



# Professional

Издание для партнеров

№1 2013



За кулисами успеха.  
Круглый стол



стр. 6

Открыт первый  
профессиональный Клуб



стр. 22

Каталог VEKA для iPad



стр. 29



5



6



20



22



26

## Обращение редактора

- 4 Обращение главного редактора «VEKA Professional»

## Анонс

- 5 Презентация сборника «Найдите свой способ отличаться»

## Бизнес

- 6 За кулисами успеха. Круглый стол

## Обратная связь

- 11 Отзывы об обучении в «VEKA Professional»

## Технологии

- 12 Комфортная среда обитания – необходимая потребность современного человека

## Формула эффективности

- 16 Управление изменениями — жизненная необходимость современных организаций

- 18 Поле битвы – интернет

## «VEKA Professional» рекомендует

- 20 Time-management. Техника эффективного управления своим временем

## Презентация

- 22 Открыт первый в стране профессиональный оконный Клуб

- 26 Интеллектуальный продукт от компании VEKA

## Подарок редактора

- 28 Колесо развития

## Календарь активности

- 30 Календарь активности «VEKA Professional»

## В вашу библиотеку

- 31 Анатомия сарафанного маркетинга. Технологии лидерства. Большие продажи. Возвращенцы.



# ПРЯМАЯ РЕЧЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА КОМПАНИИ VEKA RUS & UKRAINE



**Бекхофф Йозеф Лео**  
генеральный директор VEKA

**У**важаемые партнеры,

Каждый из нас является уникальным носителем внутренней корпоративной культуры компании VEKA, а это значит, что репутация и судьба нашего бренда находится в хороших руках.

Я часто ловлю себя на мысли, что именно из нашей продукции строится инфраструктура современного мира. Сегодня, как никогда, важно понимание роли окна, того, как окно влияет не только на облик здания, но и на безопасность тех, кто в этом здании живёт или работает.

Оконный рынок Украины находится в активном процессе своего развития, и с каждым днем все больше и больше внимания уделяется технической многофункциональности СПК, что в очередной раз, подчеркивает востребованность наших оконных технологий, а также готового продукта, который Вы, наши партнеры, достойно

представляете на территории своего региона.

Важно отметить, что высокое качество профильных систем VEKA, которые служат достойной основой для СПК – это конечно важная, но все же только одна из составляющих успеха в нашем общем деле. Ведь наряду с заявленным качеством ПВХ профиля необходимо учитывать еще и профессионализм Ваших сотрудников, начиная от квалификации работников производства до компетенций дилеров, менеджеров и мастеров по монтажу и замеру.

Приятно осознавать, что каждый из Вас вносит свой достойный вклад в развитие оконной отрасли. Компания VEKA, как Ваш бизнес партнер, тоже не стоит на месте, постоянно занимаясь поиском новых решений и разработкой эффективных инструментов для повышения результативности нашей совместной деятельности.

Информация во все времена считалась самым дорогим товаром! Корпоративное издание «VEKA Professional» создано с целью обеспечения еще более качественной коммуникации между нами. Его появление стоит рассматривать, как источник полезной информации и профессиональных познаний, которые призваны найти свое достойное применение в Вашей каждодневной работе. Мы с Вами имеем возможность анализировать прошлое, создавать настоящее и влиять на будущее, так давайте не упускать эту возможность!

Я буду рад, если ваши победы, профессиональная жизнь, достижения и опыт будут находить отражение на страницах издания, вдохновляя всех нас на покорение новых вершин и горизонтов. Мы большая семья, которой есть о чем говорить, что обсуждать и чем делиться.

**С верой в Вас и Ваш успех, Бекхофф Йозеф Лео**





**Оксана Царалунга**  
главный редактор «VEKA Professional»

## Уважаемые партнеры компании VEKA,

С приятным волнением на душе хочу сегодня представить Вашему вниманию первый номер нашего корпоративного издания «VEKA Professional»! Появление еще одной качественной информационной «точки контакта», между компанией VEKA и Вами, наши уважаемые партнеры и коллеги, — это целиком и полностью логичный шаг вперед, который направлен в сторону достижения наших общих целей и задач! Сегодняшний день в оконном бизнесе, сложно назвать простым и понятным, скорее, он сложный и запутанный. Те принципы и методы работы, которые еще вчера приносили нам прибыль, сегодня оказываются, мягко говоря, малоэффективными. Наш бизнес сегодня требует от нас кардинально новых подходов в работе, максимально профессиональных и мудрых решений, инновационных предложений и т.п.

Каждый из Вас помнит тот год, а может быть даже и день, когда было принято окончательное решение стать партнером компании VEKA! Кто-то, прежде чем принять это решение долго сомневался, а кто-то целенаправленно к этому шел, но в итоге все Вы, так или иначе, пришли к одному: «окунулись с головой» в партнерские бизнес отношения с успешной во всех смыслах компанией VEKA!

А что в наше время значит успешный и сильный партнер?! Древняя народная мудрость гласит: «Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто Ты». Воистину мудрое изречение! Сильный партнер в бизнесе — это гарантированно меньше ошибок и больше правильных решений, конечно при условии, что обе стороны слышат друг друга и прислушиваются!

Компанию VEKA, сложно переоценить как производителя, так и бизнес партнера. Да это и понятно — колоссальный многолетний опыт, высокотехнологичный продукт, сильная команда, правильные принципы в деловых отношениях, высокий уровень корпоративной культуры. Именно совокупность всех этих факторов, сделали бренд VEKA, конкурентоспособным и значимым не только на территории оконного рынка Украины, но и далеко за его пределами. Важно, что компания VEKA всегда готова делиться своим успешным опытом и накопленными знаниями с Вами, уважаемые партнеры!

Очередным ярким подтверждением всего вышесказанного, по праву, можно считать своевременное появление нового информационного канала «VEKA Professional», через который мы теперь сможем обмениваться еще большим количеством полезной и актуальной информацией.

### «Владеющий информацией, владеет миром»!

Информационный ресурс — это один из компонентов, который ведет всех нас к успеху.

Корпоративный журнал «VEKA Professional» первый номер, которого, Вы сейчас держите в руках, задуман как профессиональное и максимально полезное издание для партнерской сети VEKA. Хочу Вас уверить, что это издание призвано освещать все без исключения важные аспекты нашей профессиональной бизнес деятельности. На страницах «VEKA Professional» Вас ждет множество разноплановой информации, которая поможет приумножить Ваши знания, повысит мотивацию, наполнить высоким смыслом Вашу каждодневную работу. Кроме этого, Вас ждут приятные сюрпризы, а также большое количество встреч с интересными, успешными и именитыми людьми, которые с удовольствием поделятся с Вами полезной информацией и своим бесценным опытом, который привел их к успеху!

Хочется верить, что в каждом номере нашего с Вами корпоративного журнала Вы будете находить для себя, что-то очень важное.

### «Окружая себя полезной информацией, интересными идеями, умными и успешными людьми, мы становимся еще сильнее».

Коллеги, помните, что когда мы вместе и на одной волне, нас просто невозможно победить! Компания VEKA — это символ нашего общего успеха! **С уважением, Оксана Царалунга**



# ПРЕЗЕНТАЦИЯ СБОРНИКА «НАЙДИТЕ СВОЙ СПОСОБ ОТЛИЧАТЬСЯ»



Этот сборник предназначен для партнеров компании VEKA RUS & Ukraine в качестве дополнительного источника новых идей, мыслей и проектов. В сборнике изложены готовые решения для бизнеса, рекомендации частного и общего характера о методах эффективного управления, процедуре обслуживания клиентов, практические советы по увеличению личной эффективности, мудрые афоризмы, а также другая полезная и вдохновляющая информация!

Компания VEKA, желает своим партнерам удачи во всех начинаниях!

**Издательство: компания «VEKA Ukraine»**

**Год: 2013**

**Язык: русский**

**Автор сборника: руководитель  
Учебного центра «VEKA Professional»  
Царалунга Оксана**





## ЗА КУЛИСАМИ УСПЕХА. КРУГЛЫЙ СТОЛ

**В** каждой компании своя формула успеха. Все согласятся с тем, что теория часто далека от практики. Путь интеграции теории в практику проходят все компании. Какие же инструменты являются наиболее эффективными решать Вам. Мы лишь предлагаем заглянуть за кулисы успеха ведущих партнеров компании Veka.





## Вопросы круглого стола

**1** Как Вам удается удерживать высокие позиции в регионе?

**2** Какие факторы, на Ваш взгляд, определяют выбор конечного покупателя?

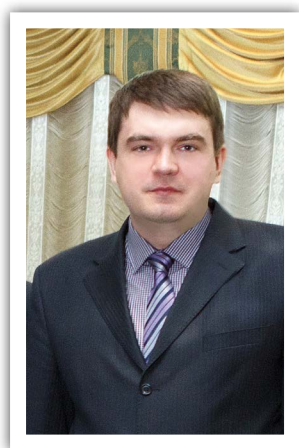
**3** Как Вы позиционируете свой продукт?

**4** Какие ваши действия по отношению к конкурентам?

**5** Какие направления в деятельности Вашей компании являются стратегически важными?

**6** Как вы поддерживаете командный дух ваших подчиненных?

## Забота о покупателе



**Боченко Олег Федорович**  
директор компании «Новые окна»



Компания «Новые окна», г. Донецк

**1** **Качество** имеет первостепенное значение. Поэтому поддерживаем и улучшаем: качество продукта, качество обслуживания, качество сервиса.

**Внедряем** новые, более совершенные продукты. Инновационные продукты могут помочь

сохранить или увеличить долю рынка.

**Защищаем** наши каналы распределения, сохраняя качественный ассортимент и сервис.

**Повышаем** лояльность Клиентов, зная их предпочтения (например, проведение рекламных акций с ценными подарками и розыгрышами).

**Запускаем** эффективную рекламу и рекламные кампании.

**2** Очевидно, что в большинстве случаев выбор покупателя зависит от его платежеспособности, социального и технического фактора, а также рекламы.

Конкретизируя, мы можем выделить основные факторы, оказывающие прямое влияние на приобретение товаров и услуг, к ним относятся:

- социальные факторы — именно к ним мы обращаемся за советом при возникающих у нас сомнениях. Убеждение проявляется, когда покупатель сам наделяет товар определенными качествами или характеристиками, по словам

друзей, знакомых, рекламы и т.д.

- факторы, присущие конкретной личности (род занятий, финансовое положение, образование, раса, национальность, возраст, тип личности, этап, на котором находится семья в своем развитии);
- факторы культурного влияния (с детства нам прививаются манеры и шаблоны решений некоторых ситуаций, поступков, идей, религиозных представлений, свойственных конкретной семье. Для кого-то важен престиж, для кого-то комфорт, а кто-то просто эстет);

Не следует забывать и об основных характеристиках товаров, которые подталкивают человека к приобретению:

- качество;
- надежность;
- доступная стоимость товара;
- ассортимент;
- бонусы, скидки, распродажи;
- условия и сроки доставки продукта;
- удобство расположения магазина;
- удобство графика работы;
- виды систем оплаты;
- качество обслуживания и скорость;
- дополнительный сервис;
- престиж производителя, бренда, марки;
- послепродажное обслуживание;
- дизайн, фирменный стиль, оформление салона

Зная и учитывая все эти факторы, можно направить систему продаж в нужное Вам русло.

**3** Качество +  
Надежность +  
Долговечность +

**4** К конкурентам относимся честно, в соответствии с правилами честной конкуренции и поддержания доброго имени.

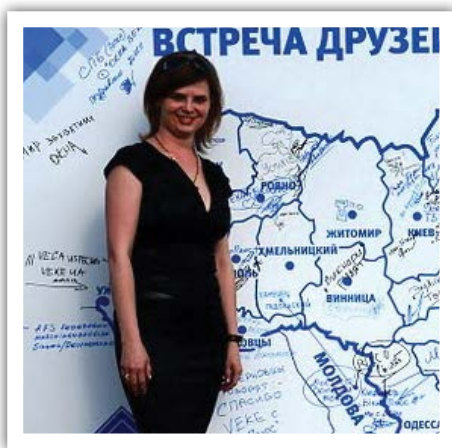
**5** Одним из стратегически важных аспектов в развитии нашей компании является прогрессивное развитие, при этом все наши усилия направлены на улучшения бизнес-процессов предприятия, на оптимизацию производства, на усовершенствование внутренней структуры компании. Не гоняясь за конкурентными снижениями цен, мы компенсируем снижение продаж

снижением затрат, таким образом спокойно реагируем на кризис, получая даже минимальную прибыль.

Также компания нацелена на расширение дилерской брендированной сети. На сегодняшний день открыто более 50 фирменных салонов под торговой маркой «Новые Окна» в Донецке, Луганске, Краматорске, Запорожье, Кривом Рогу, Севастополе, Ялте, Миргороде и многих других городах, которые успешно реализовывают продукцию завода «Новые окна».

**6** Денежное мотивирование — самая простая вещь, намного сложнее и важнее мотивация нематериальная. Самое главное в нашей компании — это чувство единства, сплоченности всего коллектива. Когда руководство и весь коллектив осознают, каковы основные задачи, стоящие перед компанией, у них есть больше стимулов действовать как единая команда.

