

Часы — всегда актуальный подарок!

Как бы ни менялась жизнь вокруг, какие бы новинки ни появлялись на рынке бизнес-сувениров, есть подарки, которые остаются актуальными всегда. Например, часы: это всегда востребованная классика, символ респектабельности и стабильности, красивый, долговечный и практичный подарок.



Олег Четырчинский,
генеральный директор «Восток-Тайм»

КОМПАНИЯ «ВОСТОК-ТАЙМ» - один из лидеров российского рынка бизнес-сувениров. В каталоге компании - сотни наручных, настенных, настольных и прочих часов в разных ценовых сегментах: от швейцарских часов VIP-класса до недорогих часов для промо-акций. А благодаря наличию собственной производственной базы можно не только заказать уже готовые часы из каталога, но и совместно с дизайнерами компании разработать собственные уникальные часы «с нуля». Накануне девятого дня рождения компании «Восток-Тайм» мы поговорили с генеральным директором Олегом Четырчинским об ее истории, реальности и перспективах.

- В преддверии дня рождения расскажите, пожалуйста, немного об истории компании.

- Компания была основана 18 ноября 2002 года на территории Чистопольского часового завода «Восток», так что в будущем году мы отметим десятилетний юбилей. Ос-

новное направление нашей деятельности было определено сразу же - это изготовление именно рекламных и сувенирных часов. Начинать мы с часов марки «Восток», это легендарные бренды «Командирские» и «Амфибия», которые кстати выпускаются и по сей день. Полтора года спустя, в 2004-м, мы, проанализировав рынок рекламных сувенирных часов, выпустили первую собственную часовую коллекцию. Она называлась «Диалог». В следующем, 2005-м, году произошло еще одно очень значимое для компании событие: в Базеле мы подписали договор на представление часов швейцарской часовой компании Chropo AG в России. Так в наших каталогах появились часы таких всемирно известных брендов, как Cover, Swiss Military, JSP. Причем нанесение на них логотипов осуществляется непосредственно на заводе в городе Солотурн, Швейцария.



- В том же, 2005-м, году у нас появился официальный сайт - www.vostok-time.ru. Благодаря этому знакомиться с нашей продукцией и составлять заказы стало еще удобнее и быстрее. Это произошло в июле, а уже в августе мы выпустили и запатентовали наш первый печатный каталог «Диалог Про», в котором мы представили более ста моделей наручных и настенных часов.

- Как развивалась компания дальше? Как происходило освоение новых рынков?

- Как то так сложилось, что регионы страны знали марку «Восток», знали завод, и контакты с регионами сложились быстрее. Чуть сложнее было с Москвой: более требовательный рынок, высокая конкуренция, другой принцип взаимоотношений заказчика и производителя.

Тогда в том же 2005-м году мы впервые приняли участие в пятой международной специализированной выставке «Бизнес-сувениры и подарки 2005» (РАППС). С тех пор мы постоянные участники выставок бизнес сувениров и подарков, что не только регулярно привлекает к нам новых заказчиков, но и позволяет нам периодически видеться с нашими постоянными клиентами. А в 2009-м мы открыли собственное представительство в Москве - теперь работать с нами стало еще удобнее и мобильнее.

- Что представляет собой компания «Восток-Тайм» сегодня?

- Сегодня это ещё по-прежнему молодой, но уже опытный коллектив профессиона-

лов своего дела. В компании весь процесс изготовления и реализации готового продукта находится в единой цепочке: отделы дизайна, логистики, производства, сборки работают как единый часовой механизм.

На сегодняшний день в нашем ассортименте более ста моделей кварцевых и механических наручных часов. Уже к имеющимся настенным часам в январе будущего года добавятся ещё 5 совершенно новых моделей настенных часов собственного производства. В наших коллекциях есть любые часы, даже каминные или скульптурные. А благодаря знанию часовой отрасли и многолетнему опыту для нас, а следовательно, и для наших заказчиков нет ничего невозможного. Всё новое, что сегодня есть в часовой индустрии, мы готовы обсуждать и предлагать нашим клиентам.

- В чем отличие компании «Восток-Тайм» от конкурентов, других компаний, занимающихся часами?

