



Эндрю Кристофер, директор подразделения строительной и лесозаготовительной техники John Deere по России и СНГ.

John Deere: «Есть вещи, которые не меняются со временем»

На экономической карте мира Сибирь — очень заметный регион. Его основное богатство — лес — видно даже из космоса. И вполне естественно, что ведущие производители лесозаготовительных машин уделяют региону особое внимание. Так, в середине лета в Братский дилерский центр John Deere приехало высшее руководство компании: Доменик Рукколо, старший вице-президент John Deere, и Эндрю Кристофер, директор подразделения строительной и лесозаготовительной техники John Deere по России и СНГ. О сибирских лесах, российских потребителях и стратегии компании на ближайшие десятилетия они рассказали нашему журналу.

Автор: Юлия Ребрунова

— Что вы ожидали увидеть, приехав в Братск?

— Эндрю: Я уже был здесь несколько раз.

— То есть Сибирь как таковая для вас сюрпризом не стала?

— Эндрю: Сибирь производит сильное впечатление: очень большой регион, огромные леса... Вообще первое, что замечаешь, подлетая к Сибири, — это невероятное количество леса и множество озер.

— Было ли обилие леса причиной, побудившей вас на создание сети дилерских центров здесь?

— Эндрю: Очевидно, что в Сибирском регионе работает множество наших клиентов, и мы сочли разумным создать здесь независимую дилерскую сеть, чтобы оказывать им качественную поддержку и самим активно развиваться на этом рынке.

— Каковы основные принципы и приоритеты в организации дилерской сети в России?

— Эндрю: Первое, чему следует уделить внимание, — это продуманная инфраструктура. Мы должны быть уверены, что наши клиенты в любой момент смогут получить нужные детали. Мы тесно сотрудничаем с дилерами и следим за тем, чтобы их сервисные центры обладали всеми необходимыми ресурсами, поставки запасных частей осуществлялись в срок, а клиентам были доступны все сервисные услуги.

— Доменик: Кроме запасных частей и сервисной службы необходимо обратить внимание на обучение специалистов. Именно поэтому мы создаем тренинговые центры...

— Эндрю: Да, мы выделяем немало времени на обучение наших специалистов. Причем, не только сервисных инженеров, но и тех, кто будет следить за развитием инфраструктуры в новых дилерских центрах по всему миру. На самом деле сейчас этому мы уделяем основное внимание. Обучение новых дилеров предполагает фокусирование на том, как правильно организовать продажи, поставки запасных частей, сервисную поддержку и многое другое.

— Работа в Сибири чем-то отличается от общих схем?

— Эндрю: Работа в Сибири имеет свою специфику, прежде всего потому, что это один из самых богатых лесом регионов России и одна из самых «урожайных» с точки зрения лесозаготовки территорий, безусловно очень важных для лесного комплекса всего мира.

— А как же большие расстояния, на которые едут многие лесопромышленники.

— Эндрю: Расстояния не просто большие — они очень большие! И одна из многих задач, стоящих перед нашими клиентами, — тщательно просчитать транспортировку машин и логистику товаров.

Для нас, для таких компаний как «Тимбермаш Байкал», это тоже важная задача. Мы решаем ее, увеличивая число региональных филиалов наших дилеров, развивая подразделения и открывая небольшие сервисные центры на местах. Мы также можем обеспечить так называемый «полевой сервис» и специально готовим людей — полевых техников, закрепленных за определенными районами, чтобы все работающие в этих районах машины могли пройти качественное ТО.

Наши дилеры работают в разных регионах России, и рынок каждого из них чем-то отличается, но вне зависимости от географического положения дилерского центра, принципы работы с клиентами и высокие стандарты John Deere остаются неизменными: работы должны быть выполнены в 24-часовой срок, но при этом так, чтобы ремонт или ТО не пришлось проводить снова.

— Какие бренды вы считаете своими основными конкурентами?

— Эндрю: Бренды, с которыми нам приходится особенно активно сотрудничать, вы конечно, знаете. Это крупные компании с сильной линейкой продукции, но, к сожалению, не такой сильной клиентской поддержкой. В этом направлении, на мой взгляд, выигрывает наша компания.

— Приходится ли конкурировать с китайскими производителями?

— Доменик: Нам приходится конкурировать с китайцами в основном на рынке дорожно-строительной техники. Китайские машиностроители имеют свою долю рынка, особенно в сегменте среднетяжелых машин, таких как погрузчики, грейдеры и пр. Здесь китайцам определенно есть, что предложить, но на рынке лесозаготовительной спецтехники их пока нет.

— А какова политика John Deere по отношению к сборочным предприятиям в других странах?

— Эндрю: Сегодня John Deere имеет два сборочных предприятия в России: в Домодедово и Оренбурге, и оба они выпускают продукцию сельскохозяйственного назначения. Что касается дорожно-строительной техники, то в перспективе мы рассматриваем возможность строительства сборочного цеха в России, но пока такую технику в России мы не собираем. Аналогична ситуация и со сборкой лесной техники.

— Но почему же тогда в европейской части России завода сразу два, а в Сибири — ни одного?



Доменик Рукколо, старший вице-президент John Deere.

— Доменик: Потому что там находятся основные потребители сельскохозяйственной техники.

— Но ведь потребители лесхоз техники находятся здесь...

— Эндрю: Развивая бизнес международного уровня, важно уметь смотреть на вещи глобально. Объем продаж на лесозаготовительном рынке гораздо меньше в сравнении с сельскохозяйственным, и потребности его игроков — а в мире, помимо Сибири, есть множество других крупных районов лесозаготовки в Скандинавии, Южной Америке, США, Канаде, Индонезии и Новой Зеландии, например, — успешно удовлетворяются нашими двумя предприятиями в США и Финляндии. Зачем открывать новые заводы, если ты не сможешь предоставить им достаточно заказов?

— Если мощностей пока хватает, то в чем будет состоять развитие компании в ближайшие годы и десятилетия?

— Эндрю: В ближайшие годы мы будем фокусироваться на развитии дорожно-строительной техники, но и лесозаготовительным машинам тоже будет уделено достаточное внимание. Мы продолжим разработку систем удаленного контроля за состоянием техники, GPS-систем контроля лесозаготовки и других высокотехнологичных решений, которые помогут нашим клиентам работать еще эффективнее.

При этом есть вещи, которые не изменятся с течением времени. Как и всегда, мы будем следить за тем, чтобы сервис был быстрым и доступным, а уровень клиентской поддержки оставался столь же высоким — такой подход был нашей стратегией на протяжении 176 лет, и я не думаю, что он может измениться в будущем.