

Компания 21.03.2019

«МЫ ГОТОВЫ МЕНЯТЬСЯ»

Томас Штэрцель, глава Porsche в России, делится своим мнением о результатах 2019 года и новой эпохе электромобильности, которая изменит все.

Российский рынок показал снижение показателей в 2019 году, и прогнозы на 2020 год обещают дальнейшее падение. Но результаты Porsche растут второй год подряд. Что является причиной этого успеха и каковы ваши ожидания от будущего года?

Томас Штэрцель: 2019 был рекордным годом для Porsche в России. Он стал счастливыми для наших клиентов, более 6000 из которых осуществили свою мечту. Причин, по которым нам удалось достичь таких исключительных показателей, несколько. Это и дилеры, которые верят в компанию, и наш сильный модельный ряд, где в очередной раз отлично проявил себя Cayenne, и продуманная программа мероприятий.

Например, SportscarTogetherDay, который с успехом прошел на MoscowRaceway и собрал более 1500 гостей. Премиальный сегмент чувствует себя стабильнее массового рынка в России. Показатели Porsche примечательны тем, что мы не теряли, скажем, половину своих продаж при падении рынка, чтобы потом понемногу растить их снова. Перед кризисом мы продавали около 5000 автомобилей в год, и в 2016-17 годах также были весьма эффективны. Так что наши достижения в этом году – это продолжение истории успеха и результат от слаженной командной работы марки и ее дилеров.

Что по поводу 2020?

ТШ: Нам известен прогноз, согласно которому рынок продолжит падение. Мы прогнозируем небольшой рост продаж, и нам придется как следует постараться, чтобы осуществить этот план. Мы рассчитываем, что свой вклад в результаты внесут новые модели Cayenne Coupe и Macan, которые, в отличие от 2019, уже доступны с первого дня нового года. Также в 2020 году у нас будет более широкий выбор спорткаров, которых по разным причинам у нас не было в прошлом году. Клиентов ждут несколько премьер среди модификаций GTS, которые добавят спортивных ноток сразу в несколько модельных рядов. А также в конце года нам предстоит открыть новую эру электромобилей.

Вы в России 11-й год, у вас огромный опыт. Опираясь на него, можете ли вы описать предполагаемый объем рынка для Porsche? Каких результатов марка может добиться, скажем, через 10 лет?

ТШ: За время, что я работаю в России, произошло большое количество изменений. Мы видели, как российский рынок вырос до серьезного уровня, а потом сократился практически в два раза. Сегодня мы наблюдаем, как европейский автопром проходит сквозь важнейшие изменения под воздействием законодательных ограничений. Сейчас можно сказать точно, что это окажет влияние и на российский рынок. В том числе и на результаты Porsche. Мы видим, как меняется поведение потребителя. Сейчас клиент по-прежнему ориентируется на внедорожники, но уже в ближайшее время стоит ожидать смены вектора. Я думаю, что самой большой задачей для нас в ближайшие 5-7 лет будет не определенный объем продаж, а выбор направления развития потребительского спроса. Что будет с рынком услуг мобильности – оперативного лизинга, каршеринга, райдшеринга? Как создать правильное предложение на нем? Как можно получать прибыль на рынке

этих услуг? Это сильно отличается от тех задач, которые мы решали раньше: сделать лучший спорткар на рынке и показать его сильные стороны потребителю. Задача усложняется. У нового поколения совсем иные запросы, и мы много работаем над тем, чтобы понять их. Поэтому нам нужно одновременно работать над двумя разными бизнес-задачами: усиливать наши текущие позиции и одновременно разрабатывать новые предложения. Цифровая трансформация, умные города – в России все это развивается семимильными шагами. В каких-то аспектах – например, с точки зрения каршеринга, цифровых сервисов – Москва является одним из ведущих городов мира. Поэтому нам нужно работать много и быстро, чтобы обеспечить Porsche место на рынке завтрашнего дня. И при этом нельзя забывать, что мы должны остаться маркой с особым подходом. Какие бы продукты и услуги мы не разрабатывали, бренд Porsche должен оставаться безошибочно узнаваемым.

В 2019 были открыты новые дилерские центры. Планируете ли вы дальнейшее расширение дилерской сети в 2020 году и далее?

