

НЕВЕНА И
КАЛОЯН
ТОДОРОВИ, СЕС

КОГАТО НЯМА
„НЕ МОЖЕ“



ВPROFILE

ПО-СИЛНИ СЛЕД КРИЗАТА

Текст Емил Петров

Невена и Калоян Тодорови правят SEG лидер
на пазара на събития в България,
а успехът им се доказва и зад граница



На последния етаж на най-посещавания търговски обект в България – столичния мол „Парадайс“, е разположен „София Ивент Център“. Със своята площ над 3600 кв. метра това е едно от най-големите пространства за събития в страната. В елегантната и ненаатрапваща се атмосфера на удобни мебели, картини, статуи, неоновии надписи, дървени конструкции и окачени по стените метални скари е разположена мегазала, която от конферентен театър за 1200 човека може да се преобразува в коктейлна зала за повече от 2000 души, а на стените ѝ да се прожектира 360-градусова видеопроекция, която да ви пренесе в друго измерение. „София Ивент Център“ е част от бизнеса на Невена и Калоян Тодорови, които притежават група от фирми, специализирани в изпълнението и поддръжката на всякакъв вид съ-

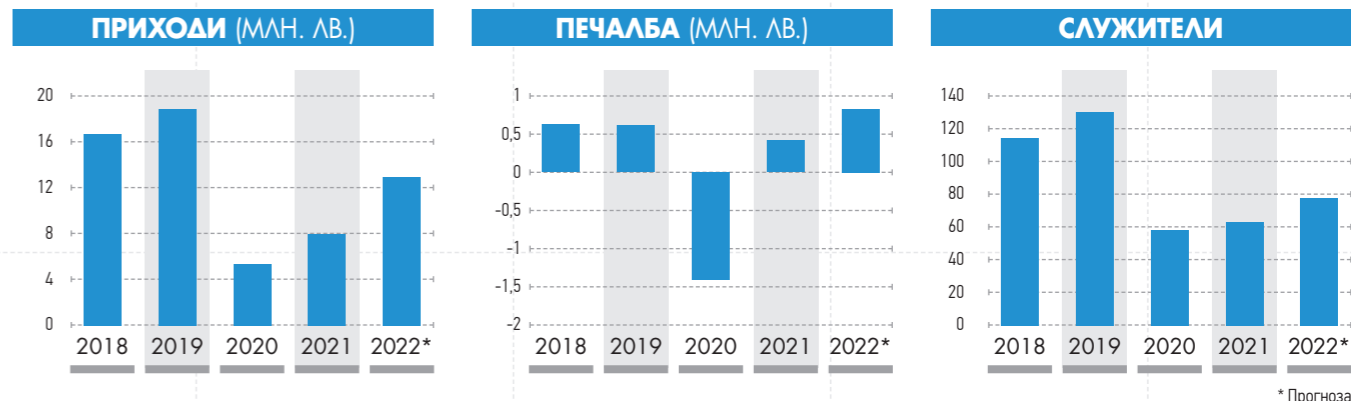
бития – конференции, семинари, корпоративни срещи, галавечери, продуктов дизайн, виртуални студиа – всички под шапката на бранда „Спешъл Ивентс Груп“ (SEG). Двамата се прибират от Виена в България като студенти, за да създадат пазарен лидер в своя бранш, а след това да се завърнат впечатляващо и на австрийския пазар. С повече от две десетилетия опит преминават през кръговрата на бизнеса и доказват, че с иновации, гъвкавост и качествен продукт могат да се преодолеят и най-големите кризи. През 2001 г. Невена и Калоян са студенти в Австрия. Докато Калоян Тодоров учи икономика, работи за фирмата за аудио- и видеооборудване и симултанен превод Kongresstechnik GmbH. Година по-рано тя започва да предоставя техника за симултанен превод за Световния икономически

форум в Давос. Кариерата на българина се развива и собствениците на австрийската фирма решават, че е готов да се заеме с индивидуален проект. Обмислят да отворят представителство в България и предлагат той да го основе и ръководи. „Бях много против да се върнем в България, но сега не съжалявам, защото си давам сметка какво щеше да се случи с нас там и какво се случи тук“, казва с днешна гледна точка Невена Тодорова. Двамата се връщат и създават „Конгрестехник България“, с 50% австрийско участие, запазило се и до днес. Започват дейността си със симултанен превод. Тогава услугата за организиране на събития е разпръсната – една фирма дава под наем проектори, друга – екрани, трета – кабинни за превод, обикновено направени с подръчни средства.



