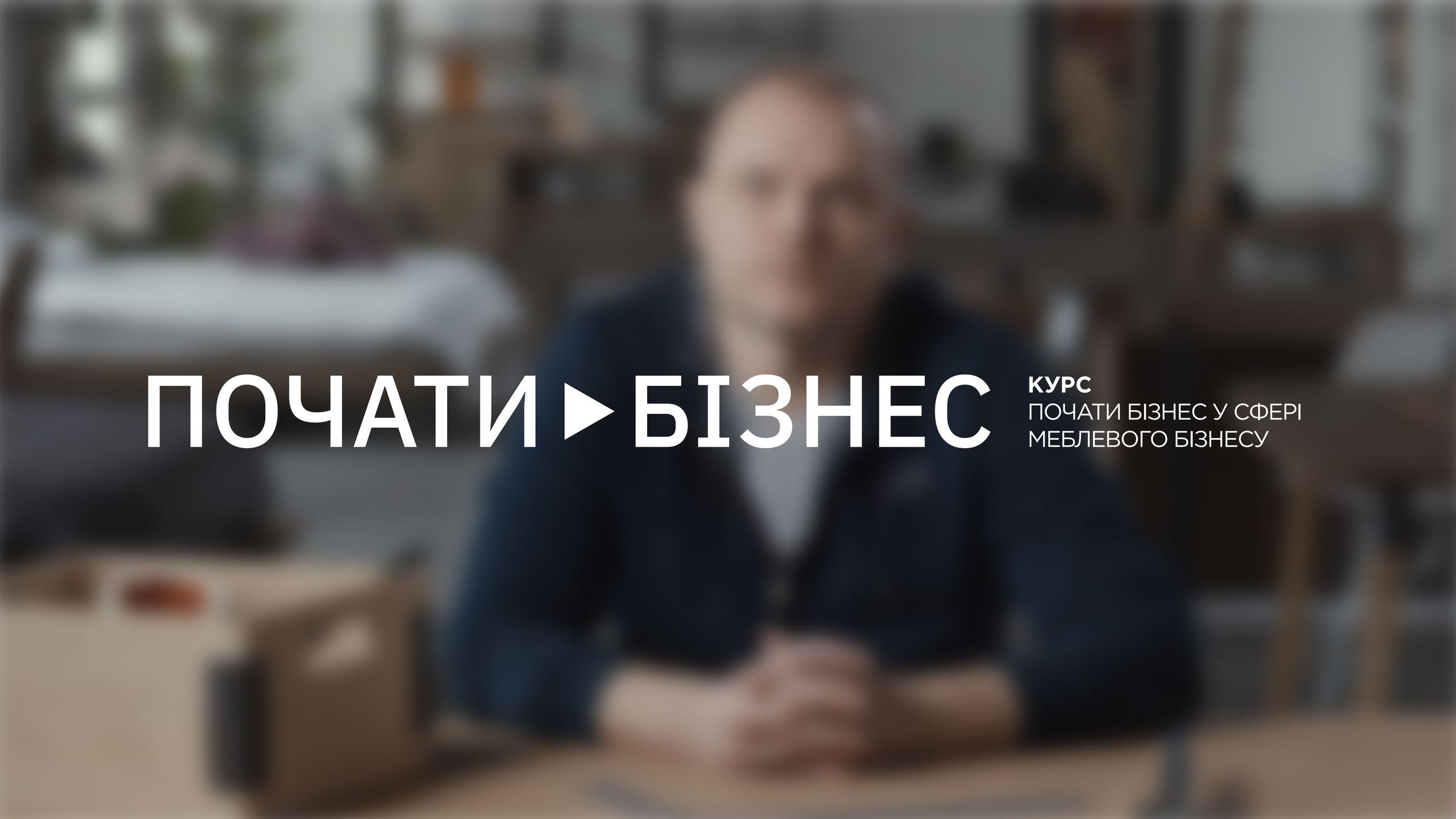


ПОЧАТИ ▶ БІЗНЕС

КУРС
ПОЧАТИ БІЗНЕС У СФЕРІ
МЕБЛЕВОГО БІЗНЕСУ

Лектор:
Артем Пономаренко
власник компанії із виготовлення меблів WOODWERK, маркетолог та дизайнер компанії.

WOODWERK
українська компанія-виробник меблів.

СТАРТ

Офіційно компанія та бренд WOODWERK засновані в 2013 році. Виробляють меблі із натурального дерева у сучасному європейському стилі.

