

outdoor



Соло восхождение В. Бабанова на вершину Меру Центральная (Гималаи, сентябрь 2001)

Как сохранить лидирующие позиции в области outdoor?

Как мы пытаемся это сделать:

- Постоянство в правильно выбранном направлении! Когда долго занимаешься одним делом, начинаешь понимать, как устроен этот сегмент рынка, можно предугадывать его тенденции.
- Высочайшее качество материалов и комплектующих, а также качество исполнения. С самого начала работы фирмы ставилась такая задача: научиться делать изделия, которые можно использовать в

жестких экспедиционных условиях эксплуатации. В результате 90% российских экспедиций одеваются в снаряжение BASK. Не потому, что дешевле, а потому, что надежно. В альпинизме, полярных условиях, ледяных экспедициях, в пещерах – словом, в экстремальных погодных условиях от качества снаряжения часто зависит жизнь человека, это снаряжение используется. Под качеством мы понимаем не только видимые детали, но и то, что внутри и что не видно.

– Везение. Нам повезло, что стиль outdoor стал моден в городе. Люди постепенно отказываются от кожи и шуб в пользу одежды спортивного стиля. Мы же работаем вверху этого направления: так называемый функциональный стиль (technical outdoor). Попасть в первые ряды очень сложно: доказать свою состоятельность можно только с помощью безупречной работы в течение многих лет. Конечно, мы прогнозировали такую ситуацию на рынке, изучая европейский и американский рынки outdoor. В каждой стране есть национальные бренды, которые считаются гордостью страны, и люди предпочитают продукцию такой марки всем остальным. Мы хотим стать такой национальной маркой в России (в рамках своей области, конечно: в профессиональной одежде для путешественников – technical outdoor).

Конкурентные преимущества

- Качество. Это признают все фирмы, с которыми мы работаем, включая иностранные.
- Сложность и продуманность конструкции. Мало фирм (даже самых крупных и известных) могут себе позволить содержать собственных дизайнеров, конструкторов и экспериментальный цех (у нас над созданием образцов работает 20 человек). Сложность конструкции не позволяет нашим конкурентам воспроизвести наши самые популярные модели.
- Российский пух. В Европе и Японии существует даже такое название: «Сибирский пух». Это пух, собранный в холодной России. Известно, что пушинки (кластеры) перьев гусей, обитающих в холодных регионах, значительно крупнее и лучше сохраняют тепло.



Богданов В.Ф.

родился в 1959 г. на Урале. В Москве с 1975 г.: сначала учился в ФМШ при МГУ, затем закончил в 1983 г. Физтех (Московский физико-технический институт), работал до 1992 г. в НПО «Энергия», где занимался созданием программного обеспечения для космической станции «Мир». С 1992 г. по настоящее время учредитель и генеральный директор НПФ «БАСК». 10 лет занимался спортивным водным туризмом. Читает лекции по снаряжению специалистам; консультирует предприятия, собирающиеся производить одежду с пуховым наполнителем.

Особенности психологии нашего покупателя

– Наш покупатель – человек среднего класса. Это очень образованный и требовательный покупатель. Прежде чем сделать покупку, такой человек долго изучает аналогичные предложения по сети Интернет или в специализированных журналах. Его нельзя обмануть, он не воспринимает массовую рекламу. Он думает и размышляет...

– К сожалению, в нашей стране очень распространено мнение, что в России ничего качественного произвести нельзя. Нам приходится все время доказывать своими успехами обратное. Конкурентную борьбу

Стимулирование продаж

Рынок специальной одежды outdoor достаточно консервативный. Поэтому, в отличие от рынка casual или массового рынка модных изделий, мы не стремимся продать все изделия в данный сезон. Особо сложные и дорогие изделия мы вынуждены изготавливать на два сезона.

Кроме этого, многие изделия продаются круглый год. Например, экстремальные пуховые куртки имеют несколько пиков продаж: зимой (с октября по январь) их покупают для использования в городских условиях, весной (с февраля по конец марта) – альпинист-

Справка о фирме БАСК

Фирма БАСК является частной фирмой. Капитал российский. Фирма БАСК выбрала направление своей деятельности в 1992 г. Компания производит спортивную одежду и снаряжение для активного отдыха (в других странах такое направление обычно называют outdoor), работает примерно со 150 организациями. Объем выпускаемой продукции: более 300 наименований в общем количестве более 100 тыс. изделий в год.

Кроме продажи продукции на свободный рынок БАСК выполняет ответственные корпоративные заказы многих известных фирм, которые заботятся о своих сотрудниках. Это не изготовление рабочей одежды. Как правило, просят одеть инженерный и руководящий состав компании.