Моделът на работа на SEG – предоставяне на всички услуги на едно място (One Stop Shop), ги прави предпочитан партньор за големите корпоративни и международните клиенти.

ФИНАНСОВИ ДАННИ НА „СПЕШЪЛ ИВЕНТС ГРУП“ (SEG)



„Конгрестехник България“ идва с технологията на австрийската фирма – професионална техника за симултанен превод Bosch, специални кабинни, предлага комплексна услуга, и става партньор за събития на елитни хотели като „Шератон“ („София хотел Балкан“) и „Хилтън“, които са първите ѝ клиенти. Бързо се налагат като лидер и сред държавни и частни институции и участват в изпълнението на международни срещи на ниво ЕС, НАТО, USAID. Фирмата развива успешен бизнес и до днес и е трудно да се намери събитие с международно участие, на чието оборудване за озвучаване и превод да не е означен брандът ѝ KtBG.

Няколко години след създаването на „Конгрестехник България“ Тодорови решават към звука да добавят и визията и изцяло да променят начина, по който изглеждат мероприятията. През 2007 г. създават фирмата за сценично оборудване и дизайн „Сценио“. Купуват хиляди мебели за събития, щандове, експо системи, започват да предлагат и решения по поръчка. Развиват и дизайнерски отдел с 2D и 3D дизайнери, концептуални дизайнери. Разпространената визия с екран и проектор отстъпва на вгра-

дения в „бекдрол“ (брандиран гръб) дисплей, създават и други сценични решения и събитията започват да изглеждат красиво. Компанията прави и дигитална визуализация на проектите в залите, така че клиентите да видят как всичко ще изглежда предварително.

Моделът им на работа с предоставяне на всички услуги на едно място (One Stop Shop) ги прави предпочитан партньор за големите корпоративни и международни клиенти. През 2010 г. е създадено и дружеството SEG, „Спешъл Ивентс Груп“, с широко портфолио от услуги – техническо оборудване, изработване на декори, цялостни концепции за събития, отдаване на мебели под наем, което става и общ бранд за целия им бизнес.

СОФИЯ ИВЕНТ ЦЕНТЪР

Клиентите им се умножават и идва въпросът защо сами да не направят място за събития. Шансът идва през 2011 г., когато техни клиенти и партньори ги канят да разгледат свободно помещение в новостроящия се мол „Парадайс“, за да ги консултират в разположението на аудиовизуална техника.

„Както гледахме нашите неща на

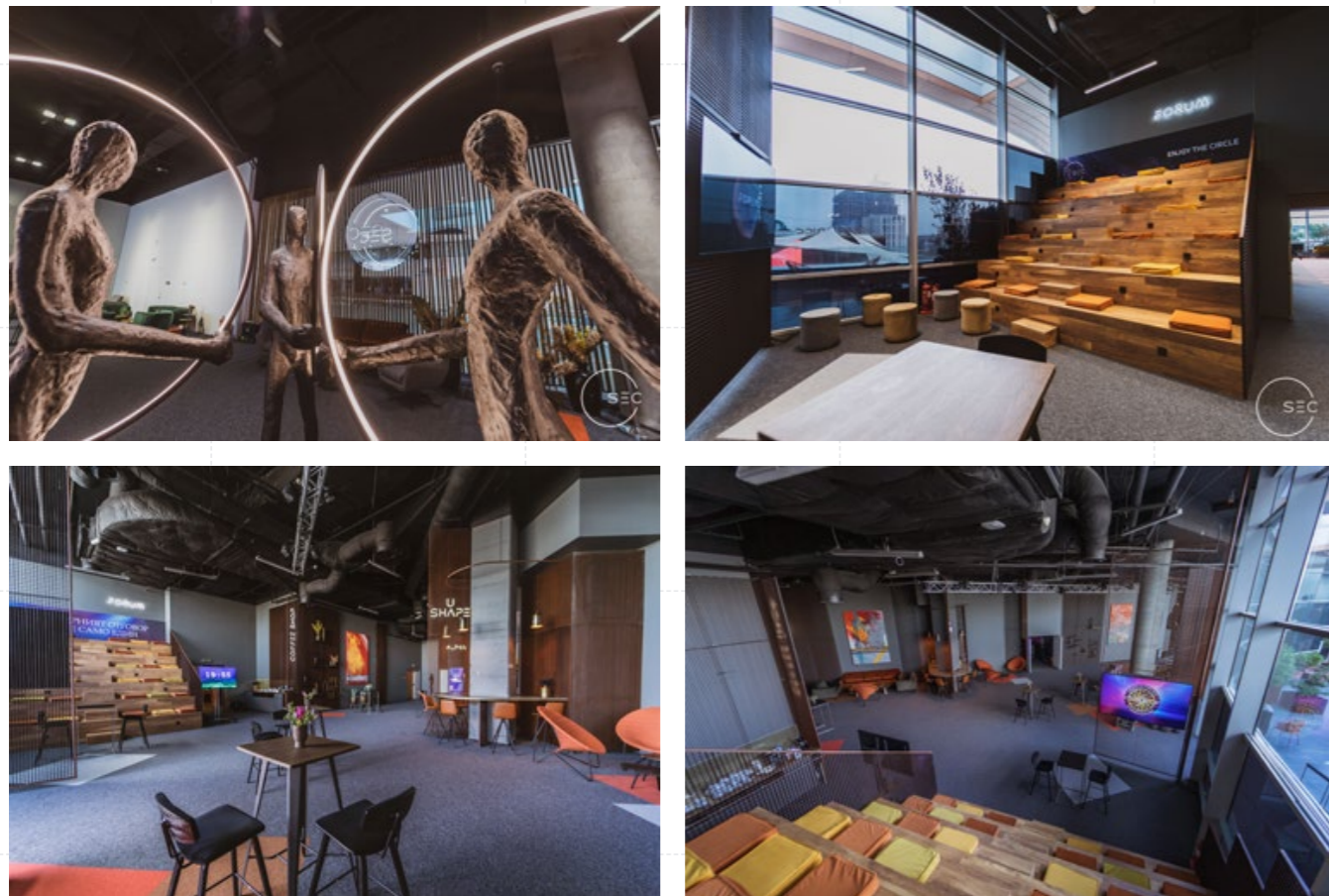
разпнатите планове, изведнъж видяхме, че от другата страна има зала с много места. Очите ни светнаха, защото в София няма такива места. Залите са за по 100 – 150 човека, а за да правим големи събития, ни трябват 500 плюс места. Такива помещения в София се броят на пръсти“, казва Калоян Тодоров.