ТШ: Все верно, в прошлом году у нас открылось два дилерских центра в регионах – в Минеральных Водах и в Ижевске. Мы растим наш региональный сегмент, рассчитывая на то, что за пределами больших городов в России будет появляться все больше поклонников Porsche. В этом году мы планируем открыть два новых дилерских центра в Москве и Санкт-Петербурге. В целом, мы очень довольны нашей сетью партнеров и считаем, что она позволяет нам добиваться отличных результатов продаж. Мы не планируем кардинального расширения сети в ближайшем будущем и взамен сосредоточимся на повышении прибыльности.

Электромобильность – революция, которая началась с представления модели Taycan. Если Европа к ней готова, то отсутствие зарядной инфраструктуры, политической воли и стимулирующих инициатив в России оставляет много вопросов... Как вы планируете преодолевать разрыв между европейским видением и русской реальностью?

ТШ: Выход любой новой технологии – всегда загадка. 120 лет назад вряд ли кто-то думал, что автомобили будут настолько распространены, как сейчас. Но кто-то должен быть первым, чтобы показать, что это работает. В случае с электромобильностью Porsche является настоящим пионером подобной технологии. Российские клиенты марки демонстрируют заметный интерес к этой теме. Вообще это очень характерно для жителей Москвы и Санкт-Петербурга, они с удовольствием изучают и пробуют новые модели. За первые два месяца начала продаж Porsche Taycan мы приняли 150 подтвержденных депозитами заявок, что гораздо выше наших первоначальных ожиданий. Это внушает надежду на отличные результаты будущих моделей с электрическим приводом.

Безусловно, нужно трезво оценивать состояние инфраструктуры в России. Если мне завтра скажут: вы должны продать 5000 электромобилей, я скажу, что это невозможно. Но если брать в расчет, как быстро все меняется, особенно здесь, в Москве, то можно рассуждать с осторожным оптимизмом. .

Любым новым технологиям нужна поддержка со стороны государства, и я думаю, что власти Москвы должны быть заинтересованы в новом типе транспортных средств не только потому, что это экологично, но и потому, что это показывает столицу с лучшей стороны. В первую очередь поддержка должна касаться развития зарядной сети. Надо понимать, что, когда появился первый автомобиль, дороги для него построили не сразу. Но сейчас электромобиль просто не имеет смысла, если нет инфраструктуры. Поэтому мы с нашими коллегами из Volkswagen и из представительств других автокомпаний также разрабатываем конкретные шаги, которые помогут внести лепту в развитие такой сети.

Каковы планы компании по поводу модели Taycan в этом году?

ТШ: Porsche Taycan будет представлен в этом году. Мы тщательно готовимся к приезду первых машин, работая с дилерами и налаживая зарядную инфраструктуру. В Москве, Санкт-Петербурге и регионах мы планируем несколько мероприятий перед запуском автомобиля, где мы покажем модель живьем.

Также у нас планируется масштабная коммуникационная кампания. Нам предстоит изменить сознание клиентов, переориентировать их на совершенно новую технологию. И поэтому нам нужно познакомить их с

процессом зарядки и другими важными особенностями автомобиля. Необходимо рассказать, как работает электромобиль, чего не надо бояться, чтобы у всех были необходимые знания и о технологии, и о машине.

Эти 150 первых заказчиков даже не видели машину живьем, верно?

ТШ: Некоторые из них были приглашены нами на Автосалон во Франкфурте, где автомобиль был представлен живую. Что интересно, многие из них не являются клиентами Porsche. Они очень заинтересованы в технологии, и мы планируем познакомить их с маркой, историей и ценностями бренда.

Центр вождения Porsche в России за пять лет добился отличных результатов: 26 000 участников, эффективная команда профессионалов, множество программ... Как вы оцениваете вклад, который Центр вносит в увеличение продаж автомобилей Porsche в России?

ТШ: Это был большой эксперимент. Подобные центры в том или ином виде были у других автопроизводителей, но для нас самым главным было то, что мы должны были сделать Центр вождения только на настоящей гоночной трассе. В тот момент, когда мы начинали это обсуждать, автодрома MoscowRaceway еще не существовало! Сейчас, оглядываясь назад, я могу сказать, что это лучший способ знакомства с Porsche – на безопасном автодроме, где можно получить множество впечатлений от возможностей спорткара. Мы продолжаем развивать наши программы, работая на протяжении 10 месяцев в году. В свое время команда Центра вождения стала первой, кто начал продавать свои продукты онлайн. И их работа доказала свою эффективность – по нашей статистике благодаря Центру вождения Porsche у нас появилось около 400 новых покупателей.