## Многогранный ассортимент



**Протченко Татьяна Владимировна**  
начальник дилерского отдела



Компания «Конкорд», г. Кривой Рог

*Предложение работать в компании я получила от подруги детства, которая уже была сотрудником Конкорда. Я очень люблю свою работу, люблю наш завод и все, что здесь происходит. Я всегда хотела попробовать в жизни, как можно больше видов деятельности. Люблю читать, заниматься психологией, саморазвитием, а особенно учиться всему и как можно больше. В жизни так много интересного, чего мы еще не видели и не знаем!*

**1** Занимать лидирующие места на оконном рынке нам позволяет позиция нашего завода — а именно упор на качество. Результатом многолетней работы является наша розничная сеть и дилерская структура, охватывающие многие области Украины. Конкурентное преимущество нашей компании — многогранный ассортимент, благодаря которому у наших дилеров есть возможность заказывать как металлопластиковые конструкции, так и жалюзи, гаражные ворота, алюминиевые, бронированные двери, и даже натяжные потолки «находясь в одном месте», как говорится, не отходя от кассы.

Качество, сервисное обслуживание, индивидуальный подход к каждому клиенту — вот три кита нашего успеха. Мы продолжаем инвестировать средства в модернизацию производства и развитие новых регионов, что приносит нам уверенность в крепкой лидерской позиции.

**2** Самым важным критерием при выборе окна у конечного покупателя является качество. Однако не менее важным является профессионализм продавца в умении выявлять потребности клиента. Прежде всего, необходимо определить, по какой конкретной причине клиент хочет поставить новые окна, выслушать проблемы клиента и показать возможности их решения с помощью покупки нашего продукта. Для одних клиентов важны красота и престиж, другим просто холодно, у третьих окна выходят на шумную трассу, у кого-то маленькие дети и необходимы дополнительные аксессуары. Клиенту необходимо предложить оптимальный вариант покупки.

**3** Хочу отметить, что при всем многообразии продуктов на рынке, мы выбрали для себя надежного партнера, мирового лидера — предприятие VEKA. Все профильные системы VEKA изготавливаются в строгой соответствии требова-





ям наиболее жёсткого европейского стандарта качества – RAL. Качество сборки конструкций нашего завода подтверждено огромным количеством постоянных клиентов. Приятно отметить, что дилеры, с которыми мы давно сотрудничаем, остаются с нами даже в изменчивых экономических условиях.

**4** Присутствие конкурентов на рынке позволяет нашей компании развиваться. Мы не ставим себе задачи искать недостатки конкурентов, а стремимся предложить рынку свои преимущества. И, тем не менее, владеем информацией о доле некоторых компаний на рынке, объемах производства и завоёвывая новых территорий.

**5** Стратегически важным, мы считаем собственное внутреннее прогрессивное развитие. Все наши усилия направляются на улучшения бизнес-процессов предприятия, на усовершенствования производства и внутренней структуры компании. Только развиваясь сами, мы сможем помочь нашим партнерам двигаться вперед.

**6** Мы считаем, что главным козырем нашей компании являются именно сотрудники. Командный дух — это не просто слова, это объект, требующий внимания и терпения. Наша компания одна из самых демократичных. У нас большая творческая площадка, где каждый может реализовать себя по максимуму, понимая, что успех компании зависит от успеха каждого.

## Прогрессивное развитие



**Дьяченко Оксана Геннадьевна**  
руководитель отдела маркетинга

### КОМПАНИЯ **Вікнарі**

Компания «Викнари», г. Винница

*В оконный бизнес попала случайно. В 2002 году отправила по факсу своё резюме не на тот номер. Хотела быть экономистом, а заставили стать маркетологом. Моё хобби — это моя работа, а ещё путешествия, турпоходы, лыжи и кулинария. Предпочтения в книгах отдаю историческим романам. В еде люблю всё, главное чтобы были качественные продукты и приготовлено с чувством*

**1** В первую очередь, — это забота о покупателе. Длительное позитивное общение, атмосфера доверия. И обязательное быстрое реагирование на изменения рынка. Компания «Викнари» добросовестно трудится, живет по средствам и верит в Бога, а трудности воспринимает как возможности.

**2** Как маркетолог могу сказать, что выбор определяется эмоцией и атмосферой подачи продукта. Покупателям хочется знать не характеристики продукта, а насколько он подходит их личности. Часто для того чтобы покупатель был доволен, т.е. испытал гордость, облегчение, уверенность и т.д. нужно досконально знать характеристики продукта. Но во главе покупки всегда стоит эмоция. Выявить потребности покупателя и подать продукт — это обучение и практика менеджеров, которая впоследствии проявляется уже автоматически.

**3** Доступное, удобное окно при покупке за которое испытываешь гордость. (первый слоган компании «Викнари» был

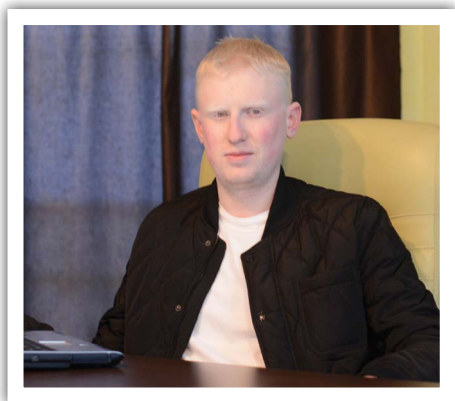
и стал философией фирмы «Викнари -Чесна справа!»)

**4** Я рада что они есть. Есть на кого равняться, есть кого догонять, есть с кем поспорить и есть перед кем похвастаться.

**5** На каждом этапе развития предприятия есть свои приоритеты. В этом году стратегически важным будет обучение и расширение продуктовой линейки.

**6** Для командного духа чаще всего нематериальная мотивация, соревнования между офисами. При неформальном общении, выявляем потребности и мотивы менеджеров, позволяем быть индивидуальностями, а не винтиками большой машины. Чтобы добиться результата, менеджеры вынуждены опираться на команду, которая эффективна только в том случае, если она поддерживает своего лидера.

## Производство качественных окон



**Ведерников Дмитрий Сергеевич**  
коммерческий директор

**1-2** Проанализировав ситуацию оконного рынка за последние годы, мы поняли, что шли и продолжаем идти верным путём. Несмотря на то, что многие производители делали ставку не на качество, а на объём, мы продолжали работать над качеством продукта и качеством предоставляемых услуг. Для нас было и остается важным создавать, такие продукты и услуги, которые действительно необходимы конечному потребителю и полностью отвечают всем его требованиям. Качество во всех его смыслах, на наш взгляд, является определяющим фактором конечного покупателя.

**5** Слово «стратегия» произошло от греческого strategos - «искусство генерала». Военное происхождение этого термина не должно вызывать удивления. Именно strategos позволило Александру Македонскому завоевать мир. «Вікно Плюс» имеет одно основное стратегическое направление — это завоевание рынка качественных окон, и в этом направлении мы прилагаем все наши усилия и средства.



**Репинецкий Вадим Владимирович**  
руководитель отдела продаж

**3** Представляя на рынке Западной Украины компанию «Вікно Плюс» — производитель качественных окон, мы максимально приблизили свою продукцию, которая во многом соответствует по-



Компания «Вікно Плюс», Хмельницкая обл.

казателям европейского качества, к украинским потребителям. Тем самым мы создали для наших партнеров все возможности, чтобы легко работать с нашим продуктом. Наш продукт имеет массу выгод и преимуществ, в сравнении с тем, что предлагают наши конкуренты. И поэтому все, что остается сделать нашему партнёру, это правильно определить потребность клиента.

**4** Для начала давайте попробуем определить, кто же для нас является конкурентом.

Работая в этом бизнесе и имея непосредственное отношение к продажам и развитию дилерской сети, хочу отметить, что необходимо правильно определять конкуренцию, выбирать правильных конкурентов и объяснять своим партнёрам свои конкурентные преимущества.

При определении конкурентов, компании часто оказываются в затруднительном положении. С одной стороны компаниям необходимо показать, что они уникальны и не имеют, либо имеют всего нескольких конкурентов. В этом направлении и старается работать компания «Вікно Плюс». Мы стараемся предложить своим партнёрам качественный продукт, хороший сервис, а также большой ассортимент выпускаемой продукции. И компании, которые работают в таком направлении, скорее всего, и являются нашими конкурентами.

Немалую роль играют и отношения между производителем и дилером, и поэтому компания «Вікно Плюс» создаёт максимум условий для того, чтобы партнёр чувствовал себя комфортно, работая с нашей компанией. Для наших партнёров создан учебный центр на базе производства «Вікно Плюс», куда каждый из них может приехать и повысить свой уровень квалификации, либо отправить на обучение свой персонал. Совместно с учебным центром «ВЕКА PROFESSIONAL», а также ведущим бизнес-тренером Царалунгой Оксаною Анатольевной мы проводим для наших партнеров систематические обучающие программы в разных регионах Западной Украины.

**Редакция благодарит всех участников круглого стола и желает им покорения новых вершин.**



## ОТЗЫВЫ ОБ ОБУЧЕНИИ В «VEKA PROFESSIONAL»



**Борчук Вячеслав  
Валентинович**

Директор офіційного представництва  
компанії «Вікно Плюс»  
м. Хмельницький

На посаді директора працюю 3 роки. Розпочинав діяльність в той час, коли криза набула час пік і конкуренція в регіоні була дуже великою: від дешевих виробників чи дилерів до дорогих. Ми вистояли цей складний час за допомогою репутації компанії та якості виробів. Але я відчував те, що в плані роботи в мене дещо не виходить. Після знайомства з керівником учбового центру «VEKA PROFESSIONAL» — Царалунгою О.А. та проходження семінарів на різну тематику, я зміг знайти те, що мені не вистачало. Після проходження тренінгової програми «Управление бизнесом» одразу змінив систему роботи:

- оновив систему бухгалтерського обліку
- змінив підхід менеджерів до прийому замовлень
- підвищив сферу обслуговування монтажу

Дуже важливою для мене була тренінгова програма «підбір персоналу». Побачивши помилки в роботі менеджерів та монтажників за короткий термін, я повністю оновив свою команду. В даний момент в мене працюють кваліфіковані менеджери з продажу, спеціалісти-монтажники, майстри по заміру. По закінченню семінару «монтаж-замір СПК», який проходила моя група монтажників та менеджерів, готовимо зміни по покращенню сервісу монтажу СПК та ін. По завершенню тренінгів, семінарів та окремих



спілкувань і порад, я зміг знайти шлях до успіху. За підсумками року 2012 я і моя команда стали кращим партнером компанії «Вікно Плюс». За свої досягнення приношу вдячність керівнику учбового центру «VEKA PROFESSIONAL» — Царалунга О.А. Хочу побажати міцного здоров'я, нових творчих звершень, завжди піднесеного та бадьорого настрою.

З повагою Борчук В.В



**Сидорук Максим Вячеславович**

Директор компанії «Семакс»  
м. Чернівці

Ідея розпочати бізнес виникла в 2003 році. На перших етапах роботи працював з недорогим ціновим діапазоном. Однак, зіткнувшись з «підводною течією» віконного бізнесу, зрозумів, що потрібен потужний виробник якісних вікон з належним сервісом та гарантією на виготовлену продукцію. Вирішив спробувати співпрацю з компанією «Вікно Плюс».

Перше замовлення було досить складним: нетипові вікна, проти зламна фурнітура, прикрі клієнти, але завдяки технічним рішенням та сумлінній праці зро-

били те, що вимагав замовник - клієнт залишився задоволеним і не тільки він, але й вся команда фірми помітила різницю в якості та організації роботи і зрозуміли, що з цією продукцією варто працювати.

Відмінну якість виробів помітили і наступні замовники (клієнти), так і почала поширюватись клієнтська база, яка на сьогоднішній день перебільшує більш ніж 5600 виконаних замовлень.

Наша продукція помножена на професійні знання нашого персоналу, здобуті на семінарах, зустрічах з партнерами та колегами, які постійно проводяться за підтримки учбового центру «VEKA PROFESSIONAL» та ТМ «Вікно Плюс», створює відмінний результат роботи.

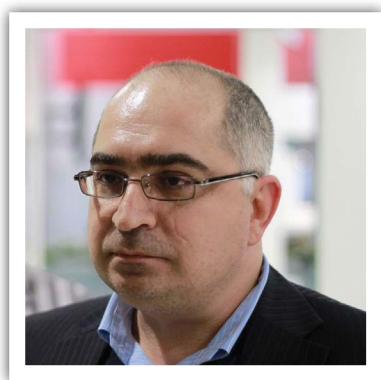
Від співпраці залишаються тільки приємні враження, натхнення до роботи. Підвищення рівня професійних навичок можливо побачити та почути у будь-якого працівника фірми, гарний настрій в команді передається і нашим клієнтам, які з радістю замовляють та отримують якісну продукцію, сервіс та обслуговування.

