

Koimpex S.r.l.:

нет хороших отношений с потенциальными клиентами —
нет и хорошего бизнеса

Koimpex S.r.l. является одной из ведущих мировых компаний в области внедрения современного оборудования и технологий в деревообрабатывающей промышленности. Руководство компании всегда придает исключительное значение качеству своих предложений, гарантирует заказчику оптимальные решения в полном соответствии с потребностями конкретного предприятия.

Президент компании Wojmir Косман убежден: именно производственная философия компании, основанная на исключительных отношениях с партнерами и клиентами, — залог успешной деятельности Koimpex S.r.l



— **Насколько актуальна для вас выставка в Римини?**

— Выставка, на которой представлены новые технологии и самые современные образцы оборудования, всегда актуальна для того, кто стремится к постоянному самосовершенствованию, кто готов видеть и понимать перспективу развития, как собственную, так и всей отрасли.

С момента основания Koimpex S.r.l. прошел уже 31 год, и весь секрет успеха компании заключается в том, что только с постоянно новыми идеями и решениями, с хорошо выстроенными доверительными отношениями с клиентами можно долго и успешно работать на рынке.

Безусловно, в несколько предыдущих кризисных лет случился серьезный спад, в том числе и у нас, и у заказчиков. Но уже

в минувшем году проявилась позитивная динамика, сейчас все очень хорошо идет, и, думаю, будет еще лучше. Достаточно сказать, что первая половина нынешнего года является, наверное, одной из самых эффективных за все время деятельности фирмы.

— **По характеру своей деятельности Koimpex S.r.l. является компанией-продакшн?**

— Да. Но это не значит, что мы не нужны, что являемся лишним элементом в цепочке «производитель — потребитель», как считают некоторые. Серьезная проблема производителей в том, что они делают хороший качественный товар, но при этом зачастую не знают, как правильно его продвигать и продавать.

Поэтому есть компании, которые занимаются непосредственно выпуском продукции — это их основная задача, ну а коммерцию должны делать дилеры. Это тоже профессия, и при подобном комбинированном подходе все во много раз лучше получается.

Koimpex S.r.l. — коммерческая фирма, имеющая эксклюзивное право представлять на рынке многие известные бренды. Однако мы не только реализуем их продукцию, но и предоставляем заказчикам соответствующий сервис, организуем для них поездки на предприятия, чтобы показать, что производят, как делают, проводим обучение персонала. Все это у нас получается во много раз эффективнее, нежели попытки предприятий заниматься прямыми продажами. И это не мы придумали, во всем мире так. Подобная специализация — метод, проверенный историей, как наиболее эффективный для промышленного развития.

Но при этом нельзя говорить, что мы предоставляем абсолютно весь спектр оборудования от лесопиления до производства мебели.

Есть такое понятие, как выбор приоритетов. Деревообработка очень разнообразна, а если вести речь о металлообработке — то это вообще бесконечная тема. И заниматься всем подряд просто нет смысла — иначе так же можно все и потерять. Соответствующим образом мы подбираем и бренды для сотрудничества.

— **Какая фирма из тех, что вы сегодня представляете, ходит у вас в «новичках»?**

— Относительно недавно было начато сотрудничество с CMS Industries. В течение последних лет это компания значительно расширила свою производственную программу, в которой сегодня представлены различные группы обрабатывающего оборудования, отвечающие самым современным требованиям. Это было определенным прорывом, достигнутым за счет усовершенствования технических характеристик оборудования и использования различных «ноу-хау» для обработки самого широкого спектра материалов.

У CMS очень сильные проектанты, готовые взяться за выполнение самых трудных задач, создать специальный станок или предложить особое технологическое решение. Они никогда не отказываются от рассмотрения сложнейших вопросов — хотя порой кажется, что их нельзя решить вообще, что подобное невозможно в принципе.

— По каким критериям вы выбираете бренды для сотрудничества?

— Представлять хороших производителей — важный момент сам по себе. Мы работаем со многими фирмами, продукция которых известна во всем мире, стоит упомянуть их название — и достаточно, все понимают, какой это уровень. Однако для нашей деятельности этого мало — необходимо также очень хорошо знать и их производственные программы, понимать, как их презентовать.

Мы не каждому производителю даем возможность представлять свой бренд через Koiprex S.r.l., а есть и фирмы, с которыми работаем постоянно с момента основания нашей компании, и это тоже многое значит. Необходимо понимать и выбирать, при сотрудничестве с кем ты будешь поддерживать собственный высокий технический уровень. Поэтому те, кто делает простые станки или рейсмусы, нам просто не интересны.

