

Luaa ettevõtte, et muuta suhtumist klienti

Ago Gaškov

20 aastat tagasi otsustas insener Olga Petina luua oma ettevõtte. Ta valis niši, kus nii toona kui ka praegu valitseb väga tihe konkurents. Tema firma PT Karimus toodab köögimööblit. Firma Karimus elas üle möödunud aastakümne masu ja jätkab tegutsemist ka täna.

“20 aastat tagasi oli köögimööbli valmistamine tellimustööna uus asi. Mina kliendina kasutasin paar korda seda teenust ja ei jäänud üldse rahule. Eriti teenindusega: tähtajad olid mitu kuud üle läinud, liiks tekkis palju muid probleeme. Jõudsin järeldusele, et kuigi nišš on hõivatud, jätab teenuste kvaliteet soovida paremat. Nii tekkiski soov pakkuda seda teenust hoopis teisiti,” jutustab Olga Petina.

Oma firma loomisest pidas Petina kõige olulisemaks suhtumist klientidesse. “Kunagi tellides endale köögimööbli puutusin kokku sellega, et mind kui klienti unustati. Pärast tööde valmistamise tähtaja möödumist olin sunnitud mitu korda ennast meelde tuletama, aga pärast tellimuse kättesaamist kulub tükki aega puuduste kõrvaldamise peale. Kõik see jättis ebameeldiva mulje,” meenutab Petina oma negatiivset kokkupuudet firmadega, kust ta tellis erinevaid tooteid möödunud sajandi üheksakümnendatel. Selline on Karimuse loomise eellugu.

Nüüd on Karimuse klientide seas nii eraisikud kui ka tuntud ettevõtted, hotellid ja spaad. Peale köögimööbli, mis jääb ikkagi põhitoodanguks, valmistab Karimus kõikvõimalikku korpasmööblit, seletab Petina.

Köögimööbli eripära seisneb selles, et peale ilusa välimuse ja vastupidavuse peab mööbel olema funktsionaalne. See on disainerite ülesanne. “Meil on töötav seitse vastava kõrgharidusega disainerit. Üks neist on iseõppinu, kuid väga andekas,” räägib Petina. Peamiselt on Karimuse disainerid saanud hariduse Eestist. “Eestis koolitatakse tugevaid disainereid. Mina olen nendega rahul. Püüan tõsta nende kvalifikatsiooni ja kord kahe aasta tagant saadan kaks disainerit EUROKUCINA näitusele Milanosse. Nad külastavad näitusi,

saavad uusi muljeid ja ideid, mida hiljem kasutavad oma projektides,” seletab Petina.

Köök on maja süda ja pererahvale meeldib, kui kõik on tehtud nende mugavusele mõeldes. Petina märgib, et köögimööbli projekteerimisel tuleb ühildada tellija ideed ja disainerite teadmised, pidades sealjuures meeles kliendi eelarvet. “Tuleb osata luua õige sünergia,” märgib tema. Eesti klient on väga nõudlik. Petina võrdleb Eesti klienti välismaa kliendiga ja märgib, et siinsel turul püsimiseks peab tegeema oma tööd väga kvaliteetselt ning arvestama sealjuures kindlasti ka klientide huve.

20 protsenti Karimuse toodangust läheb välismaale, peamiselt Rootsi, Soome ja Norrassa. Kõik teavad, et need riigid on oma disaini üle väga uhked. “Muidugi on sealjuures väga oluline hind ning tuleb märkida, et meie toodang on odavam kui Skandinaavias. Eesti meistrid on hakanud valmistama sellist mööblit, mida soomlased ja rootslased peavad isegi paremaks nende kodumaisest toodangust. Norrakad ostavad sageli meie mööblit ja usuvad, et see on Norras valmistatud mööblit parem, kuigi maksab sealjuures mitu korda vähem,” märgib Petina uhkusega.

Petina usub, et Eesti turul on Karimuse hinnad keskmised. “Leidub alati kaupmees, kes pakub odavamalt, kuid see ei tähenda, et kvaliteet jääb samaks. Paljud on veendunud, et materjalid ja kvaliteet on kõigil üks ja sama, kuid see on vale arusaam. Eesti turul pakutakse erinevas hinnaklassis materjale ja aksessuaare. Tavaline Itaalia või Hiina mööbliting võib maksta alla ühe euro, aga samasugune Saksamaa või Austria toode üle kahe euro. Tagamaks oma mööbli kestvuse püüame kasutada kõige kvaliteetsemad materjale,” selgi-



tab Petina. Tea sõnul on nende poolt valmistatud mööbli kasutusiga üle kümne aasta. Mõnedel klientidel seisavad siiani 15 aastat tagasi valmistatud köögid. “Kuid iga 10 aasta tagant tuleks mööbel välja vahetada: see lihtsalt väsis,” märgib Petina.

Tihti peale tulevad kliendid Karimusesse kellegi soovitusel järgi. Suust suhu reklaam toimib väga hästi. “Mööbel on kallid ost ning enne tellimist küsivad inimesed teineteise käest, kuidas ja mis hinnaga seda

teha,” ütleb Petina. Seega on firma maine väga oluline. “Peamine meie tegevuses on teha oma töö nii, et klient oleks rahul ja soovitaks meid oma tuttavatele. Rahulolematu klient on meie jaoks eriolukord ja me teeme kõik, et selliseid olukordi ei oleks, kui aga need tekivad, siis lahendada probleem võimalikult kiiresti,” seletab Petina. Ta on veendunud, et ei ole õige öiendada rahulolematu kliendiga tarbijakaitseametis või kohtus: firma jaoks on parem lahendada pretensioonid kliendi kasuks. Selline suhtumi-

ne lubas firmal ellu jääda ka masu ajal, kuigi osa töötajaid pidi koondama.

Olga Petina sündis Ukrainas, pärast Odessa Merelaevanduse Inseneride Instituudi lõpetamist suunati ta Uus-Tallinna sadama ehitusele.

Üheksakümnendatel kaotas ta töö ja tekkis mõte luua oma firma. Inseneriharidus kulub marjaks ära tootmise loomisel ja käivitamisel. Instituudis saadud teadmised aitavad teda edukal tootmise juhtimisel ka praegu.