Оказва се, че на това място е планиран театър, който е останал само на чертеж заради различни виждания на мола и изпълнителя на проекта. Инвеститорът в мола иска това място да е печелившо и Тодорови и партньорите им започват преговори с предишните грузински собственици на „Парадайс“.

Проблемът е, че театърът е предвиден само за 600 души, а Тодорови искат възможност за повече хора. Но с приобщаването на съседно помещение капацитетът на залата се увеличава до 1200 седалища и над 2000 гости на коктейл. Дотогава такава локация в София няма, с изключение на НДК и „Интер Експо Център“. В началото пространството е 2400 кв. м, но през следващите години се разширява с допълнителна зала и панорамна тераса и общият обем на центъра надхвърля 3600 кв. м. Проектирането на залата отнема



Със „София Ивент Център“ SEG нарушават две табута в събитийния сектор – техническа фирма изгражда собствен конферентен център, при това в мол.



повече от година, като е обърнато внимание на всеки детайл – от стените, върху които може директно да се проектира, до таваните, фермите и системите за окачване, прилежащите помещения и обстановката като цяло.

Отвореният през 2013 г. „София Ивент Център“ – SEC с конференция на американската софтуерна фирма VMware, става притегателен център за почти всички по-големи събития, които се организират в столицата. И за това има причини.

„Центърът е мислен, проектиран от хора, които се занимават със събития. Докато една зала в хотел е правена от архитекти – таваните са ниски, има много колони вътре, няма точки за окачване и за траверсни конструкции. Например в един от най-люксовите хотели в София залите за събития са с височина от 2,85 метра. Няма как да се направи грандиозно събитие с уникален декор, а 360-гра-

дусова проекция е немислима“, обяснява Калоян Тодоров.

С този проект нарушават две табута в събитийния сектор – първото е, че техническа фирма изгражда собствен център. В международната практика фирми като SEG са предпочитан партньор или доставчик, изключително рядко са инвеститор. Другото е да изградиш конференционен център в мол.

„Всъщност ние сме голям плюс за мола, защото той е единственият, който привлича не само с търговска част, а и с бизнес събития“, казва Калоян Тодоров.

След „София Ивент Център“ се насочват и към мероприятия, които допълват или са извън конференциите – като галавечери, представителни събития, стартиране на нови продукти и услуги, церемонии и награждавания. В партньорство със сестрата на Невена Тодорова – Диана, през 2014 г. създават фирмата „Диана

Ейнджълс“. Тя е и човекът, който създава концепции за декорация за събитията. Инвестират в много и различен инвентар – над 50 вида текстил за покривки, столове за галавечери, аксесоари и декорационни елементи.

