



Rozmowa z

Grzegorzem Rencem,

senior product managerem
w firmie Horn Distribution SA.

Redakcja: Marka Wilson przebojem wdarła się na rynek audio z kolumnami głośnikowymi. Z perspektywy czasu jej wprowadzenie okazało się bardzo dobrą decyzją dla Waszej spółki. Skąd pomysł na nową markę?

Grzegorz Renc: Nasza firma ma już ponad 27 lat doświadczenia w branży audio i po tych wszystkich latach stwierdziliśmy, że chcielibyśmy stworzyć coś swojego. Coś, co pozwoliłoby wykorzystać całą naszą wiedzę i doświadczenie zdobyte przez te wszystkie lata i stworzyć głośniki dostarczające świetnej jakości dźwięk, ale w przedziale cenowym znacznie atrakcyjniejszym niż inne podobnej klasy produkty.

Wilson

– klasa światowa z Polski rodem

■ Czy to pierwszy taki przypadek w ponad 25-letniej historii spółki, czy może już wcześniej Horn Distribution oferował sprzęt audio pod jakąś inną własną marką?

Kilka czy nawet raczej kilkanaście lat temu w ofercie Horn Distribution mieliśmy odtwarzacz DVD marki Wilson. Ja osobiście nie pamiętam czasów obecności na rynku odtwarzaczy Wilsona, ale jak widać, miały one swój wpływ na nazwę marki kolumn, które zdecydowaliśmy się stworzyć już wspólnie.

■ Rynek audio to wiele różnorodnych segmentów produktowych. Dlaczego z Wilsonem zdecydowaliście się akurat na kolumny głośnikowe, a nie np. słuchawki czy wzmacniacze, a może „coś z zupełnie innej beczki”?

Wzmacniacze na rynku również jest sporo, a słuchawek jeszcze więcej. Ideą było stworzenie produktu zapewniającego dobrej jakości dźwięk jak najszerszemu gronu odbiorców. Uznaliśmy, że w segmencie kolumn głośnikowych i zestawów kina domowego były największe możliwości. Dodatkowo polski konsument niejako wymaga takich rozwiązań, bo jako nieliczni nie ulegamy pokusie minimalizowania wszystkiego i w dalszym ciągu dobrej jakości system audio kojarzy się większości właśnie z wolnostojącymi kolumnami.

■ Do kogo przede wszystkim skierowana jest oferta kolumn głośnikowych marki Wilson?

Do wszystkich! Chyba wszyscy lubimy od czasu do czasu posłuchać dobrej muzyki czy obejrzeć film z kinowym dźwiękiem. Wilson jako marka dostępna jest zarówno w sklepach, u wyspecjalizowanych sprzedawców sprzętu audio, jak i w dużych sieciach handlowych, więc wszyscy szukający dobrego systemu audio za przystępne pieniądze są naszymi potencjalnymi klientami.



■ Czasami jest tak, że sprzęt produkowany na Dalekim Wschodzie jest po prostu brandowany, co sprawia, że czasem niemal ten sam model możemy spotkać na rynku, ale pod dwiema różnymi markami. Jak to jest w przypadku Wilsona? Jak przebiega proces projektowania i produkcji nowych modeli tej marki?

W przypadku Wilsona nie ma mowy o zwykłym brandowaniu. Przy projektowaniu i testowaniu uczestniczy wielu z nas, zarówno dział sprzedaży, menadżerowie produktu, jak i serwis. Wszystkie mo-

Sprzęt marki Wilson można zobaczyć na różnego rodzaju targach elektroniki użytkowej. W ubiegłym roku kolumny prezentowane były m.in. na Audio Video Show, a w tym roku podczas Electronics Show.





W ofercie marki Wilson znajdziemy modele zarówno do systemów stereofonicznych, jak i kina domowego.

