

# TECHNOLOGY WITH STYLE



Amplificatoare și boxe, playere DVD, MP4, auto și în curând Blu-ray, o gamă largă de televizoare LCD și CRT – toate se regăsesc în portofoliul companiei Intervision Trading, care oferă pe piața din țara noastră și produse audio și video sub brand propriu. Povestea de succes a companiei este completată de introducerea pe piață, din luna septembrie 2008, a produselor marca Akai. Mai multe date despre companie și planurile sale de dezvoltare am aflat de la Dorin Ciobanu, Director General, Intervision Trading.

Interviu de: **Daniel Chira**

**audio-video: Puteți să ne oferiți câteva date despre compania Intervision Trading? Cum a luat ea ființă și de cât timp este prezentă pe piața din România?**

**Dorin Ciobanu:** Intervision Trading a fost înființată în anul 1996 prin deschiderea unui magazin de produse audio-video de 50 mp în Pitești, compania având în acel moment doar patru angajați. La momentul respectiv, ofeream o gamă variată de produse ale celor mai renumite branduri, de la camere video și televizoare până la electrocasnice mici, telefoane etc. Prin politica agresivă de prețuri practică și diversitatea produselor, am ajuns ca în scurt timp să fim bine cunoscuți pe piața locală și să ne gândim la extindere.

Să nu uităm însă că acei ani au fost foarte favorabili pieței de electronice și electrocasnice, piața nu era încă saturată și concurența pe segmentul respectiv era mai puțin agresivă decât în anii ce au urmat, datorită boomului creditării pentru achiziția acestor produse. În aceste condiții, am reușit ca în anul 2004 să avem patru magazine în Pitești, specializate nu doar pe produse audio-video, ci și pe electrocasnice și IT. În paralel cu dezvoltarea rețelei de magazine am demarat primele importuri pe relația Dubai și Singapore, atât pentru aprovizionarea unităților proprii, cât și pentru a acoperi cererile unor parteneri din țară.

Cu timpul, am constatat că era mult mai eficient să ne ocupăm de import și distribuție decât de retail, astfel încât din vara anului 2006 am decis să ne concentrăm doar pe activitatea de producție și import, moment care a coincis cu nașterea brandului propriu de produse audio-video, Intervision.

**audio-video: Ce branduri și ce categorii de produse se găsesc în portofoliul companiei Intervision?**

**Dorin Ciobanu:** După o perioadă în care am importat produse ale celor mai renumite branduri din domeniu, în anul 2006 am înregistrat la OSIM brandul propriu – Intervision, brand sub care producem și

distribuim o gamă largă de articole, cum ar fi amplificatoare audio și sisteme de boxe, playere DVD, sisteme Home Cinema, boxe multimedia, telefoane de birou, MP4 playere, modulate FM, micro-sisteme, portabile audio etc. La începutul lui 2008 am înregistrat la OSIM un nou brand propriu – MUSICMAN. Tot în 2008 am demarat colaborarea cu renumitul producător de electronice și electrocasnice, Akai.

**audio-video: Cum a demarat colaborarea companiei dumneavoastră cu cei de la Akai?**

**Dorin Ciobanu:** În strategia de dezvoltare a companiei ne-am impus ca, pe lângă brandul Intervision (cotat ca un low-entry pe piață, fiind mai puțin cunoscut în raport cu brandurile cu vechime), să introducem și un B-brand pentru care să obținem dreptul de distribuție exclusivă în România.

Având o îndelungată experiență în sourcing-ul din China și Hong Kong, am reușit să ne apropiem de corporația Grande Holding din Singapore, deținătoarea brandurilor Akai, Sansui, Emerson, Nakamichi etc., care era interesată în pătrunderea oficială pe piețele din Europa de Est.

Până în acel moment, produsele Akai erau comercializate sporadic în România, prin importuri paralele și neavând susținerea companiei-mamă. Interesul nostru a fost îndreptat cu precădere către brandul Akai, singurul din portofoliul respectivei companii care în opinia noastră are o rezonanță bine întipărită în rândul consumatorilor români și care ar putea asigura un volum de desfacere care să satisfacă exigențele impuse de producător. Negocierile au demarat în ianuarie 2008 și au durat mai multe luni, timp în care compania Akai a studiat cu atenție piața de produse electronice și electrocasnice din România, perspectivele de evoluție și, nu în ultimul rând, posibilitățile reale pe care Intervision Trading le are pentru dezvoltarea optimă a brandului pe teritoriul național. Așa s-a ajuns ca în luna aprilie să fie semnat contractul de

distribuție exclusivă între Akai și Intervision Trading pentru România, contract ce a intrat în vigoare începând cu 1 iunie 2008.

