

Acer – новые цели лидера

Прошедший год стал исключительно успешным для компании Acer, которая очень серьезно укрепила свои позиции на глобальном рынке, совершив крупнейшую в своей 30-летней истории стратегическую сделку. Будучи одним из крупнейших мировых производителей персональных компьютеров, с приобретением американской Gateway с ее сильной торговой маркой компания Acer стала третьим по величине мультибрендовым компьютерным вендором в мире.

Рубеж старого и нового календарного года – традиционное время поговорить о том, чем запомнился уходящий год, какие перспективы открываются и какие планы намечаются в наступающем. И наш собеседник на эту тему – глава российского представительства компании Acer Глеб Мишин.

– С какими итогами компания заканчивает 2007 год и что больше всего удовлетворяет вас в проделанной работе как руководителя?

– В течение 2007 года наша компания отгрузила в Россию более 1 миллиона персональных компьютеров. Это беспрецедентный результат. До настоящего момента подобный объем продаж не мог обеспечить ни один из производителей, работающих на отечественном рынке.

В прошедшем году наша компания уверенно подтвердила свое лидерство на российском рынке ноутбуков, где мы занимаем первую строчку, начиная с 2004 года. Согласно данным исследовательского агентства IDC за III квартал 2007 года, наша доля в секторе ноутбуков составила 39,5 %, что

почти в 2 раза выше, чем у ближайшего конкурента. Что касается персональных компьютеров в целом, то здесь мы также первые с долей рынка 17 %.

Как руководитель я, наверное, больше всего горд отличным коллективом специалистов, который удалось сформировать и который, пожалуй, является одним из самых, а может быть, самым эффективным на IT-рынке России.

– Среди задач, намеченных руководством Acer на ближайшую перспективу, – вывод компании на вторую позицию в мире по производству ПК. Какой вы видите роль в этом московского представительства?

– Российский рынок становится одним из наиболее приоритетных для компании. Интерес к продукции Acer в нашей стране растет, о чем, в частности, говорят сведения по отгрузкам ноутбуков, объем которых за год увеличился на 109 % (данные за III квартал 2007 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года), существенно опередив рыночные темпы роста (74,4 %).

Данные продаж дистрибьюторов подтверждают то, что весь объем отгруженной продукции оказывается востребованным. По результатам, полученным российским исследовательским агентством IT Research, доля Acer от общего объема отгрузок ноутбуков со



складов дистрибьюторов в октябре и ноябре составила 36,1 % и 39 % соответственно. Тем не менее, компания, конечно же, ждет от российского офиса, что продажи в России будут расти, по крайней мере, не медленнее, чем на рынке в целом, и на будущий год рост составит не менее 50 %.

– Какие тенденции в развитии IT в мире и России будут учитываться в стратегии компании в первую очередь?

– Если говорить о мировых тенденциях, то прежде всего это фокус на развивающихся рынках, то есть наибольшие инвестиции будут сделаны в страны, где ожидаются наибольшие темпы роста, в такие, как Россия, например. Западная Евро-

па, к сожалению, демонстрирует все признаки насыщения рынка IT-продукцией, и ситуация, думаю, не изменится еще в течение пары лет, когда может начаться новый цикл обновления существующего парка вычислительной техники.

Если говорить о технических аспектах, можно отметить такие тенденции, как смещение основного вектора продаж ноутбуков из профессионального сектора в потребительский, возрастание значения дизайна продукции и уровня технической оснащенности, смена сценариев использования ноутбука в направлении от "калькулятора" к "центру развлечений".

– Ожидаются ли какие-либо изменения в стратегии Acer в связи с приобретением ею компании Gateway?

– С приобретением Gateway Acer становится мультибрендовой компанией. Возможно, уже в ближайшем будущем различные торговые марки будут позиционироваться в разных ценовых сегментах. Скажем, позиционирование Acer сместится в сторону более высокого ценового сегмента, а под маркой Gateway будут выпускаться недорогие настольные ПК и ноутбуки, или наоборот.