След това през 2016 г. идва ред и на „Синтегра Партнерс“ – компания за продажба на аудио- и видеотехника, консултация за продажба на оборудване и интеграция и поддръжка на технически системи. През 2019 г. изграждат и логистичен хъб с площ от 8000 кв. м в столичното село Кривина, в който инвестират над 7 млн. лева. Сградата става Сграда на годината за 2019 г.

ЗАВРЪЩАНЕ ВЪВ ВИЕНА

Но най-голямата гордост на Невена и Калоян Тодорови е, че през 2018 г. се завръщат „на бял кон“ във Виена, като отварят местно представител-

ство, отговарящо за западноевропейските им операции – SEG Vienna, което започва да изпълнява събития. Това, че внасят и оперират чрез комплексна услуга, се оказва печеливша стратегия и там.

Още през 2019 г. организират огромно събитие – изложението за киберсигурност CPX 360 на израелско-американската фирма Check Point Software. То се провежда на 3 континента и продължава 2 седмици, като на едно място се събират между 5 хил. и 10 хил. човека. През 2018 г. за локация в Европа е избран панаирният център на Виена (Messe Wien). SEG получават директно запитване от фирмата и в началото са скептични, че ще ги наемат – все пак центърът има собствени поддоставчици за различните услуги. От Check Point Software представят модел на сцена плюс експо за над 100 щанда и нетуъркинг зони. Тодорови правят оригинален проект с мебели, красиви щандове, издържани в корпоративните цветове, и печелят проекта. Събитието се провежда толкова успешно, че на следващата година Check Point изпраща ново запитване към българската компания и провежда за втори път изложението си във Виена, при положение че досега то не се е случвало на едно място в Европа. Това е и първото събитие на SEG със 7-цифрен бюджет.

КОВИД КРИЗАТА

2020-а се очертава да е най-успешната, след като второто издание на CPX 360 е приключило и в средата на февруари Тодорови се връщат в България. Вече се говори за ковид, скоро се появяват първите случаи в България и се налага първият локдаун.

„До 9 март 2019 г. проблемът ни беше

как ще изпълним всички потвърдени събития. Изведнъж буквално за 1 ден всичко беше отказано и се сблъскахме с нова реалност“, казва Невена Тодорова. „В началото си мислехме, че за 2 – 3 дни до месец нещата ще се оправят, и пуснахме целия екип да стои вкъщи.“

Но ограничителните мерки продължават, а кредитите трябва да се погасяват. От банката искат персоналет да се съкрати поне наполовина, за да се намалят разходите.

От началното недоверие преминахме във вцепенение: как ще освободим хората си? Та за нас най-голямото богатство са хората – специалистите, някои от които са още от началото с нас, спомня си момента Тодорова.

„Ние сме фирма, която от 2001 г. е на стълбицата на успеха. Всяка година всички показатели се увеличават – хора, оборот, събития. Но в един момент целият ни бизнес беше заличен – първите 6 месеца имаме спад на оборота с 99,99%. От време на време някой идваше, за да наеме 2 – 3 стола за виртуално студио, така в касата влизаха по 300 – 400 лева. Спряхме да работим. Корпоративните ни клиенти си взеха сбогом за следващите година-две. Правила сме си сценарии за негативно развитие, но точно такъв никога“, допълва Калоян Тодоров.

Решават, че бързо трябва да се адаптират, защото иначе това ще е краят. И трансформират бизнеса си, като го насочват към виртуалните събития. Шанс за това дава логистичният хъб в Кривина, където вече са изнесли техническите процеси – дърводелски работилници, сценични декори, складиране на оборудване и мебели, а на последния етаж има и офис зона. Преодоляват кредита и за 2 месеца преоборудват комплекса, като той се превръща в логистичен виртуален

хъб за събития. Изграждат 13 студия и зони, като 3 от тях са зелени студия, дават възможност събитията да се провеждат на виртуално създаден фон. Създават и 3 нови бранда – „Виртуален хъб Кривина“, компания за виртуална и добавена реалност „Екс Рийл“ (2021 г., в партньорство), както и дигитална платформа VIRTU, в която да се провеждат събитията. Така скучните срещи с лица в кутийки на дисплея се пренасят във виртуална среда, като с възможностите за създаване на дигитално съдържание участниците могат да се пренесат на всяко място в света. Първото им виртуално събитие е в Лувъра. Фармацевтична компания пренася в музея 100 топлекари. Най-известният български пилот – Марио Бакалов, е записан в зелено студио, направен е виртуален самолет, изграден е и виртуален Лувър с картини, които отговарят на реалните. Медиците слушат лекторите, които са настанени на барокови кресла.