З повагою Сидорук М.В



# КОМФОРТНАЯ СРЕДА ОБИТАНИЯ – НЕОБХОДИМАЯ ПОТРЕБНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

**К**омфортная среда обитания — это не просто фраза, это основа современной экономической модели общества. Каждый из нас в той или иной мере стремится к комфорту потребления, общения, проживания. Очевиден факт, что замена окон во многом существенно влияет на микроклимат помещения. Но за счет чего, это происходит? Объяснить более подробно, какие факторы способны повлиять на формирование уровня комфорта в помещении, мы попросили директора компании «БАУ-инжиниринг групп» Алекперова Рафика Гасановича.



**Алекперов Рафик Гасанович**  
директор компании «БАУ-инжиниринг групп»  
г. Москва

*Алекперов Рафик Гасанович один из ведущих специалистов в отрасли СПК. Профессиональную деятельность начал с 1998 в крупной компании по производству ПВХ окон на должностях: эксперта, руководителя сервисной службы, руководителя департамента качества. Первые публикации по оконной тематике относятся к 2000 году и касаются вопросов обследования и экспертизы окон ПВХ. С 2006 года работал в одной из крупной оконной компании — сначала на должности бренд-менеджера, а с 2010 техническим директором. За этот период была разработана программа технического обучения*

*партнеров, проведено более сотни технических семинаров на территории РФ и РБ, реализована программа сертификации партнеров, создана и аккредитована климатическая камера для испытаний оконных блоков. Участвовал в работе Технического Комитета СППП. Является одним из авторов отраслевых документов, созданных в рамках НОСТРОЯ: «Технические требования к монтажу окон», «Правила обследования технического состояния СПК». Автор ряда патентов в области проектирования светопрозрачных конструкций.*

## Влияние светопрозрачных конструкций на комфортную среду обитания человека.

Чувство комфорта и безопасности можно смело отнести к числу важнейших потребностей человека. Оно является одним из основных двигателей современной экономики общества. Важнейшую роль в комфорте занимает среда обитания человека. Жители больших городов северных регионов 90% времени проводят в помещении и от того насколько нам комфортно зависит качество нашей жизни, а это, прежде всего, наше здоровье. Мы тратим немалые деньги на современный ремонт квартиры, но не задумываемся о том, чего не видно – окружающей среде обитания, а ее влияние на продолжительность и качество жизни сложно переоценить. В Европе созданы институты, изучающие эту проблему и методы ее решения, действуют государственные программы. Интуитивно, каждый из нас понимает, что такое комфортное состояние среды обитания. Мы часто используем для его оценки такие категории как: «душно», «сыро», «жарко», «шумно», «темно», «сквозняк» — это оценка с точностью «хорошо» или «плохо». Специалисты рекомендуют использовать следующие критерии:

### Основные требования к комфортной среде обитания:

1. Температура воздуха в помещении
2. Влажность воздуха
3. Скорость перемещения воздуха в помещении
4. Температура ограждающих поверхностей помещения (стены, потолок, пол и окна)
5. Газовый состав воздуха, постоянные источники загрязнения (диоксид углерода, формальдегиды, радон и др.)
6. Приточно-вытяжная вентиляция, воздухообмен
7. Доступ солнечного света
8. Ограничение диапазона перепада температур в помещении
9. Защита от шума
10. Уверенность в защищенности помещения от проникновения посторонних людей через оконный блок
11. Пожарная безопасность. Возможность покинуть помещение через окно в случае возникновения пожара
12. Исключение образования конденсата на переплете оконного блока
13. Расчет оконного блока на ветровые и статические нагрузки
14. Проектирование стеклопакета окна в зависимости от расположения по сторонам света
15. Проектирование монтажных узлов оконного блока



## 16. Мониторинг состояния среды обитания.

Многое из этого перечня говорит о том, что существенную роль в формировании микроклимата помещения играют оконные конструкции.

Есть немало организаций занимающихся проектными работами для больших зданий, а вот что касается частных квартир/домов/коттеджей, то таких организаций очень мало. Все дело в том, что еще до начала ремонта и замены окон просто необходимо проводить обследование помещения, чтобы учесть целый ряд важных параметров, которые способны повлиять на комфортную среду обитания его жителей:

- расположение помещения относительно сторон света,
- освещенность,
- уровень шума,
- температура, влажность и подвижность воздуха,
- газовый состав воздуха, содержание радона и диоксида углерода.
- система вентиляции помещения

Если хотя бы один из параметров будет не в поле допуска, то комфорта не будет; тишина в помещении не компенсирует низкую температуру, а если, например, содержание радона превышает предельно допустимые нормы, то жилье становится не безопасным. В идеале, только после такого комплексного обследования можно переходить к проектированию оконных систем и контролю микроклимата.

### Почему важна диагностика помещения?

Донесите до своих клиентов необходимость и важность предварительной диагностики помещения, и проблем станет значительно меньше. Кроме этого, такой подход к работе, скорее всего, не останется без должного внимания со стороны ваших клиентов. А это значит, что они начнут относиться как к Вам, так и своей покупке более осознанно и уважительно.

Если при выборе окон руководствоваться только ценой, то последствия такого непродуманного ремонта, можно предсказать примерно так: конденсат на окнах, плесень, духота и это еще не весь «букет», который по незнанию рискует приобрести покупатель. Если попробовать в лаконичной форме охарактеризовать сложившуюся ситуацию на оконном рынке, то звучать она будет примерно так: «подешевле», «продал и забыл», «купил и не подумал за что заплатил, главное, что недорого». В этой ситуации и одну и вторую сторону мало беспокоит, что с СПК будет происходить потом (в процессе эксплуатации). Принесет ли продажа/покупка, ожидаемый результат?! Позволю себе сделать предположение в сторону того, что выходом в сложившейся ситуации, скорее всего, могут стать, только наши общие усилия. Нужно

повысить ценность продукта в глазах наших потенциальных клиентов. Вы спросите, каким образом, создать или повысить ценность? Ответ прост: качественный продукт, качественные услуги (диагностика помещения/замер/монтаж), качественные проф. консультации, качественный сервис.

Необходимо научить наших потенциальных клиентов ориентироваться во всем многообразии продуктов, только так они начнут ценить продукт/покупку, и понимать разницу между «плохим и хорошим», «качественным и некачественным», «заслонкой от дождя/пыли и многофункциональной системой СПК». Но для этого, мы сами должны максимально осознанно, профессионально и ответственно подходить к своей каждодневной работе.

Конечно сложившаяся ситуация, а именно отношение к СПК за один день не разрешится, но нужно с чего-то начинать, нужно что-то менять, а, как известно, все изменения нужно начинать, в первую очередь, с самих себя! В чем кроется проблема? Где она начинается? Для начала нужно сказать, что, скорее всего, проблема связанная с микроклиматом в помещении кроется не в «плохих окнах», а в отсутствие проекта (диагностики), учитывающего особенности помещения.

### Ключевой момент — это проявление заботы о клиенте

Я считаю, что в настоящей ситуации в оконном бизнесе недостаточно предлагать конечному заказчику только замену окон/дверей/перегородок.

👉 *Концепция подхода к продаже должна перейти на новый уровень, а именно нужно предлагать своим клиентам комплексное решение:*

обследование жилого помещения, подбор нескольких вариантов замены СПК (при этом делать акцент на более дорогие позиции, которые необходимо умело сопровождать фактической долгосрочной выгодой, аргументацией в расчетах, замерах и т.д.).

Здесь ключевым моментом должно являться: проявление заботы продавца об итоговом результате для клиента — удовлетворение потребностей, в том числе создания комфортной среды обитания. При таком подходе у нас появляется возможность повторной продажи, а именно сопутствующих товаров: приборы по вентиляции и очистки воздуха в помещении для создания и поддержания необходимых показателей. Такой подход в конечном итоге, еще и продвигает более высокий класс комплектующих для СПК, от чего выигрывают все: клиент/продавец/производитель.

Я уже говорил, что мелочей в нашей работе нет, например если говорить об СПК, то здесь очень важно еще на первом этапе своей профессиональной деятельности суметь определиться с поставщиками: фурнитуры, стеклопакетов, профиля и других комплектующих для СПК. Именно на выборе профильных систем хочу сегодня остановиться подробнее.

### Преимущества и недостатки профилей различных классов

У меня была возможность понаблюдать различные профильные системы в лабораторных условиях и на объектах. Напомню, что есть профили класса А, В и С, отличающиеся толщиной стенок профиля.

Если рассматривать проблему более детально то, стремление к максимально эффективному расходу сырьевых материалов, породило устойчивую тенденцию к уменьшению толщины внутренних стенок и перегородок профиля. Производство оконных блоков из профилей класса В, где толщина лицевых стенок 2,5-2,2 мм и не лицевой 2,0-1,7 мм привело не просто к снижению потребительских свойств, а в ряде случаев и к ограничению по эксплуатации. Такие профили имеют только одно преимущество — это более низкая цена. Порой выигрыш по стоимости профилей класса В и С нивелируется затратами при производстве оконного блока: требуется дополнительная оснастка, подбор технологических режимов, но даже при выполнении всех этих мероприятий вероятность появления брака значительно выше, чем при обработке профилей класса А. Мы понимаем, что даже на самом современном предприятии с высокой культурой производства случаются нарушения технологического цикла, так вот окно изготовленное из профиля класса А может «стерпеть» эти нарушения технологии и быть пригодным, а для окна из профиля В класса это может обернуться массовым браком. Нельзя забывать и про расходы на гарантийное обслуживание.

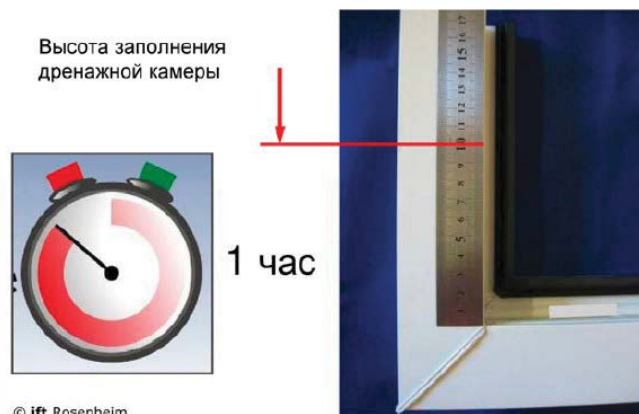
9 Никто не будет спорить с тем, что вероятность появления трещины по сварному шву профилей класса В и С существенно выше, да и при монтаже эти окна не прощают ошибок.

Я не могу утверждать, что из профилей класса ниже А нельзя изготовить качественное окно, но в любом случае потребуется больше затрат и область применения будет ограниченной. У Вас мало проблем, нужны дополнительные?

### При использовании профилей класса В и С наблюдается:

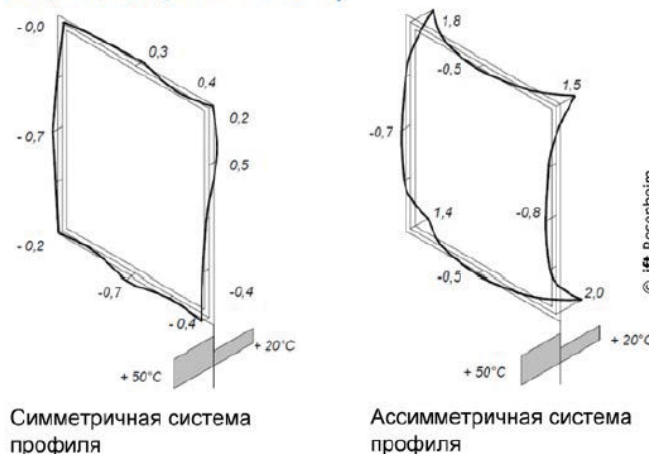
1. Снижение прочности сварных угловых соединений для профилей класса В составляет в среднем 20-30%. Например, Российский ГОСТ 30674-99 на окна, определяет прочность только для профилей класса А, а для В - на усмотрение (ТУ) производителя, то есть не нормируется.
2. В своем докладе инженер Jorn P.Lass, ift Rosenheim сообщает, снижение прочности может привести к образованию микротрещин вдоль сварного шва и проникновению влаги в камеру, где установлен армирующий профиль, это может вызвать коррозию металла и сокращение срока службы окна. Jorn P.Lass рекомендует вести дополнительные испытания на герметичность для профилей класса В.
3. Часто проявляемым слабым местом «облегченных» про-

### Испытание на герметичность угловых соединений



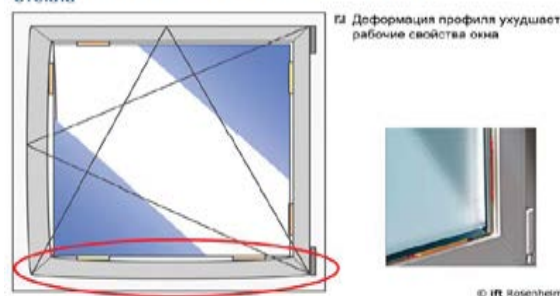
филей, является депланация (выгиб) створки из плоскости. Причиной этого является односторонний характер воздействия климатических факторов (с наружной стороны окна). Таким образом, депланация ухудшает важнейшие характеристики окна – воздухопроницаемость и шумоизоляцию.