- Во-первых, это умение создать для нашего заказчика часы с нуля, когда наши дизайнеры с чистого листа, исходя из пожеланий заказчика, делают макет часов, который потом превращается в эксклюзивный подарок.

Во-вторых, мы умеем работать с крупными комплексными заказами, когда заказчику к определённому сроку нужно несколько тысяч часов в индивидуальной упаковке, с его объёмным логотипом, и что бы ремень был обязательно красным с белой прострочкой. Мы охотно берёмся за такие заказы и делаем их в срок. И, наверное, самое главное, это клиентоориентированность компании. Общаясь с клиентом, мы стараемся встать на его место и не просто продать ему нашу продукцию, а с помощью наших часов решить его потребность независимо от количества его заказа. Наверное, благодаря этому у нас нет обычных клиентов, у нас все клиенты любимые.

- Зачастую о компании лучше любых слов говорит список ее заказчиков. Расскажите, пожалуйста, о Ваших.

- К провинциальным компаниям многие крупные заказчики относятся с осторожностью, и наш путь был, наверное, чуть более долгий и тернистый. Но сейчас я могу без преувеличения сказать, что всё было

не зря. За эти годы нашими клиентами стали ведущие мировые бренды: «Toyota», «KIA», «Land Rover», «Scania», Mitsubishi, «АвтоВАЗ», Continental, Bridgestone, Лукойл, «Газпром», «Mobil 1», «Shell», ТЕЛЕ2, «Би-лайн», «Gillete», ФК «КамАЗ», «Динамо», «Спортивная Россия», «Академия футбола», «Касперский», «1С», Альфа банк, «Masterkart» МИБ, Сбербанк России, многие страховые компании.

Ведущие ВТL-агентства, которые использовали наши часы в качестве промосувениров в рекламных акциях пива «Арсенальное», «Балтика», «Охота», «BUD», «Staropramen». Рекламные агентства и сувенирные компании. Вооруженные силы, МВД и ФСБ России. Государственная Дума, администрации российских городов и регионов.

- Не раскрывая всех секретов, расскажите, будет что-то новое в юбилейном 2012 году?

- Да, и мне приятно об этом говорить. Мы не стоим на месте. В будущем году появится два новых проекта, один из них будет больше направлен на работу с рекламными и сувенирными компаниями, а второй больше нацелен на наших прямых заказчиков.

Нужно немного подождать, планирую, что уже на осенней выставке «IPSA Рекламные Сувениры» мы покажем наш новый проект. Следите за анонсами

- В преддверии Нового года расскажите, каким, по-вашему, был этот год для сувенирной отрасли, в час-

ности для сегмента корпоративных часов и чего ожидать от года наступающего.

Сувенирная отрасль - это индикатор стабильности в нашей стране. Чуть заговорили об экономической нестабильности - первое, что сокращают, это рекламные бюджеты. Радует тот факт, что многие компании понимают, что корпоративный сувенир, это не только имиджевая составляющая компании, но и инструмент коммуникаций с потребителем. Что же касается Часовой компании «Восток тайм», то средний рост выполненных заказов в год 20%. Мы не ждём, что следующий год будет лёгким и удастся «выехать» на старом багаже. Сейчас нужно сильно бежать, чтобы стоять на месте.

- Что бы Вы хотели пожелать партнерам и заказчикам в новом году?

Дорогие коллеги!
Всех с Новым годом!
Успехов и процветания!

**ООО «ВОСТОК-ТАЙМ», РФ,
г. Чистополь (84342) 944-34, 942-25
Москва, +7 (499) 940-93-54
тел. +7 (925) 805-1-805
моб. +7 (916) 372-5502
<http://www.vostok-time.ru>
<http://www.chronorus.ru>**



Watches and clocks are always topical gifts

“Vostok-Time” company is one of the leaders in Russian business-gifts market. The company’s catalog includes hundreds of watches, wall clocks, desktop timers and other items in different price ranges: from VIP-class Swiss watches to low-cost goods for promo-actions. And with own production facilities the company provides not only ready-made clocks from the catalog but unique clock “from a scratch” developed by designers. On the threshold of the ninth birthday of “East-Time” we had a talk about company’s history, reality and prospects with its director Oleg Chetyrchinsky.