

В бизнесе не лю



«Хегох готов быть сильным партнером для российских полиграфистов»

Крис Говьер, Хегох

Несмотря на экономический кризис, компания Хегох продолжала активно развиваться. Доказательство тому – появление на рынке новой модели печатной машины Xerox Color 1000. «Чтобы сохранить лидерские позиции, нужно постоянно двигаться вперед», – уверен менеджер по стратегическому планированию и операционной деятельности на развивающихся рынках Xerox Corporation Крис Говьер.

Интервью: **Елена Бондаренко**

Как экономический кризис сказался на деятельности вашей компании?

Наша фирма, как и большинство крупных компаний, тоже пострадала во время рецессии. Пришлось сократить инвестиции в маркетинговую активность и снизить непрофильные расходы. В качестве основной мы поставили перед собой задачу помочь нашим клиентам выйти из кризиса как можно более сильными и успешными, провести их через пороги рецессии с наимень-

шими потерями. Для нас каждый заказчик – это прежде всего партнер. Мы понимаем, что успешность клиента гарантирует и наш успех.

В сложной экономической ситуации мы оказывали максимальную поддержку нашим заказчикам. Так, специалисты Хегох постоянно работали с предприятиями, где установлены наши машины, оптимизировали их производственные процессы, чтобы улучшить эффективность работы и сократить издержки. Здесь мы вели работу по нескольким направлениям: занимались как усовершенствованием оборудования, так и оптимизацией бизнес-процессов клиентов. Кроме того, мы помогали нашим партнерам находить новые рыночные ниши, чтобы ускорить возврат средств, которые были инвестированы ими в новые решения и технологии.

Продолжались ли в Хегох исследования и выпуск новых моделей?

Если компания является одним из лидеров рынка, то она заслужила это высочайшим уровнем сервиса и предлагаемых технологий. Лидерство в бизнесе не достигается в одночасье – потребовалось много времени, чтобы завоевать эти позиции. И чтобы их сохранить, необходимо развиваться, даже если экономическая ситуация требует сокращения расходов. Поэтому мы продолжали наши исследования и разрабатывали новые продукты. Один из них – Xerox Color 1000 – новинка Irex 2010, которая пользовалась на выставке большим успехом. Этот продукт мы создавали последние пять лет.

Конечно, как и большинство компаний в кризис, наша фирма стала очень внимательно относиться к тому, куда вкладывать деньги. Мы сократили инвестиции в некоторые не столь значимые для нас области, однако продолжали и продолжаем разработку тех продуктов, которые обеспечивают нам прочные лидирующие позиции. Исследования были и остаются для нас стратегическим направлением.

При продаже оборудования предпочтительнее заключать сервисный контракт? Что это дает покупателю?

За те 30 лет, что мы работаем на рынке печатных технологий, мы поняли, что в бизнесе коммерче-

БЯТ СЮРПРИЗОВ

ской печати и graphic arts людям очень важно точно знать, сколько будет стоить их работа и какие ожидаются издержки. В этом вопросе нужна четкость и неприятельмы сюрпризы. Сервисный контракт дает нашим клиентам полное и ясное представление о стоимости каждого оттиска независимо от того, что происходит с печатной машиной. В этом случае они уверены, что тот уровень затрат, который они запланировали, будет оставаться постоянным. А значит, легко можно «рассчитать» свой бизнес и определить, в какой рыночной нише позиционировать свои услуги.

Контракт включает поставку расходных материалов, сервисное обслуживание и замену ресурсных деталей – все это работы по обслуживанию и настройке машины, не входящие в зону ответственности оператора. Наши клиенты не обязаны заключать сервисный контракт, но, как правило, они предпочитают иметь его, так как понимают, что это удобно.

Не означает ли практика заключения подобных контрактов, что машина может быть недостаточно надежной и придется часто обращаться за сервисной поддержкой?

Я уверен, что Xerox делает очень надежное оборудование, ведь для нас это один из ключевых параметров. Речь идет не столько об устранении поломок, хотя, как и в любой технике, они могут случиться, сколько о поставках тонера, замене ресурсных деталей, учете труда инженера и т.д. на регулярной основе. Заключив контракт, наш покупатель точно знает, сколько он на это потратит. Мы используем систему сервисных контрактов последние 25 лет и стали одними из лидеров отрасли. Это и является основным показателем того, что данная форма сотрудничества является эффективной и нравится нашим клиентам.

