

PRAKTISKĀ MĀRKETINGA AKADĒMIJA

“LIA D” vadītāja: Uzņēmumiem no reģioniem droši jānāk uz Rīgu

“LIA D” ir vadošais būvstiprinājumu tirdzniecības uzņēmums Latgalē. Tagad paplašinoties atvēris tirdzniecības vietu arī Rīgā un nākotnē plāno izaugsmi turpināt. Lai uzzinātu, cik vienkārši vai sarežģīti reģionālajam uzņēmumam ir iekarot Rīgas tirgu, uz interviju aicinājām “LIA D” vadītāju Jeļenu Luni.

Ar kādām grūtībām uzņēmumam “LIA D” nācās saskarties, uzsākot darbību Rīgā?

“LIA D” Latgalē ir nopelnījis atzinību, uzticību un labu reputāciju. Tirdzniecības vietas izveidošana Rīgā noteikti ir izaicinājums, jo šeit ir daudz vairāk tirgus dalībnieku. Tomēr strādājam tā, lai arī rīdnieki un pilsētas viesi spētu novērtēt mūsu veikalu, produkciju un pārdevēju pretimnākošo attieksmi.

Ar ko uzņēmējdarbība reģionā Latvijā atšķiras no uzņēmējdarbības Rīgā?

Rīgā ir spēcīga konkurence, it īpaši šāda tipa veikalos, kas galvaspilsētā nav mazums, tādēļ jāatrod īpaša pieeja, piedāvājot pircējiem tieši to, ko viņiem vajag, piestrādājot pie servisa un apkalpošanas. Reģionāliem uzņēmumiem ir priekšrocības – zemākas darbaspēka izmaksas un infrastruktūra, kas ļauj konkurēt cenu ziņā, saglabājot to pašu preces kvalitāti.

Mēs piedāvājam plaša spektra būvstiprinājumus un katrs mūsu veikalos var atrast savam vajadzībām atbilstošu. Pārdevēji nekad neatsaka palīdzību, iesaka, ko labāk izvēlēties un pircēji to novērtē – vēršas pie mums atkal.

Kādēļ izlēmāt, ka ar reģionālo darbību vien nepietiek un ir jādodas arī uz Rīgu, atverot veikalu arī šeit?

Rīga ir vieta, kas piedzīvo strauju attīstību, tāpēc šeit varam piedalīties šajā procesā. Lielpilsēta dod iespēju augt un attīstīties, bet Daugavpilī un mazpilsētās mēs faktiski esam vienīgie, kas apkalpo ar celtniecību saistītos uzņēmumus. Rīga dod motivāciju strādāt vēl labāk, vēl kvalitatīvāk, piedāvājot labāko, kas mums ir.

Tāpat nereti saņemām jautājumus no esošajiem un potenciālajiem klientiem par preču iegādi Rīgā. Vēlējāmies spert soli pretī mūsu klientiem un nodrošināt produkcijas plašāku pieejamību arī galvaspilsētā, tādējādi padarot celtniecības un remonta darbus ērtākus.

GANĪBU DAMBĪ 23A
www.liad.lv



Kādi ir reģionālo uzņēmumu plusi?

Galvenais pluss reģionāliem uzņēmumiem ir cenu politika, jo viņi piedāvā tik pat kvalitatīvu produkciju vai pakalpojumu kā šeit, Rīgā, tomēr daudz lētāk. Reģionāliem uzņēmumiem ir pieņemts ļoti rūpēties par saviem klientiem, nodrošinot labāko cenu politiku, komunikāciju un produktu vai pakalpojumu klāstu. Cilvēki augstu novērtē individuālo pieeju un konsultāciju iespējas pie mūsu veikalu pārdevējiem, kas vienmēr var ieteikt labākos risinājumus būvniecības jomā, sākot ar maziem apdares darbiem un beidzot ar projektēšanas jautājumiem.

Kur saņemāt atbalstu, lai paplašinātos šajos ekonomiski grūtajos apstākļos?

Informāciju saņēmām no Praktiskās Mārketinga Akadēmijas (PMA), kas sadarbībā ar Latvijas Uzņēmējdarbības Attīstības centru (LUAC) veidoja mārketinga atbalsta programmu, kas mums tajā brīdī bija ļoti aktuāli. Nolēmām piedalīties un saņēmām daudz noderīgu padomu un kvalitatīvus reklāmas pakalpojumus. Ļoti noderīgi uzņēmumiem, kas plāno attīstību, ir saņemt atbalstu, jo tā ir iespēja paskatīties uz procesiem no malas, izvērtējot riskus un iespējas. Latvijai tagad pieejamas kļūst dažādas konsultatīvas un sadarbības atbalsta programmas. Ir tikai jātur acis vaļā un jāizmanto iespējas.

Kā noritēja sadarbība ar Praktiskā Mārketinga Akadēmiju ? Kas bija tās jomas, kurās saņēmt atbalstu?

Sadarbība noritēja un vēl joprojām norit ļoti veiksmīgi, viss līdz šim ir ticis izdarīts laicīgi un kvalitatīvi. Ir ļoti laba komunikācija, kas, manuprāt, ir galvenais aspekts veiksmīgai sadarbībai.

Atbalstu saņēmām reklāmas un mārketinga jautājumos, kas sevī ietvēra ne tikai konsultācijas un padomus, bet arī reālus darbus – publikācijas, aktivitāti sociālajos tīklos, baneru izveidi un izvietojumu, atslēgas vārdu pozicionēšanu google.lv dabiskajos rezultātos un tamlīdzīgas lietas. Tas ļoti noder ne tikai jaunajiem uzņēmumiem vai uzņēmumiem no reģioniem, manuprāt, šīs lietas noder gan mazam, gan lieliem. Katram ir sava specifika uz ko aktivitātes arī var virzīt.

Kā kopumā vērtējat šādas atbalsta programmas reģionālajiem uzņēmumiem? Ko tās dod, kādiem uzņēmumiem tas ir nepieciešams?

Kā jau minēju, PMA piedāvājums noder gan reģionālajiem, gan lielajiem, gan mazajiem uzņēmumiem. Ar projektu vadītāju ir iespējams rast kompromisu un saņemt idejas kā palīdzēt konkrētam uzņēmumam sevi parādīt sabiedrībai. Reģionālajiem uzņēmumiem tas ir īpaši būtiski, jo nevar salīdzināt klientu pieplūdumu Rīgā un reģionos. Ar reklāmas palīdzību ir iespējams nodot informāciju konkrētajai mērķauditorijai un iegūt daudz vairāk potenciālo klientu. Konkurences cīņā būtiski izmantot ne vien tīri pārdošanas, bet arī reklāmas un sabiedrisko attiecību piedāvātās iespējas, ko bieži vien uzņēmumi ignorē, jo pašiem nav resursu vai zināšanu šo aktivitāšu nodrošināšanai.

Nobeigumā vēlos piebilst, ka reģionālajiem uzņēmumiem jābūt drosmīgiem un jāizmanto attīstības iespējas, ko piedāvā galvaspilsēta. Nereti uzņēmumi reģionos spēj piedāvāt ļoti kvalitatīvas preces un pakalpojumus, labas cenas un izcilu servisu. Nevajag nobīties no pirmajām grūtībām, atrast savu nišu un pilnveidoties, dodot pircējiem to, kas viņiem tiešām ir nepieciešams. Tad arī panākumi neizpaliks.

2011.08.10.