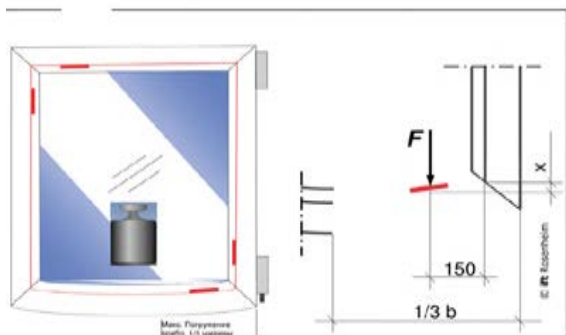
### Депланация створок под действием температурных напряжений ( $\Delta T = + 30^{\circ}K$ )



4. Как показывают результаты обследований строительных объектов, возросло число случаев потери окном основных эксплуатационных свойств, вследствие изгиба профилей створки под воздействием собственного веса. Внешне ука-

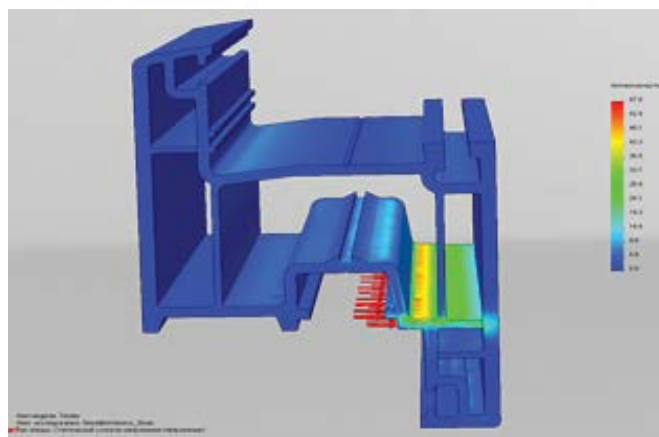
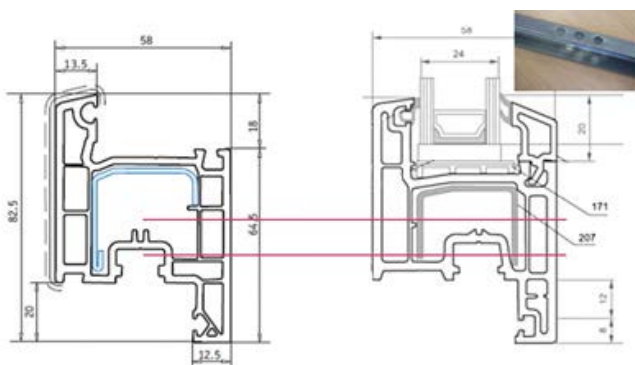
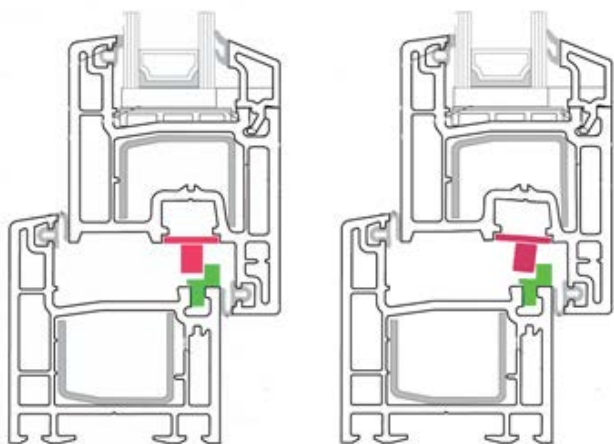
### Деформация профиля от собственного веса стекла





занные дефекты, вызванные недостаточной несущей способностью створки, проявляются в виде нарушения функции открывания-закрывания окна, провисания створок, разбалтывания петель и т.п. Таким образом, необходимы объективные критерии, обоснованные расчетами, для назначения размеров и допустимого веса створок в зависимости от класса применяемого профиля.

5. Если посмотреть на фурнитурный паз, то с точки зрения деформаций, это наиболее слабое место в профиле створки. Все дело в том, что нагрузки, при запирании цапф передаются на фурнитурный паз профиля и срабатывают как рычаг.



ухудшение герметичности окна. Нормативные документы рекомендуют максимальное допустимое расстояние между запирающими цапфами не более 700 мм. Если говорить о профилях класса В, то в таком случае необходим пересмотр этих требований в сторону уменьшения. Кроме этого, уменьшение толщины стенок фурнитурного паза не позволяет надежно зафиксировать саморезы, что, как правило, приводит к постепенному разбалтыванию крепления фурнитуры.

6. В большинстве профильных систем при сверлении отверстий под ручку образуются три отверстия в профиле створки и армирующем вкладыше, что значительно ухудшает прочностные свойства (момент инерции) усилителя. Такое ослабление металлического профиля по центру может вызвать выгибание створок при отрицательных температурах и продувание, с чем и сталкиваются владельцы таких окон. В профильных системах VEKA это было учтено и конфигурация армирования такова, что армирующий профиль остается целым и его физические свойства не изменены. Одно из главных назначений армирования - это компенсация деформаций при низких температурах и в профилях VEKA он работает на все 100%.

Уважаемые читатели, а значит партнеры компании VEKA, в нашей работе очень важно иметь уверенность в продукте, который мы предлагаем своим клиентам, в вашем случае эта уверенность целиком обоснована, а это значит, что дело остается за малым, довести до своих клиентов ценность и важность тех свойств, которыми наделено их приобретение (СПК). Надеюсь, что изложенная мною тема, стала для Вас познавательной. Уверен, Вы найдете ей должное применение в своей профессиональной деятельности!

**Редакция благодарит Алекперова Рафика Гасановича за предоставленную информацию.**

Если толщина стенки фурнитурного паза сделана по классу В, то деформация будет существенной. Как результат —



# УПРАВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЯМИ — ЖИЗНЕННАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Готовы ли вы к переменам?

## 1. Краткий обзор

Известно, что компании нередко попадают в сложные и непривычные для них ситуации. Для того, чтобы с достоинством выйти из них, компаниям необходимо проявлять гибкость и уметь внедрять инновации.

➔ *Сегодня мы переживаем время великих перемен.*

То, что было правильным вчера, уже не годится сегодня, а что будет завтра, никто не знает. Мир становится все сложнее и требует от нас слишком многого. Каким образом можем мы, как отдельные личности и как организации, подготовиться к неизвестному будущему? Ответ в том, что мы должны сами создать свое будущее. Управлять изменениями — значит уполномочить свою организацию в целом, и каждого ее сотрудника, в частности, взять на себя ответственность за собственное будущее.

*В этой статье мы рассмотрим, с какими трудностями сталкиваются сегодня руководители, пытаясь внедрить изменения, а также то, как справляться с этими трудностями и вести за собой организацию.*

## 2. Введение

В настоящее время организации во всем мире сталкиваются с тем, что рынок становится более беспокойным, а запросы акционеров и клиентов растут. В связи с этим многие организации проводят реструктуризацию. Изменения — это постоянный процесс.

” *Подобно реке, несущей свои воды в океан, процесс изменений никогда не останавливается.*

Постоянные и взаимопроникающие изменения стали жизненной необходимостью корпораций. Если руководители компаний хотят сегодня занять лидирующие позиции на рынке, они должны научиться адекватно реагировать на все возрастающее количество изменений на рынке. Руководителям следует пересмотреть существующую структуру своих компаний, общую политику ведения бизнеса, возможности использования новых технологий, а также отношения с персоналом и клиентами.

Большинство организаций обеспокоены тем, что необходимо изменить, для того, чтобы улучшить деятельность компании и качество ее продукции, но при этом человеческий фактор, непосредственно связанный с реализацией этих решений, нередко остается без внимания. Для успешного внедрения глобальных изменений, компаниям необходимо установить связь между организацией, работником и вводимыми изменениями. Эта задача достигается путем поощрения более гибких отношений внутри персонала организации.

” *Изменения доставляют неудобства, и приспособиться к ним нелегко. Но в то же время, изменения жизненно необходимы — они определяют саму жизнь. Главное — научиться принимать изменения, как с профессиональной, так и с личной точки зрения.*

*О чем вы думаете, когда слышите слово «изменения»?*

## 3. Определение управления изменениями

Согласно определению, данному в словаре Webster's Ninth New Collegiate Dictionary, «изменить» значит:

- придать чему-л. другое положение, задать чему-л. другое направление или курс
- совершить сдвиг от одной позиции к другой
- модифицировать
- трансформировать, заменить, перевести в другое качество

Слово «управлять» определяется как:

- умело контролировать или направлять
- осуществлять организаторские, административные и контролируемые функции

Применительно к организациям, «изменения» означают внедрение новых методов и технологий, с тем, чтобы преобразовать деятельность организаций в соответствии с изменяющимися требованиями рынка или извлечь выгоду из создавшихся в бизнесе возможностей.

«Управление изменениями» — это структурированный процесс, задача которого — предложить и внедрить изменения в соответствии с техническими и экономическими возможностями организации. Процесс «управления изменениями» должен быть последовательным и усиливаться, либо ослабевать в зависимости от потребностей и результатов.

## 4. Проблемы, связанные с изменениями

Как правило, изменения включают в себя введение новых методов работы и появление новых людей. Все это напрямую затрагивает всех, кто является частью данной организации. Для успешного управления изменениями главное заключается в осознании последствий внедрения изменений для всех участников процесса. Как отнесутся ваши работники к предлагаемым вами изменениям? Воспримут ли они эти изменения с энтузиазмом, или же будут недоверчивы, напуганы и начнут им сопротивляться? Как предугадать все возможные реакции и управлять ими?

” *Планируя какие-либо существенные изменения, обязательно продумайте, как они отразятся на персонале вашей организации и на ваших клиентах.*

Новые перспективы, изменения приоритетов, задач и целей — все это означает серьезные перемены. То же самое можно сказать и о новых нормах деятельности, новой политике и методах, установке нового компьютерного оборудования и перераспределении функций в вашем бизнесе.

Возникающие в связи с этим проблемы могут проявляться по-разному, но в основном они обнаруживаются в следующих аспектах:

- Руководство — переход от управления организацией с помощью командно-административных методов к методам руководства, направленным на обучение и повышение мотивации работников.





- Цель — принятие деловых решений, направленных на объединение работников общей целью.
- Преданность делу — создание обстановки, в которой каждый работник предан делу и беспокоится о будущем организации.
- Сопротивление — комплексный процесс, который напрямую влияет на результаты изменений, как положительно, так и отрицательно.

Каждая из вышеназванных проблем является одновременно самостоятельной и в то же время тесно связанной с другими. Решение какой-либо из проблем отдельно не принесет устойчивых результатов. Для успешной реализации изменений в сфере информационной экономики, организация должна разрешить все проблемы.

#### 4.1 Руководство

Известно, что от руководства зависит очень многое и сегодня его роль в успешной деятельности организации растет. Невозможно реализовать изменения, если руководство организации само не проникнется уверенностью в необходимости изменений и не будет активно вовлечено в процесс. Давайте рассмотрим, какова должна быть роль руководителя в процессе реализации изменений.

➔ *Руководители должны иметь свою концепцию изменений.*

У них должна быть продумана «модель», на которую они будут ориентироваться, анализируя ситуацию и планируя необходимые изменения.

➔ *Руководители должны иметь четкие цели.*

Они должны ясно представлять, к каким результатам приведут изменения.

➔ *Руководители должны начинать внедрение изменений именно там, где им будет легче их контролировать и предвидеть последствия своих действий.*

➔ *Руководители должны сознавать, что изменения ситуации с одной стороны, повлекут за собой изменения ситуации в целом.*

Они должны быть готовы разрешать непредвиденные последствия своих действий.

➔ *Самая главная задача руководителя — создать благоприятную для вводимых изменений атмосферу.*

#### 4.2 Цель

Когда не задано определенное направление, получается, что каждый работник должен сам интерпретировать ситуацию и решать, каким образом

ему действовать. Вероятным результатом такого подхода будет группа высококвалифицированных профессионалов, старающаяся изо всех сил, но тянущая организацию в разные стороны. Следовательно, современные руководители должны уделять больше внимания вопросам дисциплины, задавая организации нужное направление движения.

#### 4.3 Преданность делу

Когда людей призывают совершить изменения, фактически это означает, что они должны посвятить себя делу целиком. Ресурсы компании должны быть направлены на то, чтобы помочь работникам осознать предстоящие перемены, убедить их в значимости этих перемен и справиться с сопротивлением, которое неизбежно возникнет. Как только руководитель обеспечит понимание ситуации и создаст нужный настрой, сопротивление изменениям, вырастающее из-за страха перед неизвестным, уступит место желанию идти новым путем и активно реализовывать изменения.