**audio-video: Care sunt locațiile în care cumpărătorii pot găsi produsele dumneavoastră?**

**Dorin Ciobanu:** Locațiile în care cumpărătorii pot găsi produsele noastre sunt dintre cele mai diverse, începând cu magazine independente specializate, rețele de magazine și până la rețele de hypermarketuri. Practic, în acest moment acoperim întreaga suprafață a României. Accesând pagina noastră de Internet, clienții pot găsi cea mai apropiată locație de unde pot procura produsele Intervision și Akai.

**audio-video: Cu ce companii de pe piața locală colaborați în prezent?**

**Dorin Ciobanu:** Avem o colaborare îndelungată cu magazine specializate din întreaga țară – colaborare construită în ani mulți de parteneriat –, dar și cu marii distribuitori de produse electronice și electrocasnice. Recent, am început colaborarea cu lanțul de magazine Zass Proteus care are planuri foarte ambițioase de dezvoltare. Colaborăm cu rezultate deosebite și cu unele rețele de hypermarketuri

**Istoric**

**AKAI**

Compania Akai a fost înființată în anul 1929 de către Masukichi Akai, ca un mic atelier care producea componente radio, prize și alte piese electrice, pentru ca peste câteva zeci de ani să reprezinte un nume de referință pe plan mondial, în anii '70 fiind renumită pentru magnetofonele produse (faimoasa serie GX), dar și pentru aparate de radio, casetofone deck, amplificatoare, video recordere și incinte audio Hi-Fi. Spiritul inovativ al companiei Akai a marcat evoluția pieței de produse electronice de-a lungul anilor, puțini știind că Akai a fost compania care a inventat afișajul pe ecran (On Screen Display) pe care l-a introdus pe video recordere în anii '70. În prezent, compania Akai produce o serie foarte largă de aparate, de la amplificatoare și boxe Hi-Fi până la televizoare LCD și cu plasmă, playere DVD și DVD portabile, Home Cinema, portabile audio, aer condiționat, frigider, aragazuri și DAP-uri.





prezente pe piață, produsele noastre putând fi achiziționate de la Real Hypermarket, Auchan, PIC și Trident, dar căutăm să dezvoltăm noi parteneriate și suntem deschiși oricărei noi colaborări pentru a fi siguri că produsele noastre sunt accesibile în orice colț al țării. De asemenea, odată cu completarea gamei de produse Akai începând cu luna decembrie, urmărim să fim prezenți și pe piața de vânzări online, segment ce înregistrează creșteri spectaculoase de la an la an.

„Pentru anul 2009 avem în vedere diversificarea gamei de televizoare LCD comercializate prin introducerea unor noi diagonale și a modelelor Full-HD.”

**audio-video: Ce produse audio-video distribuite de Intervision au înregistrat cele mai bune vânzări în această perioadă?**

**Dorin Ciobanu:** Dintre produsele audio-video distribuite pe brandul Intervision cele mai bune vânzări s-au înregistrat pe segmentul amplificatoarelor și boxelor audio, unde asigurăm un raport calitate/preț excepțional, dar și pe cel al playerelor MP4, DVD și Home Cinema.

Primele produse Akai au fost introduse pe piață începând cu luna septembrie, înregis-

trând rezultate cu mult peste așteptări pentru toate modelele de televizoare, atât LCD, cât și convenționale. Acest fapt dovedește încă o dată încrederea de care se bucură produsele Akai în rândul consumatorilor români și ne obligă la o continuă lărgire a gamei de produse comercializate în concordanță cu tendințele existente pe piață.

În luna noiembrie am introdus o gamă nouă de playere DVD, Home Cinema, DVD-uri portabile cu ecran și televizor, DVD auto cu ecran, televizor și Bluetooth, iar începând cu luna decembrie vor fi prezente pe piață mai multe modele de amplificatoare și sisteme de boxe audio.

**audio-video: Care credeți că sunt principalele atuuri ale produselor dumneavoastră?**

**Dorin Ciobanu:** Există în acest moment mai multe atuuri ale produselor, pe care dorim să le evidențiem, în primul rând notorietatea brandului și standardele înalte de calitate pe care le respectă. Pe lângă un raport calitate/preț excepțional, produsele beneficiază și de un design deosebit care să le diferențieze de cele ale concurenței. De asemenea, am urmărit să introducem acele produse care se potrivesc cel mai bine preferințelor consumatorilor români, având în vedere că gama de produse comercializate de Akai pe plan mondial este foarte largă.