Клиентите се завръщат, защото несигурните води на онлайн събитията – дали конференцията, срещата, или семинарът ще се проведат, ги кара да изберат доказания партньор. „Имаше клиенти, които ни наемаха буквално и за най-малкото събитие, само и само нещата им да се случат“, казва Невена Тодорова.

Виртуалните услуги добавят над 20% към портфолиото на SEG – виртуални студия, виртуални изложбени експо зони, сценография на виртуални декори, и остават и за в бъдеще. Докато физическите събития са ограничени от пространство, време за монтаж и бюджет, при виртуалните с помощта на компютърна анимация може да се направи и най-фантастичният декор. „Ивент индустрията за последните 2 – 3 години се разви толкова много, колкото за 10 – 15 години преди това“,



Най-голямата гордост на Невена и Калоян Тодорови е, че през 2018 г. се завръщат „на бял кон“ във Виена, като отварят местно представителство, SEG Vienna, което започва да изпълнява събития.

отбелязва Невена Тодорова. „Нещата тръгнаха и когато се обърна назад, виждам, че беше много тежко, но смятам, че сега сме много по-силни. Не сме завърнали на 100% оборота и екипа, но не се плашим – знаем, че каквото и да стане, сме видели най-лошото и можем да оцелеем“, казва тя.

В същото време SEG прави и генерален ремонт на „София Ивент Център“, като инвестира сериозно в периферните зони. „Разбрахме, че покрай пандемията на хората не им е липсвала толкова конферентната част от събитията, а нетуъркинг частта. Не само да седят и да слушат, а да се срещат с хора, да участват активно в свързани с мероприятията събития“, казва Невена Тодорова. Затова са направени отделни тематични зони, които позволяват повече нетуъркинг и дават повече добавена стойност на присъстващите и организаторите. Терасата е озеленена и разширена, изградени са много нови зони и инсталации.

ВНИМАВАЙ КАКВО СИ ПОЖЕЛАВАШ

Сега, след като ковид практически

си е отишъл, физическите събития направо прииждат и новата тема е бумът им. „В момента сме в положение да не можем да поемем всички събития, които идват. В целия бранш глобално се наблюдава лавина от събития, защото хората са зажаждали и дори компании и организации, които не са правили събития, искат да организират и да изразходват бюджетите си до края на годината“, казва Невена Тодорова.

Затова и компанията отказва 20 – 30% от събитията, които идват в последните месеци. Основният проблем не е, че няма локации, техника и оборудване, а липсата на хора.

„По време на ковид хората от цялата развлекателна индустрия масово напуснаха, защото пандемията показва, че браншът е несигурен. Когато знаеш, че няма да имаш сигурна заетост през следващите месеци в сферата, в която работиш, се преориентираш“, казва Калоян Тодоров. Кадрите отиват в строителство, мебелна промишленост, ИТ. В същото време има два пъти повече работа от преди и се получава празнина, която не може да бъде запълнена.

Калоян Тодоров отбелязва, че моделът на пазара на събития е про-

менен. „Ако до преди 2019 г. беше ориентиран към клиента, в момента е ориентиран към предлагането. Ние имаме предимството да избираме с кои събития да работим и трябва да правим естествен подбор“, казва той. Въпреки недостига на кадри Тодорови смятат, че могат да се разраснат и да станат един от големите играчи на европейския пазар. Със своя екип от 90 човека (през 2019 г. са били над 130 човека) те са близо до границата от 150 – 250 души, колкото имат големите компании от бранша в световен мащаб. В масовия случай в Европа компаниите за ивент логистика са с по 20 – 30 души, защото използват много фрилансъри.

„Имаме амбиции да оставим следа, така че, когато кажат, че българите идват, да се знае, че тези хора са „топ“. За нас е абсолютна гордост, че 15 години сме единственият български доставчик на Световния икономически форум в Давос – най-голямото икономическо събитие в света. Българска фирма да прави превода на събитието – такава част, без която форумът не може да съществува. Все едно българска фирма да направи декорите на „Оскарите“, казва Калоян Тодоров. ▀



ЗА НАС НЯМА „НЕ МОЖЕ ДА СТАНЕ“

Концепцията One Stop Shop, иновациите и надграждането с нови услуги и качеството са нещата, които ни дърпат напред, казват собствениците на SEG Невена и Калоян Тодорови

Интервю Емил Петров
Фотограф Тони Тончев

Каква е формулата за успеха Ви? Как толкова години успявате да се задържите на върха във Вашия бранш?

