

"ЕВРОМАРКЕТ ГРУП"

ИВАЙЛО БОРИСОВ

финалист в конкурса "Мениджър на годината" през 2012 и 2013 г.

Господин Борисов, вие сте главен изпълнителен директор на "Евромаркет Груп" от есента на 2008 г. - по какъв начин приехте и реагирахте на спада в строителния сектор, след като се усети размерът на кризата в глобален мащаб?

- В края на 2008 г., когато кризата започна, ефектът от нея се усети незабавно. Въпреки че я очаквахме, не предпологахме, че дълбочината ѝ ще бъде толкова голяма. Предприехме мерки в три основни направления. Първо извършихме задълбочен анализ и направихме оптимизация на разходите. Следващата важна мярка бе да търсим алтернативни пазари и нови възможности и наистина намерихме. Не на последно място увеличихме нашата конкурентоспособност, като променихме начина си на работа, подобрихме скоростта и качеството на обслужване на клиентите ни. В резултат на тези мерки днес делът на "Евромаркет" на пазара на строителна техника надхвърля 25%. Извлякохме позити-

вите от кризата и днес сме много по-ефективни в работата, всеки един поотделно и компанията като цяло.

- Какви уроци научихте от кризата?

- Когато човек има много, не мисли за криза и би могъл да се поддаде на съблазната да харчи необмислено. В богати времена е много важно да се заделят провизии и резерви. В този смисъл едно от нещата, които научихме по време на кризата, е колко важни са заделените резерви. Те ни помагат да бъдем изключително надеждни и устойчиви днес. Научихме от кризата колко важно е да няма отпускане и винаги процесите в една компания да бъдат ефективни, т.е. по принцип, а не само по време на криза. Научихме, че хората са по-раними и податливи, отколкото изглежда, разбрахме колко е важно да имаме ясни послания към тях и да ги подкрепяме. Научихме, че дори в най-богати времена не бива да се правят компромиси по отношение на кадрите от гледна точка на безрезервното преграждане на ясната корпоративна принадлежност, на корпоративните ценности, визията и целите на компанията и вътрешнофирмените правила. Кризата ни показа, че трябва бързи решения и още по-бързи действия. Разбрахме, че посланията, които отправяме като компания към хората, трябва да са консолидирани и да нямат различия. В този смисъл кризата е голям учител. В "Евромаркет Груп" научихме, че всички изградени корпоративни стандарти, като правилници, изисквания за дисциплина, ред и висока ефективност, законност, етика и морал и т.н., генерирани преди кризата, са безценни по време на трудния период и са опорните точки за стабилност по време на криза.

- Кои продукти и услуги на "Евромаркет Груп" се оказаха ключови за справянето с кризата и излизането от нея? Какво беше важно за изграждането на дългосрочни отношения с клиентите?

ФАКТИ

ИВАЙЛО БОРИСОВ е главен изпълнителен директор на "Евромаркет Груп". Компанията е изцяло българска и е лидер у нас в доставката и сервиза на машини и оборудване за строителството и индустрията. Завършил е УНСС, специалност "Международни икономически отношения". Сертифициран от курсове по лидерство, предприемачество и коучинг. Развитието му в компанията започва през 1997 г. като търговски специалист "Заваръчна и специализирана техника". Между 2000 и 2005 г. е изпълнителен директор на заграничните дружества на "Евромаркет Груп" в Сърбия, Словения и Хърватия. След мандата си зад граница става изпълнителен директор на "Евромаркет Компресорс" АД. От 2008 г. ръководи всички компании в групата на "Евромаркет". Двукратен финалист в конкурса "Мениджър на годината" - 2012 и 2013 г. Владее английски, испански, руски, сръбски и хърватски език.



“ИНВЕСТИРАХМЕ ЗНАЧИТЕЛНИ СРЕДСТВА И ОСЪЩЕСТВИХМЕ МАЩАБНИ ПРОЕКТИ В ОБЛАСТТА НА ОКОЛНАТА СРЕДА. КАЧЕСТВЕНТО ИМ ИЗПЪЛНЕНИЕ Е КЛЮЧОВО ЗА ПОДОБРЕНИЕ НА БИТА И СТАНДАРТА НА ЖИВОТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ГРАЖДАНИ.”

