



Επίσκεψη στην... μητρόπολη του στυλ

Η συσσωρευμένη εμπειρία 40 και πλέον χρόνων, η υψηλή τεχνογνωσία και η πελατοκεντρική προσέγγιση των πελατών, επαγγελματιών και ιδιωτών, επιτρέπουν στην Β. ΜΗΚΟΣ Α.Ε., να λειτουργεί ως ο πολύτιμος συνδετικός κρίκος ανάμεσα σε πρωτοπόρους οίκους του εξωτερικού και στους δημιουργούς της τοπικής αγοράς, εξηγεί ο κ. Αλέξης Μήκος, διευθυντής marketing & πωλήσεων της εταιρείας.

Του Κωνσταντίνου Ν. Σταυρόπουλου



Κάτω από την εύγλωττη υπογραφή "uMique interior design extensions" η εταιρεία σας δημιούργησε στο κέντρο της Αθήνας, στην οδό Μητροπόλεως 66, έναν ευρύχωρο εκθεσιακό χώρο. Ποια ήταν η αρχική ιδέα που σας οδήγησε στη δημιουργία αυτής της "μητρόπολης του στυλ", όπως αρέσκεστε να την αποκαλείτε, και πώς η διαμόρφωση και λειτουργία της εξυπηρετεί τις ανάγκες των επαγγελματιών του χώρου που αναζητούν πρωτότυπα προϊόντα επώνυμων κατασκευαστών;

Η αρχική μας επιθυμία ήταν αυτό το κατάστημα να

γίνει ένα showroom πολύ ξεκάθαρο και κατανοητό ως προς την διάταξη του και την παράθεση των εμπορευμάτων του όσον αφορά τον ιδιώτη καταναλωτή. Παράλληλα, θέλαμε να λειτουργεί ως ένας πλήρης υποστηρικτικός χώρος, με πολυάριθμα διαφορετικά στυλ διακόσμησης και αντίστοιχα ποικίλες προϊοντικές κατηγορίες για τον επαγγελματία διακοσμητή και αρχιτέκτονα, σε βαθμό που θα δικαιωνόταν κάποιος να ισχυρίζεται ότι -βάσει της ιδιαιτερότητας και της ποιότητας των υλικών μας- το εν λόγω κατάστημα είναι η "χαρά του διακοσμητή". Τέλος, όφειλε να είναι ένας πλήρως ενημερωμένος χώρος, με όλα τα υλικά των πιο εκσυγχρονισμένων ειδικών προδιαγραφών εξο-

πλισμού επαγγελματιών χώρων, που ενδιαφέρουν τον επαγγελματία ξενοδόχο, εστιατόρα κλπ.

Ακριβώς όλα τα πιο πάνω, σε συνδυασμό με την καταγεγραμμένη εμπειρία 40 και πλέον ετών λειτουργίας ως κατάστημα λιανικής πώλησης στον κλάδο, οδήγησαν στην δημιουργία ενός χώρου έκτασης 700 τ.μ., με 14 σαφώς καθορισμένα δωμάτια, καθένα από τα οποία αντιπροσωπεύει ένα διαφορετικό διακοσμητικό ύφος και χώρο. Απεικονίζει δε μια συνολική πρόταση διακόσμησης, η οποία συνδυάζει αρμονικά κουρτίνες, υφάσματα επιπλώσεων, έπιπλα, ταπετσαρίες τοίχου, διακοσμητικά αντικείμενα, φωτιστικά, αξεσουάρ αλλά

και χρώματα τοίχου από διάφορους οίκους του εξωτερικού. Έτσι καθίστανται πολύ εύκολα και σαφή

- η αναγνώριση του διακοσμητικού ύφους και στυλ που ενδιαφέρει τον επισκέπτη,
- η εκτίμηση από αυτόν της ποιοτικής υπεροχής και της σχεδιαστικής ιδιαιτερότητας και τέλους
- η άμεση και στοχευμένη εξυπηρέτησή του από τους συμβούλους διακόσμησης του καταστήματος.

