

Гусары рекламного бизнеса



Имя «Стиль Рекламы» не раз мелькало на страницах разных журналов. Компания дважды становилась лауреатом международного конкурса наружной рекламы «Знак», демонстрировала масштабные проекты в различных областях, а буквально недавно запустила новое направление по продаже светотехники. Кажется, что эта компания работает в рекламном бизнесе уже много лет... Между тем в феврале этого года «Стиль Рекламы» отметил только первый свой юбилей — 5 лет на рынке! И отметил его, как и подобает активно развивающейся компании, установкой нового оборудования — UV-принтера HP Scitex FB700. Мы уверены, что многим будет небезынтересна история успеха молодого бизнеса, а кто-то сможет обрести нового партнера, близкого по духу и мышлению.

Судьбаносная встреча

«История «Стиля Рекламы» начинается с основанной в 1994 году строительной компании ООО «Фирма «СКФ-XXI», осуществляющей деятельность в области проектирования и строительства зданий и сооружений, производства стройматериалов и конструкций. Рекламно-производственный участок в компании был создан в 2007 году для оказания смежных услуг в области дизайна, полиграфии, наружной рекламы, широкоформатной и интерьерной печати. В 2008 году появились первые масштабные сетевые клиенты — такие, как Finn Flaer и «Семейный доктор». Вскоре было принято решение о создании отдельного юридического лица — ООО «Стиль Рекламы», гласит официальная история компании.

Как известно, историю вершат люди. Так и здесь не обошлось без человеческого фактора. Сегодняшние учредители компании «Стиль Рекламы» Сергей Руленко и Алексей Ржендзинский встретились в бытность своей работы в дирекции маркетинга сети аптек «36,6», где Сергей отвечал за контроль над фирменным стилем, а Алексей занимался непосредственно вопросами оформления аптек. Изначальный холод в отношениях быстро сменился интересом друг к другу на профессиональной почве, который затем перерос в дружбу.

Однажды буквально за обедом возникла мысль, что в компании «36,6» нет возможности использовать весь свой потенциал и удовлетворить свой интерес к бурно растущей рекламной сфере. Работа была ограничена применением брендбука, но хотелось пробовать новое, разрабатывать что-то свое, причем создавать это собственными руками. В 2007 году совместно приобрели первое оборудование, и тогда уже наступил момент как минимум од-



ному из них уйти из компании и заняться непосредственно развитием самостоятельного бизнеса.

Взгляд со стороны

На протяжении четырех с половиной лет партнеры работали вместе, совместно принимали решения по персоналу, по помещению, инвестированию в производственные мощности: Сергей был лицом и главным человеком компании, а Алексей управлял специальными проектами.

На первом этапе партнеры руководствовались принципом «один ум хорошо, а два лучше», при этом без жесткого вмешательства в управленческий процесс. Раз в неделю вместе

обсуждали стратегические планы, ситуацию в компании, но при этом Алексей никогда не вмешивался в принятые Сергеем решения, которые касались работы с клиентами. Отношения были построены на доверии и уверенности в собственных силах и в успехе бизнеса. Созданная фактически в кризис компания наиболее тяжело переживала не менее сложный период в экономике 2012 года, когда наблюдались массовые увольнения в крупных компаниях. Не все смогли выстоять, и в «Стиле Рекламы» тоже были трудные времена. Кризис сразу сказался на маркетинговых бюджетах, что, соответственно, отразилось на бизнесе рекламщиков. Можно было бы, конечно, пожать друг другу руки и разойтись, но партнеры верили в себя и благополучно преодолели и этот кри-