#### 4.4 Сопротивление

Сопротивление изменениям заложено в самой природе человека. Каждый человек, а, значит, и каждая организация существуют в реальности сегодняшнего дня. Люди осознают свое место в этой реальности и чувствуют себя в ней в той или иной степени комфортно. Внедрение новых умений и знаний в компанию — нелегкий процесс. Люди боятся перемен. Задача руководителей — замечать подобные настроения и улаживать их, держа всех в курсе относительно целей компании и того, какую пользу могут принести новые знания.

Управление сопротивлением может стать более совершенным в том случае, если организация признает возможную пользу сопротивления.

” *Сопротивление может оказаться вашим союзником в реализации нужных изменений.*

Это куда более сложный процесс, чем может показаться на первый взгляд. Убедитесь, что вы точно знаете причины сопротивления. Будьте настойчивы и выясните их истинную суть.

” *Дайте вашему персоналу возможность высказать свое мнение и поощряйте искреннее желание участвовать в изменениях.*

По прошествии времени вы извлечете больше пользы, используя способности и энергию вашего персонала и работая единой командой над достижением целей вашей программы изменений. Вовлекая в процесс работников, и обеспечивая с ними обратную связь, можно преодолеть многие трудности и конечный результат, наверняка, будет куда более значительным, чем в случае, когда участие работников в изменениях сводится к вялому использованию приемов «искусства торговли».

*Изменения — болезненны, но эффективны*





# ПОЛЕ БИТВЫ – ИНТЕРНЕТ



**Роман Конончук**  
Digital marketing  
специалист

*Для каждой оконной, да и не только, компании, самым важным всегда был и остается покупатель. Именно за него идет борьба. За ним охотятся, привлекают его внимание различными каналами коммуникации: листовками, бордами, объявлениями в газетах, радио и ТВ роликами, и прочей рекламой. Интернет для многих уже давно стал одним из таких инструментов по привлечению клиентов. Но еще больше компаний только делают или хотят сделать первые шаги по этому «полю». Надеемся, этой и последующими публикациями мы сможем ответить на многие Ваши вопросы, возникающие в процессе освоения и работы с этим инструментом.*

Сегодня оконные компании и дилеров можно условно разделить на три основные группы по принципу вовлечения в работу с интернет-аудиторией.

**Первые** — самые продвинутые, коих пока мало — активно развивают свои сайты, размещают рекламу и анализируют эффективность.

**Вторые** — самая большая часть — желающие "что-то сделать в Интернет", но не знающие что и как; попробовавшие что-то сделать, но, в силу различных причин, так и не сделавшие следующих шагов в этом направлении.

**И третьи**, не видящие в этом смысла. Последних становится все меньше, и это логично, скорость роста интернет аудитории Украины даже самого законченного скептика и ретрограда должна заставить сделать правильные выводы!

## Собственный сайт

### «Сколько стоит сайт построить?»

Собственный сайт — это Ваш офис, точка продаж в Интернет. Именно на него Вы должны приводить своих потенциальных покупателей. И от того, насколько Ваш офис (сайт) будет удобен, понятен и доступен для посетителя, в дальнейшем будет зависеть Ваша прибыль!

На этом этапе все задаются вопросами: кто мне его сделает и сколько это будет стоить? И вариантов множество: начиная от «знакомого за \$300», заканчивая профессиональными web-студиями за \$15 000 и больше. Естественно, нужно оценивать собственные возможности и бюджеты. Пожалуй, если у вас опыта в этом вопросе нет (а мы подразумеваем как раз такой случай), то идеальный вариант — это рекомендации, основанные на реальных

примерах работ. Хорошо, если у компании-разработчика или фрилансера (независимого разработчика) уже был опыт сотрудничества по созданию сайта для оконного бизнеса. Вместе с тем, нужно понимать, что создание сайта для бренда, торговой марки и компании производителя СПК не одно и то же.

### «Как назначить ответственного?»

Итак, разработчик найден, как же построить рабочий процесс дальше? В первую очередь, Вам необходимо определить, назначить ответственного человека в Вашей компании за этот процесс. В противном случае, работы по созданию сайта грозят растянуться на неопределенный срок и результат Вас гарантированно не удовлетворит.

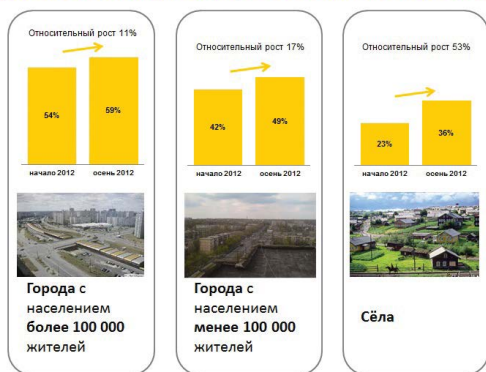
Этот человек должен будет контролировать и отвечать на все вопросы разработчиков, готовить контент (информацию) для наполнения сайта. Специалистов же такого профиля, да еще и в оконной тематике, очень не много и, в большинстве случаев, вариантов здесь два "вырастить" такого специалиста, либо привлечь со стороны.

### «Нюансы хорошей структуры сайта»

Начиная работу над созданием собственного сайта, нужно постоянно помнить о специфике оконной отрасли: мы не продаем готовые конструкции. И этим мы отличаемся от обычных интернет-магазинов, к которым привыкли пользователи. Вместе с тем, очень многие принципы у нас схожи и это упрощает работу над структурой сайта.

В работе над сайтом раз и навсегда запомните как аксиому следующие утверждение: сайт должен быть для посетителя, клиента, а не для вас — директора компании или ее сотрудников. Это значит, что:

- ▶ На главной странице не должно быть полотна текста об истории компании ее производстве, ваших успехах и фотографии владельца компании. Представьте себе, посетителю это совершенно не интересно, а если и заинтересует, то он уж точно сориентируется и поищет эту информацию, например, в разделе «О компании».
- ▶ Следующая ошибка, которую часто допускают — много сугубо специализированной технической информации. Ведь, когда вы собираетесь купить, к примеру, кондиционер, Вас интересуют не химические компоненты материалов,



Возможно, первые наши советы и публикации будут менее интересны «оконным гуру» отечественного Интернет-пространства, тем не менее, и они могут припомнить свои первые шаги, ошибки и успехи.



использованных при создании продукта, а результат, который вы получите за свои деньги – объем площади, которую он может охладить. Так и с СПК – покупателю сложно сориентироваться в монтажной ширине, фальцовых уплотнениях, импостах, штапелях, даже, что такое «фрамуга» он, скорее всего, не знает!

▶ Чем проще и доступнее Вы опишите и представите свой продукт, тем быстрее он поймет разницу между трех-, четырех-, пятикамерным профилем в СПК с различными стеклопакетами и прочими элементами.

### «Телефончик оставьте»

Еще одна аксиома, применимая к ведению оконного бизнеса в интернет:

9 вам необходимо получить максимум информации о посетителях и потенциальных клиентах и дать им возможность связаться с Вами!

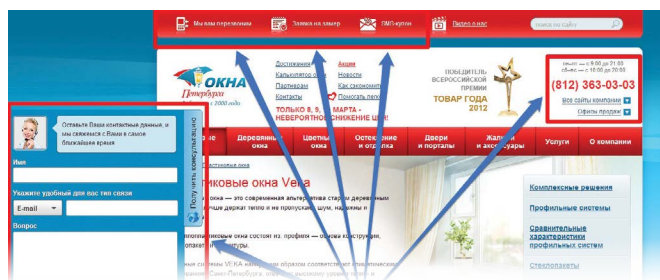
Да, именно так – дать эту возможность. Некоторые разработчики и заказчики так увлекаются созданием сайта, что или вообще забывают разместить свои контактные данные, либо для того, чтобы найти их, придется постараться и проявить изобретательность.

Во-первых, телефонный номер и различные формы связи должны быть ВИДНЫ и доступны на КАЖДОЙ странице сайта.

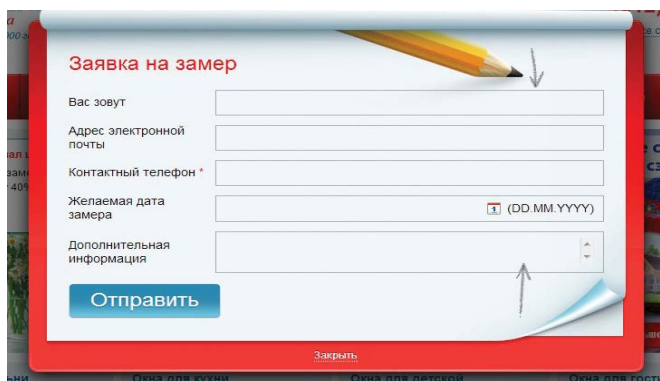
Во-вторых, необходимо использовать максимально разумное количество инструментов, для получения контактов посетителей вашего сайта. Ведь если он ушел, не записав ваши, шансов, что вернется и свяжется – минимум. Потому опытные игроки используют разные уловки для того, чтобы посетитель «оставил телефончик». Вот некоторые из них:

- оставь номер телефона, получи скидку (гарантированную)
- сделай просчет на сайте – отправь менеджеру
- нет времени – оставьте телефон и желаемое время для звонка

И прочие.



Вместе с тем не стоит впадать в крайности и просить «ключ от квартиры» Для связи Вам или менеджеру будет достаточно знать ФИО и номер телефона. Бесконечные формы регистрации и анкеты никто заполнять не будет, разве что Вы окно бесплатно пообещаете.



### Сегментация продукта

Если в своем магазине или офисе Вы можете рассчитывать на собственное мастерство и знания менеджеров, то на сайте, «делая» торговое предложение посетителю, Вы должны донести суть вашего УТП (Уникальное Торговое Предложение, прим. ред.) и привлечь его в течение первой пары секунд его нахождения на странице.

Посмотрите на примеры ниже, и Вы поймете, что простая сегментация по потребностям посетителей значительно привлекательнее, чем сухие цифры и технические данные. Таким образом, разделяя и сегментируя посетителей сайта, вы сможете привести их к нужным ВАМ продуктовым решениям для них. После чего останется не забыть предложить им связаться с менеджером (указав, желательно, телефон того отдела, который занимается нужным продуктом), или оставить свои контактные данные.

Естественно, что описать весь процесс работы с сайтом и его создание в коротком материале невозможно. Перечисленное выше — основные моменты, по нашему мнению, важные для того, чтобы Вы остались удовлетворены конечным результатом. Но не забывайте, что Вы вряд ли получите нужный результат от web-студии без собственного участия и обсуждения всех элементов проекта.

### Пример сегментации по потребностям

Главная \ Продукция \ Пластик

- ▼ Пластиковые окна
  - Для квартир
  - Для коттеджей
  - Для ценителей
  - Для дачи
- ▶ Деревянные окна
- ▶ Аксессуары
- ▶ Двери
- ▶ Остекление балконов и лоджий
- ▶ Окна Veka
- ▶ Стеклопакеты
- ▶ Полезное об окнах

Мы Вам перезвоним!  
Введите ваш телефон  
Заказать

Рассчитать стоимость

Получить купон с сайта

Вызов на замер

Технические характеристики

- Профильная система VEKA
- Энергосберегающий стекл
- Фурнитура MACO (Австрия)
- Стильный и лаконичный д

Фотогалерея пластиковых (

Алюминиевые двери

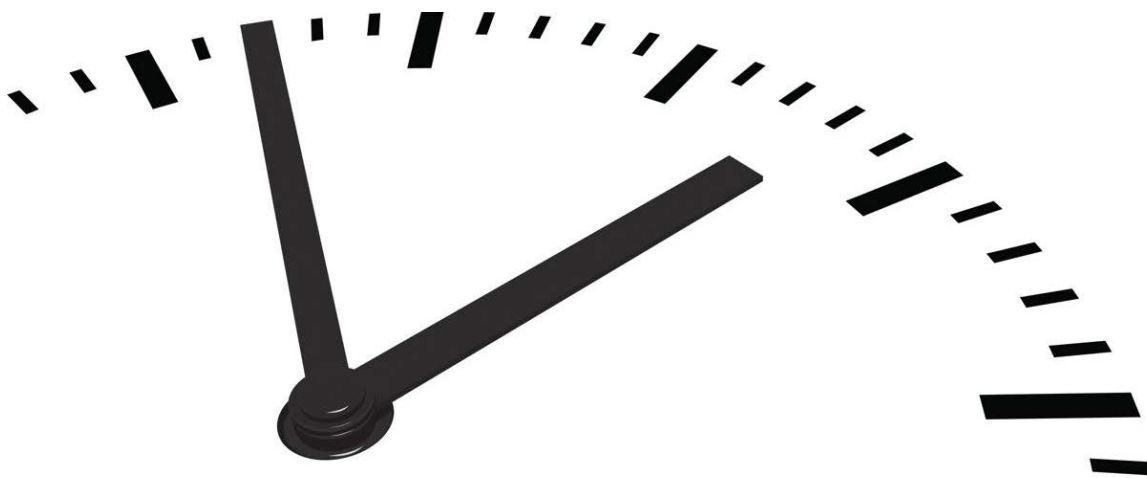
класса WK 3 согласно ENV  
– без армирования)



# TIME-MANAGEMENT

ТЕХНИКА  
ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ СВОИМ ВРЕМЕНЕМ

**В**ремя – ресурс, который достается нам бесплатно. Может быть, именно в этом и состоит причина нашего отношения к его растратам. Что же следует предпринимать для рационального расходования такого ценного, и, что особенно важно, невозполнимого ресурса, как время? Предлагаем ответ на вопрос «КАК УСПЕВАТЬ, НЕ СПЕША?» в рамках программы самообучения.