– Компания Acer признана на международном рынке как один из наиболее инновационных разработчиков в своем секторе. Каких новых технологических идей можно ожидать от вас в ближайшем будущем?

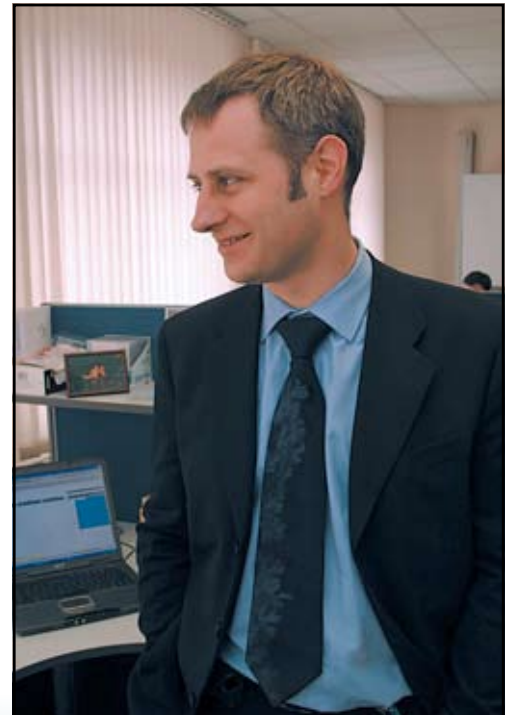
– Одно из основных преимуществ Acer сегодня заключается в том, что мы предлагаем рынку наиболее сбалансированные продукты. Компьютеры приобретаются, как правило, под решение задач определенного класса или вообще одного конкретного приложения. Наипростейший пример – игровые приставки. Зачем в этом случае переплачивать за пустые слоты или излишнюю мощ-

ность, и при этом недополучать необходимые специфические компоненты или интерфейсы системы? Пожалуй, компания Acer первой среди мировых производителей почувствовала смену предпочтений на мировом рынке IT, чем и был, собственно, вызван огромный скачок в объемах продаж нашей продукции во второй половине 2007 года.

Более того, если до настоящего времени при создании новых продуктов разработчик двигался "от технологии к спецификациям и внешнему виду", то теперь эта последовательность изменилась и выглядит так: "от потребителя к дизайну и спецификациям с использованием новейших технологий". Как я уже говорил, в области индустриального дизайна утверждаются все более высокие стандарты, и в этом отношении наша компания всегда была на шаг впереди конкурентов.

– Какое развитие получит технология Empowering Technology – для ноутбуков, настольных ПК и рабочих станций, а также для серверов?

– Empowering Technology – это концептуально новое решение, призванное упростить общение че-



ловека с информационно-вычислительными технологиями, более того, человек, познакомившийся с этой системой на одном из устройств Acer, и в дальнейшем без труда сможет использовать наше оборудование, пусть даже принципиально отличное по своему функционалу. Чем сложнее будет становиться оборудование, тем больше наши пользователи будут нуждаться в таком программном обеспечении.

– Насколько, на ваш взгляд, весомы те преимущества, которые дает компании стратегическое партнерство с Intel и AMD?

– Надо отдать должное компании Intel в том, что она во многом влияет на развитие мирового и отечественного рынка, поэтому в случае, если наши цели совпадают, эффективность нашего совместного продвижения продукции умножается. По поводу нашего сотрудничества с компанией AMD могу сказать, что оно продолжится. В будущем году на рынке появятся новые ноутбуки Ferrari, выполненные, как и все модели этой серии, на платформе AMD. Как и прежде, с выходом новых решений AMD будут появляться наши новые модели, базирующиеся на этих технологиях. Мы будем и дальше стремиться к тому, чтобы наши продукты на об-





новленных платформах появлялись на рынке первыми и наилучшим образом соответствовали ожиданиям и запросам потребителей.