Калоян Тодоров: Истината е, че успяхме да открием някаква ниша навремето. Факт е, че и до ден днешен концепцията да предлагаме от едно място много различни услуги – One Stop Shop, продължава да ни дърпа напред през всички години. Просто мащабът сега е по-голям.

Пазарът на услуги търси винаги най-удобния начин, най-качествената услуга и фирмите, които успяват да осигурят това, се избират първи. Ние даваме винаги примера на организаторите на събития – какво предпочитате – да наемете 5 – 6 фирми и да ги оставите да „се разбират“ помежду си, за да се случи събитието, или да го възложите на един адресат, който да организира всичко и да носи пълната отговорност?

Нещата се променят, всеки иска да е гъвкав, всеки иска да предлага услуги, разликата при нас е, че ние притежаваме всичко – процесите, оборудването, ноу-хаута и човеш-

кия ресурс. Ние наистина сме крайният доставчик на услугата, а не посредник. Това е много важно, защото може да ни звънне някой посред нощ, да отворим склада си и да му дадем техника за събитие на другата сутрин. Това няма как да се случи при посредника.



Пазарът на услуги търси винаги най-удобния начин, най-качествената услуга и фирмите, които успяват да осигурят това, се избират първи.

Невена Тодорова: Всяка нова услуга, която сме развивали и впоследствие предлагали, е била естествено продължение на предишната. И това е печелившото в нашия модел – този One Stop Shop, при който услугите се предлагат заедно, а не поотделно. Така са по-достъпни, а и постоянно надграждане допринася за клиентското доверие.

Кое е най-хубавото нещо, което сте чували за Вашата компания? Невена: Втората година, когато

дойдоха хората от централата на Check Point на изложението CPX 360 във Виена, ни казаха, че това събитие са го изпълнили в Тайланд с 8 фирми подизпълнители, в САЩ с 6, а в Европа – само с една – с нас. Тогава един от техните директори – американка, ни каза, че ние сме

one of a kind – единствени по рода си. Те казаха, че сме вдигнали нивото от Лас Вегас в пъти, и дори ни попитаха дали нямаме намерение да се разрастваме в Америка, там такъв тип услуги стрували в пъти повече, а организацията им също била много по-сложна.

Какво е отношението в Австрия към компания от България, която иска да извоюва място на пазара?

Калоян: Знаем, че австрийският пазар е много консервативен, колкото и Виена да е в Топ 3 на събитията в света – там се правят поне 100 пъти повече събития, отколкото в София, но и се казва, че „Витамин Б работи най-добре“ (от Beziehung, на немски „връзка“).

За нас проблемът е, че идваме от Изток и от България, а за съжаление, лошата слава е, че каквото



Успяхме да докажем, че сме по-качествени и че предлагаме по-добри решения дори от западните фирми.



Всяка година сме излизали с нов каталог, с нови решения и иновации, това е станало закономерност.

идва от Източна Европа, е евтино и некачествено. С това трябваше да се борим, защото идваме от най-неподходящото място, но осъзнавахме, че пазарът има нужда от нашите услуги, защото ги няма. Успяхме да докажем, че сме по-качествени и че предлагаме по-добри решения дори от западните фирми.

Невена: След CPX 360 ние видяхме, че можем повече от тях. Средното ниво на събития е доста по-ниско от това, което ние предлагаме и сме наложили в България. Не го казвам самохвално, но вече 4 години наблюдаваме в Австрия, че освен че са много консервативни, не влагат много средства събитието да изглежда „Уау!“. Няма фирма, която да подsigури комплексна услуга, но и не искат да влагат средства за архитектурно издържан проект и издаване на сертификати. Когато се появихме, започнахме да ги убеждаваме, че не е необходимо да се влагат толкова много средства, за да изглеждат събитията им по-добре, отколкото в момента, защото ние можем да им предложим и да гарантираме всичко. Ние имаме голям екип от дизайнери, затова и дизайнът на събитията в Австрия го аутсорсваме при нас в София. Правим концептна и 3D визуализация на проектите тук, а за изпълнението на големите събития много често изпращаме допълнително технически и сценични екипи от България. Така пробихме с много клиенти в Австрия, които, веднъж доверявайки ни се, разбраха каква е нашата сила и потенциал и следващите пъти вече нямаше нужда да ги убеждаваме.

Какви са плановете за бъдещото развитие на бизнеса Ви в Австрия?