Починалося все із сімейного бізнесу, який започаткував батько Артема. Він займався продажем більярдного обладнання.

Вже тоді родина почала експериментувати із виготовленням меблів. Прикладом стали меблі, які бачили на виставках у Нідерландах.

Артемові сподобався дизайн і вони почали виготовляти схожу продукцію. На той момент вони ще не розуміли, що чітко потрапили у нішу популярних меблів у стилі лофт (або північно-європейського дизайну).

На момент старту ринок не моніторили. Проте згодом виявилося, що **WOODWERK була першою компанією, яка представила таку меблеву стилістику в Україні.**

Основними проблемами були відсутність досвіду та необхідного обладнання. Перші речі фактично робилися вручну.

До розвитку бізнесу мотивував позитивний фідбек від клієнтів.

Багато речей на початках робили інтуїтивно. Довго не могли визначитися, у якому напрямку мають далі працювати. Було багато помилок, зокрема і стратегічних.

Тому Артем вважає, що **відсутність чіткої стратегії на початку – це суттєвий мінус**. Як мінімум, на початку має бути розписана **бізнес-модель:**

- **що ми робимо?**
- **які ми маємо ресурси?**
- **хто наш клієнт?**
- **чому він має це купити?**

У цей момент важливо не тільки зрозуміти, що ви робите, а й що ви не робитимете. Визначитися з цим та багатьма іншими корисними для своєї справи речами допомогло навчання у бізнес-школі.

Чим чіткіше ти розумієш свої цілі, а ще краще, якщо в тебе є досвід, або є з ким порадитися – **тим ефективніший матимеш результат.**

ГРОШІ

Гроші у новий бізнес інвестували із попередньої справи. Часом залучали кошти із інших бізнесових напрямків, якими займалася родина. Проте наразі трохи проблематично розділяти кошти із кількох бізнесів. Крім того, маючи дві тісно пов'язаних справи, складно порахувати ефективність та рентабельність кожної. Тому наразі компанія працює над цим.

КОМАНДА

На старті бізнесу у WOODWERK було три столяра і менеджер з продажу. Обов'язки маркетолога взяла на себе дружина засновника.

Зараз працівники поділені на групи, кожна із яких відповідає за певний етап технологічного процесу. Це як мінімум дві людини на одному етапі. Більшість із працівників можуть працювати і на першій, і на другій ланці.

Загальний штат компанії – близько 50 осіб. У планах – збільшити колектив хоча би до 200 осіб.

Артем, як керівник, відповідає за багато речей: починаючи від контролю виробництва – закінчуючи маркетингом. Це досить складно і зараз компанія думає над розширенням управлінської команди. Добре, коли керівник має хорошого партнера. Але **партнер може стати як опорою, так і проблемою**.

Артем також відповідальний за дизайн. Спочатку він малює ескіз, потім передає його конструкторам. Вони роблять 3D модель майбутньої речі. Якщо команді подобається те, що вийшло – предмет деталізують і відправляють на виробництво. Щодо дизайну, то в компанії багато запозичують та осмислюють із європейського досвіду.

РОЗВИТОК БІЗНЕСУ

На початку не варто дуже зациклюватися на виробничому процесі, – вважає Артем.

Перший виріб можна зробити як дослідний зразок, поекспериментувати з ним. Інша справа, коли працюєш із серією, там значно складніша технічна документація та вимоги до креслень.

Під час виробництва також відбувається багато втрат. Це не лише частина сировини, а й час та зусилля.

Втрати можна поділити на два види:

