

«ЗАЛОГ НАШЕГО УСПЕХА — ОТЛИЧНЫЕ АВТОМОБИЛИ»

ПОКА УЧАСТНИКИ КВЕСТА В РАМКАХ ПРОЕКТА «РЕЙТИНГИ АВТО ГОДА» СОРЕВНОВАЛИСЬ ДРУГ С ДРУГОМ НА АВТОМОБИЛЯХ HYUNDAI CRETA, ЧТОБЫ ВЫИГРАТЬ АВТОМОБИЛЬ С ТЕМ ЖЕ НАЗВАНИЕМ, КОРРЕСПОНДЕНТ REVIEW ПОБЕСЕДОВАЛ С ИСПОЛНИТЕЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ КОМПАНИИ «ХЕНДЭ МОТОР СНГ» АЛЕКСЕЕМ КАЛИЦЕВЫМ.

REVIEW: Насколько первые итоги продаж Hyundai Creta оправдали надежды, связанные с выводом модели на российский рынок?

АЛЕКСЕЙ КАЛИЦЕВ: Creta — это глобальный, международный проект, рассчитанный на многие рынки. Стартовал он в Китае, потом была Индия, Россия, в ноябре, на выставке в Сан-Паулу, представили модель для Бразилии. Не исключено, что со временем этот SUV появится и в Европе, потому что сегмент компактных внедорожников — сегодня самый перспективный и динамично развивающийся. Это подтверждают и первые итоги продаж. Всего за три месяца было куплено 15 000 Hyundai Creta. Это говорит о том, что мы не ошиблись — Creta полностью отражает наше видение современного автомобиля: практичного, технологичного и безопасного и, конечно же, предлагаемого по доступной цене.

R: Цена сейчас стала самым важным фактором, влияющим на принятие решения о покупке нового автомобиля. Кризис вынудил многих ваших конкурентов торговать автомобилями чуть ли не себе в убыток, только чтобы не потерять долю рынка. Что предпринимаете вы, чтобы сохранить привлекательность ваших моделей?

А.К.: Да, мы стремимся сделать наши автомобили более доступными, но у нас есть другие методы. Например, современные финансовые инструменты. Весной этого года мы запустили новую кредитную программу «Старт», адресованную покупателям как Hyundai Solaris, так и других моделей. Я просто уверен, что она поспособствует привлечению дополнительных клиентов, потому что она выгодна не только продавцам, но и покупателям. Разрабатывая ее, мы руководствовались зарубежным опытом. Аналогичные программы уже давно и успешно работают в Европе, США, Канаде. Например, в Великобритании на таких условиях продается до 70 процентов всех «кредитных» машин. Похожая ситуация практически на всех развитых автомобильных рынках.



ПРЕСС-СЛУЖБА HYUNDAI

Мы считаем, что в нынешних условиях ключевую роль при принятии клиентом решения о покупке автомобиля играет не ставка по кредиту и даже не размер первоначального платежа, а размер ежемесячных взносов. Потенциальный покупатель оценивает свои доходы и прикидывает, сможет ли он каждый месяц платить банку требуемую сумму. А главная задача программы «Старт», как раз уменьшить эти выплаты. Поэтому, можно сказать, что мы предлагаем нашим клиентам не просто очередной тип кредита, а совершенно новый финансовый продукт.

R: Кто придет вслед за «Кретой». Куда будете расширять свою модельную линейку?

А.К.: Если помните, в прошлом году мы запустили на российском рынке Tucson, Sonata и Santa Fe. В этом — появились Elantra, Creta и Grand Santa Fe. Ближайшей весной будем запускать новый Solaris. На подходе — новые i30 и Sonata. То есть в 2017 году у нас будет совершенно новый модельный ряд, в котором теперь, с приходом компактного кроссовера Creta, у нас закрыта последняя крупная ниша. Можно конечно постоянно расширять ассортимент предлагаемой продукции. Но мы считаем, что лучше занимать лидирующие позиции в тех сегментах, в которых мы уже представлены. И нам это удастся. Кроме того, у нас в этом году появился новый бренд — Genesis.

R: В Лос-Анджелесе только что прошел международный автосалон. Стенд Hyundai был стеной отделен от стенда Genesis. На первом царил более демократичная обстановка, а экспозиция премиального бренда — украшена огромными плазмами, имитацией стволов деревьев, сплетенных из блестящей проволоки, в витринах можно было увидеть «сопутствующие товары» весьма дорогие — чемоданы и сумки. В России марки тоже будут приблизительно так же дистанцированы?

А.К.: Наш план по развешиванию бренда Genesis в России предполагает появление в ближайшие три-четыре года шести новых моделей марки. В сентябре мы представили G90. Весной следующего года у нас появится G80. Сразу после наступления 2018 года — G70. В начале 2019 года — среднеразмерный кроссовер и за ним — полноразмерный внедорожник. И к концу десятилетия мы планируем иметь в стране отдельную от Hyundai дилерскую сеть. Пока модельный ряд марки не будет представлен всеми автомобилями, которые я перечислил, инвестировать небольшие средства в развитие отдельной дилерской сети было бы неразумно. Поэтому первые годы Genesis будет представлен отдельными зонами внутри дилерских центров Hyundai. Плюс к этому — почти пять десятков дилер-

ских центров по стране — от Калининградской области до Байкала — будут обслуживать «Джинезисы».

R: У вас очень серьезные конкуренты. Одно из преимуществ которых — к ним уже привыкли. Ведь такие машины покупает не молодежь, которая радуется всему новому, а люди с уже устоявшимися взглядами на жизнь вообще, и на то, с какими именами связана премиальность — в частности.

А.К.: Успех в премиальном сегменте конечно же зависит от весомости бренда, его многолетней истории. Genesis же — марка совсем молодая. Но залогом нашего будущего успеха станет то, что у нас есть отличный продукт. И по дизайну, и по оснащению, в том числе электроникой, и по материалам, и по качеству исполнения наш G90 не уступает ни одному из конкурентов. Полный привод — на всех версиях, независимо от двигателя и комплектации. Добавьте сюда список оборудования, четырехлетнюю гарантию, эксклюзивные финансовые продукты, а также лизинговые предложения, и вы увидите, что за такую цену никто из конкурентов ничего подобного не предлагает. Плюс G90 Long — настоящий эксклюзив. Если даже обычный G90, и по длине, и по колесной базе сопоставим с длиннобазными лимузинами из «большой немецкой тройки», то такого простора, сопоставимого с комфортом первого класса авиалайнера, нет ни у одной серийной модели, представленной на российском рынке.

R: Но кроме отличного продукта по привлекательной цене, выступление в этом сегменте диктует необходимость заметных имиджевых кампаний, связанных с миром искусства, например...

А.К.: У нас тут обширные планы. Только что, например, бренд Genesis поддержал гала-открытие IV Международного фестиваля современной хореографии Context. Диана Вишнева. VIP-гости этого заметного культурного события передвигались по Москве на Genesis G90, и имели возможность по достоинству оценить их комфорт и роскошь.

Интервью взял АЛЕКСЕЙ АЛЕКСЕЕВ



ЗА ПЕРВЫЕ ТРИ МЕСЯЦА ПРОДАЖ СВОИХ ПОКУПАТЕЛЕЙ НАШЛИ 15 ТЫС. КРОССОВЕРОВ HYUNDAI CRETA