ΕΝΑΣ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΣ ΡΟΛΟΣ

Ποιος πιστεύετε ότι είναι ο ρόλος μιας εταιρείας, όπως η δική σας, στο σημερινό περιβάλλον του design, η οποία λειτουργεί ως ενδιάμεσος ανάμεσα σε επώνυμους οίκους του εξωτερικού, που παράγουν καινοτόμα υλικά και προϊόντα, και στους δημιουργούς της τοπικής αγοράς -αρχιτέκτονες, διακοσμητές, τεχνικές εταιρείες κλπ- που αναζητούν τέτοιες λύσεις για να τις εντάξουν στα έργα που αναλαμβάνουν;

Ο ρόλος που καθλούμαστε να διαδραματίσουμε είναι τεράστιας σημασίας, σχεδόν νευραλγικός θα λέγαμε, για την επιτυχημένη και αποτελεσματική "εφαρμογή"

των υλικών των οίκων του εξωτερικού στα έργα της τοπικής αγοράς. Οφείλουμε να έχουμε φτάσει στο μέγιστο επίπεδο τεχνικού know-how και στο πλαίσιο της πελατοκεντρικής μας προσέγγισης να έχουμε τη δυνατότητα για πλήρη υποστήριξη πριν, κατά την διάρκεια και μετά την πώληση. Επίσης, χρειάζεται να έχουμε επικοινωνήσει την ύπαρξη των υλικών μας στους καταλληλότερους επαγγελματίες μέσα από ενδεδειγμένη έρευνα, που να δηλώνει την ικανότητα και την εμπειρία των συγκεκριμένων στην εφαρμογή παρόμοιων υλικών. Και φυσικά να έχουμε υποστηρίξει την προώθηση των υλικών μας με όλες τις -αδιαμφισβήτητες απαραίτητες σήμερα- τεχνικές marketing, που καθιστούν το προϊόν χ πιο ελκυστικό από το ανταγωνιστικό προϊόν ψ, σε ένα μοντέλο παρουσίασης που κερδίζει πρώτα το συναίσθημα του αγοραστή.

Ως συνέχεια της προηγούμενης ερώτησης, θα θέλατε να μας πείτε με ποια κριτήρια επιλέγετε τους οίκους που αντιπροσωπεύετε κατ' αποκλειστικότητα στην Ελλάδα αλλά και τα υλικά που προκρίνετε για να ενταχθούν στο πλούσιο χαρτοφυλάκιό σας;

Πολύ περιληπτικά, οι οίκοι που επιλέγουμε πρέπει σε πρώτη φάση να πληρούν κάποια μίνιμουμ κριτήρια αισθητικών προδιαγραφών, προκειμένου να αρέσουν πρώτα σε εμάς και σε δεύτερη φάση να καλύπτουν υπαρκτό, διαπιστωμένο κενό στο χαρτοφυλάκιό μας.

Πρόκειται για μια διαδικασία pre-screening που αναλαμβάνει να κάνει το καλύτερο δυνατό ταίριασμα των νεωτεριστικών ιδεών τις οποίες προτείνουν οι κατασκευαστές με τις ανάγκες που η πολύχρονη εμπειρία σας έχει εντοπίσει για την ελληνική αγορά;

Το πιο πάνω αναφερόμενο κενό στο χαρτοφυλάκιο, ουσιαστικά το διαπιστώνουμε ακριβώς μέσα από τις αναζητήσεις των συνεργατών μας, που δεν μπορούμε να καλύψουμε σήμερα αλλά βέβαια και μέσα από διαρκή ενημέρωση με επισκέψεις σε εκθέσεις του εξωτερικού, trend setters οίκους κλπ.

