



АКЦЕНТ НА СОЗИДАНИЕ

Более ста Клиентов посетили ежегодный круглый стол «БИАКСПЛЕНА».

В середине октября «БИАКСПЛЕН» собрал в подмосковном отеле «Ареал» более ста Клиентов, руководителей и специалистов компании на ежегодный круглый стол, чтобы рассказать о своих достижениях и обсудить наиболее волнующие вопросы.

ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ ВСТРЕЧИ – УВИДЕТЬ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОМПАНИИ НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ РЫНКАХ, ПОЛУЧИТЬ ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ ОТ ПАРТНЕРОВ.

По словам исполнительного директора компании Марата Фаляхова, главная цель встречи – увидеть возможности для повышения эффективности компании на внутреннем и внешнем рынках, получить обратную связь по продукту от партнеров, услышать их мнения.

На встречу приехали как прямые Клиенты – переработчики, печатники, дистрибьюторы, – так и представители транснациональных компаний, которые являются конечным потребителем продукции. А со стороны компании в круглом столе приняли участие не только менеджеры маркетинга и продаж, но и представители предприятий из Новокуйбышевска, Курска, Балахны, Железнодорожного и Томска. Словом, те, кто непосредственно регулирует создание продукта с точки зрения экономики, качества и тоннажа.

Менеджеры «БИАКСПЛЕНА» рассказали об итогах года, тенденциях развития рынка БОПП, новинках своего производства и технического сервиса, последних марочных разработках, поделились нюансами нового планирования и финансовых инструментов.



Участники круглого стола «БИАКСПЛЕН».

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА БОПП СЕГОДНЯ – ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ, СНИЖЕНИЕ ПЛОТНОСТИ И ТОЛЩИНЫ УПАКОВКИ, ВОЗМОЖНОСТЬ УТИЛИЗАЦИИ ПЛЕНКИ, УЛУЧШЕНИЕ ПЕРЕРАБАТЫВАЕМОСТИ, А ТАКЖЕ КАСТОМИЗАЦИЯ МАТЕРИАЛОВ И УПАКОВКИ.

По словам Георгия Мартиросяна, главного эксперта по маркетингу «БИАКСПЛЕНА», мировой рынок БОПП растет примерно на 4% в год. Основными трендами сегодня являются использование инновационных материалов, снижение плотности и толщины упаковки, возможность утилизации пленки, улучшение перерабатываемости, а также кастомизация материалов и упаковки.

Руководитель отдела продаж Петр Меднек рассказал о том, как «БИАКСПЛЕН» развивает клиентоориентированность. В частности, речь шла о ежегодном опросе удовлетворенности Клиентов. По итогам очередного опроса менеджеры «БИАКСПЛЕНА» разработали 48 мероприятий по улучшениям в логистике, управлении качеством, финансах и планировании. 21 из них уже внедрили.

Кроме того, одним из важных вопросов стало изменение в системе планирования поставок: «БИАКСПЛЕН» вводит подекадное планирование (раньше горизонт планирования составлял месяц). Это позволит сделать более удобной работу по резервированию продукции для удовлетворения дополнительного спроса, а также корректировку параметров заказа.

Еще одно предложение, на которое менеджеры компании обратили особое внимание Клиентов, – программа поддержки при выходе на международные рынки «Экспортный форсаж». По словам Дмитрия Матвеева, руководителя направления Маркетинг «БИАКСПЛЕНА», любой производитель при выходе на международные рынки сталкивается с рядом вызовов. Это недоступность маркетинговой информации, недостаточность клиентской базы, отсутствие экспортной инфраструктуры, высокие требования к уровню сервиса и конкуренции по издержкам.

«БИАКСПЛЕН» предложил своим Клиентам пакет специальных услуг для развития экспортных продаж. Это позволит Клиенту расширить собственный бизнес и географию присутствия, максимизировать загрузку мощностей и перейти в лигу мировых игроков на рынке гибкой упаковки.



Менеджеры «БИАКСПЛЕНА» рассказали об итогах года и тенденциях развития рынка БОПП.

«Это уже пятая подобная встреча, и если на первых мы на 80–90% обсуждали вопросы качества продукта и стабильности поставок, то сегодня мы делаем акцент на созидание, хотим увидеть новые ценности и возможности», – прокомментировал Марат Фаляхов.

«Клиенты – это всегда основное достояние компании, и чем более они качественные, образованные, требовательные, тем быстрее это повышает и наш уровень, – подвел итоги мероприятия Михаил Яновский, советник директора «БИАКСПЛЕНА». – Такие мероприятия позволяют Клиенту оценить нашу открытость, понять, что это площадка, где они могут высказаться публично. Мы хотим, чтобы все наши партнеры были удовлетворены, а они хотят быть уверены, что мы поставляем то, что им нужно».

Что говорят участники

Александр Ладан,
директор и совладелец компании «Неопак», Новосибирск:

«Для нас стало традицией приезжать на такие встречи, так как здесь действительно рассказывают о том, какие в мире и России есть тенденции, куда идет рынок. Также важно просто пообщаться с партнерами и конкурентами о том, что происходит на этом рынке. Мы в компании видим, что «БИАКСПЛЕН» меняется, но, если судить по 10-балльной шкале, я поставил бы 7, так как есть еще к чему стремиться. Судя по презентациям, которые прозвучали сегодня, и сама компания это понимает и движется к тому, чтобы с точки зрения клиентоориентированности условный балл был 9 или 10».

Ирина Шевченко,
директор по закупкам компании «Укрпластик», Украина:

«Наша компания отслеживает все мировые тренды. И нам импонирует, что и «БИАКСПЛЕН» их тоже исследует. Мне лично интересно видеть, какие компания предпринимает шаги, чтобы соответствовать этим трендам. И мы понимаем, что с «БИАКСПЛЕНом» мы точно вместе, так как наши желания и планы совпадают. Здесь нас всегда слышат. Безусловно, в жизни есть правила, но реальные заказы, реальные клиенты не всегда дают возможность этим правилам следовать. «БИАКСПЛЕН» может быть гибким и находить пути и решения, зачастую нестандартные, отличающиеся от этих правил. Это самое главное».

Николай Бабкин,
генеральный директор ООО «Томь-ЛДТ», Томск:

«Я не первый раз здесь и вижу тотальную эволюцию «БИАКСПЛЕНА», всех докладчиков и всех докладов. И если первые три встречи были поиском решения проблем, то на этом круглом столе все без исключения говорили только о том, что они собираются делать дальше. И это совершенно нормально, потому что модель организации процесса, клиентоориентированность, о которых говорили раньше, сейчас уже ощутимые. Если раньше у меня проблемных звонков было примерно 20 в неделю, то теперь 1–2 в месяц. И это говорит о том, что система работает».

Александр Маевский,
«Белмапгрупп», трейдер по Беларуси:

«Такие встречи очень полезны. По телефону ведь все не обсудишь, тем более в переписке. Осень и зима не самый лучший сезон для упаковщиков, и нам нужно скоординировать свои действия, посмотреть, какие новинки можно ожидать в следующем году, в целом понять, в какую сторону мы идем по сложным пленкам. С СИБУРОм мы работаем уже 8 лет. Компания развивается, многие вещи становятся понятнее, прозрачнее. Тем не менее периодически возникают какие-то технические вопросы, которые нужно решать именно здесь, с людьми. Не с каждым по отдельности, а сесть за общим столом и переговорить сразу с 3–4 представителями разных подразделений «БИАКСПЛЕНА».