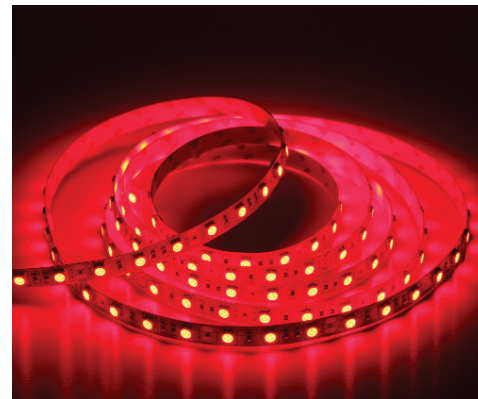
зис, даже инвестировали средства в развитие бизнеса. Компания не скрывает, что без потерь не обошлось, но удалось сохранить основной костяк коллектива. И те, кто остался, кто поверил в компанию и своих руководителей (несмотря на задержки выплат зарплат), сейчас довольны, в том числе и своими финансовыми результатами. Стоит отметить, что коллектив компании дружный и многонациональный, к тому же сплоченный кризисом, и взаимовыручка и ответственный подход к делу здесь по-прежнему остаются ключевыми принципами работы.

Сейчас компания на подъеме, у нее большие планы на будущее. И наступил момент, когда одному руководителю справляться уже крайне тяжело, команде нужен еще один человек, который понимает все и является талантливым менеджером. Выбор очевиден: Алексей Ржендзинский полностью отдался работе в собственном бизнесе. С этого момента начинается новый виток в развитии компании, предел ее возможностей расширился, и она может идти дальше. В планах — повысить обороты, расширить клиентскую базу, открыть новые направления...

Diod Style

Работа с партнерами и клиентами в компании построена во многом на теплоте и душевности. Клиенты обращаются в «Стиль Рекламы» по рекомендации и, как правило, становятся не только партнерами, но и друзьями. Именно в этом залог успеха компании. «Сарафанное радио» сыграло большую роль и в развитии нового направления по продаже светотехники Diod Style. Число клиентов растет в геометрической прогрессии, и не только в Химках и Москве, но и в масштабах России. Руководство видит в этом направлении огромный потенциал и рассчитывает в его развитии достичь такого же высокого уровня, как и в рекламно-производственной сфере. Для этого есть все основания, ведь менее чем за полгода уже стали заметны ощутимые финансовые результаты.

И здесь, фактически в розничном сегменте, бизнес строится на открытости и душевном подходе. Отношения с потенциальными клиентами начинаются с консультации. Специалисты компании помогают подобрать лучшее решение подсветки, выбрать светотехнику, определить, какой продукт и в каком объеме будет оптимальным для решения каждой конкретной задачи. Для покупателей предусмотрена бесплатная опция — расчет необходимого объема светодиодов и светодиодной продукции для любой рекламной конструкции или вывески. Клиент получает готовое решение, где прописывается вид светового продукта (модули или ленты), дается схема его расположения внутри корпуса букв и рекламных элементов, а также указывается, какие блоки пи-



тания необходимо использовать. Как отмечают в самой компании, обсуждение заказа — очень важный этап, они хотят быть уверенными в том, что заказчик останется доволен, да и его клиент тоже.

Немаловажно, что светодиодный проект был фактически отшлифован и протестирован в течение трех лет. И опыт компании позволяет определять лучшее решение по соотношению «цена — качество» в зависимости от поставленной задачи: для краткосрочного и долгосрочного применения, наружного оформления и интерьерных решений, с учетом различных типов подсветки. А ознакомиться с качеством и надежностью продукции можно не только в офисном шоу-руме, но и увидеть ее в действии — на реализованных проектах по всей России. Для этого потенциальным заказчикам достаточно сообщить о своем территориальном расположении, и в компании назовут ближайшие реальные объекты, где приме-

нены светодиоды и светодиодные решения Diod Style.

Подводя итог, хочется выразить уверенность, что это только первые строчки в истории успеха «Стиля Рекламы». У компании амбициозные планы и, главное, огромный интерес к работе и освоению новых технологий. Она открыта для сотрудничества со всеми компаниями, которым близки ее принципы работы, именно тогда отношения будут не только долгосрочными и взаимовыгодными, но и по-настоящему партнерскими.



(495) 222-20-43
www.advstyle.ru
www.diodstyle.ru