Мы заинтересованы в том, чтобы наши партнеры были успешными в бизнесе, поэтому стараемся снижать стоимость контракта. В частности, планируем, что некоторые операции по замене ресурсных деталей, которые раньше производили наши сервис-инженеры, теперь смогут самостоятельно выполнять операторы.

Вы говорите о лидерстве Xerox. В чем оно выражается?

Ни у одного из производителей нет такой широкой и сильной линейки промышленных систем печати, как у Xerox, – от очень простых Xerox 700 до iGen4. Таким образом, мы можем называться лидерами по спектру предлагаемых продуктов. Нас также можно назвать лидерами по тому, как клиенты принимают наши бизнес-решения. Как правило, мы работаем с одними и теми же компаниями много лет – регулярно обновляем оборудование у имеющих уже клиентов. Значит, они доверяют нам и дорожат нашими крепкими партнерскими отношениями.

Другая сторона лидерства – инновации и новые технологии, которые Xerox регулярно выводит на рынок. Речь идет не только об оборудовании, но и об организации рабочих процессов. Как правило, чтобы в полной мере воспользоваться всеми преимуществами внедряемых нами технологий, нужно оптимизировать бизнес-процессы на предприятии. Когда они налажены и установлены самые современные машины, важно донести все эти преимущества до целевой аудитории. Мы помогаем нашим партнерам развивать бизнес – грамотно строить работу со своими клиентами. Например, проводим совместные акции, куда приглашаются и клиенты наших клиентов, рассказываем о преимуществах технологий, новых возможностях, которые наш клиент может обеспечить своим клиентам. Специалисты Xerox вместе с полиграфистами посещают крупных потенциальных заказчиков и помогают получить заказ. Установка машины для нас – успех, но еще большим достижением является рост объемов печати у нашего клиента. Таким образом, мы удерживаем лидерство в трех ключевых областях – это правильная бизнес-модель, верная технология и правильный продукт.

Большинство полиграфистов знают, как печатать, но имеют недостаточное представление о том, как продавать свои услуги. Наша задача – показать им, как найти наилучшие возможности для получения добавленной стоимости. Если мы поможем нашим клиентам стать более успешными, выиграют все и выиграет бизнес.

Вам приходится решать задачи по стыковке офсетных и цифровых машин?

Если вы продаете оборудование для печати, то, естественно, возникнет необходимость его стыковки с другими моделями. И таких случаев у нас много. Мы активно устанавливаем оборудование в традиционные офсетные типографии, причем не на замену офсетных машин, а в дополнение к ним. Часто бывает, офсетная типография печатает большие тиражи на офсетной машине, а на цифровой планирует изготавливать те же тиражи с переменными данными, пробную печать или небольшие тиражи. Так что нужно, чтобы эти два потока взаимодействовали между собой. У Xerox есть программное обеспечение, способное их соединить.

Xerox Color 1000 – новейшая модель в линейке компании. Как вы оцениваете рынок для ее внедрения?

Запуская Xerox Color 1000, мы ориентировали эту машину на сегмент печати от 80 до 100 стр./мин, где клиентам нужны большая гибкость, простота в управлении машиной и высокое качество оттиска. На мой взгляд, машина отвечает этим условиям. Могу сказать, что у нас есть клиенты, которые дополняют работающее у них высокопроизводительное оборудование машиной Xerox Color 1000. Возможно, впоследствии сегодняшние его покупатели купят и iGen.

Насколько российский рынок перспективен для компании Xerox?

Мы считаем Россию одним из самых важных развивающихся мировых рынков наряду с Бразилией, Индией и Мексикой. Дело не только в размере и количестве потенциальных покупателей цифровых машин. Русские люди всегда стремятся к новому, быстро принимают и внедряют инновации. Нам важно сохранить здесь свои лидерские позиции. Поэтому мы будем по-прежнему помогать российским полиграфистам в поиске правильных путей расширения бизнеса, а также инвестировать в исследование и разработки новых технологий и популяризацию их на российском рынке. ■

«Русские люди всегда стремятся к новому, быстро принимают и внедряют инновации»

Крис Говьер, Xerox