Это в первом приближении мы как бы стремимся продавать, а по сути стараемся внедрять в производство новые технологии, повышать уровень его автоматизации и так далее. Резюмируя — при работе с любым заказчиком стремимся делать его производство более современным, отвечающим не только требованиям сегодняшнего дня, но и с учетом перспектив развития. К этому стремится весь мир, все предприятия и производители.

Сегодня в технологических условиях каменного века вряд ли представляется возможным произвести промышленную продукцию, отвечающую современным тре-

бованиям. Необходимо очень быстро реагировать: есть на рынке современные станки с ЧПУ, есть автоматика и электроника — не надо покупать его, чтобы просто стояло. Все это должно работать сегодня, и работать постоянно.

— То есть помимо сервиса самого высокого уровня, вы оказываете еще и инженеринговые услуги?

— Да, и для этого в штате есть инженеры и проектанты с многолетним опытом работы на ведущих европейских предприятиях. Многие в нашей работе диктуется самим подходом к вопросу: что требуется заказчику? Только в плотном контакте с ним, в режиме равноправного диалога можно понять, как правильно решить поставленную задачу. Пусть и не на все вопросы мы можем ответить, но для большей их части решение будет найдено.

В той же России еще 20 лет назад на производстве присутствовала большая доля ручного труда, и этими вопросами особо никто не занимался. А сейчас такого уже нет — все строится на принципах максимальной оптимизации производственных процессов. Еще недавно мы подписывали контракт на поставку линий, где работало 60 человек, а сейчас собираемся поставлять аналогичную линию, которую будут обслуживать 4 человека! Все полностью автоматизировано, доля людского участия минимальная, а производительность при этом увеличивается в 2 раза.

В данном случае речь идет о линии для мебельного производства, но сегодня у нас есть соответствующие решения и для плит, и для обработки древесины.

— Как давно вы вышли на наши рынки?

— В 1988 году, когда еще существовал Советский Союз. Это был один из первых выходов Koiprex на внешние рынки вообще, и очень успешный, как показало время. Тогда у нас были и другие направления деятельности: накануне визита королевы Елизаветы II в Москву в 1994 году Koiprex была проведена реконструкция Кремлевских апартаментов. Занимались также оформлением резиденции президента Российской Федерации и здания Госдумы.

Подобного уровня заказы свидетельствуют о качестве нашей работы. Но это не рекламируется — это просто наша работа. Могут лишь сказать, что мы никогда не получали претензий, потому что всегда выполняли то, о чем договорились, что пообещали. Мы всегда хотим сделать качественно, никого не обманывать.

Надо быть честным. Бизнес есть только честный, другое в бизнесе — это криминал.

— Насколько активно вы используете Интернет для распространения собственной информации и для привлечения клиентов?

— Мы понимаем, что современные технологии поиска и получения информации крайне важны — один соответствующий запрос, один клик — и нас уже можно найти в сети Интернет, получить представление о компании, задать вопрос, получить контакт. А затем, как следствие развития этих контактов, и начинается полноценное сотрудничество, начинаются встречи, переговоры, обсуждение, заключение контрактов.

— Приходилось ли вам отказываться от сотрудничества с клиентом, независимо от его желания с вами работать?

— Да, бывают и такие случаи. Все как в жизни. Есть заказчики, с которыми мы готовы работать всегда, а есть — с которыми сотрудничать просто не готовы. Есть люди, которые слушают нас, равно как и мы слушаем их, а есть те, которые сами все знают наперед, а если он все знает заранее — зачем мы ему нужны? Говорить могут все, а вот конструктивно действовать — далеко не многие. А бывают клиенты, с которыми просто очень тяжело работать, их трудно понять. Но таких заказчиков необходимо слушать, услышать и тогда необходимый результат будет обеспечен.

— Что вообще для вас значит отношения с клиентом?

— Необходимо постоянно общаться, периодически встречаться, вне зависимости от достигнутых впоследствии результатов: может, и состоялась сделка в данный момент, а может, и нет. Но это же не значит, что надо отказываться от подобных связей — контакт нужен постоянный. Он очень важен: **нет хороших отношений с потенциальными клиентами — нет и хорошего бизнеса.**

Отношения с клиентом: это — абсолютно, это — на первом месте. Необходимо нормально все организовывать, налаживать соответствующие связи, показывать, как работает наша техническая служба, каков уровень сервиса. Порой не надо говорить о станках, не стоит спорить о технологиях — надо быть вместе и знать друг друга. Без подобных хороших и доверительных отношений нет собственного развития. Это — очень серьезный аспект деятельности. Я всегда акцентирую на нем внимание своих менеджеров, всех сотрудников. Это и есть наше основное преимущество, и это очень важно. 📞