

# Мы делаем упор на построение крепких партнерских связей в бизнесе

*Золтан Матяш, директор по международному развитию бизнеса компании GM Technology, отвечает на вопросы Информационного Агентства «Бизнес-Информ»*

**Каким был 2020-й год для компании GM Tech? Какие основные успехи? Какие планы удалось реализовать, а какие - нет?**

Как и для всех других компаний, 2020-й год был очень труден, но одна из наших сильных сторон, если сравнивать с конкурентами, это - гибкость и короткое время реакции. Мы начали 2020-й год с ясного и амбициозного плана по продвижению нашей продукции. Мы участвовали в выставке PaperWorld во Франкфурте, где мы были награждены призом, как "Продавец 2020 года" (Reseller of the Year 2020). Результаты этого прекрасного шоу были для нас многообещающими, они открывали перед нами большие возможности для партнерства, но пришёл COVID и изменил все планы... Для всех... И мы правильно отреагировали на изменившиеся условия.

После шока, который все мы пережили в марте и апреле, теперь, оглядываясь на прошедший год, я горжусь тем, чего мы достигли, несмотря на трудную экономическую ситуацию. Мы завершили 2020 год с прекрасными результатами и ростом нашего бизнеса. Это стало результатом нашей новой международной программы партнерства и стратегии развития.

Приведу некоторые цифры для сравнения наших результатов в 2019 и 2020 годах:

- Мы завершили 2020-й год с 10%-м ростом нашего общего оборота, но при этом наша экспортная выручка выросла более чем на 35%.
- Мы увеличили складскую доступность б/у машин с 12000 до 14000 единиц хранения, это делает наш склад б/у печатающего оборудования вторым по размеру в Европе.
- Численность наших сотрудников выросла с 154 до 181, так как во время COVID мы наняли 27 новых работников.
- Мы увеличили наш собственный парк для оказания MPS-услуг на 25%, с 9200 до 11500 машин (которые мы обслуживаем самостоятельно по полному сервисному контракту).
- Мы удвоили выпуск наших восстановленных машин серии GreenLine.
- Наш собственный завод восстановления тонерной продукции для копировальных устройств (R-OEM и GEN) в настоящее время выпускает более чем 45000 единиц в месяц и продолжает расти.

Глядя на эти числа и учитывая COVID-контекст, я уверен, что вы понимаете, почему я горжусь тем, чего мы достигли в сложном 2020 году.

Важным результатом 2020-го года является и то, что мы успешно внедрили новую CRM-систему, которая позволяет нам работать полностью удалённо. Мы также перезапустили наш сайт, настроенный на работу на экспорт, [www.gmtechnology.net](http://www.gmtechnology.net).

Одним из ключевых элементов нашего успеха было представление нашей многоуровневой партнёрской программы GM Distribution Partner Program для нашей восстановленной тонерной продукции для копировальных аппаратов, а также нашей программы партнерства для циркулярной экономики Circular Economy Partner Program. Эти специально составленные партнёрские программы позволили нам значительно расширить список партнёров-дистрибьюторов и оптовиков во многих странах регионов EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка) и LATAM (Латинская Америка).

Мы сейчас активно ищем надежных партнёров в России и русскоговорящих странах с нашей ответственной сотрудницей, госпожой Екатериной Слиповой, с которой можно связаться по адресу: [kateryna@gmtechnology.es](mailto:kateryna@gmtechnology.es).

**Как идут дела с иностранными партнёрами? Зависит ли спрос от региона? Изменился ли спрос на вашу продукцию? Появились ли новые направления сотрудничества?**

Я всегда делал большой упор на построение крепких партнерских связей в бизнесе. Так я работаю. Партнёрские программы, которые я разработал для GM Tech, ориентированы на увеличении выгоды и поднятию сотрудничества с уровня обычных взаимоотношений потребитель-покупатель на более высокий уровень. Нам нужна эта «лишняя верста», чтобы подумать и понять, что партнёру нужно на местном рынке. У нас есть гибкость, чтобы подогнать нашу партнёрскую программу под каждого партнёра по отдельности.

