



Китайский бренд стал «Народной маркой» России

Компания BVK Electronics победила в национальном конкурсе и провела пресс-конференцию в РИА «РБК»

Компания BVK Electronics Corp., LTD., один из крупнейших китайских производителей потребительской электроники, впервые стала победителем российского национального конкурса «Народная марка» в категории «DVD-плееры». Впервые за всю историю конкурса, проводимого с 1998 года, китайский бренд стал «Маркой № 1 в России».

Как известно, россияне не очень жаловали товары с наклейкой «Made in China», априори подвергая сомнению качество их изготовления, а заодно и надежность самого производителя. Поэтому лидерство китайского вендора еще несколько лет назад было невозможным, тем более в такой высококонкурентной отрасли, как потребительская электроника, где царствовали всем известные «сильные мира сего» из США, Европы, Японии и Кореи.

Как сумела китайская компания, преодолев негативный стереотип, за короткий срок добиться такого успеха среди широкого круга российских потребителей? Закономерен или случаен такой успех? Этой теме была посвящена пресс-конференция, проведенная 4 октября в РИА «РосБизнесКонсалтинг», на которой выступил Михаил Крундышев, Глава Представительства BVK Electronics Corp., LTD. в России, странах СНГ и Балтии.

«Наша компания начала поставлять продукцию на российский рынок электроники в 2000 году, и первой категорией продуктов была DVD-техника. На выставке «Hi-Fi Show» в 2002 году мы впервые вышли на массовую аудиторию. В то время это был дорогой инновационный продукт, и лишь немногие могли предположить такое стремительное развитие «темы DVD» в России, — прокомментировал получение награды Михаил Крундышев. — Заслуга BVK Electronics в том, что мы первыми вывели DVD-кате-



Михаил Крундышев,
Глава Представительства
BVK Electronics Corp., LTD.
в России, странах СНГ и Балтии

рию на массовый рынок, сделали наши продукты доступными для широкого круга потребителей. Это произошло за счет снижения цены нашей DVD-техники в несколько раз по сравнению с ценой аналогичных устройств от глобальных вендоров. В сознании наших соотечественников бренд BVK просто стал символом техники DVD».

Компания никогда не стеснялась упоминать о своих китайских «корнях». Напротив, на фоне роста негативного отношения россиян «ко всему китайскому», BVK Electronics, по существу, занялась просветительской работой, объясняя рынку, что «Китай бывает разный», и неизменно демонстрируя высокое качество своей продукции, произведенной на «настоящих, собственных высокотехнологичных заводах», с использованием чипсетов и комплектующих от лучших мировых производителей — с ними компания связывают прочные партнерские отношения. При этом техника BVK — это не «китайский слепок», а полноценный продукт, разработанный специально для российского рынка.

«Наш путь к «Народной марке» был непростым, — делится опытом Михаил Крундышев. — Чтобы выйти на массовый рынок, мы сразу серьезно занялись организацией

сервисной сети, которая сейчас включает более 300 авторизованных сервис-центров по всей России, странах СНГ и Балтии, а также уделили самое пристальное внимание построению системы дистрибуции. Конечно, наш успех был бы невозможен без постоянных усилий по формированию и расширению ассортиментного ряда и без взвешенной маркетинговой политики. Мы постоянно изучаем потребности рынка и предпочтения покупателей, совершенствуем квалификацию промдизайнеров, которые буквально создают «лицо нашей продукции». Все это позволило нам получить в прошлом году вторую премию в конкурсе «Бренд года/Effie», а в этом году стать «народным брендом» в DVD-сегменте».

Примечательно, что китайский бренд BVK стал «Маркой № 1 в России» именно в официально объявленный Год Китая в России. Напомним, что НАРОДНАЯ МАРКА® вручается с 1998 года и представляет собой наиболее значимую награду в области построения брендов на российском рынке, так как она присуждается на основе мнения покупателей о бренде в национальном масштабе. По условию конкурса, рейтинг НАРОДНАЯ МАРКА® выявляет бренды, обладающие наибольшей спонтанной известностью и сформировавшие у покупателей мнение о себе как о лучших.

Во время конференции Михаил Крундышев ответил на 34 вопроса Интернет-аудитории и представителей СМИ, касающиеся бизнеса компании, ее планов по развитию DVD и других товарных категорий, построению сети сервисного обслуживания и пр. Мероприятие вызвало живой интерес посетителей делового портала РБК. Только во время прямой трансляции конференции посетило более 23 тысяч человек.