Przewody głośnikowe są niejako uzupełnieniem tego, co chcieliśmy przekazać, projektując głośniki. Wiele osób zapomina, że przewody użyte w systemie audio również mają ogromne znaczenie dla jakości brzmienia i muszą spełniać podstawowe warunki w kwestii jakości mieszanki miedzi użytej do produkcji, jakości ekranowania przewodnika, a także samej trwałości ogólnej przewodu, pozwalającej na bez-

dele powstają dokładnie według naszych specyfikacji i oczekiwań, więc nie mamy tu do czynienia z typowym kupowaniem gotowych projektów. Dodatkowo jesteśmy wspierani przez zewnętrzne osoby z ogromnym doświadczeniem nie tylko w branży audio, ale również mające niezbędną wiedzę odnośnie do fabryk na Dalekim Wschodzie. Dzięki temu możemy współpracować wyłącznie z tymi zapewniającymi oczekiwaną przez nas jakość produktu. Decydujemy wewnętrznie o wszystkich najważniejszych kwestiach, zaczynając od parametrów technicznych, przez konstrukcję i wygląd kolumny, aż po informacje umieszczone na pudełku.

■ Czy kolumny marki Wilson dostępne są na wszystkich rynkach, na których firma Horn Distribution dystrybuje swoje produkty? Gdzie cieszą się największym powodzeniem, czyli – mówiąc wprost – najlepiej się sprzedają?

Tak, kolumny marki Wilson dostępne są zarówno w Polsce, jak i na Węgrzech, w Czechach, na Słowacji, Litwie oraz w Szwajcarii. Oczywiście, ze względu na potencjał rynku oraz fakt, że najłatwiej zaczynać nowe projekty na rynku macierzystym, na chwilę obecną największym rynkiem jest oczywiście Polska, ale również w pozostałych krajach krok po kroku marka staje się coraz silniejsza i w kolejnych latach spodziewamy się coraz lepszych wyników na wszystkich rynkach, gdzie prowadzimy dystrybucję.

■ Mimo że Wilson to stosunkowo nowa marka, jej oferta kolumn jest już bardzo zróżnicowana. Która z dotychczas wprowadzanych na rynek

serii czy też który z modeli cieszy się wśród Waszych klientów największą popularnością?

Ciężko porównywać wyniki popularności, bo sprzedaż poszczególnych linii jest zupełnie różna w zależności od tego, dla jakiego segmentu rynku przeznaczona jest kolumna. Jeśli jednak miałbym wybrać najpopularniejszą serię, byłaby to seria Raptor – jedna z pierwszych, jakie powstały. Seria Raptor szybko zdobyła przychylność pierwszych klientów i recenzentów, a dzięki temu, że jest dostępna zarówno w największych krajowych sieciach, jak również salonach specjalizujących się w sprzęcie popularnie określanym jako hi-fi, dostęp do tej linii ma najszersze grono potencjalnych użytkowników.

■ W ofercie są również kable głośnikowe Wilson. Czym wyróżniają się one na tle konkurencji?

Modele marki Wilson wykonywane są z dbałością o szczegóły nie tylko pod względem jakości brzmienia, ale też wykonania.

problemowe korzystanie z okablowania przez długi okres. Mniej istotną, ale również ważną kwestią są walory czysto użytkowe, czyli np. czytelne oznaczenie „+” i „-” czy też oznaczenie kolejnych metrów już na przewodzie, tak żeby sprzedawca miał ułatwione zadanie, odmierzając potrzebną długość przewodu.

■ Czy w przyszłości Horn Distribution planuje rozszerzenie oferty produktowej marki Wilson o sprzęt audio z innych grup produktowych, np. wprowadzenie głośników aktywnych, a może słuchawek?

Oczywiście, obserwujemy, jak zmienia się rynek audio, i testujemy różne koncepcje i rozwiązania. Pracujemy obecnie nad kilkoma projektami, ale ostateczne decyzje zapadną dopiero po dokładnym przetestowaniu jakości finalnych produktów. Nie wykluczamy wejścia w nowe obszary, ale też nie forsujemy tego rozwoju marki. Wszyscy musimy być przekonani, że nowe grupy produktowe będą co najmniej tak samo dobre jak już obecne na rynku kolumny i przewody.

Rozmawiał Łukasz Sowiński

O marce Wilson



wilson

Wilson to nowa marka na rynku audio. Powstała jako rezultat wieloletniego doświadczenia spółki Horn Distribution w międzynarodowej dystrybucji sprzętu audio-video najlepszej jakości i zapotrzebowania rynku na głośniki dostosowane do współpracy z komponentami kina domowego i zestawy stereo zapewniające bardzo dobry stosunek jakości do ceny. Więcej informacji na temat kolumn głośnikowych marki Wilson można znaleźć na stronie internetowej www.wilson-hifi.eu.