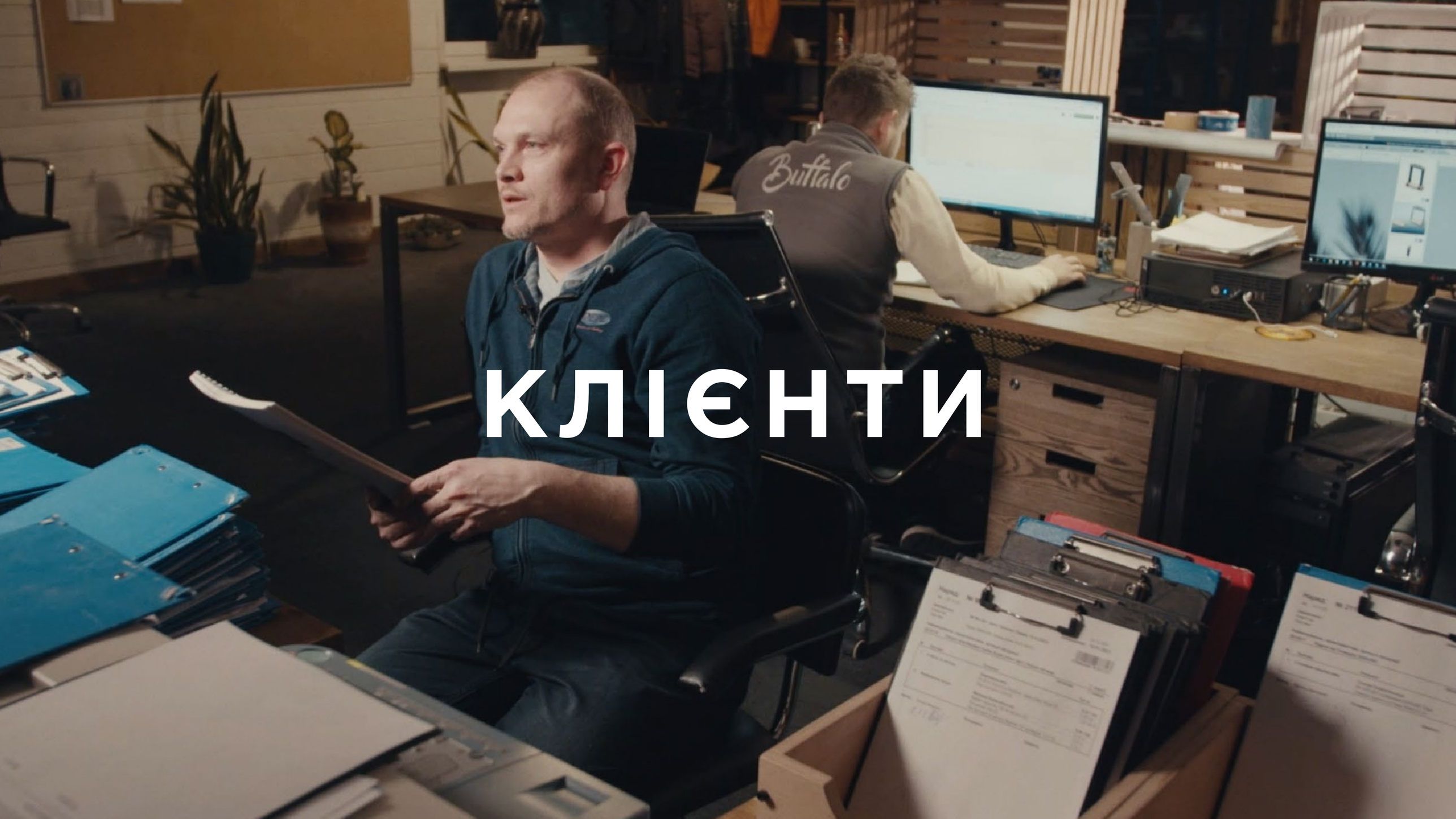
- **необхідні;**
- **сміттєві.**

Таких втрат, як сміттєві, бажано позбуватися. Наприклад, пошук інструменту на робочому місці – це сміттєва витрата. Щоб її мінімізувати, слід класти все необхідне для роботи у зручному місці.

Втрати за філософією lean, якої дотримуються у WOODWERK, можна поділити на 8 типів:

- **Перевиробництво.**
- **Надмірна обробка.**
- **Зайві рухи.**
- **Надмірні запаси.**
- **Надлишкова обробка.**
- **Очікування.**
- **Не використання потенціалу працівників.**
- **Зайве транспортування.**

Кожна з цих втрат може бути як обов'язковою, так і не обов'язковою.



КЛІЄНТИ

Дуже часто меблеві компанії зустрічаються із недовірою клієнтів до українських виробників. Здебільшого це стосується термінів виконання, неспівмірності ціни та якості тощо. Це пов'язано із великою кількістю недобросовісних виконавців на ринку, впевнений Артем.

WOODWERK зробили для себе сервіс – пріоритетом. Компанія робить все можливе, щоб клієнту було комфортно з ними спілкуватися.

МАРКЕТИНГ

Якщо для масштабніших бізнесів все починається з місії та цінностей, то для маленької власної справи – із **розуміння бізнес-моделі**.

У першу чергу **треба зрозуміти, хто твій покупець, які його потреби**. Також важливо скласти портрет покупця, визначити його психотип, у якому стані він наразі перебуває тощо. А далі використовувати цей матеріал у маркетинговій комунікації.

