

# ТД «КОЛИЗ» ЗАДАЛ НОВЫЕ СТАНДАРТЫ ЛИДЕРСТВА

Торговый дом «Колиз» не только обеспечил нижегородцев высококачественными продуктами питания, но и внедрил новый стандарт взаимодействия с партнерами и клиентами. Более того, ТД «Колиз» изменил само представление о том, как достичь и удержать лидерство в своем сегменте рынка.



**Олег Выперайленко,**  
Председатель совета директоров  
ТД «Колиз»

## КУРС НА ПОСТОЯННОЕ РАЗВИТИЕ

Все начиналось 15 лет назад, когда супруги Олег и Алла Выперайленко создали маленькую семейную фирму. Сегодня Торговый Дом «Колиз» – это крупнейшая в Нижегородской области логистическая и дистрибьюторская компания, имеющая сеть филиалов в других регионах ПФО. Клиентами ТД «Колиз» являются свыше 9 тыс. торговых предприятий в Нижегородском регионе, в республиках Татарстан, Чувашия, Марий Эл, в Кировской области. Благодаря чему был совершен такой прорыв?

Председатель совета директоров ТД «Колиз» Олег Выперайленко считает, что важной частью успеха стало четкое следование изначально выбранному направлению развития: «Пятнадцать лет назад у нас не было долгосрочных амбициозных планов и глобальных целей, но мы понимали одно: надо развиваться, каждый день идти вперед. Наша компания изначально выбрала узкую специализацию, что позволило сосредоточить усилия на главном направлении и достичь поставленных целей. Риск при этом больше, чем в диверсифицированном бизнесе, но и результат выше. Главное в том, что все, за что беремся, мы делаем на высоте и продолжаем постоянно развиваться и совершенствоваться».

## КАК ПРЕВРАТИТЬ ТОВАР В ВЕДУЩИЙ БРЕНД

Примечательно, что торговые марки, с которыми работает ТД «Колиз», быстро выходят в лидеры продаж в своих сегментах. К примеру, десять лет назад ТД «Колиз» вывел на нижегородский рынок «Стародворские колбасы», что стало настоящей маркетинговой бомбой: эта марка быстро превратилась в лидирующий бренд. Начав практически



с нуля, ТД «Колиз» всего за год обогнал регионального лидера по объемам продаж колбасных изделий. В дальнейшем успешное сотрудничество с холдингом AVI Product позволило вывести в лидеры такие бренды как «Вязанка», «Горячая штучка», «Ядрена Копоть», «Медвежье Ушко», «Благолепные», «Царедворье» и многие другие. «У нас есть четкое правило: в одном сегменте должен быть один продукт, который наиболее полно соответствует вкусовым предпочтениям населения и нашим стандартам качества, – подчеркнул Олег Выперайленко. – Сегодня мы не ограничиваемся поставками мясных полуфабрикатов и колбасных изделий, у нас появился разнообразный ассортимент, в том числе, молочная продукция. Уникальная материальная база и накопленный опыт работы позволяют нам обеспечить крупномасштабное, быстрое и успешное продвижение любых качественных пищевых продуктов на территории Нижегородской области и других регионов ПФО».

## УНИВЕРСАЛЬНАЯ УНИКАЛЬНОСТЬ

Казалось бы, универсальность и уникальность – понятия взаимоисключающие. Но только не для ТД «Колиз», объединившего преимущества обоих подходов. «Да, мы компания одновременно и универсальная, и уникальная, – подтверждает Олег Вячеславович. – Универсальность состоит в том, что наши логистические ресурсы позволяют нам оказывать услуги по логистике и дистрибуции продовольственных товаров как для замороженной, так и для охлажденной продукции». ТД «Колиз» может охватить весь спектр продовольственных товаров и поставлять их точно в срок с сохранением всех качественных, технологичных и вкусовых свойств. «Стандарт нашей компании – стопроцентное обеспечение доставки в течение 24 часов в любое торговое предприятие, с которым мы работаем. Даже самые труднодоступные и удаленные магазины получают нашу продукцию своевременно», – утверждает господин Выперайленко.

