



МЕНЮ

[Главная](#) > [Интервью](#) > Основная задача для нас — смена имиджа

ОСНОВНАЯ ЗАДАЧА ДЛЯ НАС — СМЕНА ИМИДЖА

поделиться <

28.02.2017

Игорь Геннадьевич Овсянников, Генеральный директор Geely Motors в России, специально для autogoda.ru



— В 2010 году Geely приобрела компанию Volvo и сейчас представляет на российском рынке новую модель бизнес-класса под этим брендом. Можно ли расценивать это событие как заинтересованность Geely в освоении премиум-сегмента?

— В планах компании Geely нет задачи сделать бренд Geely премиальным. В 2010 году мы действительно приобрели 100 % акций компании Volvo Cars, и в нашей корпоративной структуре именно автомобили Volvo являются премиальным продуктом (какими они были и до 2010 года), а Geely, как и раньше, будет ориентироваться на массового покупателя. Тем не менее политика руководства корпорации такова, что отныне любой продукт, сходящий с любого нашего конвейера, должен быть качественным вне зависимости от класса автомобиля.

На российском автомобильном рынке в сегменте доступных автомобилей выделился еще один субсегмент — Low Cost. К нему принято относить простые, непритязательные транспортные средства, способные доставить водителя и пассажиров из пункта А в пункт Б, но не более. Комфорт, оснащение, надежность, — эти и многие другие понятия для таких автомобилей второстепенны. Так уж сложилось, что продукция компании Geely ассоциировалась именно с субсегментом Low Cost. Но теперь это в прошлом.

Последние полтора года работы в Китае показывают, что выбранная стратегия верна. Модель Emgrand GT была показана первой из нового модельного ряда под названием Generation 3, и эта машина стала вестником новой эры в развитии бренда Geely. За ней последовали и другие автомобили с новым фирменным лицом, логотипом и, что важнее всего, совершенно иным представлением об уровне качества. Результаты не заставили себя ждать: если в 2015 году было реализовано 500 тыс. автомобилей Geely, то уже в 2016-м этот показатель достиг уровня 765 тыс.

– На сегодняшний день мы уже знаем три логотипа Geely — суббренд Emgrand. Как будут позиционироваться модели Geely в связи с изменением корпоративной политики?

— Начнем с того, что суббренда Emgrand больше не существует. В 2018 году появится промежуточный бренд между Geely и премиальным Volvo — LynCo. Он был представлен в сентябре 2016 года.

В 2010 году мы поддались общекитайской тенденции по созданию нескольких премиальных линеек в рамках своего модельного ряда. Практика показала, что этот «зоопарк» брендов препятствует пониманию покупателями того, что это в конечном итоге за бренд. Поэтому мы решили отказаться от суббрендинга и унифицировать логотип. Черно-красный знак был очень тепло принят рынком, поэтому он лег в основу нового черно-синего логотипа, который стал отличительной чертой всех автомобилей Geely третьего поколения.

— Главная новинка этого года от Geely — модель Emgrand GT. Какое место в итоге она должна занять на рынке?

— У каждого автомобиля есть те или иные характерные показатели. Emgrand GT имеет ярко-выраженные черты бизнес-седана. Длина этого автомобиля составляет без малого 5 метров. Соответственно, его уже довольно трудно рассматривать исключительно как утилитарное транспортное средство для поездок, например, на дачу. Но длина — это не единственная бизнес-черта седана Emgrand GT. Он имеет соответствующее внешнее и внутреннее оформление. Так что это первый наш продукт, который мы рассматриваем как полноценного участника автомобильного «бизнес-сообщества».



Но в Geely Emgrand GT для нас самое главное не то, к какому именно классу относится этот автомобиль, а то, что он стал «водоразделом» между прежним и новым Geely.

У бренда есть определенная политика и стратегия, которой мы неукоснительно следуем. Мы лишены иллюзий и прекрасно понимаем, какое количество проблем предстоит решить на нашем пути. Изменение менталитета — это очень долгий, кропотливый процесс, но если ничего в этом направлении не делать, то само собой чуда, разумеется, не произойдет.

Geely не собирается останавливаться на модели Emgrand GT. За ней на российский рынок выйдут и другие новинки, в том числе и на новых платформах.

Сейчас мы заявляем о себе не просто как о компании, у которой в производственной гамме есть некий набор автомобилей, а как об активном игроке в каждом из сегментов автомобильного рынка. Этот путь в свое время прошли японские производители. По нему сейчас идут корейские бренды. Поэтому весь вопрос лишь в том, насколько быстро преодолеть это расстояние.

Вывод на рынок новой модели Emgrand GT — это, скорее, не средство зарабатывания денег, а инструмент изменения мнения о бренде.

