

ЕВРОПЕЙСКОЕ КАЧЕСТВО В ТРЕНДЕ

ДЕСЯТЬ ЛЕТ НА РЫНКЕ МЕТАЛЛООБРАБОТКИ, ДЕВЯТЬ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ ПО ВСЕЙ РОССИИ И ЕЖЕГОДНЫЙ РОСТ ОБОРОТА — ЕВРОПЕЙСКИЙ БРЕНД METAL MASTER С НЕМЕЦКИМ ИНЖИНИРИНГОМ И ГИБКИМ ПРОИЗВОДСТВОМ ОЧЕНЬ ГАРМОНИЧНО ВПИСАЛСЯ В РОССИЙСКИЕ РЕАЛИИ. ПО ИТОГАМ ПРОШЛОГО ГОДА СИБИРСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО METAL MASTER ДОБИЛОСЬ ДОВОЛЬНО ОПТИМИСТИЧНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОДАЖ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ МЕТАЛЛООБРАБОТКИ, ОБОГНАВ НЕ ТОЛЬКО КОНКУРЕНТОВ, НО И СВОИХ КОЛЛЕГ ИЗ ДРУГИХ РЕГИОНОВ.



О том, как эффективно выстроить отношения с рынком в условиях региона, и о сибирской смекалке рассказывает руководитель представительства Алексей Лобанов.

— Хочется начать с цифр. Чтобы наглядно показать, какой динамики удалось достичь в 2013 году.

— Честно скажу, что этот период был непростой, напряженный, но принес свои плоды. По сравнению с 2012 годом оборот компании Metal Master только в Сибири увеличился на 65 процентов. На фоне общей тенденции замедления экономического роста это хороший показатель.

— Вы проводите какую-то параллель с активностью строительства в Сибирском регионе?

— Разумеется, мы идем вслед за строителями. Темпы их роста отражаются и на наших планах. Возьмем в качестве примера Новосибирск. Объем строительства с каждым годом увеличивается. По данным Минстроя НСО, ввод жилья в 2013 году вырос относительно 2012 года почти на 10%. Более того, растет интерес к малоэтажному и загородному жилью. А это значит, что есть большой

спрос на производство «доборки» для фасадов, металлической кровли, подоконников. Эта как раз та точка сотрудничества, где нам есть что предложить сибирским строителям.

Еще один очевидный для меня тренд — это то, что внимание конечного потребителя постепенно смещается в сторону качества. Никто не готов платить за кустарно изготовленный металлопрофиль. Такую работу доверяют профессионалу, который в свою очередь будет с умом подходить к выбору станков для производства.

— Говоря о «профессионале», вы имеете в виду налаженное многоступенчатое производство или частного предпринимателя?

— Сейчас процент корпоративных продаж почти сравнялся с частными. Кто-то дает старт новому производству, кто-то обновляет станочный парк, подстраиваясь под нужды современного застройщика. И в том, и в другом случае это бизнес.

— Заметный спад на B2B-рынках, начавшийся с середины прошлого года, стал испытанием для многих компаний. Ведь так?

— Полностью согласен. Более того, производители и продавцы промышленного оборудования, наверное, одними из первых почувствовали нестабильность.

— Тогда поделитесь, как удалось удержаться на плаву. Особый сибирский иммунитет?

— Скорее готовность реагировать на любые запросы рынка. Это подход к работе компании Metal Master в целом, без акцента на регион. Не раз случалось так, что какая-то информация только выходит на рынок, а мы уже находимся внутри процесса и обсуждаем детали. Сейчас этот алгоритм отлажен, путем проб и ошибок, но он действует. Metal Master располагает инженеринговыми центрами в Германии и России. Они в свою очередь плотно взаимодействуют с дилерами и сервисными службами. Это дает возможность оперативно по цепоч-

ке передавать информацию и практически в режиме нон-стоп работать над новыми станками или модернизировать существующие.

— И уже есть результаты такого реагирования?

— Есть пример — листогибочный станок Metal Master LBM. Я бы назвал его флагманом наших продаж, потому что это действительно популярная модель среди изготовителей доборных элементов для кровли и фасада. По результатам общения с потребителями мы добавили несколько опций, превращающих станок в настоящий мини-цех. По числу решаемых задач он уже превосходит не только российские или польские станки, но и немецкие. Для сравнения: еще недавно нормой на рынке было наличие пары-тройки обязательных опций — ножа, фальцезакрывающей машинки, столов поддержки листа. Однако теперь мы предлагаем уже одиннадцать и не собираемся останавливаться на достигнутом. Например, в апреле мы предложим амортизаторы гибочной балки — востребованную опцию, повышающую производительность труда.

— Сейчас перед бизнесом стоит задача снижения издержек. Приходится ли производителям оборудования для металлообработки пересматривать свой подход к разработке новых, более универсальных решений?

