

# АДЪЮТАНТ: на страже Вашего времени



ИНТЕРВЬЮ С ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ  
КОМПАНИИ «ПОНИ» И.Г. КЛЕВЦОВЫМ

— ТМ Адьютант существует на рынке уже 12 лет и является одним из лидеров по производству в России индивидуальных ежедневников в сегменте b2b. Расскажите, как удалось достичь таких результатов и что позволяет вот уже много лет сохранять эту позицию?

— С первых дней для нас было важна обратная связь с заказчиком, их нужды и пожелания. Адьютант® создавался как лаборатория, ателье по созданию индивидуальных ежедневников малыми тиражами.

Сейчас, торговая марка Адьютант® — это:

- полный производственный цикл (включая изготовление блоков), ориентированный на производство ежедневников, еженедельников и деловой галантереи (визитницы, папки и пр.) представительского и бизнес-класса;
- отработанная технология со множеством эксклюзивных новаторских решений;
- современное оборудование европейского производства;
- качественные материалы и комплектующие европейского и российского производства;
- инновационные решения в организации труда и производственного процесса;
- специально спроектированный современный производственно-складской комплекс площадью более 3000 кв.м., базирующийся в Санкт-Петербурге;
- квалифицированный персонал.
- Все это плюс 12-тилетний опыт разработки технологического и производственного процессов, изучения зарубежного опыта, потребительского

спроса, создания федеральной дилерской сети позволили предложить клиентам уникальную услугу по созданию своего неповторимого продукта и распространить ее практически по всем регионам России и в Белоруссию.

Растущие объемы продаж привели к расширению и обновлению мощностей. Производство переехало в более просторное помещение. Была закуплена полностью автоматизированная база по изготовлению и сборке ежедневников.

И главное, мы неспокойная компания и не можем почитать на лаврах. Посещая международные выставки, мы отслеживаем тенденции развития рынка ежедневников и новинки оборудования. Все самое интересное и революционное мы берем на вооружение — появляются новые изделия, модернизируется производство. Наши возможности растут, расширяя границы выбора для заказчиков. И это бесконечный, безостановочный процесс!

— **Новый год для рекламно-сувенирной отрасли традиционно начался с международных выставок, в частности с крупнейшей европейской выставки PSI. В этом году Адьютант® побывал в Дюссельдорфе и стал экспонентом PSI, впервые представив Россию на подобном мероприятии. Поделитесь впечатлениями: что послужило толчком к участию, какие тенденции на европейском рынке промоподарков и оправдались ли ожидания?**

— На других посмотреть и себя показать! Ну а если серьезно, хотелось понять, какие тренды ежедневников востребованы в Европе, и узнать насколько будет интересно



наше предложение с производством индивидуальных ежедневников малыми тиражами. На выставке были представлены ведущие европейские производители изделий для планирования, которые были и остаются маяками нашего рынка. Но, во-первых, их было так мало, а, во-вторых, сроки исполнения и тиражи на индивидуальные изделия, мягко говоря — не маленькие.

Сложилось впечатление, что европейский рекламный рынок несколько по-другому понимает слово «индивидуальный». Например, агентства, готовы заказать для транспортных компаний ежедневник с дизайнерской шивкой автомобильной тематики тиражом этак много тысяч экземпляров и предлагать его различным компаниям этого сектора, только меняя их логотипы. И это уже считается индивидуальным ежедневником! А

наши, даже небольшие заказчики ждут от нас уникальное, ни на что не похожее изделие от 100, а то и от 40 штук, да еще в предельно малые сроки. И в этом, российские производители, впереди планеты всей.

**— Тема отраслевых выставок в России в последнее время особенно злободневна и неоднозначна. Эксперты расходятся во мнениях об их полезности и необходимости участия в них. Как известно, после участия в PSI Вы посетили еще одну европейскую выставку Rareworld, а после приняли участие в весенней IPSA. Какое значение имеют для Вас отраслевые выставки, и какое место они занимают в системе продвижения бренда Адьютант®.**

— Выставка — это, прежде всего, событие для рекламно-сувенирной отрасли, дающее возможность оценить динамику рынка, актуальные тенденции, рассказать о своих новинках и разработках. Это эффективная площадка для взаимодействия и конструктивного диалога между всеми участниками

рынка промосувениров России, на мой взгляд, является стабильность. Производителям, поставщикам и заказчикам понадобилось несколько лет, что бы выйти на докризисные показатели оборота и начать их увеличивать. Сезонность рынка по-прежнему оказывает прямое влияние на уровень продаж, но средняя динамика по заказам сохраняется в течение всего года. Это свидетельствует о том, что в России постепенно формируется и развивается культура использования рекламных сувениров. Компании пришли к пониманию, что помимо знаков внимания, деловые подарки это еще и эффективный маркетинговый инструмент продвижения. Однако я заметил, что в последнее время многие заказчики, да и сами игроки рынка стали сетовать на некую «креативную бедность» промоподарков, в то время как ассортиментное предложение способно удовлетворить практически любую потребность. Времена, когда рекламные сувениры с символикой были в новинку давно прошли. Сейчас наступило новое время, время, когда конкуренция в этом сегменте неуклонно рас-

ры, предложения, протесты, доказательства и опровержения — мозговой штурм наших профессионалов, людей неравнодушных, дерзких и преданных общему делу — созданию самой креативной коллекции.

