

ЭЛИТНАЯ СИСТЕМА S-LINE ОТ КОМПАНИИ 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-камерный профиль шириной 75 мм), E-LINE (*Elegance*, 4-камерный профиль шириной 60 мм), L-LINE (*Light*, 3-камерный профиль, аналог E-LINE, шириной 60 мм).



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 75 мм, три контура уплотнения, 5 воздушных камер – все эти отличительные особенности системы snискали высокое звание: S-LINE (PLAFEN) – ЛУЧШАЯ КОНСТРУКТОРСКАЯ РАЗРАБОТКА 2004 года (журнал «Окна и двери»).

При разработке системы были запатентованы следующие решения:

1. Конфигурация ножки штапика, значительно упрощающая установку

и снятие, которая обеспечивает надежный монтаж стеклопакета.

2. Съёмный третий контур уплотнения, который может не использоваться при глухом остеклении (фрезерование не требуется).

3. 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. Такие 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 окончательно склоняют потребителя к тому, чтобы приобрести окна.

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

Статистика продаж S-LINE

В 2004 году 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. То есть 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 позволили привлечь в 2005 году большое количество новых переработчиков, располагающих сетями продаж окон.

Итогом работы в 2005 году 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 2006 году с открытием складов PLAFEN на Урале и в Сибири (в Екатеринбурге, Новосибирске, Омске, Иркутске). Переработчики ПВХ-профилей, не понаслышке знакомые с суровым характером резко континентального климата, по достоинству оценили преимущества продуманной замкнутой системы. Статистика это подтверждает: более 10% продаж приходится на S-LINE.



Название фирмы

PLAFEN

Адрес

**140090, Московская область,
г. Дзержинский, ул. Садовая, д. 7**

Тел./факс

(495) 995-09-72/73, 550-78-32

Сайт

www.plafen.com

E-mail

factory@plafen.com


S-LINE, 5-камерный профиль шириной 75 мм

Последствия зимних морозов

Опыт необычно холодной зимы в этом году наглядно продемонстрировал слабость, а порой и неготовность обслуживающей оконную индустрию инфраструктуры 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 и их вынужденное создание: наличие таких отделов уже давно стало нормой для цивилизованных оконных фирм.

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

Однако эти несколько морозных месяцев не сильно изменят представления среднестатистического покупателя о сумме, которую тот готов заплатить за остекление своей квартиры. В случае повышения уровня требований к изготавливаемым окнам со стороны конечного потре-

бителя, хорошим подспорьем владельцам оконных компаний в завоевании клиента будут 4-камерные системы, которые в готовом изделии дороже 3-камерных на 9%. Разница между 3- и 5-камерными системами, составляющая 23%, останется непреодолимой ступенью в сознании потребителя со средним и выше среднего достатком и не позволит ему стать обладателем продукта премиум-класса.

Перспективы систем премиум-класса

Перспективы увеличения продаж в премиум-сегменте напрямую коррелируются с экономическим подъемом России и ростом благосостояния потен-

циальных покупателей. География продаж в 2006 году не претерпит коренных изменений – лидерами по продажам будут города-миллионники с дифференциалом на региональные центры.

В 2007 году 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.

Александр КИТАЕВ-СМЫК,
директор департамента продаж
компании PLAFEN

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, м ² °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/м ²	ГОСТ 30673-99	Не менее 15	30
Температура размягчения по Вика, °С	ГОСТ 30673-99	Не менее 75	88
Изменение цвета бел. профилей после облучения, порог серой шкалы	ГОСТ 30673-99	Не более 4	4
Термостойкость при 150°С в течение 30 минут	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