В нашем бизнесе спрос, ассортимент брендов и цена сильно различаются в зависимости от региона. Ценовые стратегии OEM также сильно различаются от страны к стране, поэтому мы должны отслеживать это. Нужно учитывать, что, кроме ценовых колебаний от региона к региону, мы, как многобрендовый поставщик, должны также знать, какие рынки ориентируются на какой OEM-бренд. В различных регионах имеются серьёзные различия в этом плане.



*Золтан Матяш*

Что касается изменения спроса на рынке, мы заметили растущий спрос на печатающие устройства и расходные материалы для формата A4 и небольшое снижение спроса на устройства формата A3. Работа из домашних офисов спровоцировала резкий рост спроса на настольные МФУ формата A4 и стремление к снижению постраничной стоимости отпечатка. Это также привело к появлению новых бизнес-моделей, таких как подписная модель (subscription model).

Продажи нового OEM-оборудования в целом и целом упали, некоторые заказы даже застопорились, так как компании сейчас менее склонны менять оборудование. Из-за этого стало менее доступным и использованное оборудование, поэтому мы ожидаем, что рыночные цены, как и расходы на логистику, будут расти.

Новые направления партнерства определённо появились. Уже вполне очевидна «революция» GreenLine в совокупности с усилением движения за повторное использование (REUSE movement). Это означает, что все больше компаний выбирают повторное использование и экологию в своей повседневной работе.

Использование наших восстановленных машин GreenLine не только является более экологичным, но также является и умным шагом по снижению офисных расходов. Чтобы и в дальнейшем стимулировать это направление, мы планируем удвоить наши производственные возможности, а также представить совершенно новую партнёрскую программу в рамках циркулярной экономики (Circular

Economy Partner Program), касающуюся наших восстановленных машин с уникальной для данного сектора гарантией производителя.

**В каких сегментах рынка вы видите наилучшие перспективы для вашей компании в 2021-м году? Зависят ли эти перспективы от региона? Насколько различаются эти перспективы на мировом рынке в целом и в России?**

Мы являемся самым быстрорастущим новым игроком на международном рынке вторичной копировальной продукции. У нас много пространства и направлений для роста. Мы играем роль тех, кто «бросает вызов».

Мы бросаем вызов укрепившимся в различных регионах игрокам нашим уникальным подходом и убедительным ценностным предложением. Мы можем комбинировать и обеспечивать поставки как оборудования (восстановленное или б/у), так и восстановленных расходных материалов для наших партнёров по каналу копировальных устройств, позволяя им экономить деньги и делать их клиентов более экологически-сознательными. По нашему мнению, это имеет смысл.

Вся наша продукция получается и изготавливается в ЕС, мы имеем 30 лет доказанного ноу-хау и опыта. Всё это делает нас уникальными и очень конкурентоспособными.

Другой перспективой для нашей линии бизнеса и бизнеса наших партнёров является все усиливающееся движение за повторное использование и циркулярную экономику. Не только рынки становятся более сознательными в плане экологии, но мы также замечаем, что «шестерёнки европейского механизма» заработали в Брюсселе на законодательном уровне. Эти изменения уже совсем скоро могут открыть новые горизонты для компаний, которые сейчас являются нашими партнёрами.

**Что изменилось в организации работы вашей компании из-за пандемии COVID-19? Какова доля сотрудников, работающих удалённо? Какие дополнительные меры введены на производстве и в офисе компании для защиты здоровья сотрудников?**

Сегодня (03 февраля 2021) мы объявили, что наш отдел вновь переходит на работу в режиме частичного присутствия. Мы теперь работаем с 07:00 до 14:00 без перерыва. А весь остальной день мы работаем удалённо (из дома). В моей команде есть три участника, включая меня, работающих удалённо на постоянной основе, и еще 4 сотрудника, работающих на полставки в регионах.

Как я уже упомянул ранее, внедрив полностью облачную платформу CRM для сотрудничества, мы можем варьиро-

вать организацию нашей работы и переходить из одного режима в другой без всяких проблем. Удалённая работа и домашние офисы останутся и станут «новой повседневностью», к которой должны будут адаптироваться все компании.