Раскрывать все карты сейчас еще рано, одно могу сказать, приятных сюрпризов ожидается множество. Это и новые трендовые форматы изделий, новые блоки (порядка 50 артикулов!!!), интересные варианты персонализации и конечно новые материалы. Это будет громкая весенняя премьера.

**— Как Вы видите развитие компании в дальнейшем?**

У нас ясные и амбициозные цели — двигаться только вперед, развивать производственные мощности, создавать трендовые изделия, радовать и удивлять заказчиков. То есть оставаться флагманом на рынке индивидуальных ежедневников.

**— Что Вы пожелаете своим заказчикам на сезон 2014?**

Хочу пожелать как можно больше ярких идей, креативных решений, смелых и дерзких проектов, которые мы вместе будем воплощать в этом сезоне. Удивительно то, что все мы хорошо знаем, когда именно наступает самая горячая пора сувениров и в тоже время для нас это всегда неожиданно! Давайте подумаем об этом уже сейчас, пока есть достаточно времени на реализацию всего задуманного. Кроме того, летние продажи полны приятных дополнений еще и в финансовом плане. В ушедшем году мы в 1,5 раза увеличили производственные мощности, что позволило даже в самый разгар сезона принимать заказы на стандартные сшивки вплоть до нового года, сохраняя при этом минимальные сроки поставок. Я убежден, что мы вместе все обязательно успеем, придумаем и воплотим в жизнь!

**РАСКРЫВАТЬ ВСЕ КАРТЫ СЕЙЧАС ЕЩЕ РАНО, ОДНО МОГУ СКАЗАТЬ, ПРИЯТНЫХ СЮРПРИЗОВ ОЖИДАЕТСЯ МНОЖЕСТВО. ЭТО И НОВЫЕ ТРЕНДОВЫЕ ФОРМАТЫ ИЗДЕЛИЙ, НОВЫЕ БЛОКИ (ПОРЯДКА 50 АРТИКУЛОВ!!!), ИНТЕРЕСНЫЕ ВАРИАНТЫ ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ И, КОНЕЧНО, НОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ. ЭТО БУДЕТ ГРОМКАЯ ВЕСЕННЯЯ ПРЕМЬЕРА.**

рынка бизнес сувениров. Она позволяет решить целый ряд разноплановых задач, которые невозможно осуществить каким-либо другим способом.

Несмотря на то, что мы живем в век информационных технологий, в мире по-прежнему нет способа заменить живое общение. Отраслевые выставки позволяют в живом диалоге обсудить актуальные вопросы с дилерами, партнерами, единомышленниками, и дают возможность пообщаться с товаром лично, получить не только визуальное впечатление о нем через каталог или сайт, но и тактильное. А ведь именно оно является для клиента самым достоверным и зачастую решающим аргументом в пользу продукта. Вот почему для нас выставки — один из ключевых и наиболее эффективных инструментов в комплексе коммуникационных мер по продвижению бренда Адьютант®.

**— Как Вы оцениваете перспективы российского рынка рекламных сувениров?**

Особенностью нынешнего этапа раз-

тет, а заказчик становится все более требовательным. В таких условиях, бизнес-сувенир сам по себе уже не представляет особой ценности, ценность представляет маркетинговая идея, которая в него вложена, кейс, внутри которого существует этот сувенир.

**— Подходит время выпуска новых каталогов 2014. Расскажите, как обстоят дела с новой коллекцией Адьютант®, какие новинки будут представлены в этом сезоне, и как скоро мы их увидим?**

Да, сейчас у нас самое жаркое время!

Создание нового каталога начинается сразу после выхода предыдущего и продолжается в течение года. Анализ тенденций развития международного и российского рынка, обратная связь с дилерами и конечными заказчиками, выявление их потребностей и пожеланий, статистика продаж — все это влияет на создание каталога. Разработка технологии производства новинок, тестирование, изготовление и утверждение сигнальных тиражей — это следующий этап. И конечно: обсуждения, спо-

**Компания «ПОНИ», Санкт-Петербург**

[www.adjutant.ru](http://www.adjutant.ru)