Уникальность ТД «Колиз» в том, что он продвигает бренд, а не ассортимент. В отличие от компаний, имеющих в своем портфеле несколько тысяч наименований, торговые марки, с которыми работает ТД «Колиз» не теряются ни в прайсе, ни на торговых полках. Олег Выперайленко подчеркнул достоинства такого подхода: «Узкая направленность позволяет нам

сосредоточить свои усилия на логистике и дистрибуции, мы строго следим за качеством, сроками, скоростью исполнения заявок и неукоснительно соблюдаем стандарты, принятые в компании».

## ПРОДВИЖЕНИЕ НА ВСЕХ «ФРОНТАХ»

Взаимодействие ТД «Колиз» с торговыми предприятиями с полным правом можно отнести к числу факторов, меняющих представление о нижегородской логистике и дистрибуции. Для более чем 9 тыс. розничных организаций сотрудничество с ТД «Колиз» стало одним из важных элементов повышения прибыльности. «Эффективное продвижение товара на рынке немислимо без повышения объема продаж в каждом конкретном магазине, – констатирует Олег Выперайленко. – Мы работаем в одной связке с торговыми предприятиями и считаем, что продавать – это наша общая задача. Для конечного покупателя мы проводим рекламные акции, для представителей розницы – трейд-маркетинговые мероприятия. Мы готовы содействовать росту продаж всеми возможными способами, включая ролики на телевидении, рекламные щиты, информирование конечного потребителя о продукте».

## ИННОВАЦИИ В ОПТИМИЗАЦИИ

В условиях падения общей покупательной способности населения многие компании прибегают к оптимизации, зачастую подразумевая под этим понятием сокращение штата сотрудников или снижение их зарплат. В ТД «Колиз» оптимизация проводится совершенно иначе. Олег Выперайленко нашел другие пути уменьшения издержек: «Наши сотрудники – это главный ресурс, и мы создаем такие условия, в которых они могли бы работать с максимальной отдачей. У нас организовано круглосуточное горячее питание для работников, проводятся регулярные спортивные занятия с профессиональными инструкторами, действует служебный транспорт». Компания не экономит на людях, напротив, инвестирует в кадры, проводит тренинги, семинары, тимбилдинги и другие обучающие мероприятия. «Что касается оптимизации, то мы видим резервы снижения издержек в совершенствовании организации производственных процессов, в увеличении обрачиваемости, в переходе на энергосберегающие программы,

в применении новых технологий, – рассказал господин Выперайленко. – В частности, понимая ценность каждого сотрудника, мы свели к минимуму так называемый «человеческий фактор» при обработке и наборе заявок. Клиент может быть уверен, что получит тот товар и в том количестве, которое он заказал, причем точно в срок и хорошего качества. Мы практически избавились от необходимости «исправления ошибок», что стало важной частью оптимизации».

## НЕ РАВНЯТЬСЯ НА ЛИДЕРА, А БЫТЬ ИМ

Сегодня модно сравнивать показатели работы компаний с европейскими стандартами. В логистической компании «Колиз» западные достижения изучают, но не копируют, разрабатывая собственные стандарты и устанавливая планку зачастую выше европейской.

«Опыт коллег всегда полезен, но повторять чей-то бизнес – занятие бессмысленное, – уверен Олег Выперайленко. – Нужно находить собственные решения, создавать свое дело, свой стиль работы и жизни. В нашей компании разработаны высокие стандарты, касающиеся всех сфер ведения бизнеса, исполнения партнерских обязательств, отношения к сотрудникам, требований к себе и т.д. Конечно, невозможно все всегда делать правильно и находиться постоянно на гребне волны. Но всегда должен быть понятен курс движения и присутствовать готовность к развитию. Пятнадцать лет назад мы решили каждый день работать лучше, чем вчера. Этого же принципа мы придерживаемся и сейчас. Несмотря на масштабы компании, мы стараемся соблюдать гибкость в любых вопросах и открыты для различных форм сотрудничества. Мы никогда не остановимся в своем стремлении развиваться и двигаться вперед». NB

## NB • СПРАВКА

### Торговый дом «Колиз» - это:

- автопарк с холодильными установками до -25С и грузоподъемностью до 25 тонн;
- собственная ремонтная база;
- складские помещения площадью до 4 000 кв.м;
- автономные системы жизнеобеспечения;
- свыше 3,5тысяч выполненных заявок ежедневно;
- отгрузка около 100 тонн продукции каждый день;
- контроль доставки по GPS;
- 100% - ная гарантия выполнения обязательств точно в срок.