

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Интервью, мнение, путь к успеху и опыт конкретных людей

История успеха «МейК»

С 2009 года компания «МейК» занимается производством и продажей торгового оборудования. В числе клиентов МейКа есть Chanel, Clarins, Tom Ford, Estee Lauder. Как Мейку удалось завоевать таких клиентов. Своей историей успеха делится генеральный директор компании «МейК» Павел Владимирович Леонтьев.



Компания «МэйК» с 2009 года занимается производством и продажей торгового оборудования для магазинов разных отраслей (парфюмерии, косметики т. д.), а также для баров и ресторанов.

МейК сегодня:

- с 2009 года на рынке;
- 5 000 м² производственных площадей;
- свыше 100 сотрудников в штате;
- один из лидеров по производству торгового оборудования.

Предприятие оснащено самыми современными промышленными линиями и станками для производства передового торгового оборудования.

- Как родилась идея изготовления и продажи торгового оборудования?

- Когда на российский рынок пришли зарубежные парфюмерные компании, то им понадобилось торговое оборудование. Сначала оборудование возили из Европы, Италии, Польши и Турции - это было очень дорого. У заказчиков складывалась следующая картина: оборудования не хватало, сроки поставки были очень велики и обособленные подразде-

ления брендов начали искать поставщиков на месте. Потребность очевидна и мы приняли решение о создании небольшого производства. Изначально это была площадь 50 м², но т. к. мы постоянно расширяемся и совершенствуемся, на сегодняшний день производственные площади составляют около 5000 м².

- С какого оборудования Вы начинали свое производство? В чем была самая высокая потребность рынка?

- Сначала это был пластик, композиты, ДСП и МДФ. Именно с этого мы начинали, тогда, в 2009 году. Сейчас тенденции меняются и каждый бренд старается сделать что-то своё, уникальное. ЕТак в производстве торгового оборудования начали появляться такие материалы как: нержавеющая сталь, отполированная до зеркального блеска, черновой металл (окрашенный либо искусственно состаренный), зеркала различных оттенков, искусственный камень. Конечно требования рынка растут каждый день, и мы стараемся им соответствовать, идем в ногу со временем, и вносим свои новинки в области торгового оборудования на наш рынок.

- Какие были Ваши первые результаты?

- Не смотря на то, что начинали мы с ма-



лого, но результаты были очень достойные. К примеру, начиная с островного оборудования (стандартное), мы довольно быстро освоили персонализированное – это очень хороший результат. Сейчас занимаемся всеми видами торгового оборудования, довольствуемся результатами регулярно.

- Были какие-то трудности? И на каких Вы бы сконцентрировали свое внимание?

- На персонале! Самая главная проблема это кадры! Проблема в грамотных людях, которые делают все по технологии. Ну и, конечно же, сложности, связанные с оборудованием. Для того, чтобы поддерживать высокое качество производимых нами изделий мы используем только импортное оборудование. И в случае, если понадобятся запасные части, возникают проблемы, которые мы стараемся решить в кратчайшие сроки. И снова кадры - наши операторы постоянно повышают свою квалификацию и большинство проблем связанных с отладкой и мелким ремонтом оборудования могут решить самостоятельно.

- Чем Вы гордитесь на сегодняшний день?

- На данный момент мы в России производим торговое оборудование, которое ничем по качеству и внешнему виду не уступает европейским аналогам.

- Какой совет Вы бы дали себе в прошлом?

- Как можно чаще и больше учиться. Не отставать от тенденций рынка и чутко реагировать на пожелания заказчиков.

- Как Вы пережили 2015 год после падения рубля в декабре 2014-го?

- Пережили этот кризис, как и многие, с трудом. Но даже несмотря на непростую экономическую ситуацию мы смогли увеличить объемы производства. И благодаря этому на данный момент у нас есть некоторые идеи по проектированию и производству оборудования для целых магазинов. Недавно мы сделали оборудование для магазина для корейского бренда Holika. Хотим развить этот сегмент производства магазинов дальше и больше..

В дальнейшем хотим пожелать удачи компании «МэйК» в их деле, расширения и развития производства. Надеемся, что в скором времени увидим их первыми в своей отрасли.

Бренды, которые используются для производства:

- ЛКМ - ILVA;
- абразивные материалы - SMIRDEX;
- окрасочное оборудование - DeVilbiss;
- окрасочные камеры - Autospecialist;
- деревообрабатывающее оборудование - Biessa, Mira, Cnc, Altesa;
- полиграфическое оборудование - Roland.