Заказчики: Управление Делами Президента Российской Федерации, МЧС России, British American Tobacco, Philip Morris, JTI, Сибнефть, Юкос, Итера, КомиАрктикОйл, Шлюмберже, Jonson & Jonson, Subaru, ЗМ, IPV «News», НТВ и другие компании. Над созданием новых моделей в фирме БАСК работают более 20 человек. Образцы тестируются в «боевых» условиях командой тестеров, которая постоянно меняется. Модели проходят окончательную проверку в длительных экспедициях. Компания ежегодно участвует в снаряжении более 20 крупных экспедиций в разных видах экстремального спорта. Только 20% разработанных моделей поступает в массовое производство. Это цена, которую приходится платить за лидерство, которое марка БАСК удерживает сейчас на рынке technical outdoor в России. БАСК располагает несколькими собственными производственными мощностями. Предприятия работают как самостоятельные организации. Экспериментальный цех находится в Москве. Производства, по меркам легкой промышленности, небольшие. Всего сотрудников – 300 человек. Оборудование – самое современное с высокой степенью автоматизации. С 2000 г. фирма участвует в крупных международных выставках, расширяет сеть дилеров в других странах. С 1998 г. фирма создает собственную сеть магазинов «Активный Отдых».

Фирме принадлежит несколько товарных марок: БАСК – «правильная» одежда для профессионалов (стиль technical outdoor), LMA – одежда для сноубордеров (стиль extreme fashion), БАСК City – недорогая одежда для города спортивного стиля (стиль casual).



Экспериментальное производство



Вышивальный автомат ZSK

бу на дешевом массовом рынке российские производители давно проиграли: китайский товар всегда будет дешевле (если не будут введены заградительные меры на государственном уровне). Многие российские швейные предприятия, пытаясь конкурировать с китайским товаром, используют самые дешевые ткани и комплектующие, нарушают технологию и все равно не могут выиграть «борьбу с Драконом». В этом, на наш взгляд, их ошибка. Нам кажется, что в России нужно производить дорогие изделия (можно по аутсорсингу или под своей торговой маркой), так как средний уровень подготовки наших швейников и автоматизация наших производств выше китайских. Осталось наладить управление, логистику и «разобраться с таможней», но это уже дело государства.

тские экспедиции в Гималаи, летом (июнь – август) – альпинистские экспедиции на Кавказ и район Каракурма, в сентябре – опять экспедиции в Непал. Спальные мешки также покупаются круглый год: летом (туристами) больше, зимой (охотниками) меньше.

Теплые городские изделия из пуха и с синтетическим утеплителем (Thinsulate), а также летнюю неспециализированную одежду мы стараемся продать в сезон. Стандартные скидки в магазинах в конце сезона составляют 15%. Остатки таких товаров разные, так как общий ассортимент выпускаемой продукции большой – более 300 наименований. Конечно, мы стараемся их минимизировать. Но мы никогда не позволяем себе «скидывать» товар по демпинговым ценам – это рушит рынок.



Проект "Русский путь – Стены мира". Первовосхождение команды во главе с А. Одинцовым на пик Большого Паруса (о. Баффинова Земля, июнь 2002 г.)

Мы иногда ошибаемся с выбором модели, цветом и т.д. В этом случае включается система скидок – «до полной продажи». Такие изделия мы больше не производим. Распродажа обычно проводится в магазинах нашей собственной сети.

Во всех магазинах сети «Активный Отдых» есть дисконтные карты. Оповещение покупателей о новых товарах происходит по Интернету. На нашем корпоративном сайте публикуются новости и есть форум, на котором любой человек может спросить о нашей продукции, высказать претензии, замечания. Это хорошая коммуникация.

Дилеры и региональные покупатели по электронной почте получают коммерческие новости, в которых имеется вся необходимая информация по новым моделям. В большинстве крупных городов России есть наши дилеры или крупные магазины, которые покупают нашу продукцию. Наибольший спрос – в «холодных» регионах.

Наибольший интерес к нашей продукции возникает там, где наш партнер грамотно ведет бизнес: правильно рассказывает о товаре и его преимуществах. Нельзя считать нашими конкурентами массовую продукцию известных марок, если рассматривать не городской рынок, а специализированный.

Мы замечаем, что многие состоятельные люди не хотят носить массовку даже известной марки. В наши магазины заходят очень известные люди. Думаю, что вы согласитесь: приятно ходить в городе в одежде, если знаешь, что в нем можно и на Эверест залезть!

Мы также имеем дилеров в Скандинавии, Англии, Канаде. Там и проще, и сложнее. Проще – так как не нужно объяснять, для чего нужны снаряжение и одежда такого класса. Сложнее – так как очень много конкурентов. Там наша задача – доказать, что наша продукция качественнее аналогичной (а это действительно так).

Рынок спортивных товаров в России

В настоящий момент магазины спортивных товаров можно разбить на несколько типов.

Общеспортивные – в них продаются мячи, кроссовки и другие массовые и самые необходимые спортивные товары. Раньше такие магазины назывались «Спорт». Как правило, эти магазины сохранили такую направленность и сейчас.

Монобрендовые – например, магазины «Адидас», «Рибок»...

Мультибрендовые – например, сеть «Спорт-мастер», «Панспортсмен» и т.д.

Специализированные – например, для занятий сноубордингом, дайвингом, альпинизмом, туризмом...