Согласитесь, трудно представить, чтобы кто-либо равнодушно оставлял по пути своего следования купюры разного достоинства — от истертой, проклеенной скотчем гривны до пятисотдолларовой банкноты.

Как песок сквозь пальцы утекают человеко-часы, которые при должной аккуратности и скрупулезности могли трансформироваться в проценты прибыли, или в шаги по карьерной лестнице при должном старании.

Неужели ничего нельзя сделать с потерями времени, спросите Вы?

Выход есть. И выход этот, как уже неоднократно было доказано теоретиками и практиками — внедрение в свою жизнь системы управления личным временем, своего личного «тайм-менеджмента».

Наиболее эффективным является полное переосмысление своей жизненной стратегии, а именно не тщетные попытки экономии времени, а мудрое его использование.

## «Бюджет времени»

Сформулируем несколько простых рекомендаций, которые могут помочь Вам на начальном этапе планирования вашего «бюджета времени»:

### 1. ВЕДИТЕ ХРОНОМЕТРАЖ

Возьмите себе за правило контролировать и учитывать как время, затраченное на выполнение производственных задач — так и время, ушедшее на «сопутствующие потребности», и просто потраченное.

### 2. СТАВЬТЕ ЦЕЛИ

Любое ваше действие должно быть осмысленным и направленным на

реализацию той или иной задачи. Причем не абстрактной — «повысить свой профессионализм», а как можно более конкретной по срокам и результатам — например: «к первому августа выйти на уровень 60% переговоров, которые имеют показатель максимальной результативности» и т.д..

### 3. ПЛАНИРУЙТЕ

Разбейте весь путь к цели на этапы с четко определенными временными рамками. Фиксируйте прохождение «чек-пойнтов», анализируйте и корректируйте темпы прогресса. При необходимости — усиливайте нажим. Если идете «с опережением графика» — может, есть смысл перераспределить ресурсы?

### 4. РАССТАВЛЯЙТЕ ПРИОРИТЕТЫ

«Нужно немедленно», «необходимо сейчас», «скоро понадобится», «хорошо бы...» — требуют разного подхода. Однако, если выполнение этапа «Хорошо бы...» способно облегчить работу над предыдущими, почему бы и не присвоить ему высший приоритет?

### 5. ДЕЛЕГИРУЙТЕ

Даже если Вы можете справиться с задачей самостоятельно — проанализируйте, нужно ли поступать именно так? Или работа может быть выполнена кем-либо из ваших подчиненных (делегирование задач и полномочий), а у вас появится резерв времени для решения более важных, стратегических задач.



## 6. «ЕШЬТЕ ЛЯГУШЕК»

У каждого человека есть такие дела, которые не хочется выполнять, которые влекут за собой неприятные ощущения, отнимают много сил, не интересны сами по себе и выполнение которых откладывается постоянно изо дня в день. Такие дела принято называть «лягушками».

Что же делать с «лягушкам». Всё очень легко — нужно просто каждый день «съедать» по одной.

Выпишите список неприятных дел, и методично его сокращайте!

*Майл-менеджмент - это не ведение ежедневника.  
Майл-менеджмент - это встреча с самим собой.*



К тому же — это отличный мотиватор для продуктивной работы. Вы расправились с «лягушкой», и радость от победы над зловредным земноводным придаст вам силы для совершения следующего шага!

## 7. МАТЕРИАЛИЗУЙТЕ

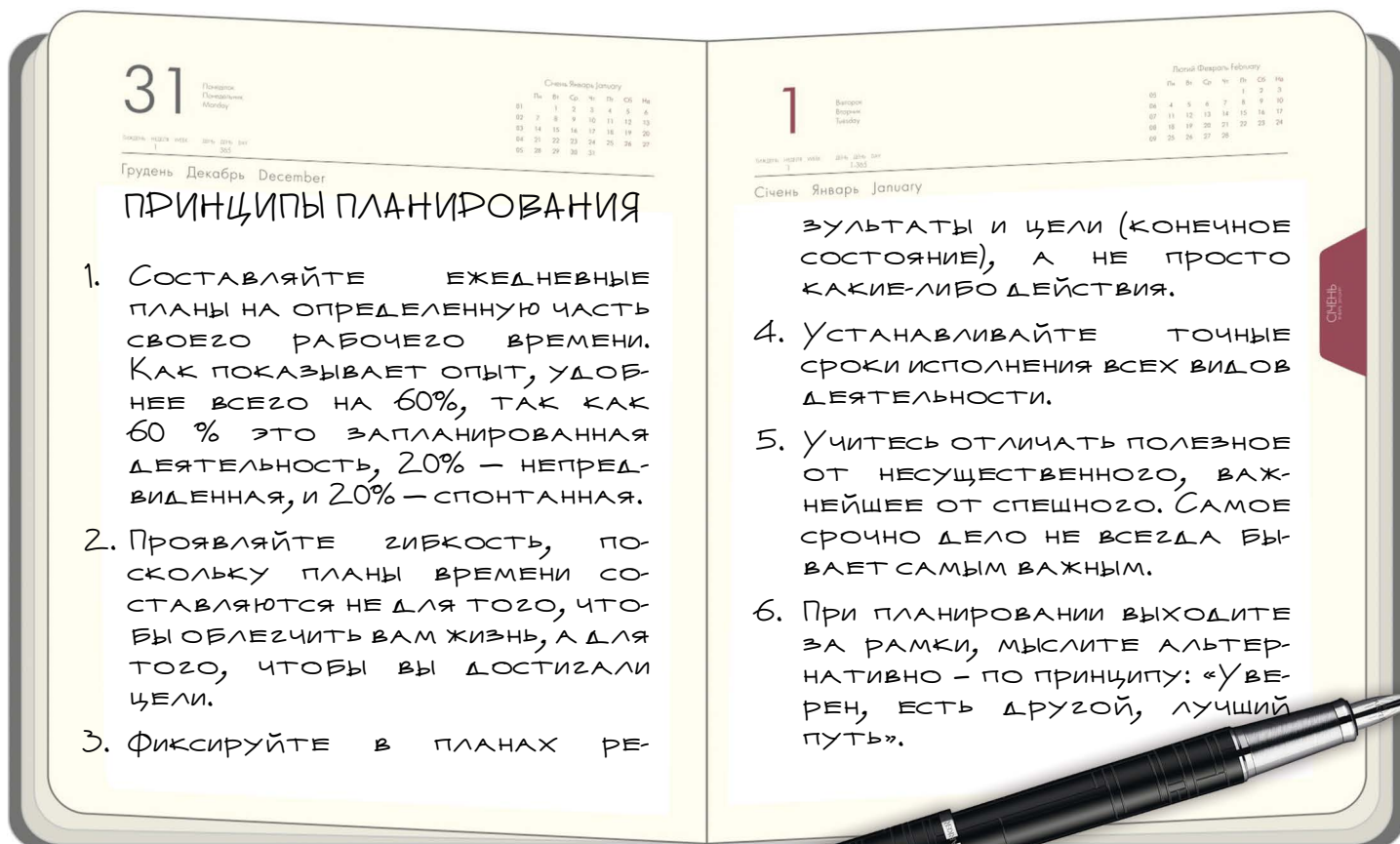
Неважно, в компьютерном ли планировщике или классическом ежедневнике — неоднократно доказано, что отступить от собственноручно выписанных временных рамок гораздо сложнее, нежели от расписания, содержащегося «в голове».

## 8. ПОЗВОЛЬТЕ СЕБЕ ОТДЫХ

Только с первого взгляда, кажется, что выкраивать на отдых по 10-15 минут каждые пару часов в условиях «цейтнота» — это расточительство. На самом деле, такие перерывы в работе повышают вашу работоспособность настолько, что в конце рабочего дня станет очевидно: работали Вы — меньше, а сделали — гораздо больше, чем при «сплошном» рабочем графике.

## 9. ОЩУЩАЙТЕ РЕЗУЛЬТАТ

На первых порах, когда Ваши достижения в управлении временем еще скромны — фиксируйте даже наименьшие успехи. Именно радость этих небольших побед над собой станет символом победы для того, о чем мы говорили в начале — полной перестройке отношений в системе «Вы и Время»





## ОТКРЫТ ПЕРВЫЙ В СТРАНЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ОКОННЫЙ КЛУБ

*Компания VEKA и ее бизнес партнеры внесли свой очередной вклад в позитивную динамику развития оконного рынка Украины. Внутри оконной отрасли, открыт первый и в своем роде уникальный специализированный Клуб!*

Сложно не заметить, что конкуренция на оконном рынке начала входить в новую фазу. «Ветер перемен», в той или иной мере ощущает каждый, кто задействован в этой большой «игре». Если провести сравнительную параллель, между тем как было раньше и тем, как есть сейчас, то очевидным становится одно, раньше для того, чтобы оконный бизнес приносил прибыль своему владельцу, достаточно было просто продавать «голый» продукт СПК», и его без лишних вопросов и сверх требований охотно покупали. А это означает, что в свое время, оконный рынок жил по принципу «минимум вложений — максимум прибыли». А на сегодняшний день, продолжать заниматься просто производством или просто продажей СПК, это большой риск, при таком подходе к бизнесу «его завтрашний день» может оказаться призрачным и сомнительным.

Поэтому сегодня, каждый, кто принял решение не просто остаться в оконном бизнесе, а и составить достойную конкуренцию, начал разрабатывать и внедрять различного рода системные программы, которые сопровождаются продуманными до мелочей активными действиями:

**П**роводить структуризацию бизнес процессов и внедрять единую концепцию развития по всем направлениям своего бизнеса B2B/B2C

**П**ереосмысливать и расставлять акценты в вопросах, связанных с позиционированием продукта и его сервисным сопровождением.

**П**ополнять и качественно доукомплектовывать выставочные образцы в розничных салонах, оформлять салоны в четко обозначенной корпоративной стилистике

**П**овышать корпоративную культуру, профессиональный уровень и личностную мотивацию всех действующих лиц B2B/B2C

Сегодня на оконном рынке Украины, есть достаточное количество компаний, которые по праву заслужили признание не только, среди своих бизнес партнеров, но и конкурентов. Они удерживают «паль-



му первенства» и, скорее всего, не собираются выпускать ее из своих рук. Кто эти компании?! Это те, кто, в первую очередь, готовы к переменам, внедрению смелых идей, выводу инновационных продуктов и, конечно, финансовым инвестициям, которые нужно воспринимать как одно из обязательных условий на всех этапах активной деятельности. Бизнес живет и развивается, когда в него вкладывают финансовые инвестиции, человеческие силы, нестандартные идеи и, что немаловажно, вселенскую веру! **«Все шансы на победу у того, кто не имеет с собой белого флага».** Именно так звучит одно из мудрых изречений!



### Краткая справка из истории Клуба:

Клуб был создан в августе 2012 г. Количество проведенных мероприятий на 1.06.2013 - 15 тренинговых программ и 2 профессиональных аттестации.

Клуб «Вікно Плюс professional» – это частная профессиональная некоммерческая организация. Инициатором создать Клуб подобного рода, стала руководитель корпоративного учебного центра «VEKA Professional» Царалунга Оксана Анатольевна, она же является идеологом, ведущим бизнес тренером и куратором данного направления, при поддержке компаний VEKA UKRAINE и «Вікно Плюс» в лице ее владельца Ведерникова Сергея Леонидовича.

### Цель создания Клуба:

Объединить всех партнеров, входящих в дилерскую сеть компании «Вікно Плюс» и создать условия для развития их личной эффективности и профессиональных способностей с целью повышения уровня культуры продаж в оконной отрасли.

Примечательным является то, что в клубе есть своя фирменная символика: логотип, сертификат/ удостоверение личности члена Клуба, которые говорят о том, что данный салон и менеджер, который предоставляет проф. консультации потенциальным клиентам, входит в Клубное сообщество. Помимо этого у Клуба есть четко сформулированная миссия, корпоративный кодекс, традиции и своя стратегия развития, которая индивидуально разработана для партнеров-дилеров компании «Вікно Плюс».

### Девиз Клуба:

Менеджеры-эксперты везде и всегда помогут клиенту сориентироваться в товарах и акционных предложениях, умело предложат необходимое решение, и поспособствуют в приобретении не просто окон или дверей, а индивидуально подобранных высокотехнологичных систем, которые будут служить своим владельцам долгие годы!

