лидером среди производителей пигментов для строительных материалов... Можно сказать, мы попали в ловушку качества! Мы не можем ухудшить качество – ведь для этого придется отказаться от уникальных конкурентных преимуществ, например, системы защиты винилового сайдинга Sunproof.



- Вы как будто сожалеете об этом...

- Наоборот! Мне более интересен продукт, который пусть дороже, но качественнее. Ведь надо обосновать его стоимость, а с учетом того что все сайдинги внешне одинаковые – это непросто. Сейчас наша цена значительно выросла, не смотря оптимизацию разных внутренних процессов и прочих затягиваний ремней.

- Понятно, ваш индеец худой будет.

- Поджарый. Но вы зря иронизируете. Индеец – это не просто эффектная картинка, а что-то вроде маяка для нашего клиента, утопающего в море разных сайдингов. Это попытка быстро и наглядно донести информацию о том, что тут продается продукт высокого качества. Видишь индейца? Смело покупай!

- Для этого вы устанавливаете на торговых точках фигуру индейца в полный рост? Вроде даже вели переговоры с известным актером Гойко Митичем, как моделью.

Можно сказать, мы попали в ловушку качества!

- Это классная история! Как-то после рабочего дня ко мне зашел ведущий менеджер по продажам и загадочно так смотрит. А он, знаете, такой смуглый, с резкими чертами лица. Потом говорит – а ты думаешь, глаза актера скажут покупателю больше, чем взгляд человека, который продал тысячи метров сайдинга? Он, конечно, подтрунивал надо мной, а я взял камеру, сделал несколько пробных снимков... На следующий день мы разослали отказ моделям.

- Так я не понял - Гойко Митич будет?

- Слушайте, я же вам рассказываю – экономия, оптимизация! На самом деле, есть одна задумка, но пока это секрет.

- Менеджеры утверждают, что индеец на точке увеличивает продажи в два раза. Мол, стыдно мало продавать, когда на тебя ведущий менеджер смотрит.

- Да, а еще хорошая примета похлопать макет по плечу - на удачу. Шутят, конечно! Увеличивает продажи целый сплав технологий, который мы используем. А индеец... Ну, это эффектная деталь такая. Как вишенка на торте.



Индеец - это попытка быстро и наглядно донести информацию о том, что тут продается продукт высокого качества. Видишь индейца? Смело покупай!