Коли компанія визначила свого покупця, і що вона йому продає, то починає активно транслювати це повідомлення. А навколо нього уже будується багато інших елементів, зокрема, маркетингова кампанія, ключові повідомлення тощо.

Так виник основний меседж бізнесу: WOODWERK – надійна компанія.

Провідна стратегія просування виробів бренду – це роздріб, заснований на онлайн продажах. Саме тому компанія не надто постраждала під час локдауну, адже до того значну увагу і кошти вклала у підвищення впізнаваності бренду в соцмережах.

На сьогодні, на думку засновника WOODWERK, **онлайн продажі мають більше перспектив, ніж оффлайн**. Компанія останнім часом стала пропускати навіть меблеві виставки, бо прийшла до висновку, що краще вкладати гроші в онлайн просування.

Проте на старті бізнесу, коли про компанію ще ніхто не знав, саме оффлайн заходи давали потрібну впізнаваність.

SEO-просування, контекстну та тарґетовану рекламу для компанії роблять підрядники. Крім того, компанія постійно нарощує собі підписників у соцмережах фейсбук та інстаграм. Але просування в інтернеті має і свої складнощі. Наприклад, важко відрізнити за світлиною у мережі відносно дешевий стіл від якісного і дорогого. Тому доводиться працювати над цим питанням.

Бюджет на просування через агенцію для WOODWERK становить 60-70 тис. грн на місяць. Загалом, на думку власників, це досить середній бюджет на ці потреби. Проте, обмеженням для компанії є саме специфіка виробництва, адже вони мають встигати виконувати усі замовлення, які отримують.

Для продажу меблів онлайн важливу роль відіграє контент та його якість. Тому компанія планує долучити у штат контент-менеджера.
Також відіграють важливу роль **якісні відгуки та задоволені клієнти**. Адже саме це є основою рекомендацій.

КРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Невеликі халепи трапляються завжди, – жартує власник WOODWERK. На початку проблемою було знайти необхідну техніку та обладнанням. Згодом виникли проблеми із налаштуванням різних каналів продажів.

Періодично компанія має тимчасові труднощі з розподілом обігових коштів або виникають певні ситуації на виробництві. Але колектив сприймає це, як буденні завдання, і навчився оперативно їх вирішувати.

Також меблеві компанії найчастіше впираються в умовну “стелю” саме через виробництво. **Вони б хотіли виробляти більше, але тоді слід знижувати ціну. Щоб давати нижчу ціну – потрібне масштабніше виробництво**. Але не всі мають на це потужності. Кожна компанія намагається оптимізувати процеси задля цього. WOODWERK, зокрема, забезпечили у себе потокове виробництво.

Одним із найпроблемніших моментів для українського бізнесу став локдаун 2020. Компанія WOODWERK, за можливостями, максимально перейшла на віддалений режим роботи. Для клієнтів зробили відчутні знижки. Як результат, під час карантину продажі в компанії збільшилися до 30%.

ЗНАННЯ

Хороший рівень знань для власників бізнесу дають бізнес-школи та бізнес-курси. Це на собі перевірив засновник WOODWERK. **Особливо помічним для нього стало навчання у Школі управління меблевим бізнесом**. Адже це було вузькопрофільне спеціалізоване навчання.
Ще одним джерелом знань із підприємництва є книги. Наприклад “Мету” Ґолдратта Артем радить читати у кризові для себе моменти.

КОРИСНІ МАТЕРІАЛИ

Терміни:

Пошукова оптимізація сайту або ж SEO (англ. search engine optimization) – процес коригування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай користуються першими посиланнями у списку.

Контекстна реклама – принцип розміщення реклами, коли реклама орієнтується на зміст інтернет-сторінки вручну або автоматично, може бути у вигляді банера чи текстового оголошення.

Тарґетована реклама – це реклама, спрямована на цільову аудиторію, яка відповідає певному набору вимог, заданому рекламодавцем.

Lean production, lean manufacturing – концепція управління виробничим підприємством, яка заснована на постійному прагненні підприємства до усунення всіх видів втрат. Ощадливе виробництво передбачає залучення до процесу оптимізації кожного співробітника і максимальну орієнтацію на споживача.

Посилання:

Асоціація Меблевиків України
https://uafm.com.ua/

Бізнес конструктор, міжнародна освітньо-консалтингова компанія
https://bizconstructor.com/

Школа управління меблевим бізнесом
https://smartpeople.ua/events/skola-upravlinna-meblevim-biznesom

Книги:

Тоні Шей "Доставка Щастя"

Ерік Ріс «The Lean Startup»

Еліягу Ґолдратт "Мета"