– Как распределяются продажи компании по крупнейшим промышленным регионам России? На каких дистрибьюторов предпочитает опираться компания – на специализированных нишевых или на широкопрофильных?

– По данным исследовательского агентства “Ритейл Аудит”, продукция Асег лучше всего представлена в Северо-Западном федеральном округе, здесь наша доля на полках магазинов составляет более 30 %. В Центральном и Южном округах представленность наших продуктов также несколько выше, чем в других регионах. В целом же продукция Асег поставляется во все крупные регионы России и продажи распределяются более или менее равномерно. В работе с партнерами мы будем опираться прежде всего на круг существующих у нас дистрибьюторов, имеющих надежную репутацию, в независимости от того, как они себя позиционируют.

– А чем вызваны изменения в канале оптовых про-

даж продукции вашей компании?

– Наша новая партнерская программа предусматривает формирование канала сбыта, состоящего из трех групп партнеров: поставляющих продукцию корпоративным клиентам, продающих ее в розницу и действующих через Интернет-магазины. Список компаний, импортирующих технику Асег в РФ напрямую (“мастер-дистрибьюторов”), остался прежним. При этом для оптовых поставщиков были введены две новые категории – дистрибьюторы и оптовые партнеры. Компании, обладающие этими статусами, не закупают технику напрямую, но имеют возможность предложить дилерам продукцию Асег на тех же условиях, что и мастер-дистрибьюторы. Таким образом, новая партнерская программа предусматривает более гибкие условия сотрудничества с нашими оптовиками, она и была разработана с целью обеспечить оптимальные условия для активного развития региональных продаж.

– На сегодняшний день по всей территории России заметно увеличилось количество сервисных центров по обслуживанию продукции вашей компании. Вы принимаете какие-либо меры, чтобы избежать повторения неприятного инцидента, который вы сами назвали “настоящим сервисным кризисом, имевшего место в ваших сервисных сетях год назад?”

– Асег постоянно работает над улучшением качества обслуживания своих клиентов на территории России, и в 2007 году мы совместно с нашими партнерами предприняли ряд важных шагов, которые позволят вывести сервисную поддержку Асег на новый уровень. Мы сделали серьезные инвестиции в формирование складов запасных частей и оптимизацию каналов их поставок. Уже сейчас представительство отмечает уменьшение количества

жалоб на сервисное обслуживание, особенно гарантийное, что свидетельствует об эффективности сделанных нами вложений. Однако мы не собираемся останавливаться на достигнутых результатах как с точки зрения расширения географического покрытия, так и сокращения сроков ремонта.

– Совершенствование системы сервиса вашей компании затронет поддержку одного из ваших наиболее престижных брендов – ноутбуки Ferrari?

– Несомненно. В рамках инвестиционного проекта развития сервисного обслуживания своей продукции Асег предлагает пользователям не имеющий аналогов в России пакет сервисной поддержки продуктов семейства Ferrari. Прежде всего мы постараемся распространить “48-часовую” поддержку на другие регионы и, возможно, распространить такие же условия гарантии на другие продукты Асег. В наших планах на 2008 год начало продаж расширенных гарантий, но для этого нам необходимо найти надежного партнера или выстроить подходящую систему обслуживания с существующими партнерами, в том числе и с точки зрения российского законодательства.

– Ожидают ли российских пользователей какие-либо новинки в продуктовой линейке Асег в новом году?

– Со своей стороны могу обещать, что и в 2008 году Россия останется в числе главных приоритетов компании, и все новейшие технические и дизайнерские разработки будут попадать к нам не позднее, а то и раньше, чем в другие страны, и при этом в необходимом количестве, чтобы удовлетворить любой, даже ажиотажный, спрос на нашу продукцию.

– Хороший ответ, а в части, касающейся предположений, пожелаем в преддверии наступающего Нового года, чтобы ваши слова стали пророческими.

Интервью провел Олег Пеньков