

«Экспериментируем на себе», или Как начать бизнес расходных материалов



Сергей Антипин,
генеральный директор,
компания Lamstore
[Москва]



Александр Аристов,
исполнительный директор,
компания Lamstore
[Москва]

Компания Lamstore более 5 лет работает на рынке поставок расходных материалов для полиграфии. Это одно из направлений бизнеса московской типографии FS-Print, которая специализируется на изготовлении рекламной и сувенирной полиграфии, предлагая услуги всех видов печати и отделки полиграфической продукции. О том, как уживаются два бизнеса и что помогает им развиваться, нам рассказали руководители компаний Lamstore и FS-Print.

Ф: Расскажите, пожалуйста, как появилась идея заняться продажей расходных материалов? И повлияло ли это на ваш полиграфический бизнес?

АА: К тому моменту, когда появилась компания Lamstore, наша типография была уже зрелым игроком на рынке с более чем 10-летней историей. Но при этом мы всегда делали попытки диверсифицировать бизнес, искали дополнительные направления развития. Это позволяло не просесть в сложные времена кризисов. Попробовав разные виды деятельности, решили все же выбрать направление, тесно связанное с полиграфией, с тем, в чем мы хорошо разбирались. У нас уже имелись наработки по поставкам из Китая. И мы начали предлагать услуги по продаже расходных материалов для полиграфии.

Ф: Какой продукт был первым, который вы поставили в Россию?

АА: Первой мы завезли пленку для ламинации. Дело в том, что наша типография активно работает в сегменте производства бумажных пакетов, упаковки, сувенирной полиграфии, где требуется ламинирование пленкой. Мы посчитали, что исходя из наших объемов на ламинацию, будет выгоднее возить материал самим, поэтому первые пробные партии были привезены не только на продажу, но и для собственных нужд. Мы ничем не рисковали. Если бы продажи не состоялись, то сработали бы пленку самостоятельно. Однако все сложилось удачно. Получилось реализовать первую партию. Затем вторую, третью... Процесс пошел.

СА: Я бы назвал еще одну причину, почему мы стали поставлять прежде всего пленку. При заказе материалов для ламинации мы сами сталкивались с проблемой, что невозможно приобрести пленку нужного размера и в нужной намотке. Готовые ролики обычно поставляются в намотке по 3000 м, что не очень выгодно для большинства типографий. Успех наших продаж пленки заключается в том, что мы стали продавать их в самых минимальных намотках, любой ширины, что позволяет типографиям сократить отходы до минимума. Именно по этой причине у нас образовалось большое количество мелких клиентов, которых интересует данная услуга.

Более того, сейчас к нам обращаются клиенты, которые не просто покупают пленку, но и размещают заказы в нашей типографии на ламинацию. У нас установлен профессиональный высокоскоростной ламинатор, позволяющий снизить себестоимость продукции. И для многих клиентов выгоднее разместить заказ у нас, чем



Образцы расходных материалов



Промышленный ламинатор, оснащенный УФ-лампами, для получения более качественной припрессовки пленки. На нем апробируются пленки, которые завозит компания Lamstore из Китая, а также выполняются заказы на ламинацию



Оборудование для перемотки и резки пленки (вверху) и размотчик двустороннего скотча (внизу). Позволяют нарезать материалы нужных заказчику ширины и метража



В компании Lamstore имеется собственный склад расходных материалов

выполнять его на собственном оборудовании. К тому же ламинатор оснащен УФ-лампами, благодаря которым достигается более четкая фиксация пленки на месте биговки, клей лучше схватывается и не отслаивается. И это тоже аргумент для клиентов — высокое качество самой ламинации.

Ф: Как расширился с тех пор ассортимент поставляемых вами материалов?