В производстве, логистике и других операциях нам, разумеется, пришлось адаптироваться к правилам социального дистанцирования и реорганизовать способ работы, что позволило нам свести заражение наших сотрудников COVID к минимуму даже в самые тяжелые моменты. Мы являемся крупным провайдером и логистическим партнёром многих больниц, поэтому, будучи жизненно важным поставщиком услуг, мы никогда не закрывались.

**Какие основные достоинства Вашей компании и Вашей продукции определяют решение Ваших международных партнеров поставлять продукцию именно Вашей компании?**

Наши достоинства - это, в основном, уникальность обеих наших товарных линеек.

Когда речь заходит об оборудовании, наши восстановленные машины GreenLine являются единственными восстановленными машинами, ориентированными на циркулярную экономику с настоящей гарантией производителя и «почти, как новая» пользовательским опытом. Мы гарантируем высочайшее качество и наиболее экологичный процесс, используем только новые или восстановленные OEM-компоненты в процессе восстановления. Мы не используем совместимые компоненты-новоделы в рамках процесса восстановления. Базовые машины мы получаем из Европы, и выбирают они под новейшие агрегаты, которые часто до сих пор продают производители. Никто сейчас не делает подобную работу на том высоком уровне, на котором ее делаем мы.

Наша тонерная продукция R-OEM представляет собой революционную концепцию среди другой тонерной продукции вторичного рынка. Наши тонерные картриджи R-OEM производятся с повторным использованием оригинальной пластмассовой ёмкости и 100% настоящего, возвращенного в оборот, OEM-тонера. Это прекрасный и новаторский способ производить экологичную, безопасную с точки зрения интеллектуальной собственности эквивалентную OEM-продукцию, по очень конкурентоспособной цене. Все наши товары выпускаются в Испании по строжайшим стандартам качества ISO и DIN (ISO/IEC 19752, ISO/IEC 19798 и DIN 33870) и поставляются в бренд-нейтральной упаковке.

Наши специально подобранные программы также являются определяющим фактором, при решении клиентов пере-

йти на нашу продукцию с той, что они в настоящий момент продают, и стать официальным партнёром GM Tech.

**Ваша компания планирует выйти на российский рынок. Каковы ваши требования к партнёрам? Какую поддержку вы готовы им оказать? Что вы ожидаете от сотрудничества с российскими партнёрами в 2021 году?**

Прежде чем устанавливать требования, первый шаг для нас – это стать частью диалога и понять, чего российским компаниям требуется от нас для достижения успеха на местном рынке с нашими товарами. Я всегда слушаю, прежде чем говорю, и стремлюсь понять ключевых игроков и рыночные тенденции.

Мы здесь, чтобы поколебать статус-кво и предоставить решения. В качестве первого шага на российском рынке мы ликвидировали языковой барьер, поэтому российские компании могут общаться с нами на родном языке. Благодаря помощи ответственного человека, который понимает и координирует нашу стратегию выхода на рынок, я уверен, что мы облегчим российским компаниям партнёрство с нами. Благодаря помощи Екатерины, я уверен, что мы сможем заложить основу прекрасных отношений.

Чего я ожидаю от российских партнёров, так это медленного, но постоянного и стабильного роста и открытых для сотрудничества взаимоотношений, в рамках которых мы будем работать для общей цели позиционирования продукции и получения прибыли. Это требует времени и труда.

**Когда и чем, на Ваш взгляд, закончится пандемия COVID-19? Насколько изменится мир, ИТ-индустрия, организация производств и работа в офисах? Как все это повлияет на индустрию восстановления и на спрос на продукцию Вашей компании?**

Есть одна вещь, которую я никогда не делаю в интервью и публичных презентациях. Это - предсказания. Не то, чтобы я об этом не думаю, или не хочу делиться, но я боюсь ошибиться.

На данный момент никто не может предвидеть, как закончится пандемия, и как после неё будет выглядеть мир. Имеется множество краткосрочных, среднесрочных и долгосрочных последствий, которые мы только начали осознавать. Мы должны беспокоиться не о том, чтобы предсказать будущее, а о нашей способности реагировать на ситуацию и справляться с ней.

Я чувствую, что лучше всего будет завершить это интервью моей любимой цитатой из Чарльза Дарвина: «Выживает не самый сильный и не самый умный, а тот, кто лучше всех приспосабливается к изменениям».