Калоян: В Австрия бизнесът ни се разраства бързо и се надяваме, че до 5 години, ако не стане колкото този в България, със сигурност ще го догонва. Там има много работа, просто системата ни трябва да продължи да действа както досега.

Как решавате проблема с недостига на кадри? Инвестира ли в тяхното обучение?

Невена: В България няма университет или техникум, който да ни даде готови специалисти за нашия бранш. За да създадем нашите кадри, които са много строго профилирани, всяка година организираме SEG Академия, в която обучаваме студенти от Технически университет и училищата с технически профил, влагаме много в тях, изпращаме ги и на обученията и топсъбития в чужбина.

Калоян: Ще ви дам един пример – ако в България има минимум 100 хил. ИТ специалисти, то аудио-визуалните са не повече от 300. Заради естеството на бизнеса тези хора трябва да работят често при един доста натоварен режим – 24/7. **Невена:** Хората прегарят и заради семейно положение, деца, не всеки може да води такъв начин на живот или поне не задълго. Много често клиентите ни виждат само лъскавата страна на бизнеса – идват на едно бляскаво събитие, впечатляват се от уникалните неща. Но не знаят, че хората, които седят зад това събитие, полагат невероятни усилия, за да се случи всичко синхронизирано и без проблеми.

Имате ли изисквания за поведение на служителите?

Калоян: За нас е много характерен принципът, че думите „не мога“ и „няма как да стане“ са почти табу. Този служител, който дойде и каже: „Това няма как да стане“, за какъвто и да е процес, трябва много добре да си е написал домашното и да обоснове защо няма да може да стане. Навсякъде, където ходим, чуваме как нещо не може да стане. Затова и обучаваме хората ни да търсят решения. Всичко е въпрос на време и на пари, ние винаги казваме на хората си да забравят думите „не“ и „не може“ и ги учим да търсят решения. Защото сме фирмата, която казва, че всичко е възможно, поне що се отнася до технологични решения и процеси, свързани с изпълнението на събитията.

Какви са другите основни принципи за развитие на Вашия бизнес през годините?

Невена: Имаме ресурса и обезпечеността, които ни позволяват да инвестираме в много начинания. Но това, което ни е дърпало през годините, е, че винаги сме искали да надграждаме и хората малко или много са го очаквали от нас. Затова всяка година сме излизали с нов каталог, с нови решения и иновации, това е станало закономерност. Хората следят тенденциите и дори сега, след пандемията и при този бум на събитията, ние пак инвестирахме и направихме впечатляващ ремонт и ребрандинг на SEC. Можем да останем и така – събитията ни затрупваха. Но решихме, че трябва да продължим да сме иновативни и отново



Невена Тодорова

е изпълнителен директор на „Спешъл Ивентс Груп“ (SEG). Завършила е магистратура по българска филология в Пловдивския Университет „Паисий Хилендарски“, след това следва „Славистика“ в Централния университет във Виена.



Калоян Тодоров

е изпълнителен директор и директор „Дизайн“ на SEG. Завършил е УНСС, бакалавър по маркетинг и мениджмънт. Преминал е през професионални курсове в областта на специалните събития в Австрия и Холандия.

да покажем нещо ново. Освен това всяка година инвестираме в създаването на ново оборудване, което преди не се е предлагало на пазара – дали ще е модерна сценична инсталация, или нова серия мебели – хората започват да ги наемат и когато всеки започне да ги търси и предлага, ние измисляме нещо ново. Имаме собствен R&D отдел, който постоянно проектира и произвежда нови продукти и иновативни решения, които надграждат предишните ни услуги и се продават много лесно в комбинация с тях.

Калоян: Ние сме позиционирани във високата ценови клас. Колкото

и странно да звучи за България, качеството е нещото, което ни е водело. В България обикновено всеки първо пита за цената, при нас е обратното – да направим нещата



За да пробиеш навън, трябва да имаш качество на услугата и мотивиран екип, да си иновативен.

като хората и да видим дали ще има пазар, който ще поеме това качество. Оказа се, че още от началото има група клиенти, които търсят качеството и са готови да платят достойната цена за него.

Това, което ни е водело винаги, освен иновациите и надграждането, е, че сме осъзнали, че предлагането определя търсенето. Ако преди една услуга се е търсела и някой трябва да я предложи, при нас е обратното – хората не знаеха, че може да има такива услуги, които ние предлагаме на пазара. Защото ние сме ги измислили като надграждане на предишни услуги и продукти.

А кое е най-лошото, което сте чували за Вашата фирма?

Невена: Може би навремето, когато започнахме да навлизаме и да предлагаме нашите услуги, имаше хора, които казваха, че сме скъпи.



