CLUJANA S.A.



www.clujana.com

2

Clujana oferă de peste 100 de ani încălțăminte de calitate




lujana

Compania vrea să deschidă noi magazine în centrele comerciale din București, Sibiu și Oradea

Fabrica Clujana este una dintre cei mai cunoscuți producători de încălțăminte din România. Cu o istorie și tradiție de peste 100 de ani, compania din inima Transilvaniei produce acum încălțăminte atât pentru cei care preferă modelele clasice, cât și pentru tinerii pretențioși, ce doresc să fie în pas cu moda. "La fel ca orice domeniu și cel al prelucrării pielii și realizării de încălțăminte a evoluat foarte mult în ultimii ani. Oamenii încep tot mai mult să investească în calitate și lucruri trainice pe care să le poată utiliza cât mai mult timp. Din punct de vedere al cererii de piață, există și aici o evoluție, lumea începe să fie mai nonconformistă, se cer modele noi în culori vii", ne-a declarat Dorinel Şumlea, directorul general Clujana.







Portofoliul de produse Clujana include de culori și materiale diverse, iar prețurile sunt unele accesibile, modelele de vârf nu depășesc 300 de lei. În plus, cei care doresc un anumit model pot solicita pantofi personalizați special. "Clienții noștri vechi cunosc deja calitatea execuției produselor noastre, munca noastră în viitor constă în captarea persoanelor care nu cunosc produsele noastre. Clujana produce în continuare încălțăminte de calitate și durabilă, dar nu numai, scopul nostru este să fim în pas cu moda și modificările dese ce se impun pe această piață. Produsele noastre au un raport extrem de bun în ceea ce privește raportul preț-calitate", spune conducerea Clujana.

Producție și magazine

În prezent, fabrica are o capacitate de producție de 1.300 de perechi de încălțăminte și 1.500 – 1.800 de fețe de încălțăminte, pe zi. "Lucrăm în sistem de prestări servicii în domeniul de încălțăminte, adică sistem Lohn, precum și pe dezvoltare de produse proprii și cele ale clienților. În departamentul nostru de creație se dezvoltă în permanență articole noi din care o parte intră și în producția de serie. Avem o diversitate mare de modele noi chiar și tipuri de încălțăminte care nu a mai fost produsă în Clujana, cum ar fi modelele de flexibil, teniși și stiletto, articole care nu au fost chiar specificul Clujana, dar cu siguranță sunt modele care







plac consumatorilor noștri. Noua colecție de încălțăminte primăvară-vară este alcătuită din modele noi, în tendințe, modele bine analizate și în cadrul târgurilor internaționale de specialitate", ne-a explicat Dorinel Şumlea.

Cea mai mare parte din marfă pleacă spre export. Nu mai puțin de 95% din producția realizată de Clujana ajunge în Olanda, Germania sau Italia. "Scopul nostru principal este să creștem capacitatea de producție și să creștem numărul de clienți, evident că ne dorim să extindem și exporturile nu numai în țările din Uniunea Europeani, dar și în Rusia și SUA. Din acest motiv, suntem prezenți la târgurile intrenaționale de specialitate și într-o permanentă căutare de clienți noi", ne-a declarat directorul general Clujana.

Cu toate că mare parte din marfă ajunge peste granițe, produsele Clujana se pot găsi și în magazinele din România. În topul magazinelor care comercializează încălțămintea produsă în inima Transilvaniei este Centrul comercial Polus Center din Cluj-Napoca. Mai mult decât atât, planurile companiei includ deschiderea de noi magazine în alte orașe mari din țară. "Urmează să deschidem noi magazine în centre comerciale din Oradea, Sibiu dar şi din Bucureşti. Încercăm să facem tot ce ne stă în putință pentru a promova şi a vinde încălțămintea Clujana si să participăm la cât mai multe târguri naționale

Etapele realizării unui produs de încălțăminte Clujana:

- Conceptul, ideea și schița unui produs nou,
- Execuția tiparelor produsului,
- Găsirea calapodului și tălpii specifice modelului,
- Execuția prototipului (prima mostră a articolului),
- După dezvoltarea fiecărui produs în parte, produs care trebuie să facă parte dintr-o colecție, se trece la faza de cercetare de piață și ofertare a colecție,
- Urmare comenzilor ferme acumulate, se trece la etapa următoare:
- Pregătirea de producție și a sedevisticii necesare:
- Gradarea mărimilor pentru fiecare model,
- Seria de cuțite,
- Seria de calapoade necesare,
- Seria Zero.
- Achiziționarea tuturor materialelor necesare producției,
- Croirea pieselor articolului,
- Cusut (Clujana dispune de cinci benzi de cusut),
- Tălpuit și finisat (momentan avem două benzi de tălpuit),
- Predarea articolelor către magazia de produse finite.





și internaționale pentru a face cunoscute produsele noastre. Dezvoltăm colecții noi, diversificând modelele, dar și tipul de articole, astfel încât să acoperim un segment cât de mare de consumatori, adresându-ne și altor medii de vârstă, cum ar fi încălțămintea pentru adolescenți", ne-a declarat Dorinel Şumlea, directorul general Clujana. În plus, compania a lansat în luna septembrie a anului 2012 și un magazin online, deschis odată cu relansarea site-ului Clujana. Până acum clienții au realizat peste 1.600 de comenzi online. "Românii ar trebui să știe că fabricile românești produc încălțăminte pentru mari branduri internaționale cu renume și tot aceeași muncitori produc și pentru brandurile mici care au mai rămas în țară, branduri consacrate în trecut, dar din lipsă de fonduri, nesusținute suficient în ceea ce privește publicitatea și marketingul. Să cumpere cu încredere produse românești la prețuri reale și nu cele străine la prețuri cu adaosuri fabuloase, produsele fiind similare atât la aspect, cât și la materiale. Să apreciem mai mult ce e al nostru și să fim mândri că suntem români", spune Dorinel Şumlea, directorul general Clujana.



Tehnologie și planuri de viitor

În domeniul producției de încălțăminte, tehnologia are un rol foarte important, spun oficialii Clujana. "Schimbarea tehnologică este un factor important în dobândirea avantajului concurențial. Ea poate crea industrii total noi sau schimba industriile existente. Dezvoltarea şi utilizarea în mod creativ a tehnologiei oferă firmei nostre o calitate superioară şi greu de atins pentru firmele concurente. Avantajul concurențial nu este doar consecința creării unor noi tehnologii, ci rezultă şi din integrarea tehnologiilor existente. Astfel, tehnologia îmbracă multe forme, începând cu ideile, cunoştințele şi experiența, iar apoi utilizarea lor pentru a crea căi noi şi performanțe de realizare a bunurilor şi serviciilor. Dorim să achiziționăm o nouă linie de tălpuit, care să ne permită creșterea productivității în ceea ce privește produsul finit, precum și o creștere a calității finisării produselor", spune Dorinel Şumlea. Cu o cifră de afaceri de 10.147.770 lei anul trecut, conducerea companiei estimează pentru 2014 o cifră de afaceri de 9.268.000 lei, scăderea fiind explicată prin investițiile planificate pentru anul curent. "Scopul nostru principal este să creștem satisfacția clienților noştri, prin creșterea diversității modelelor, creșterea în permanență a calității și creșterea flexibilității, astfel încât să ne putem adapta repede cerințelor pieței", ne-a declarat Dorinel Şumlea, directorul general Clujana.




clujana