

# S-LINE

## ОТ PLAFEN

Компания PLAFEN занимается экструзией и продажей пвх-профилей с 2000 года. Совместно с компанией Greiner (Австрия) были разработаны три оригинальные замкнутые системы: **S-LINE** (Superior, 5-и камерный профиль, ширина 75мм), **E-LINE** (Elegance, 4-х камерный профиль, ширина 60мм), **L-LINE** (Light, 3-х камерный профиль, аналог E-LINE, 60мм).

### Характеристика S-LINE

S-LINE в линейке предлагаемых компанией PLAFEN систем ПВХ-профилей является топовой и позиционируется как система премиум-класса. Новационный внешний вид, ширина 75мм, три контура уплотнения, пять воздушных камер – все

эти отличительные особенности системы снискали высокое звание: «S-LINE (PLAFEN) – ЛУЧШАЯ КОНСТРУКТОРСКАЯ РАЗРАБОТКА 2004г.» (журнал «Окна и двери»).

При разработке системы были запатентованы следующие решения:

- Конфигурация ножки штапика, значительно упрощающая установку и снятие, которая обеспечивает надежный монтаж стеклопакета.
- Съёмный третий контур уплотнения, который может не использоваться при глухом остеклении (фрезерование не требуется).
- Конструкция рамы и створки с повышенной глубиной заделки стеклопакета – 29 мм.

### Позиционирование S-LINE

Системы премиум-класса востребованы преимущественно на рынке частных заказчиков. Чаще всего, оконные проемы, закрываемые изделиями из профиля шириной 75 мм и более, находятся в частном домовладении. Подобные конечные потребители, как правило, принимают решение о приобретении окон, основываясь на мнении профессиональных строителей (прорабов, архитекторов и т.п.). Профессионалы же составляют свое мнение, основываясь на технической информации о профиле, а современный дизайн профильной системы, его внушающий доверие внешний вид,

➔ **Таблица 1. Основные показатели и результаты сертификационных испытаний профилей системы PLAFEN S-LINE**

Наименование основных показателей	Нормативный документ	Нормативное значение	Фактическое значение
Приведенное сопротивление теплопередаче с оцинкованным усилительным профилем, мкв С/Вт	ГОСТ 30673-99	Не менее 0,40	0,84 класс 1
Изменение линейных размеров после теплового воздействия, %	ГОСТ 30673-99	Не более 2,0	1,7
Прочность при растяжении, МПа	ГОСТ 30673-99	Не менее 37	46,2
Модуль упругости при растяжении, МПа	ГОСТ 30673-99	Не менее 2100	2280
Ударная вязкость по Шарпи, кДж/мкв	ГОСТ 30673-99	Не менее 15	30
Температура размягчения по Вика, С	ГОСТ 30673-99	Не мене 75	88
Изменение цвета бел. профилей после облучения, порог серой шкалы	ГОСТ 30673-99	Не более 4	4
Термостойкость при 150С в течение 30 мин.	ГОСТ 30673-99	Не должно быть вздутий, трещин, расслоений	Отсутствуют трещины, вздутия, расслоения
Изменение ударной вязкости после облучения на аппарате «Ксенотест», %	ГОСТ 30673-99	Не более 20	15,1
Прочность сварных соединений на растяжение, %	ГОСТ 30673-99	Не менее 70	81



окончательно склоняет потребителя к тому, что бы приобрести окна.

Наилучшим образом портрет потребителя окон премиум-класса может быть составлен компаниями переработчиками ПВХ-профилей, располагающими широкой сетью продаж и предлагающими изделия из профиля с шириной 70-75мм и более. Как показывает статистика подобных организаций, продажи по премиум-сегменту составляют 5-7% от общего объема продаж окон по всем ценовым сегментам.

### Последствия морозов прошлой зимы

Опыт необычно холодной зимы в этом году наглядно продемонстрировал слабость, а порой неготовность обслуживающей оконную индустрию инфраструктуру к подобным климатическим катаклизмам. Так же столь значительная разница температуры помогла руководителям оконного бизнеса объективно оценить работу своих монтажников. Многие проблемы, находящиеся обычно в латентном состоянии, этой зимой проявлялись стремительно. Устранение рекламаций потребовало больших усилий от сервисных отделов компаний, а

порой их вынужденное создание, наличие которых уже давно стало нормой для цивилизованных оконных фирм.

Надо отметить, что необычно долгая и морозная зима подвигла огромный пласт людей к тому, чтобы пересмотреть свои взгляды на меры по теплосбережению собственного жилища. Те, кто недавно и не задумывался о смене старых деревянных окон, теперь же стал счастливым обладателем пластиковых окон, либо на сегодняшний момент является потенциальным клиентом оконных компаний.

Однако, эти несколько морозных месяцев не сильно изменяют представления среднестатистического покупателя о сумме, которую тот готов заплатить за остекление своей квартиры. В случае повышения уровня требований к изготавливаемым окнам со стороны конечного потребителя хорошим подспорьем владельцам оконных компаний в завоевании клиента будут 4-х камерные системы, которые в готовом изделии дороже 3-х камерных на 9%. Разница же 3-х и 5-и камерной системы, составляющая 23%, останется непреодолимой ступенью в сознании потребителя со средним и выше среднего достатком и не позволит ему стать обладателем продукта премиум-класса.

Подпись к фото



## Статистика продаж S-LINE

В 2004г. распределение продаж профиля в компании PLAFEN по ценовым нишам выглядело следующим образом: E-LINE, L-LINE – 95-97%, S-LINE – 3-5%. Более низкие, чем среднестатистические данные по продаже системы премиум-класса, объясняются низкой диверсифицированностью портфеля клиентов переработчиков PLAFEN. Т.е. основными клиентами компании были крупные и средние застройщики, не работающие на рынке окон для частных клиентов.

Активная клиенто-ориентированная политика PLAFEN, открытие новых складов в Европейской части России и увеличение производственных мощностей – все эти меры в 2005г. привлекли большое количество новых переработчиков, располагающих сетями продаж окон. Итогом работы в 2005г. стало увеличение объема продаж на 115%, но доля S-LINE по-прежнему не превышала 3-5%. Работа по ознакомлению заинтересованных переработчиков с особенностями S-LINE ведется и сейчас.

Ситуация начала меняться в 2006г. с открытием складов PLAFEN на Урале и в Сибири (гг. Екатеринбург, Новосибирске, Омске, Иркутске). Переработчики ПВХ-профилей, не понаслышке знакомые с суровым характером резкоконтинентального климата, по достоинству оценили преимущества продуманной замкнутой системы. Статистика это подтверждает – более 10% продаж приходится на S-LINE.

### Перспективы систем премиум-класса

Перспективы увеличения продаж в премиум-сегменте напрямую коррелируются с экономическим подъемом России и ростом благосостояния потенциальных покупателей. География продаж в 2006г. не претерпит коренных изменений – лидерами по продажам будут города миллионники с дифференциалом на региональные центры. В 2007г. неудовлетворенный покупательский спрос, подтвержденный экономической составляющей, позволит увеличить темпы роста продаж в регионах (25-30%) по отношению к темпам продаж (10-15%) в Московском регионе и Санкт-Петербурге по всем ценовым сегментам.

*Директор Департамента  
продаж PLAFEN  
А.Л. Китаев-Смык, MBA.*

✉ alex\_ks@plafen.com