— Действительно, сегодня предприниматели поставлены перед новыми экономическими вызовами. И мы на это реагируем. Но «приходится» — не совсем верное слово. Нужно понимать: если давать покупателю то, что хочет он сам, то в проигрыше точно не останешься. Один из примеров — новинка этого года, родившаяся буквально «на кончике пера». Мы как-то задумались, а что еще нужно нашим покупателям, чтобы сократить затраты. Оказалось, что время от времени им требуется сегментальный станок. Для обработки сложных углов, выступов он просто незаменим. И здесь ты либо отдаешь детали другому подрядчику, либо покупаешь сегментальный станок.

В обоих случаях лишние расходы, которые в итоге закладываются в себестоимость продукта.

Инженеры Metal Master эту задачу решили так. Они оснастили уже зарекомендовавший себя листогиб LBM фиксатором высоты прижима балки — дополнительной опцией, способной полностью заменить сегментальный станок, а значит, как минимум вдвое сэкономить производственные расходы.

Это я называю не только новым подходом к разработке оборудования, но и хорошим способом найти общий язык с покупателем — ведь если мы сокращаем его затраты на новое оборудование на 90%, он не может не оценить этого.

— **Чего же хочет сибирский рынок? Точнее, чего хочет отдельно взятый главный инженер или начальник цеха?**

— Потребности у всех разные и зависят от специфики производства. Но во многом металлообработчики единодушны — это долгий срок службы станков, универсальность и экономичность. Вообще тенденция такова, что профессиональный покупатель становится более грамотным, расчетливо подходит к выбору оборудования. Просто заверениями его убедить сложно, нужно приводить примеры успешно работающего оборудования, показывать объекты, видеоролики. Хотя, к сожалению, по-прежнему немало объектов достаются дилетантам, которые берут ценой. Соответственно, они покупают что подешевле, ведь больше одного сезона работать на станке не собираются.

Но в целом на качестве в свое время обожглись многие, поэтому сейчас все больше покупателей осторожничают при покупке оборудования. Но когда узнают, что Metal Master все свои станки производит на заводах, имеющих международные сертификаты системы качества, с готовностью сотрудничают.

— **Сибирь для вас как для продавца — регион, требующий особого подхода?**

— Сибирь — регион сам по себе привлекательный и уникальный в силу множества причин, в том числе и нематериальных. Я более чем уверен, что занять на рынке именно свою нишу невозможно без знания менталитета местного покупателя.

— **В чем же его уникальность?**

— В людях. Сибиряки обладают пытливым умом и народной смекалкой. Хотят учиться, хотят сами участвовать в процессе усовершенствования станков. Казалось бы, мы предлагаем готовое решение, просчитанное инженеринговой командой до миллиметра.



«...ЧТОБЫ ЗАВОЕВАТЬ РЫНОК, НУЖНО ЗНАТЬ МЕНТАЛИТЕТ МЕСТНОГО ПОКУПАТЕЛЯ».

Но и в этом случае находится умелец, который предложит свое ноу-хау. Чтобы общаться, обмениваться опытом и узнавать о таких вот самородках из народа, нужна площадка. Так возникла идея проводить ежегодные практические семинары для кровельщиков «Бизнес на высоте». Metal Master является одним из организаторов. Приглашаем мастеров с именем, показываем мастер-классы на нашем оборудовании. Для участников это абсолютно бесплатно. Нужно сказать, что инициативу встречают позитивно. Мы получаем много отзывов, в обязательном порядке прислушиваемся к ним, по крупицам собираем ценную для нас информацию.

— **Насколько мне известно, проведение практических семинаров компания практикует по всей России. Только в этом году мероприятия состоялись уже в четырех городах. И Новосибирск в их числе.**

— На одном из специализированных форумов я увидел пост о нашем семинаре с заголовком «Как повезло кровельщикам Новосибирска». Значит, это затея стоящая и себя оправдала. В качестве специального гостя мы пригласили на семинар кровельщика высшей категории Николая Савченко, который дал несколько мастер-классов по изготовлению сложных элементов с помощью ручных роликовых листогибов. Собрал множество отзывов и вопросов от участников. Кто был знаком с работами мастера, тот по достоинству оценил возможность поучаствовать.

В целом мы довольны. На единой площадке участники семинара пообщались с единомышленниками, усовершенствовали практику, в общем, сложили для себя полную картину того, как развиваются кровельные технологии. Я считаю, что это было полезно и строителям, и поставщикам оборудования.

— **Это и в самом деле потом сказывается на продажах?**

— Косвенно да. Но семинары мы проводим не ради прибыли. В основном это поиск обратной связи. Наша политика — вести прямой диалог на языке покупателя. Мы — консультанты для своих клиентов, а не просто торговые посредники.

— **Региональная специфика каким-то образом отражается на стратегии продаж?**

— А как же! Мы на своей территории, а потому имеем возможность более внимательно следить за любыми изменениями в промышленности и строительстве. Нам, работающим на месте, проще разобраться в сути возникающих проблем и предложить эффективное решение.

Есть в работе регионального представительства и еще один важный момент — эмоциональный. Новосибирский офис, как и другие представительства, отвечает за сибирский регион в целом. Поэтому я много езжу по Сибири, могу сам наблюдать за работой нашего оборудования в условиях производства, на стройплощадках. Мне лично это дает ощущение причастности и позитивный заряд на будущую работу.