ΔΙΑΠΙΣΤΩΝΟΝΤΑΣ ΑΝΑΓΚΕΣ, ΑΝΙΧΝΕΥΟΝΤΑΣ ΤΑΣΕΙΣ

Εφόσον ο λόγος περί αναγκών, ποιες πιστεύετε ότι είναι οι σημερινές προτεραιότητες στις επιλο-





γές υλικών που ακολουθούν οι έλληνες δημιουργοί; Κατά πόσο, δηλαδή, είναι ανοικτοί σε πραγματικά καινούργια και μη εν πολλοίς δοκιμασμένα υλικά, τα οποία υπόσχονται να κάνουν τη διαφορά ή αντίθετα ακολουθούν στην πλειονότητά τους δοκιμασμένες λύσεις που συνοδεύονται από χαμηλό ρίσκο;

Οι νέοι έλληνες σχεδιαστές δείχνουν να διαθέτουν αρκετές, φρέσκιες και εξαιρετικά ενδιαφέρουσες ιδέες, ενημερώνονται περισσότερο από ποτέ για τις τάσεις στο εξωτερικό και δείχνουν έτοιμοι να προτείνουν πράγματα, που πιστοποιούν για μια ακόμη φορά το δαιμόνιο του Έλληνα επαγγελματία. Ωστόσο, πολλές φορές έχουν να κάνουν με τον συντηρητικό και μάλλον παραδοσιακό μέσο Έλληνα καταναλωτή, ο οποίος είναι εκείνος που "ευνοχίζει" τρόπον τινά την δημιουργικότητα του πρωτοπόρου σχεδιαστή και ζητά δοκιμασμένες λύσεις. Εδώ, βέβαια, έγκειται και η ευθύνη του σχεδιαστή να εκπαιδεύσει και να γαλουχήσει τον... ανυποψίαστο καταναλωτή στις νέες τάσεις και εξελίξεις και να τον κάνει να αποδεχτεί συνειδητά το νέο και το καινούτιο.

Με ποιον τρόπο επιδρά στα κριτήρια επιλογής τους το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον; Αποτελεί τελικά αυτό ουσιαστικό πρόβλημα για τους κατασκευαστές ή λειτουργεί ως πηγή έμπνευσης, οδηγώντας τους σε καινούργια υλικά, περισσότερο προσιτά από οικονομική άποψη;

Σαφώς και οι δυσμενείς οικονομικά συγκυρίες, οδηγούν σε αναζήτηση νέων, οικονομικότερων λύσεων με μεγαλύτερη φροντίδα και σπουδή. Αποτελεί αυτή η εποχή μια χρυσή ευκαιρία να επαναπροδιορισθούν τα επίπεδα κόστους και συναλλαγών σε κάθε επίπεδο και σε κάθε κατηγορία προϊόντος.

Οι έννοιες της αειφορίας και της προστασίας του περιβάλλοντος φαίνεται να επηρεάζουν οληόένα και περισσότερο τις επιλογές των τελικών χρηστών αλλά και των σχεδιαστών & κατασκευαστών προϊόντων και αντικειμένων. Επιβεβαιώνεται αυτό σύμφωνα με όσα έχει καταγράψει μέχρι στιγμής η δική σας εμπειρία;

Σαφώς και επιβεβαιώνεται, με την αθρόα εισροή περιβαλλοντικά φιλικών υφασμάτων και ταπετσαριών τοίχου στην συλλογή μας μέσα από τους επώνυμους οίκους που αντιπροσωπεύουμε, των οικολογικών διαδικασιών βαφής που ακολουθούν και των φυσικών υλικών που χρησιμοποιούν πλέον για το φινιρίσμά τους, έναντα των μέχρι πρότινος χημικών διαλυτών.

Από την πλούσια συλλογή της MIKOS παρουσιάζουμε ενδεικτικά στη συνέχεια μερικές από τις τελευταίες ενδιαφέρουσες προσθήκες στις κατηγορίες των χαλιών και των διακοσμητικών αντικειμένων και φωτιστικών.