АА: При расширении ассортимента мы всегда исходим из собственных потребностей производства. После удачного опыта продаж пленки начали поставлять биговальные матрицы. Два года назад занялись поставками двустороннего скотча, который используется в производстве упаковки, добавились и другие ассортиментные позиции — клей для термопистолетов, клей для КБС, фурнитура (кольца пикколо, а также ленты и шнуры, которые используются в качестве ручек к пакетам, наконечники на шнуры). Поставляем пружины для навивки, но это сезонный продукт, который, по сути, активно продается только два месяца в году. Большим спросом, как ни странно, пользуется пакетная пленка для ламинирования. Занимаемся продажей фольги для тиснения. В этом году добавили несколько типов календарных блоков. Печатаем их сами небольшими партиями. В комплекте к

ним можно подобрать пружины, курсоры, ригеля — все необходимое для производства календарной продукции.

Ф: Как вы подбираете поставщиков расходных материалов? Насколько сегодня китайскому качеству можно доверять?

СА: Мы весьма придирчиво выбираем производителя. Главным критерием является не только интересная цена, но и качество, которое должно в первую очередь устроить нас. Мы посещаем международные полиграфические выставки, в том числе в Китае, бываем на заводах компаний-производителей, отбираем образцы продукции. В отличие от других поставщиков расходных материалов, у нас есть собственное полиграфическое производство, на котором мы тестируем все материалы, которые завозим. И только после того, как убедимся в том, что продукт соответствует заявленным характеристикам, предлагаем его нашим клиентам-полиграфистам.

АА: Китайские производители стали более гибкими к клиентам, свои ошибки признают, работают честно. И если возникают вопросы, то не оставляют их без решения. Все это следствие высокой конкуренции в Китае среди поставщиков и расходных материалов, и оборудования. Если раньше китайской продукцией все брезговали, да и мы в том числе, то сегодня там можно найти весьма достойного качества материалы по конкурентным ценам. И на самом деле то, что мы поставляем, меня устраивает по качеству гораздо больше, нежели те расходники, которые можно приобрести в России.

Ф: Помимо расходников, вы еще и некоторое полиграфическое оборудование поставляете?

АА: Да, это одна из веток нашего бизнеса. Поставляем негабаритное оборудование, в котором имеется потребность со стороны наших потенциальных клиентов, — ламинаторы, увлажнители, машины для нанесения двустороннего скотча. По нашим наблюдениям, сейчас в основном получают развитие крупные серьезные полиграфические проекты, а вот активность спроса в оборудовании со стороны мелких и средних типографий небольшая.

Ф: Кто является вашими клиентами?

АА: Мы ориентируемся на типографии всех уровней — от простых копи-салонов до полиграфкомбинатов. Чаще всего это среднего размера полиграфические компании, которым в силу их загрузки и структуры заказов требуются расходные материалы небольшими партиями. В продажах мы исходим именно из того, чтобы типографиям было удобно с нами работать. Прежде всего ориентируемся на розничные продажи, многие позиции у нас можно приобрести даже поштучно. Сотрудничаем с региональными клиентами. Оказалось, что работать с мелкими партиями товара очень выгодно. Да, это требует большого документооборота, работы со складом. Но типографий, которым это необходимо, очень много, а в масштабах России получается огромная клиентская база.

Ф: Что вы считаете вашим преимуществом?

СА: Как я уже говорил, все завозимые материалы мы тестируем на нашем оборудовании. По большому счету, экспериментируем на себе. С одной стороны, в этом есть определенные риски, но с другой — мы полностью уверены в том, что если продукт «работает» у нас, то и у других тоже не должно возникнуть проблем. У нас налажено взаимодействие с региональными клиентами. Главные критерии для них — это цена и короткие сроки доставки. У нас есть склад в Санкт-Петербурге, что упрощает вопрос с поставками материалов. Да и с логистикой у нас поставлено все на поток — мы работаем с транспортными компаниями, доставка до которых бесплатна вне зависимости от суммы заказа. Также немалым фактором является то, что мы работаем без выходных и праздников с 7 утра до 21 часа, если клиенту нужны материалы в воскресенье вечером — он их получит.