Во многих магазинах или на рынках можно встретить **спортивные секции разной направленности**.

В настоящее время открывается очень много новых магазинов общего спортивного профиля. Возможно, их скоро станет больше, чем нужно. С другой стороны, ощущается недостаток специализированных (профессиональных).

Стиль сети «Активный Отдых» соответствует направлению outdoor, широко распространенному в других странах. Магазины можно отнести к специализированным. Сеть в своем ассортименте ориентирована в первую очередь на продукцию фирмы БАСК. Но это не монобрендовая сеть магазинов. В ней продается много товаров других марок.



Кругосветные экспедиции парусной яхты "Апостол Андрей" вокруг Восточного (1996-1999 гг.) и Западного (2001-2002 гг.) полушарий

Просто ассортимент магазинов предполагает наличие товаров для людей, которые знают, в каких условиях им предстоит использовать одежду и снаряжение. Они же предъявляют определенные требования к экипировке. Можно сказать, что эта сеть – для профессионалов. Если посмотреть на список необходимых вещей для альпинизма, скалолазания, горного туризма, охоты, яхтинга, велотуризма, водного туризма, скитур, парашютизма, треккинга, полярных путешествий, зимней рыбалки, автотуризма, спелеологии, поездки за грибами или прогулки в лес, то окажется, что эти списки будут во многом пересекаться. Магазины нашей компании созданы для удовлетворения потребностей людей, занимающихся такими видами спорта и отдыха. Outdoor в переводе значит: вне дома (за дверь). Да и современный мегаполис – это место, где человек должен уметь защитить себя от неблагоприятных внешних условий. Почему бы не сделать это профессионально?

Все вышесказанное диктует нам следующие действия для улучшения продаж.

– Широкая просветительская деятельность в сети Интернет и специализированных журналах о новых тканях, комплектующих и технологиях производства.

– Использование самых современных и известных тканей и комплектующих. Ткани Pertex, Polartec, утеплитель фирмы 3M Thinsulate, японские молнии YKK, фурнитура Duraflex доказали свое качество всему миру. Использование маркой BASK этих материалов значительно повышает ее уровень.

– Тестирование одежды и снаряжения в реальных экстремальных условиях. Обратная связь с дизайнерами, конструкторами, производствами по устранению замеченных недостатков. Быстрое их устранение. Скорость достигается применением компьютерных технологий в создании лекал одежды.

– Поддержание широкого и устойчивого ассортимента товаров в магазине. Каждый магазин сети

«Активный Отдых» имеет свою особенность. Как правило, конкретный магазин имеет уклон в сторону одного из направлений экстремального вида спорта.

– На каждый вид товара мы стараемся делать нашим покупателям три предложения: высокой, средней и низкой ценовой групп. Продавцы должны знать особенности каждой группы.

Нашими продавцами обычно становятся люди с опытом экстремального спорта или туристическим опытом. Очень сложно подготовить продавца такого снаряжения, если он не использовал его сам. Продавцы всегда получают информационный материал о новых изделиях.

– Как бы ни важны были профессиональные знания и опыт, без проявления сугубо человеческих качеств они играют второстепенную роль. Поэтому при обучении продавцов и повышении их квалификации придается особое значение положительному внутреннему настрою и соответствующему поведению.

– Фирма BASK осуществляет огромную поддержку работы сети магазинов «Активный Отдых» прежде всего централизованной рекламной кампанией. Использование одежды и снаряжения знаменитыми на весь мир путешественниками, такими как Валерий Бабанов, Юрий Кошеленко, Валерий Розов, Федор Конюхов, делает марку BASK узнаваемой. Об их экспедициях снимают фильмы. Фильмы и публикации об экспедициях «работают» для рекламы марки гораздо более длительное время.

Магазины оформляются фотографиями из экспедиций, с соревнований, фотографиями гор, природы... В витрины выставляются палатка, спальный мешок, одетый манекен, байдарка. Важно, чтобы в магазин заходил покупатель, который знает, что здесь предлагают. Товар не простой – его нужно пощупать, примерить, поговорить с продавцом. С первого раза мало что покупают. Стараемся, чтобы внутренняя отделка магазина напоминала природу, вызывала воспоминания о путешествии...

Много и других, пока не воплощенных идей.



АКТИВНЫЙ ОТДЫХ

- **М. РИЖСКАЯ**
Адрес: Проспект Мира, 74, телефон: (095) 971-17-23, e-mail: outdoor@bask.ru
- **М. ПРЕОБРАЖЕНСКАЯ ПЛОЩАДЬ**
Адрес: ул. Краснобогатырская, 79/3а, телефон: (095) 737-58-48, e-mail: active-rest@mail.ru
- **М. РЕЧНОЙ ВОКЗАЛ**
Адрес: ул. Смольная, 63-Б, телефон: (095) 780-32-09, e-mail: extreme-rest@mail.ru
- **М. ТАГАНСКАЯ**
Адрес: ул. Большие Каменщики, 15, телефон: (095) 911-77-36, e-mail: taganka@bask.ru

