



Россия: страна и рынки с большими возможностями

Интервью с Юргеном Фриком,
директором металлургического дивизиона,
Lechler GmbH

Чем занимается Ваша компания? Какие продукты вы предлагаете?

Мы являемся лидером на рынке технологий распылительных форсунок и систем распыления, а также номером один в Европе. Мы понимаем требования клиентов и как никто другой находим оптимальные решения.

ENGINEERING YOUR SPRAY SOLUTION - это наше обещание и требование к продукции, которое мы устанавливаем сами к себе в интересах наших клиентов. Частью наших решений являются распылительные форсунки и системы для различных применений, которые мы производим в шести фабриках по всему миру. Наши клиенты в основном работают в следующих отраслях: технология обработки поверхностей, продукты питания и напитки, химикаты, металлургия (сталь и алюминий), цемент, технологии электростанций, сельскохозяйственная техника (защита растений).

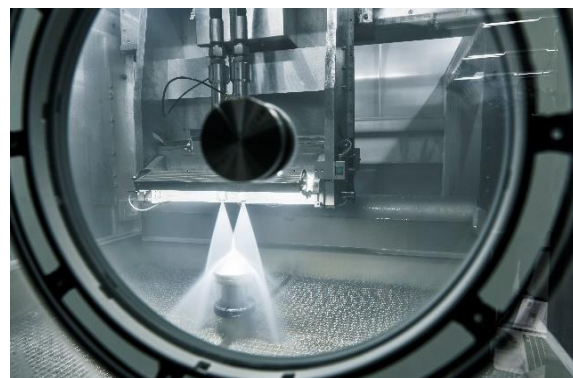
Почему Lechler решил выходить на российский рынок?

Уже в 2003 году мы начали активно налаживать сбыт в России, сначала в сталелитейной промышленности и в сельском хозяйстве с насадками для защиты посевов для полевых опрыскивателей. В обеих областях основными критериями для принятия решения были потенциал рынка и модернизация методов производства в России. В рейтинге

производства нерафинированной стали Россия занимает пятое место в мире, по производству пшеницы Россия находится на четвертом месте, впереди США. Кроме того, как правило, в России высокий спрос на немецкую продукцию.

Почему Вы приняли решение начать вашу деятельность в России в рамках проекта «Office-in-Office»?

В начале 2016 года мы получили поддержку в организации сбыта в лице одного представителя благодаря предложению коммерческой структуры при Российско-Германской внешнеторговой палате* «Office-in-Office». Особенно во время реструктуризации нашей дилерской сети, такое присутствие в Москве оказалось эффективным решением, так как большое количество задач может быть выполнено намного лучше из Москвы, чем это было бы возможно сделать из Германии.



Как долго Вы работаете с Российско-Германской внешнеторговой палатой и ее коммерческой структурой? Как развивается Ваш проект?

В 2015 году во время выступления представителя Российско-Германской внешнеторго-

вой палаты на мероприятии, организованном IHK Reutlingen, мы услышали о предложении «Office-in-Office» и сразу после мероприятия связались с представительством ВТП в Берлине. После более детального обсуждения в Москве, мы в том же году мы подписали первый контракт и разместили заказ на поиск представителя. Исходя из очень эффективного сотрудничества с коммерческой структурой при Российско-Германской внешнеторговой палате - Центром информации немецкой экономики - и успешной работе в рамках проекта "Office-in-Office", мы решили добавить в него еще одного человека, который начал работу в 2018 году. Оба представителя получают поддержку русскоговорящего персонала из Германии. Эти шаги могут стать фундаментом для прямого участия Lechler в продажах на российском рынке в будущем.

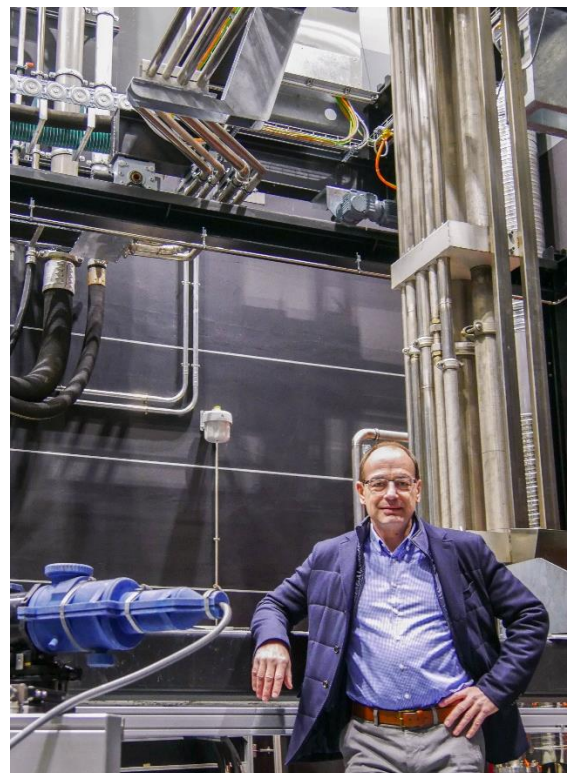
С какими проблемами Вы сталкиваетесь в России?

Необходимость развития наших структур в соответствии с требованиями российского рынка в определенных отраслях и регионах. Как для глобально действующей компании, нам не знакомы языковые особенности, большие географические расстояния или климатические условия в этой огромной стране. Конечно, и в других крупных странах есть аналогичные условия. Особенно бросается в глаза одна особенность, а именно - степень бюрократии с ее бесчисленными формами, печатями, протоколами и процедурами практически во всех сферах экономической жизни. Эта особенность иногда резко противоречит многим современным электронным системам, которые уже ежедневно используются в России, таким как платежные системы, заказ такси и различные локальные системы GPS, которые иногда намного превосходят системы GPS, используемые в Германии.

Какие советы Вы дали бы немецкой фирме, которая на данный момент планирует выходить на российский рынок?

Процесс принятия решения о том, стоит ли выходить на новый рынок и каким образом, не отличается от других даже в случае с Россией. Правильную стратегию каждая фирма

должна разработать самостоятельно. Российско-Германской внешнеторговой палата в Москве является идеальным контактным лицом для решения этой задачи и хорошим источником информации.



*Юрген Фрик,
директор металлургического дивизиона,
Lechler GmbH*

Не претендуя на звание знатока России, я бы вернулся к наблюдениям выше и указал на логистические проблемы, обусловленные географическими расстояниями и климатическими условиями. Клиенты зачастую находятся в очень отдаленных районах на двух континентах. Выбор местоположения, конечно, напрямую связан с этим. Кроме того, по моему опыту, очень важно иметь русскоговорящий персонал на стороне материнской компании, который задействован в ключевых этапах проектов. Помимо цифр, крайне важно иметь очень хороших юридических и финансовых консультантов с большим опытом и значимой сетью контактов, рекомендации которых можно проверить.

*Екатерина Гутынина,
Координатор проектов
Март 2018*

* DEInternational является зарегистрированной маркой немецких внешнеторговых палат. Услуги оказываются Обществом с ограниченной ответственностью «Центр информации немецкой экономики».