Не стоит сбрасывать со счетов и то обстоятельство, что трансформации подвержено и понятие статусности. Где-то, как и прежде, положение будет обязывать приобретать продукцию исключительно большой немецкой тройки, но там, где рамки менее жесткие, вполне допускается переход на японский или корейский бизнес-класс. Мы, в свою очередь, рассчитываем на то, что среди многомиллионной армии российских автолюбителей обязательно найдутся те, кто захочет выделиться из общей черно-хромированной массы. Ведь для многих важен не только статус, но и возможность быть не таким, как все.

Опять-таки, не стоит сбрасывать со счетов фактор цены. После значительного ослабления курса рубля по отношению к основным мировым валютам стоимость многих автомобилей бизнес-класса стала для компаний и их руководителей весьма ощутимой. Большинство одноклассников Emgrand GT даже в базовой комплектации изначально дороже, чем наше предложение с полным пакетом опций.

К тому же если раньше российские покупатели мало заботились о таком понятии, как «стоимость владения автомобилем», то сейчас кризис всех научил считать деньги.

Поэтому наше предложение с изначально более низкой ценой и экономичными моторами объемом 1,8 и 2,4 л выглядит более привлекательно, чем у конкурентов.

Но, разумеется, мы только открываем для себя этот сегмент, и сразу тягаться с мэтрами бизнес-класса на равных — практически невозможно. По этой же причине мы не стали представлять Emgrand GT с двигателем объемом 3,5 л, поскольку в этом сегменте уже совсем другие игроки и другие покупатели, где нам конкурировать еще сложнее. К тому же сразу выводить на рынок новинку с большим набором силовых агрегатов — слишком затратно и рискованно.

Вывод на рынок новой модели Emgrand GT — это, скорее, не средство зарабатывания денег, а инструмент изменения мнения о бренде.



— Вы сказали, что Emgrand GT — это начало новой эры для Geely. А чем еще вы планируете порадовать российских клиентов в обозримом будущем?

— Продажи Emgrand GT начались 18 февраля. Через четыре месяца в Белоруссии будет запущен в производство новый кроссовер Geely Atlas, он же — NL-3. Это первый автомобиль, который будет выпускаться на данном заводе по технологии CKD с полной сваркой и окраской кузовов. А через два месяца с этого же конвейера должен сойти еще один кроссовер — NL-4, который в продаже будет носить название X7, уже знакомое российским покупателям. Тем не менее это будет принципиально новая модель. Таким образом, в течение 2017 года мы планируем вывести на российский рынок три новых модели. В 2018-м мы рассчитываем начать продажи нового Emgrand 7, Emgrand Cross и еще одной модели — нового кроссовера B-класса.

— Вы сказали, что Emgrand GT — это начало новой эры для Geely. А чем еще вы планируете порадовать российских клиентов в обозримом будущем?

— Продажи Emgrand GT начались 18 февраля. Через четыре месяца в Белоруссии будет запущен в производство новый кроссовер Geely Atlas, он же — NL-3. Это первый автомобиль, который будет выпускаться на данном заводе по технологии CKD с полной сваркой и окраской кузовов. А через два месяца с этого же конвейера должен сойти еще один кроссовер — NL-4, который в продаже будет носить название X7, уже знакомое российским покупателям. Тем не менее это будет принципиально новая модель. Таким образом, в течение 2017 года мы планируем вывести на российский рынок три новых модели. В 2018-м мы рассчитываем начать продажи нового Emgrand 7, Emgrand Cross и еще одной модели — нового кроссовера В-класса.

— Каким вы видите будущее бренда Geely в России? Какие задачи ставите перед собой на ближайшее время?

— В настоящее время основная задача для нас — смена имиджа. Даже вывод на рынок новой модели Emgrand GT — это, скорее, не средство зарабатывания денег, а инструмент изменения мнения о бренде. Мы начали продажи новинки в 10 крупнейших городах страны, тем не менее мы не рассчитываем на моментальное достижение каких-то феноменальных результатов. Emgrand GT — это наш первый шаг на пути к тому, чтобы отношение к бренду Geely кардинально изменилось. Этот автомобиль призван произвести революцию в сознании не только покупателя, но и продавца. Для достижения поставленной цели нам, помимо всего прочего, необходимо научить дилеров продавать Geely по-новому, на уровне лучших мировых стандартов качества и обслуживания. Для выпуска этой модели в Белоруссии был построен абсолютно новый завод с современным оборудованием и передовыми технологиями производства. Все вместе это должно подготовить клиентов к выходу на рынок нашей следующей модели — Geely Atlas. AG