



Отказаться от стереотипов: интервью с замгендиректора Geely International Томом Ли

Поделиться: 0 0 0 0 0 0 Автор: Виталий Архиреев

24 августа 2016 на Московском международном автомобильном салоне китайская компания Geely представила российской публике линейку 2017 года и объявила о реализации «стратегии трансформации». Автопроизводитель отказывается от низких затрат и переходит к инновациям в сфере безопасности, дизайна и технологий.

Нам удалось пообщаться с заместителем генерального директора Geely International Corporation Томом Ли. Каковы предпочтения россиян и украинцев, когда ждать новую платформу, автомобили на которой будут продаваться в США, и на сколько звезд Euro NCAP рассчитывают создатели нового авто?

К.: В каких странах Восточной Европы представлена марка Geely? И какими моделями?



Т. Л.: Из всех стран Восточной Европы Россия остается для нас самым важным и перспективным рынком. Что касается модельного ряда, флагманскими моделями на рынке Восточной Европы являются Geely Emgrand X7 и Geely Emgrand 7 седан. В некоторых странах мы продаем модели из линейки EC 7.

К.: Где продажи идут лучше, а где хуже? И есть этому какое-то объяснение?

Т. Л.: Для начала стоит отметить, что все рынки стран Восточной Европы переживают трудные времена. Мы сейчас говорим про рынок России, Украины, Казахстана и Беларуси. В первую очередь это связано с курсами валют.

Если вернуться на несколько лет назад, то самыми успешными рынками для Geely можно считать российский и украинский. В цифрах это означает, что только в Украине мы продавали порядка 30 000 автомобилей в год.

Из того, что мы считаем причинами успеха в то время, это правильное позиционирование нашего продукта на рынке, удачный баланс цены и качества и вкладываемых в развитие бренда инвестиций. Что касается сегодняшнего дня, то мы хотели бы видеть баланс между имиджем компании на рынке и сохранением прибыльности.



К.: Какие страны в ближайшее время появятся на карте продаж бренда? И не только в Восточной Европе, но и в целом по миру.

Т. Л.: Если говорить о ближайшем будущем, то мы нацелены на рынок Восточной Европы, Южной Африки, Южной Америки. Если говорить о более дальних перспективах, то мы видим расширение продаж Geely на рынках Западной Европы и США.

Но перед тем, как предложить наш продукт клиентам на этих рынках, мы должны быть уверены в том, что автомобили соответствуют именно тому уровню качества и технологичности. Само предложение должно быть сбалансировано по цене.

Сейчас мы активно работаем над повышением уровня бренда в целом. И наше сотрудничество с Volvo позволит создать такие автомобили, которые будут технологически передовыми – с одной стороны, а с другой – все затраты будут покрываться компанией Geely. Мы совместим технологии Volvo и производственные вложения Geely, что позволит создать автомобиль, который мы будем готовы выпустить на рынки Западной Европы и США.

К.: Учитывая все вышесказанное, можно ли говорить о том, что аудитория Западной Европы и Соединенных Штатов более требовательная, нежели аудитория стран СНГ?



Т. Л.: Да. Вы правы. Требования клиентов из США и Западной Европы несколько выше, чем требования аудитории стран, в которых мы продаем автомобили в настоящее время. Возвращаясь к вышесказанному, это сотрудничество с Volvo, мы создаем платформу именно для того автомобиля, который мы сможем продавать на рынках этих стран.

К.: Мы говорим о создании новой платформы и принципиально иного автомобиля?

Т. Л.: Да, это будет новая модульная платформа, которая позволит производить автомобили разных классов. Мы рассмотрим создание нового бренда, под которым мы сможем вывести машину на рынки Западной Европы и США.



К.: Давайте вернемся к продажам в Восточной Европе. Сколько дилерских центров насчитывает сеть продаж Geely?

Т. Л.: Если говорить о четырех основных рынках, а это Россия, Украина, Казахстан и Беларусь, то это около 130 предприятий, которые реализуют автомобили бренда.

В России официальных дилеров 57. В Беларуси и Украине около 20. Столько же в Казахстане. Картина постоянно меняется в рамках 130–150 дилеров.



К.: Ранее бытовало мнение, что китайские авто – не очень качественные. Присутствие на рынке Emgrand и цифры продаж этой модели демонстрируют то, что все предубеждения в прошлом.

Т. Л.: Да. Борьба с этим вызовом – наша основная задача. Единственный путь в сломе этого стереотипа, постоянного улучшения качества.

Мы не говорим о каких-то компромиссах. Мы будем создавать автомобили, каждое поколение которых будет все лучше и лучше. Это первое. Второе, что мы можем предложить, это опробовать наши машины в реальной жизни.

Мы всегда даем нашим клиентам пройти тест-драйв, сев за руль нашего автомобиля, испытав те ощущения, которые подтвердят мысль о том, что с этим стереотипом давно пора расстаться.

К.: Какая модель Geely является лидером в России? И как в этой связи отличаются вкусы россиян и жителей Украины, Беларуси и Казахстана?
Т. Л.: Сейчас можно говорить о равной популярности во всех странах автомобилей Emgrand и X7. Это общая тенденция на всех рынках Восточной Европы – увлечение классом SUV и традиционная любовь к авто в кузове седан. Различий в предпочтениях среди населения этих стран нет.

К.: Чем удивит Geely Европу ближайшее время? Может, участием в крупных салонах, выставках?

Т. Л.: У Geely пока нет того продукта, который мы смогли бы предложить в Европе. Но как только он появится, мы планируем участие в Женевском и Франкфуртском автосалонах.



К.: И о каких сроках появления автомобиля на новой платформе можно говорить сейчас?

Т. Л.: На данный момент это конец 2017 года. Но сначала мы планируем запустить модель на новой платформе на китайском рынке. А в течение года, максимум двух лет, эта модель выйдет на рынки других стран.



К.: Что касается безопасности. На сколько звезд по методике Euro NCAP сможет рассчитывать новый автомобиль?

Т. Л.: Говорить об этом пока преждевременно. У нас нет готовых моделей и прототипов. Но есть понимание того, что мы хотим получить. Есть дизайн проект. Но если мы хотим

запустить новые модели на рынке Европы, то мы должны рассчитывать на самый высокий балл – 5 звезд.

Добавлю, что мы выходим на рынок Западной Европы довольно поздно. И именно поэтому должны соответствовать самым высоким критериям оценки и требованиям безопасности.