Ο γερμανικός οίκος **Kinnasand**, μια από τις νέες συνεργασίες της εταιρείας, αναπτύσσει μια πολύ ιδιαίτερη γκάμα όσον αφορά το προϊόν του χαλιού. Σχεδιάζοντας σε minimal, αφαιρετικές γραμμές και χρησιμοποιώντας χειροποίητες τεχνικές και μεθόδους παραγωγής, ο οίκος δίνει την δυνατότητα δημιουργίας πραγματικά εξατομικευμένου –custom made– χαλιού, προσφέροντας την ευκαιρία στον επαγγελματία να επιλέξει μεταξύ 4 διαφορετικών επιπέδων πυκνότητας "κόμπου" στην ύφανση του χαλιού (60, 100, 200 ή 275 χιλιάδες κόμπους ανά τετρ. μέτρο), 121 διαφορετικών χρωμάτων από σχετική χρωματική παλέτα ανά κατηγορία ύφανσης και 67 διαφορετικών σχεδίων (χρωματίζονται εντός των πλαισίων τους ανάλογα με το εκάστοτε επιλεγθέν χρώμα). Το υλικό είναι 100% καθαρό μαλλί Νέας Ζηλανδίας και η απόλυτα χειροποίητη κατασκευή του στηρίζεται στη μοναδική τεχνική κατασκευής Oriental Knot. Βάσει αυτής της τεχνικής, η ίνα τυλίγεται εναλλάξ στο στημόνι και στο υφάδι του αργαλειού, και σε κάθε "χύπημα" η επόμενη πλέξη έρχεται και πέφτει πάνω στην προηγούμενη, με αποτέλεσμα η πυκνότητα και η ανθεκτικότητα του χαλιού να αυξάνεται κατακόρυφα.

Ο επώνυμος γαλλικός οίκος **FDC** αποτελεί μια από τις σημαντικότερες εταιρείες, που παίρνουν σταθερά μέρος στην σπουδαιότερη και δημοφιλέστερη έκθεση διακοσμητικών αντικειμένων και φωτιστικών Maison & Object στο Παρίσι. Τα προϊόντα του οίκου είναι όλα κεραμικά χειροποίητης κατασκευής και ψήνονται σε ιδιαίτερες θερμοκρασίες, που επιτρέπουν να εφαρμοστεί μια ειδική επεξεργασία υαλώματος. Η ειδική αυτή επεξεργασία βοηθά ώστε η εξωτερική τους όψη να προβάλει μια εντυπωσιακή πολυτέλεια, να διατηρεί την ποιότητα και την βαρύτητα του κεραμικού και να είναι απόλυτα ευέλικτη σε 20 διαφορετικά φινιρίσματα, τα οποία επιλέγει ο επαγγελματίας–συνεργάτης κατά την πλήρη επιθυμία του από συγκεκριμένο δειγματολόγιο–βαλιτσάκι. Η Β. ΜΗΚΟΣ Α.Ε., πιστή στην προσπάθεια διαφοροποίησης από τα καθημερινά πεπραγμένα, έχει εξασφαλίσει την αποκλειστική διανομή των προϊόντων του ανωτέρω οίκου για την ελληνική αγορά από το 2009.



INFO

Η εταιρεία Β. ΜΗΚΟΣ Α.Ε. (www.mikos.gr) είναι εισαγωγική κουρτινών, υφασμάτων επιπλώσεων, ταπετσαριών τοίχου και λοιπών προϊόντων διακόσμησης. Διανύοντας την 5η δεκαετία λειτουργίας της, η εταιρεία εδρεύει στην Καλλιθέα, σε ιδιόκτητο κτίριο 1300 τ.μ., όπου στεγάζονται γραφεία, αποθήκες και όλη η διεκπεραίωση της χονδρικής πώλησης. Παράλληλα διατηρεί τον βασικό και πρόσφατα ανανεωμένο εκθεσιακό της χώρο, έκτασης 700 τ.μ., στην οδό Μητροπόλεως 66, στο κέντρο της Αθήνας. Η αναζήτηση νέων συνεργασιών με γνώμονα το υψηλό αίσθημα ευθύνης προς τους πελάτες –συνεργάτες της, είναι αυτό που οδηγεί την εταιρεία σε συνεχώς νέες παρουσιάσεις ιδιαίτερων προϊόντων στην ελληνική αγορά, από επώνυμους οίκους, όπως οι Casamance, Hookedonwalls, Kinnasand, Camengo, Graham & Brown, Misha, James Hare, FDC κά, τους οποίους η εταιρεία αντιπροσωπεύει αποκλειστικά στη χώρα μας.