Каждый этап развития бизнеса вносит свои коррективы. Если взять и проанализировать потребность в повышении квалификации, то можно увидеть примерно следующую картину: на первом этапе развития оконного бизнеса, потребность в обучении просматривалась, мягко говоря, слабо. По мере развития рынка и ужесточения конкурентной борьбы, резко возросла и потребность в повышении квалификации персонала всех уровней. Оконный рынок сразу отреагировал на эту потребность и примерно уже 5-6 лет как начал свою активную деятельность в сторону повышения квалификации персонала. Полным ходом начали свою работу специализированные Учебные центры, которые открылись на территории компаний-переработчиков, а также консалтинговые компании, которые наперебой предлагают услуги бизнес тренеров, а те, в свою очередь, тематические семинары/тренинги, мотивационные программы и другого рода интеллектуальные продукты.

Если все так хорошо складывается, зачем открывать еще одну аналогию в виде профильного Клуба? Скорее всего, именно этот вопрос сейчас появился в Вашей голове.

Ответ однозначный, смысл есть и если присмотреться, то он очевиден!



*Профильный Клуб — это не аналогия, а скорее качественная трансформация Учебных центров.*

Данные коррективы продиктованы временем. На сегодняшний день недостаточно предоставлять участникам тренинговых программ базовые знания, а потенциальным клиентам, которые приходят в розничные салоны базовую комплектацию окна.

Важной составляющей для повышения общей рентабельности бизнеса и его динамичного развития, является наличие ценности продукта как такового. Для того, чтобы в глазах потенциальных клиентов, ценность светопрозрачных конструкций возросла, необходимо, чтобы, в первую очередь, осознание ценности пришло к тем, кто имеет прямое отношение к оконному бизнесу, на всех его уровнях!

Сложно говорить о ценности и других высших материях, когда за основу берется фактор выживания и денежного обогащения. Пришло время, менять свой подход к работе, а главное, меняться самим!

Одной из первых компаний, которая осознала потребность в качественных переменных, начала предпринимать конкретные действия, стала компания «Вікно Плюс», которая откликнулась на предложение учебного центра «VEKA Professional», и решила открыть профильный Клуб для своей дилерской сети.



*Зарубежные аналитики отмечают, что все известные компании-бренды объясняют свой успех наличием четкой и сильной внутренней интеграции сотрудников компании, вокруг единых корпоративных принципов.*



**Ведерников Сергей Леонидович**  
генеральный директор компании «Вікно Плюс»

Работа над реализацией данного проекта началась еще летом 2012г. На сегодняшний день, жизнедеятельность Клуба уже начала «писать» свою историю и приносить результаты!

Современные тенденции в сфере предоставления услуг изменяются в соответствии с изменениями оконного рынка, и эволюция потребительских требований ждет от производителя и в большинстве случаев от менеджера консультанта более профессионального подхода с использованием актуальных на сегодняшний день технологий и методов, которые могли бы как минимум удовлетворить потребности клиента, и как максимум превзойти его ожидания. В связи с этим, мы посчитали необходимым создать частный клуб профессионалов, в состав которого будут входить: руководители малого бизнеса — дилеры, менеджеры-консультанты фирменной сети, а также другие заинтересованные лица, которые смогут оказывать профессиональную, техническую и моральную поддержку нашей организации. Для нас важно создать и внедрить собственные корпоративные стандарты нашей деятельности, которые смогут позитивно влиять на дальнейшее развитие компании «Вікно Плюс» и, конечно, партнеров, которые входят в нашу дилерскую сеть, а кроме этого внести свою лепту в развитие оконного рынка Украины в целом.

Пользуясь случаем, хочу отдельно отметить неоценимый вклад и профессиональный подход, который можно было наблюдать в процессе работы над созданием Клуба «Вікно Плюс professional», со стороны учебного центра «VEKA Professional»! Профессиональный подход, глубокие знания и навыки, системный подход в работе, — вот то, что вызывало и продолжает вызывать глубокое уважение и благодарность в адрес Оксаны Анатольевны Царалунга и учебного центра «VEKA Professional», который она успешно возглавляет! Более чем уверен, что к этим словам готовы присоединиться и те наши партнеры-дилеры, которые имели возможность быть участниками семинаров и тренингов под началом учебного центра «VEKA Professional».





Ниже Вы можете более подробно ознакомиться с предназначением профильного Клуба, и найти ответы на такие вопросы как: что из себя представляет Клуб «Вікно Плюс professional»?! Как он работает, на чем основан?! и т.п.



1. Это тот проект, который способен объединить людей, у которых общие интересы и цели. Вся деятельность Клуба, пропитана определенной идеологией, которую добровольно принимают и осознанно транслируют члены клуба в своей профессиональной деятельности и социально активной жизни в целом.
2. Вся деятельность Клуба подчинена определенным стандартам, правилам и традициям, которые подробно описаны в сопровождающей работу Клуба документации (стандарты и традиции Клуба, корпоративный кодекс, должностные инструкции и т.д.)
3. Члены Клуба имеют возможность не только развивать свои профессиональные навыки, но и, что немаловажно, свои личностные качества. Вера в себя, вера в продукт, вера в свою компанию — это те принципы, которые прививаются членам Клуба. Жизнедеятельность Клуба, включает в себя различные программы, которые направлены на повышение мотивации, веры в собственные силы и личный потенциал (проведение командообразующих программ на системной основе, организация и проведение встреч с успешными людьми, которые достигли результатов в разных сферах бизнеса, а также множество других мероприятий подобной направленности)
4. Многоуровневое обучение, которое включает в себя аттестацию после успешного прохождения каждого блока тематических программ. Один блок включает в себя от трех до семи тренингов/семинаров. Успешно пройденная аттестация, дает возможность членам Клуба уверенно подниматься вверх, приобретая новые знания, навыки и, что важно, статус. Примечание! Иерархия возможных статусов и способы их получения, подробно описаны в стандартах и традициях Клуба.
5. Предусмотрена разработка и распространение методических материалов среди членов Клуба, которая включает в себя рассылку разного уровня и наполнения тематической информации с целью самостоятельного изучения и, как следствие, расширения профессионального мировоззрения членов Клуба
6. Наличие специально разработанного интернет пространства для участников Клуба (вход через логин/пароль). Это интеллектуальный портал, через который члены Клуба могут черпать или делиться информацией с другими участниками (календарь мероприятий, профильная библиотека, самоучитель, фото галерея, чат и т.д.) Таким образом, предусмотрено сохранение постоянной связи между всеми участниками Клуба, что придает каждому в отдельности, особую уверенность и позитивный настрой в процессе ежедневной работы, наполняя особым смыслом все то, что еще вчера казалось «рутинной работой».



**Оксана Царалунга**  
руководитель учебного  
центра «VEKA Professional»

По словам автора идеи и инициатора проекта, Царалунга Оксаны, один из выводов, который был сделан ею на основе самоанализа своей многолетней профессиональной деятельности, звучит так:

**«Сегодня очень важно знать: как продавать, что продавать, когда продавать, и главное, зачем продавать!»**

Оксана Анатольевна отмечает: «Если благодаря такому проекту, как профессиональный Клуб «Вікно Плюс professional» все его участники научиться получать удовольствие от своей работы, и будут излучать позитив, осознанный профессионализм, а в итоге качество во всем, за что берутся в процессе своей деятельности — можно будет считать, что у меня получилось внести свой посильный вклад в развитие нашего общего дела! На сегодняшний день, перед учебным центром «VEKA Professional» стоит очередная задача, которая направлена на то, чтобы подобных клубов становилось больше, и все они шли под единым флагом VEKA, который благодаря всеобщим усилиям, сегодня является символом качества во всем, начиная от партнерских бизнес отношений и заканчивая конечным результатом (СПК), который сегодня можно увидеть во многих домах, офисах и другого рода зданиях. Наши уважаемые клиенты, в свое время доверились нам и отдали свое предпочтение, теперь мы с Вами просто обязаны удерживать высокую планку заявленного профессионализма и доброго имени компании VEKA! Настало Время влиять, внедрять, создавать и строить!»



## ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ ОТ КОМПАНИИ VEKA

«Электронный каталог VEKA» — это то, без чего уже завтра будет сложно представить эффективную работу!

**К**омпания VEKA разработала и в начале 2013 г. успешно запустила специальное приложение для планшетов iPad «Каталог VEKA». Аналогов этому каталогу на оконном рынке постсоветского пространства сегодня нет. Иллюстрированная энциклопедия, призвана стать эффективным и максимально удобным инструментом для партнеров VEKA на всех этапах ведения переговоров с потенциальными клиентами непосредственно на объектах, а также в офисах розничных продаж.



**Информационное наполнение электронного каталога, особо рекомендовано к применению в таких направлениях деятельности как:**

- Многоэтажное строительство
- Коттеджное строительство
- Дачные постройки
- Квартиры, расположенные в спальных районах
- Офисные здания/помещения

**Отдельное внимание в каталоге уделяется таким темам как:**

- Международная группа компаний VEKA
- Подробный обзор технических возможностей и преимуществ, продуктовой линейки VEKA (3D-просмотр)
- Классы Энергоэффективности
- Широкий ассортимент форм и цветовых решений для СПК
- Инновационные продукты
- Презентационные видео ролики
- Конфигуратор конструкций

**Конфигуратор конструкций – это раздел электронного каталога, который по праву можно считать его «изюминкой»** (конструктор предусматривает сенсорное управление).

Внутри приложения также размещены тематические статьи, в полной мере раскрывающие ответ на вопрос: «Что нужно учитывать при выборе окон?», а также справочник по профильным системам с чертежами сечений и возможностью 3D-просмотра.

### Примечание!

*С помощью бесплатного приложения, которое с 3 января 2013 года доступно в AppStore, все владельцы iPad, имеют возможность скачать и более подробно ознакомиться с наполнением и возможностями иллюстрированной энциклопедии от компании VEKA*

### О целевом назначении, подробней ...

«Электронный каталог VEKA», разработан с учетом тенденций развития оконного рынка и самых смелых запросов со стороны потенциальных клиентов СПК, в которых применена профильная система VEKA. Сегодня, пользователями данного информационного продукта все чаще становятся:

- Активные менеджеры по продажам, которые зачастую работают «в полях». Они уже оценили бесспорно возросшую результативность своей работы, после того как начали применять «Конфигуратор конструкций» в ходе общения с клиентом.
- Региональные представители, используют «Электронный каталог VEKA», как инструмент визуализирующий предмет разговора, в процессе деловых переговоров или тематических презентаций, для своих бизнес партнеров.
- Дизайнеры, которые сотрудничают с бизнес партнерами компании VEKA, также успели оценить все технические возможности каталога, и что немаловажно тот эффект, который производит этот современный инструмент на клиентов, в процессе работы с ними.
- Архитекторы, которые специализируются на частном строительстве, используя приложение находят немало полезного для себя.
- Потенциальные Клиенты через «Электронный каталог VEKA» теперь находят качественный источник информации о мире светопрозрачных конструкций. Все владельцы iPad, могут в свободном доступе скачать приложение и благодаря удобному интерфейсу наслаждаться возможностями уникального «каталога VEKA». Непринужденная форма первого знакомства потенциального Клиента с возможностями VEKA (СПК), в таком нестандартном формате и на таком высоком профессиональном уровне, позволяет осознать ценность продукта СПК и убедиться в целесообразности его приобретения.

### Возможности приложения

Приложение позволяет подобрать остекление для квартиры, дома или офиса, узнать, на какие характеристики при выборе стоит обратить внимание, получить дополнительную информацию о способах энергосбережения, основных параметрах качества оконных и дверных конструкций, возможных уровнях безопасности, последних тенденциях в вопросах, касающихся дизайнерских решений для СПК

### Энергоэффективность

Внутри приложения предусмотрена функция управления изменениями коэффициентов энергоэффективности. Эта идея очень актуальна в рамках современного уровня энергопотребления, и уже давно нашла свое отражение в бытовых приборах

### Конфигуратор конструкций

Важной частью нового приложения стала – программа по визуализации основных шагов проектирования оконных и дверных элементов. С помощью несложных действий потребитель или менеджер оконной компании могут с легкостью создать фотографию объекта с новыми окнами или дверьми. Интуитивно понятное моделирование на фотографии позволяет «примерить» к дому новые светопрозрачные конструкции различных цветов, размеров и форм.

» Полученное изображение можно сохранить или отправить по e-mail.

### Акцент на свойства и выгоды, а не на цену СПК.

Приложение – незаменимый помощник на этапе презентации продукта, и его продажи. Ведь благодаря наглядному представлению будущей конструкции, ее конфигурации у мастера по замеру или менеджера консультанта есть возможность убедить клиента в том, что технические и функциональные особенности конструкции являются важными параметрами при выборе окна. При этом цена перестает играть решающую роль и уходит на задний план.



Приложение доступно в AppStore по адресу: <http://goo.gl/l4EKB>



 **Андрей Витальевич Таранушич**  
коммерческий директор VEKA Rus & Ukraine

«Компания VEKA не ограничивает свой клиентский сервис производством и поставкой ПВХ-профилей самого высокого качества», – отмечает Коммерческий директор VEKA Rus & Ukraine Андрей Витальевич Таранушич, – «В своей деятельности мы стараемся следить за новыми тенденциями и разработками и эффективно их внедряем. Сейчас, когда цифровые технологии всё интенсивнее входят в нашу жизнь, необходимо предоставлять информацию для покупателя в таком виде, в каком ему это было бы максимально удобно. Приложения для iPad – именно то, что нужно современному потребителю, чтобы быстро и качественно получить необходимую информацию при выборе окон и дверей».