**audio-video: Oferiți și service pentru produsele comercializate?**

**Dorin Ciobanu:** În condițiile în care pe o piață concurențială prețul nu mai poate



fi singurul criteriu de diferențiere față de ofertele similare, este evident că trebuie pus un accent deosebit pe serviciile care însoțesc produsul comercializat. Noi am sesizat demult acest aspect și căutăm să îmbunătățim în permanență serviciile oferite, prin acordarea unui termen de garanție comercială și de conformitate de 24 de luni de la data vânzării pentru orice produs introdus pe piață. Toate produsele comercializate sunt însoțite de manualul de utilizare în limba română și dispun de toate certificatele solicitate de legislația în vigoare. În prezent, avem contracte directe încheiate cu firme specializate de service pe întreg teritoriul național, atât în reședințele de județ, cât și în alte orașe, pentru a fi cât mai aproape de consumatorul final. Obiectivul nostru este de a rezolva în cel mai scurt timp posibil orice problemă apărută.

Vizitând pagina noastră de Internet, orice consumator poate afla adresa celei mai apropiate unități service, dar în același timp poate găsi și explicații pentru termenii tehnici utilizați, poate descărca manualele de utilizare în limba română și poate să ne contacteze în cazul în care are anumite nelămuriri sau există nemulțumiri legate de service.

Dorim să precizăm că odată cu importul produselor comercializate noi facem și aprovizionarea cu piese de schimb și componente, astfel încât clientul final să beneficieze de rezolvarea eventualelor probleme apărute în perioada de garanție în cel mai scurt timp și să nu fie nevoit să aștepte sosirea piesei necesare din import.

**audio-video: Ce categorii de produse urmează să lansați în viitorul apropiat?**

**Dorin Ciobanu:** Pe lângă gama de televizoare LCD și cu tub catodic deja existentă pe piață, playere DVD, Home Cinema și DVD auto, din luna decembrie vom introduce patru modele de ampli-tunere din gama entry și mid-level, precum și o gamă diversă de boxe audio și Home Cinema din lemn, care asigură o calitate deosebită a sunetului la un preț decent. Pentru anul 2009 avem în vedere diversificarea gamei de televizoare LCD comercializate prin introducerea unor noi diagonale și a modelelor Full-HD, dar și a unor micro-sisteme cu DVD care se evidențiază printr-un design deosebit. În funcție de evoluția și cerințele pieței, avem în vedere lansarea în curând și a unui player Blu-ray, format care și-a impus supremația la începutul lui 2008.

**audio-video: Cum vedeți evoluția pieței de produse audio și video din țara noastră?**

**Dorin Ciobanu:** Evoluția pieței de produse audio și video din țara noastră nu poate fi scoasă din contextul internațional; există multe aspecte ce țin atât de nivelul de inovație tehnologică, cât și de evoluția continuă a gusturilor și preferințelor consumatorilor.

Odată cu dezvoltarea și extinderea echipamentelor de producție și transmisie pentru televiziunea HD, va crește și cererea pentru televizoare Full-HD, simultan cu orientarea către playere Blu-ray. O altă tendință care se poate observa este scăderea vânzărilor de playere DVD, pe o piață aproape saturată din acest punct de vedere și probabil că până la sfârșitul lui 2009 vom asista la dispariția din rafturi a televizoarelor cu tub catodic datorită evoluției prețurilor televizoarelor LCD și cu plasmă. Referitor la evoluția valorică a pieței de produse audio și video, este evident că aceasta este strâns legată de efectele crizei financiare și economice care se fac simțite și la noi – în primul rând prin prisma cursului de schimb care scumpește importurile, iar în al doilea rând prin adoptarea noilor măsuri de creditare impuse de Banca Națională –, dar și de reticența băncilor de a acorda noi credite în condițiile lipsei de lichidități de pe piață. Este greu să facem previziuni, dar se pare că 2009 va fi un an foarte dificil din acest punct de vedere și nu este imposibil să

asistăm și la restructurări importante și chiar la falimente în acest sector.

**audio-video: Perioada sărbătorilor de iarnă îi va surprinde pe mulți dintre români cu gândul la un nou sistem audio sau un nou produs Home Theatre. Ce tip de promoții ați pregătit pentru finele anului?**

**Dorin Ciobanu:** Pe lângă promoțiile de preț pentru această perioadă, pe care le vom oferi împreună cu partenerii noștri, avem în vedere realizarea unor pachete speciale de genul ampli-tuner/sistem boxe sau Home Theatre/DVD player, pachete promoționale care au fost bine primite de clienții noștri și în anii precedenți.

**audio-video: Care sunt obiectivele companiei pentru anul 2009?**

**Dorin Ciobanu:** Având în vedere actuala criză prin care trecem și care probabil va atinge apogeul în primul semestru al lui 2009, considerăm că este foarte important să ne consolidăm poziția pe piață printr-o gestionare atentă a stocurilor, selecția partenerilor și optimizarea gamei de produse comercializate. Unul dintre obiectivele noastre imediate este lansarea site-ului Akai pentru România, unde clienții noștri vor putea urmări toată gama de produse, vor avea informații detaliate privind locațiile de unde vor putea achiziționa produsele respective, unitățile de service abilitate și vor putea interacționa mai ușor cu noi.