Но в същото време не е имало някой, който да не признае, че качеството ни си заслужава тази цена. Цените ни са доста добре обосновани на пазара и в сравнение с тези в Европа са в пъти по-ниски.

Калоян: Някои малки фирми могат да ни обвинят, че сме монополисти в този бизнес. Ако става дума за голямо и топсъбитие, почти винаги участваме ние, ако не директно, то някой конкурент използва мебели и оборудване от нас. Но не сме получили нищо наготово, не работим с държавата, не участваме в държавни поръчки. Когато на корпоративно ниво се търси кой да изпълни важно събитие, се иска качество, а то има определена цена.

Невена: Всички знаят и няма кой да ни обвини, че не сме имали открита ценова политика. Ние сме наложили това от ден първи – открита и ясна ценова политика. Имаме ценова листа, по която нашите конкуренти са се водели. Цените ни за всички са едни и същи и всеки клиент получава различна отстъпка в зависимост от достигнат статус на база търговски взаимоотношения.

Калоян: Може да ни обвинят в това, че сме разбили модела на „субективното“ ценообразуване. Понеже в събитийния бизнес няма стандартна услуга, всеки се страхува да обяви подробно разбити цени, за да запази маржа си на печалба. Ако разбере, че идваш от богата фирма, ще ти вземе повече пари и ще оферира всичко с една обща цена, за да е по-неясно. Ние сме първата фирма, която казва: това е нашата политика, това са

нашите цени, съответно ето ги и нашите отстъпки. Всеки един микрофон, всяка отделна услуга в нашите офери е описана подробно на отделен ред.

Кое е най-сложното събитие, което сте правили?

Невена: Определено СРХ360 2019 и СРХ360 2020. Това беше пълна разходка през портфолиото ни от услуги – от проект мениджмънт, през сценичен дизайн и техническо оборудване в зала за 5000 човека, още 15 малки зали за работни групи, експо зона с над 100 щанда и нетуъркинг зони с над 1500 седящи места. Единственото, което не подсигурихме ние, бяха локацията и кетърингът. От България заминахме около 50 човека, няколко камиона с оборудване, имаше и местен екип, общо бяхме над 80 души. Месеци наред работихме по подготовката на този глобален ивент.

А в България?

Калоян: Стартът на локацията ни „София Ивент Център“ стана с организирането на събитие за VMWage, които тъкмо навлизаха на пазара в България. Те искаха събитие 3 в 1 – през деня да имат конференция с отворена зала за 900 човека, която да свърши в 18 ч. и до 20 ч. залата да се трансформира за голям коктейл с 40 щанда и със сцена в центъра. След като това свършеше в 22.30 ч., за следващата сутрин целият ни център трябваше да е разделен на 22 работни зали за програмисти с плътни стени и врати, с по 20 компютъра на маси, свързани с кабел. Всичкото това построяване трябваше да се случи за една нощ.

Отне ни месеци планиране, а из-

граждането на залите за една нощ, за 7 – 8 часа, от над 100 човека беше невероятно постижение. Само си помислете – докато дърводелците режат и напасват врати и стени, междуременно техниците опъват кабели, монтират рутери. Синхронизацията им беше като на филм.

Невена: Това беше поредното ни събитие, при което клиентите толкова ни харесаха, че на следващата година се върнаха пак.

Калоян: С наличните тогава 5 малки и една голяма зала в СЕЦ почти всеки щеше да каже: нямаме 22 помещения, няма как да стане, търсете друго място. Но го планирахме, подготвихме и изпълнихме за 24 часа – 3 коренно различни сетъпи в една и съща зала. За нас няма „Не може да стане“.

Според Вас какви български продукти и услуги могат да се наложат на чуждестранните пазари?

Калоян: Първо трябва да имаш качество на услугата. После, хората, които работят и с които заедно гоните целите, трябва да са мотивирани и да виждат смисъл да се развиват. Т.е. да имашекип, в който не само ти да искаш да успеете, а всички да дълбаят в посока брандът да се развива и да си вършат качествено работата.

Освен това трябва да си и иновативен. Не можеш да стоиш на стари лаври. Наблюдаваме фирми, които са заели пазарни позиции и са спрели да се развиват. Трябва постоянно да търсиш нови неща, защото в един момент ще дойде някой, който да те догони. Затова първият винаги трябва да се ослушва и да продължава да се развива.



Трябва постоянно да търсиш нови неща, защото ще дойде някой, който да те догони. Първият винаги трябва да се ослушва и да продължава да се развива.