

Игорь Овсянников, генеральный директор компании Geely в России:

Новые модели испытываем в Сибири

Марка Geely пришла в Россию менее пяти лет назад, сейчас в стране кризис. Каково бренду в этой ситуации?
Как всем автопроизводителям – трудно. Но еще в прошлом году мы осознали необходимость пересмотра и стратегии своего бизнеса, и тактики. С тем, чтобы бренд на российском рынке выжил, развивался и был готов к росту, когда он начнется.

В чем состоят эти изменения?

Прежде всего, это всесторонняя оценка эффективности дилеров. В предыдущие годы многие компании шли по пути экстенсивного развития, наращивая количественные показатели по продажам за счет расширения дилерской сети. И мало кто задумывался, нужен ли дилер в том или ином месте, надо ли строить большие шоу-румы? Теперь все понимают, что эффективность инвестиций – основной способ выживания в кризис. Поэтому еще в 2014 году мы пересмотрели планы относительно дилерской сети, придя к концепции интенсивного развития через повышение ее качества. Сейчас наша дилерская сеть в полтора-два раза меньше, чем у прямых конкурентов при сопоставимых объемах продаж. Главное – не число предприятий, а повышение эффективности каждого из них. Сегодня у Geely 90 дилерских центров в 78 городах России, и ключевая задача – сохранить в этот непростой период тех партнеров, которые в свое время поверили в бренд и работали с нами с самого начала.



Есть и другие направления оптимизации?

Конечно. Второй важный фактор – изменение подходов к работе с клиентами. Когда за машинами стояли очереди и был естественный спрос, вопрос отношения к клиентам уходил на второй план. Многие не обращали внимания, доволен ли покупатель продуктом или сервисом. Времена изменились, и за каждого клиента приходится бороться, учитывая высокую конкуренцию. Поэтому вопросы клиентской лояльности и удовлетворенности стали первоочередными для большинства брендов, в том числе и для Geely. Довольный клиент – это награда, а лояльный клиент – это уже полноценный партнер, который развивается вместе с брендом, совершая повторную покупку.

И много у вас лояльных?

Компания Geely стала полноценным игроком российского автобизнеса относительно недавно, в 2010 году. У многих наших покупателей до сих пор только первые машины, и их лояльность мы можем оценивать лишь по второй покупке. Сейчас доля таковых составляет более 30%. Сложность оценки еще и в том, что наш клиент привык использовать автомобиль по семь – десять лет. Так что индекс потребительской лояльности к бренду Geely в России просто еще не может быть высоким, если сравнивать с крупными автопроизводителями.

А какова в принципе ваша аудитория?

Около 75% покупателей – мужчины в возрасте 25–45 лет, главным образом семейные, с высшим или средним специальным образованием. Большинство – жители небольших городов или поселков, как правило, впервые приобретающие иномарку. Хотя, если смотреть в разрезе модельного ряда, то по хэтчбекам преобладает молодежь. А если сравнить с тем, что было еще пару лет назад, доля молодых покупателей в целом начала расти.

Сколько автомобилей марки продано в России?

В 2015 году планируем реализовать 12 тыс. штук, а с 2008 года в общей сложности продали около 95 тыс.

Что представляет собой модельный ряд марки?

В России представлено пять машин Geely. Это городской универсал МК Cross, семейный седан GC 6, флагманская модель Emgrand EC 7 в кузовах седан и хэтчбек, а также кроссовер Emgrand X7. В Китае гамма шире – в устойчивой продаже там девять моделей, но часть из них изначально проектировалась под китайский рынок. Мы вместе с главным офисом всегда определяем, насколько та или иная машина подходит для российского рынка, будет ли востребована у клиентов, потому что автоматически перенести автомобиль, выпускаемый в Китае, в нашу страну невозможно – требуется адаптация. Это и эргономика салона с учетом антропологических данных россиян, и экологические стандарты, и требования по безопасности, и, конечно, предпочтения россиян, обусловленные ментальностью.

А климатические особенности?