- "Евромаркет Груп", за разлика от повечето фирми в бизнеса с машини, техника и инструменти, е силно диверсифицирана и дава добри решения не само за строителството, но и за предприятията в сферата на индустрията. Пазарът на строителна техника се сви почти десет пъти, докато пазарът на машини за индустрията спадна с 20 до 30%. Традиционно силните за "Евромаркет" продукти, като компресори, генератори, мотокари, инструменти, заваръчна техника и консумативи, се оказаха ключови за нас за справянето с кризата.

Ако преди кризата приходите от продажба на строителна техника достигаха до 65%, съответно на индустриалните продукти и консумативи 35%, то в първите години след 2008 г. съотношението се измени на 180 грауса - съответно 65% от приходите бяха от машини за индустрията, а 35% - от строителна техника. Към днешна дата сме 50/50.

На въпроса за ключовите фактори за създаване на дългосрочни отношения с клиентите трябва да подчертая, че за "Евромаркет" това винаги е било приоритетна цел. Тогава, а и сега с още по-голяма сила е изключително важно да бъдем максимално бързи и точни в доставките; да осигурим минимален престой на машините чрез бърз и качествен сервиз; дългосрочно да гарантираме на нашите клиенти добри нища на цените.

Знаем, че за клиента е изключително важно да бъдем винаги близо до него, да го чуваме и разбираме и да реагираме адекватно на неговите потребности. Това и правим.

- Сред факторите за успех във вашия бизнес е организирането на качествен и дългосрочен след-продажбен сервиз - какви бяха инвестициите ви в това направление и резултатите от тях?

- В началото на 2011 г. открихме новия модерен, напълно оборудван Сервизен център, който се намира на източната гъга на Околовръстния път, между Цариградско и Ботевградско шосе. Той е не само най-големият в България, но може би и на Балканите. Стойността на инвестицията надхвърли 10 млн. лева.

По този начин предоставихме на нашите клиенти възможност да получат още по-качествен и бърз сервиз за закупеното от тях оборудване. Сервизният ни център е с обособени клетки, оборудвани за извършване на всички видове специализирани ремонти както на различен вид строителна техника, така и на индустриални машини.

Освен това дооборудвахме мобилните екипи в София и страната с нови сервизни коли и с всичко необходимо за извършването на сервиз на място при клиента. По този начин сме още по-близо до нашите клиенти и това ни позволява да реагираме до 24 часа на техните потребности.

Друго важно действие в посока осигуряване на висококачествен сервиз са инвестициите ни в постоянното повишаване на квалификацията на сервизните ни специалисти и мениджъри. Непрекъснато провеждаме специализирани семинари и обучения както в България, така и в заводите, където се произвеждат съответните машини. Изпълняваме програмите за сервизна дейност на нашите доставчици, които са с много сериозни изисквания - от подгребата на резервни части в склада до оборудването на мобилния и на стационарния сервиз; от управлението на работното време до начина на комуникация с клиентите. Поддържаме и постоянна складова наличност на най-търсените резервни части, което ни помага да реагираме максимално бързо.

Като резултат от инвестициите в сервизната дейност и постоянната ни работа в тази посока смело мога да кажа, без да твърдя, че сме идеални, че сервизите на "Евромаркет" са най-добрите в нашия бизнес.

- Какви са другите важни решения, които взехте при все по-взискателни клиенти и по-голяма конкуренция на пазара? Какво предвиждате да се случи на пазара?

- За нашите специфични проекти и клиенти предлагаме нестандартни, индивидуални решения, като например собствено финансиране, специални оферти, комплексни решения и т.н.