# КОЛЕСО РАЗВИТИЯ

**В** качестве подарка предлагаем Вашему вниманию один из самых мощных инструментов целеполагания : «Колесо Развития». Это колесо уникальный метод постановки целей и миссии компании как на ближайшее время, так и в долгосрочной перспективе развития.

В жизни каждой компании наступает момент, когда основные вопросы (производство, логистика, ассортимент, поставщики) в той или иной мере решены или поставлены на поток. И тогда возникает необходимость внедрения системного и эффективного менеджмента, который включает постановку целей, определения миссии компании, ее социальной ответственности, мотивации персонала, обучения, активного развития и др.

Конечно, цели важно ставить и достигать во все времена работы компании. Однако такой инструмент, как «колесо развития», станет эффективным в случае, если компания во главе с руководством готова к переменам и такой схеме работы, которая основана на системности.

## Инструкция

1

Подумайте, на какой период времени вы будете ставить цели: месяц, квартал или год

3

Раздайте всем это колесо, объяснив, что нужно вписать или нарисовать по одной цели, которую Ваша компания будет достигать в каждой области в 2013 году. При этом можно заполнять все сектора круга, а не только сектор вверенного отдела. Это позволит Вам узнать, как видят развитие компании ее сотрудники. Что они готовы делать в своем отделе или рекомендуют делать другим отделам для развития компании.

7

Разбейте цель на задачи и также зафиксируйте их для каждого отдела. Важно, чтобы задачи были выполнимы, а значит измеримы во времени.

2

Соберите всех руководителей отделов и расскажите им об этом проекте, о целях, о том, как их ставить, и для чего (основы целеполагания, техника СПИН)

5

Соберитесь вместе еще раз, чтобы обсудить то, что получилось и выявить «истинные цели» компании. Зафиксируйте ход собрания и запишите в круг, те цели, которые Вам важно достичь.

4

Дайте всем время на заполнение круга (неделя или две)

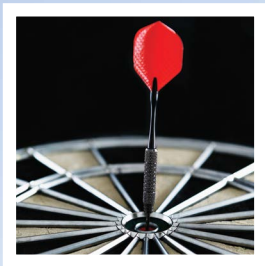
6

Обсудите, за какое время вы можете достичь этих целей. Продумайте коллективно, какие качества нужно активировать вашим сотрудникам для достижения поставленных задач — целеустремленность, гибкость, творчество, смелость, доверие, взаимовыручка и др., Возможно вам понадобятся новые ресурсы.

8

Подумайте, как в конце года вы убедитесь в том, что достигли желаемого. Что вы и где увидите, услышите, почувствуете?

*Начните работать над принятием решений прямо сейчас! Если решили – действуйте!*



Маркетинг

Обучение



Производство



Ассортимент



Финансы

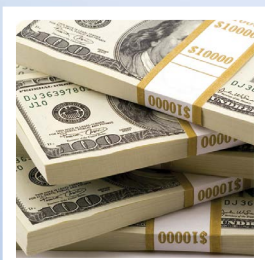
Продажи



Клиенты



Менеджмент



Если Вы захотите работать в команде, Вам может понадобиться это колесо в большем разрешении, электронную версию которого можно получить, обратившись в Учебный Центр «VEKA PROFESSIONAL»

[otsaralunga@veka.com](mailto:otsaralunga@veka.com)






# КАЛЕНДАРЬ АКТИВНОСТИ «VEKA PROFESSIONAL»

Одним из ключевых факторов успеха для компании VEKA является тесное и всестороннее сотрудничество со своими партнерами. С целью оказания компаниям-партнерам содействия в повышении квалификации персонала всех уровней и направлений, в июне 2012г. был создан учебный центр «VEKA Professional». Если посмотреть на активность работы «VEKA Professional» в разрезе запланированных и успешно реализованных обучающих мероприятий за первый квартал 2013 год, то смело можно предположить, что партнеры компании VEKA, основательно подготовились к началу сезона! А это означает, что впереди компанию VEKA и ее партнеров ждут очередные личные достижения и многочисленные профессиональные победы!

## Перечень тематических программ, которые запрашиваются чаще всего:

- «Цена и ценность VEKA. Эффективные продажи».
- «Основные принципы ведения малого бизнеса. Управление от постановки целей до контроля результатов»
- «Бизнес-практикум по подбору персонала. Секреты эффективной мотивации персонала»
- «Взаимодействие внутри компании. Бизнес-креативность».

### Февраль 2013




Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28			

- г. Винница — «Вікнарі» 01.02
- г. Камянец-Подольск — «ВікноПлюс» 04.02-05.02
- г. Черновцы — «Интергарант» 07.02-08.02
- г. Тернополь — «Панорама» 09.02
- г. Черкасы — «Сучасне Вікно» 15.02
- г. Киев — «Канталь» 18.02-19.02
- г. Луцк — «Вікнопром» 21.02-22.02
- г. Мукачево — «Интергарант» 25.02
- г. Камянец -Подольск — «ВікноПлюс» 27-28

### Март 2013

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



- г. Ровно — «Вікнопром» 01.03
- г. Житомир — «Вікнарі» 06.03
- г. Минск — Конференция 12.03-13.03
- г. Камянец -Подольск — «ВікноПлюс» 14.03-15.03
- г. Челябинск — «Эталон» 20.03
- г. Миасс — «Системы Папилон» 21.03
- г. Пермь — «Планета Свет» 23.03

### Апрель 2013




Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

- г. Черновцы — «ВікноПром» 02.04
- г. Киев — «Канталь» 04.04
- г. Кривой Рог — «Конкорд» 06.04
- г. Санкт-Петербург — «Окна от Природы» 09.04-12.04
- г. Ровно — «Вікнопром» 18.04
- г. Кривой Рог — «Конкорд» 24.04
- г. Северодвинск — «Завод Окон» 29.04
- г. Архангельск — «Завод Окон» 30.04

### Май 2013

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		



- г. Караганда (Казахстан) — «Фезапласт» 09.05-10.05
- г. Астана (Казахстан) — «Алкон +» 11.05-12.05
- г. Львов — «Вікнарі» 16.05
- г. Хмельницький — «ВікноПлюс» 19.05
- г. Камянец -Подольск — «ВікноПлюс» 20.05-21.05
- г. Донецк — «Новые Окна» 24.05
- г. Санкт Петербург — «Биссектриса» 28.05-29.05
- г. Пермь — «Планета Свет» 30.05-31.05



## Анатомия сарафанного маркетинга

Автор: Эмануил Розен

Это одна из самых всеобъемлющих книг по сарафанному маркетингу. В ней изложены забавные и увлекательные истории, приведены исчерпывающие и убедительные результаты исследований. Баланс между теорией и ее практическим применением дает читателям все необходимое, для того чтобы разжигать, стимулировать и измерять эффективность маркетинговых кампаний с применением принципов сарафанного радио. В книге вы найдете рекомендации о том как:

- формировать слухи как в онлайн-новой, так и в офлайн-среде;
- стимулировать потребителей рассказывать о ваших товарах или услугах и помогать распространять слухи среди их друзей, коллег и членов сообществ;
- адаптировать традиционные стратегии сарафанного маркетинга к современной реальности Facebook, YouTube и пользовательских медиа.

## Технологии лидерства. О Богах, Героях и Руководителях

Автор: Николай Рысёв

Книга «Технологии лидерства. О Богах, Героях и Руководителях» — уникальное сочетание живого стиля, системного изложения и практичности приводимых примеров. Прочитайте ее, и вы значительно пополните запас управленческих технологий в своей голове и денежный запас в своем кошельке!

Все знания уже в нас. Куда бы ты ни пошел, ты уже там. Это так. Куда бы ты ни пошел, ты уже там. Парадокс заключается в том, что чем дальше ты уезжаешь, тем ближе ты оказываешься к себе, тем больше ты с собой сталкиваешься. И если то, что видишь, тебе не нравится, ты едешь в другую страну, чтобы понять в себе что-то другое, но находишь опять себя. И ты возвращаешься домой, к основам, и забываешься в повседневности, выныривая из собственной глубины. Но иногда тебе приходят разные мысли, они очень важные. И ты опять отправляешься в путь. Но все знания уже в нас. И куда бы ты ни пошел, ты уже там. Долгий путь домой. И бывает так, что где-то там далеко ты видишь тот самый свет в себе, который так долго искал. Это длится мгновение. Но ради этого ты и отправлялся в путь, потому что память об этом остается навсегда. И бывает так, что дома ты видишь тот же самый свет. И хочется дышать полной грудью, сомневаться и переживать, радоваться и огорчаться, злиться и успокаиваться, не понимать и осуждать, а затем осознавать и примиряться. Хочется жить! Господи! Как хочется жить!

Жить и работать по-настоящему! И достигать результатов! Об этом книга.

## Большие продажи. Как найти клиента (аудиокнига)

Автор: Николай Рысёв

Автор книги Николай Рысёв, один из ведущих бизнес-тренеров России, директор компании RECONT, представляет свою новую книгу, которая поможет преодолеть первую часть пути больших продаж — поиск клиента.

Нужна ли вам эта книга?

«Мне кажется, что нужна, хотя решать вам. Для чего? Ну, знаете, есть такой анекдот, встречает волк Красную Шапочку и говорит: "Ну, ты понимаешь, что у тебя только два выхода?" - "Какие?" - спрашивает Красная Шапочка. "Слияние или поглощение!" - отвечает Волк.

Так и у вас — тоже два варианта. Только между ними стоит не "или", между ними находится "и"! Открытость вашего ума для тех мыслей, которые излагаются в этой книге, чтобы их понять, переработать и применить. И открытость для понимания клиента, что гораздо важнее, чем эта книга, хотя книга как раз об этом!»

## Возвращенцы. Как вернуть потерянных клиентов

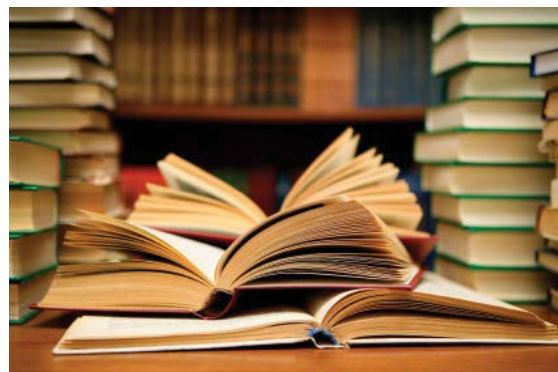
Авторы: Игорь Манн и Анна Турусина

Рабочая тетрадь для организации работы по возвращению ваших клиентов

Сегодня многие компании уже хорошо умеют привлекать клиентов, учатся их удерживать, вставая на путь клиентоориентированности. А вот возвращают ушедших покупателей — единицы!

В этой книге вы найдете 13 полезных правил, которые вам нужно знать для организации системной и эффективной работы по возвращению клиентов. А также пошаговый алгоритм, план действий, который необходимо запустить в компании, чтобы полученные знания заработали на практике.

Книга будет полезна для предпринимателей, руководителей, начальников отдела продаж и маркетингов.



# БЫТЬ УПРАВЛЯЮЩИМ ИЛИ БЫТЬ УПРАВЛЯЕМЫМ?



Притчи – это философские рассказы, всегда остающиеся отличным средством не только для самопознания, но и для самосовершенствования. Притчи одновременно простые и мудрые истории, учащие думать и быстро находить лучшие пути преодоления различных трудностей. Читая притчи важно то, что мы сердцем воспринимаем сокрытую между строк мудрость, задумываемся о смысле жизни, исправлении ее и учимся быть лучше и добрее.

## Суфийская притча

Одного дервиша спросили:

— Что лучше, быть управляющим или управляемым?

Он ответил:

— Быть управляемым. Человека, которым управляют, руководитель постоянно информирует, что топт не прав, независимо от того, так это или нет. Это даёт такому человеку шанс развиваться, изучая себя — ибо иногда он и в самом деле не прав. Человек же, который управляет, почти всегда воображает, что он сам или его установления справедливы, поэтому у него мало возможностей видеть своё поведение. Вот почему в конце концов управляемый становится управляющим, и управляющий оказывается в положении управляемого.

Его спросили:

— Тогда какова цель возвышения управляемого и падения управляющего, что повторяются вновь и вновь?

Он сказал:

— Чтобы управляющие могли научиться тому, что руководство в действительности означает, а управляемые — тому, что в них реально хорошего и плохого.

— Но, — сказал вопрошающий, — есть ли у человека шанс извлечь из этого пользу, ведь требуются поколения для того, чтобы господин стал подчинённым, а подчинённый — господином?

— Не требуется поколений. Это случается множество раз в жизни каждого человека. Развитие, которое вы видите на протяжении поколений — просто иллюстрация этого.