Безусловно. К примеру, еще несколько лет назад китайские инженеры не могли понять, зачем нужен подогрев сидений и почему кондиционер должен гнать не только холод. Они привыкли, что значительная часть машин Geely эксплуатируется в климате со среднегодовой температурой воздуха 18–20 градусов, а летом и под 40. У нас климатические условия совершенно иные. И наши требования по шумоизоляции выше, поэтому для нас ее улучшали. Пришлось учитывать и такие вещи, как цвет кузова или интерьера, некоторые варианты существующих моделей в России просто не воспримут. Поэтому специально для нас делают отдельные цвета сидений, обивку салона – словом, существенную адаптацию автомобиля под российский рынок.

Технические настройки тоже изменяете?

Компания осознает, что нужно проводить более глубокую адаптацию. В этом году мы вместе с представителями R&D-центра провели длительные зимние тесты новой модели, которая заменит Emgrand EC 7. Испытывали на Урале и в Иркутске в различных условиях – на снегу и льду, в морозы, на плохих дорогах. Полученные результаты были переданы конструкторам для дальнейшей проработки модели. Теперь готовится к запуску новая программа – испытание на антикоррозионную стойкость к реагентам, которые используют наши дорожники зимой. Причем планируется провести тесты как полностью автомобиля, так и отдельных узлов.

Вы упомянули о новой машине...

На самом деле мы сейчас стоим перед этапом практически полного обновления модельной гаммы. Уже в текущем году прекращается выпуск моделей МК и МК Cross, с которыми бренд Geely стартовал в России несколько лет назад, полностью закрывается производство нынешнего поколения Emgrand EC 7. Его сменит новая модификация – это глубокий рестайлинг, включающий и двигатель стандарта Euro 5, и систему ESP, и бесключевой доступ, и ГЛОНАСС. Меняем также на фейслифтинговую версию кроссовер Emgrand X7. Наконец, начинаем испытания обновленного седана GC6, который начали продавать в 2014 году. Надеюсь, к концу первого квартала 2016-го у дилеров будет фактически целиком обновленная линейка. А к концу следующей осени планируем вывести на рынок и совсем новый кроссовер – он получит версию 4x4.

В какой мере компания использует опыт мировых производителей?

От всех остальных китайских брендов Geely отличается тем, что, будучи частной компанией, никогда не имела совместных предприятий с иностранными корпорациями. За



то в 2010 году приобрела Volvo Cars и теперь является ее полноправным владельцем. Тем самым компания оказалась в уникальном для Китая положении: если другие лишь делают машины по западным лекалам, мы получили в собственность именно технологии. Но технологии не стоят на месте и требуют развития и совершенствования. Поэтому руководство Geely приняло решение о создании нового конструкторско-технологического центра для разработки собственной платформы и проектирования новых моделей автомобилей. Такой центр появился в шведском Гетеборге, его открыли в сентябре 2013 года. В настоящий момент идет создание собственной модульной платформы C-сегмента для следующего поколения автомобилей.

Когда мы сможем увидеть результаты?

Платформа CMA – C-segment Modular Architecture – уже практически готова, показ первых моделей на ее базе должен состояться в марте на Женевском автосалоне. Теперь стоит задача разработки второй платформы – BMA, то есть B-класса. Тут мы учитываем глобальную стратегию развития, поскольку, например, в Западной Европе доминируют именно компактные машины. Таким образом, мы получаем две платформы, на которых будут создаваться новые модели и Geely, и Volvo.

То есть эпицентр разработок Geely смещается в Швецию?

Я бы сказал, что этих эпицентров несколько по всему миру. Помимо гетеборгского комплекса работает R&D-центр в Шанхае, где трудится около 3000 человек. И есть две дизайн-студии – в Лос-Анджелесе и Барселоне. Причем там вместе со стилистами работают и инженеры, они занимаются адаптацией моделей для Европы и Северной Америки. Словом, работа идет по разным направлениям, чтобы создавать наши продукты, подгоняя их под стандарты глобальных рынков. Это будет новая веха в развитии бренда на мировой арене автобизнеса.

Беседу вел Андрей Безверхов
Фото Кирилла Калапова