Киберспортивный чемпионат PorscheEsportsChallenge, который проводится второй год, стал отличной возможностью оказаться за рулем Porsche, пусть и только в виртуальном пространстве. Планируете ли вы развивать его?

ТШ: Это новая форма автоспорта, а мы компания, которая создает спорткары, – здесь наша связь очевидна. С этим проектом мы получили специальную международную маркетинговую награду, а в самом соревновании второй год подряд принимают участие тысячи людей. Безусловно, не все из них могут позволить себе Porsche. Но мы можем дать им шанс соприкоснуться с брендом, чтобы они могли почувствовать, увидеть, на чем мы делаем акцент. Ценности меняются, и мы не всегда можем убедить клиентов теми аргументами, что имели большой вес пятьдесят лет назад. Мы должны быть актуальными и следить за трендами. Виртуальные гонки – один из примеров.

Возвращаясь к разговору о модельном ряде: Macan, который занимает второе место по продажам в России, в следующем поколении больше не будет производиться с бензиновым двигателем и получит электропривод. Скажется ли это негативно на продажах и результатах марки в России?

ТШ: Я буду откровенен – это большой вызов для нас. Если бы продажи Macanсэлектроприводом стартовали сейчас, у нас была бы проблема из-за отсутствия инфраструктуры. Но впереди еще 5-6 лет, и ситуация сильно изменится. Тем более, что технологии не стоят на месте, и я уверен, что к моменту дебюта компактного внедорожника с электрическим приводом у него будут лучшие показатели на рынке. Да, нам придется адаптировать свою бизнес-модель, но мы уже знаем, что к 2025 году каждый четвертый выпускаемый Porsche будет иметь электропривод. Это глобальная стратегия компании, и мы будем ей следовать. А постоянное изменение – это нормальная ситуация для сегодняшнего мира.

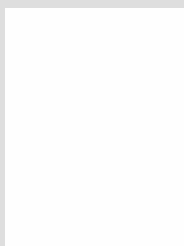
К тому же исследования показывают, что фактор двигателя не является решающим при покупке для большинства российских покупателей в сегменте SUV – в отличие, например, от той части владельцев-энтузиастов, которые выбирают 911. Мы уже проходили подобную ситуацию с дизельными двигателями. Доля машин с мотором на тяжелом топливе в сегменте SUV составляла от 70-80%. Но после того, как мы отказались от производства дизелей, наши продажи не упали, мы полностью компенсировали их бензиновыми и гибридными вариантами. Это

не значит, что в случае с электромобилями ситуация повторится вплоть до мельчайших деталей, но в любом случае мы готовы меняться. Мы проходили через значительные изменения, когда появился Boxster. Никто не ожидал от нас таких моделей, как Cayenne и Panamera. И мы уже удивили всех снова с Taycan.

Продажи модели 911 в 2019 году упали, а в 2020 году планируется появление героя нового времени – Taycan. Как появление спорткара с электроприводом повлияет на позиции 911?

ТШ: Я хочу сразу сказать, что снижение продаж 911 в 2019 году связано не с падением интереса к модели, а чисто с техническими проблемами: к сожалению, мы не имели достаточно машин в наличии. В 2020 году эта ситуация изменится, и Porsche 911 вернется на свои позиции.

Действительно, Taycan – это спорткар, который наверняка будет привлекать клиентуру 911, которой нравятся новые технологии. Но мы рассчитываем, что это будет не замена, а параллельное владение, потому что эти модели дарят совершенно разные эмоции. Porsche 911 абсолютно невозможно чем-то заменить, это уникальный автомобиль. И я думаю, что продажи легендарного спорткара останутся на стабильном уровне. А клиенты Taycan будут приходить из других модельных линеек Porsche. И даже, как я уже говорил, с улицы. Новых клиентов привлекают технологии нового уровня, цифровая трансформация и имидж трендсеттера, который появился у Porsche с момента разработки Taycan. Но уверенно говорить о том, как это будет, пока рано. Время покажет.



Оксана Хартонюк

Директор по связям с общественностью и прессой

+7 495 980 9911

oksana.khartonuk@porsche.ru

Link Collection

Link to this article

<https://newsroom.porsche.com/ru/2020/company/kopie-ru-porsche-company-interview-thomas-sterzel-20283.html>

Медиа-пакет

<https://newsroom.porsche.com/media-package/kopie-ru-porsche-production-interview-albrecht-reimold-taycan-911->