На първо място извършваме анализ на предимствата и недостатъците на конкурентите и ги съпоставяме с нашите предимства и недостатъци. Освен това организираме и провеждаме специализирани обучения на екипите, така че да покажем на клиента нашите конкурентни предимства. Водим клиентите при нашите партньори и доставчици, организираме продуктови демонстрации пред тях, договаряме специални условия. Винаги работим максимално бързо и се запознаваме внимателно и в детайли с техните изисквания.

Какво предвиждам да се случи ли? Със сигурност конкуренцията ще става все по-голяма, а клиентите - все по-взискателни и информирани. Това ще ни направи по-креативни, гъвкави и бързи

и в крайна сметка по-конкурентни.

- Какво предприехте в обучението на кадри в условия на криза и как продължавате тези политики? В подготовката на какви специалисти инвестирахте най-сериозни средства и какви са резултатите от тези инвестиции?

- Най-важното нещо беше хората ни да разберат, че пазарът е коренно променен, да им покажем тенденциите на промяната му и да ги научим как да действат в условия на криза. Въведохме интензивни програми за обучение на дъве нища - както на мениджърско, така и на нищо търговски специалисти. Към днешна дата не само че не съкратихме тези програми за обучение, но им дадохме статут на корпоративна политика. Инвестираме в т.нар. производство, т.е. в хората, които ежедневно комуникират с пазара и клиентите ни, а именно мениджърите, търговските и сервизните ни специалисти.

Днес повече от всякога компетентността и професионализмът на служителите в "Евромаркет" са приоритет за компанията. От една година работим по асистентска програма, чиято основна цел е интегриране и развитие на новите търговски служители. Програмата осигурява приемственост и създава условия за повишаване на резултатите, което рефлектира и в израстването на обучаващия мениджър.

Ежегодно мениджърите и специалистите се обучават в заводите и централите на нашите доставчици. Те имат привилегиата да се учат от най-добрите в бранша, за да прилагат технологичните иновации за решаване на реалните проблеми на клиентите. В момента в "Евромаркет" работят над 600 души, голяма част от които преминават обучения и квалификации по програми за развитие на професионалните и личностните умения и ключови компетенции.

- Как се отразиха на позициите ви на пазара тенденциите, свързани с осъществяване на екопроекти през последните години?

- През последните години бяха осъществени мащабни проекти в областта на околната среда. Ние взехме стратегически решения и инвестирахме значителни средства още преди няколко години, като днес имаме готовност да участваме и най-важното - да реализираме успешно такива проекти. Изпълнили сме редица доставки на техника по проекти в сектор "Отпазъци" и сектор "Воду". Екопроектите са доста сложни и изискват специализирани знания и експертност, както и огромни финансово-административни и технически ресурси. Качественото им изпълнение обаче е ключово за подобрене на бита и стандарта на живот на българските граждани, както и за подобрене на икономическата среда в България.

Вече пета поредна година постигаме над 15% годишен ръст като общ резултат на компанията. Тази година благодарение на екопроектите, които реализираме, очакваме ръстът да бъде по-голям.

- Компанията активно участва в изпълнението на проекти за технологична модернизация на български предприятия. Според вас достигат ли ев-

рофондовете до частния сектор?

- Българските индустриалци ясно съзнават, че за да бъдат конкурентоспособни, трябва постоянно да обновяват и разширяват производството си, което е свързано с модернизация на технологично оборудване и сараген фонд, както и диверсификация на продукцията. Ето защо оперативна програма "Конкурентоспособност" действа много стимулиращо за развитието на конкурентоспособни предприятия, увеличаване на инвестициите и експорта. Усвояването на европейски средства от частните фирми набира темпо и вече започна да се усеща техният принос в икономиката на страната. Правителството полага големи усилия в тази посока и ефектът е много положителен за създаването на благоприятна бизнес среда у нас.

"Евромаркет Груп" участва активно в различни проекти, финансирани по оперативни програми. Например за "ТЕСИ" ООД и "Раломекс" АД доставихме роботизирани заваръчни системи Panasonic, в "ЕМ ЕЛ ПИ ЕС" АД, Тутракан - хидравлична CNC гулотина и щанца LVD, в "Складова техника" АД, Горна Оряховица, посигурихме системи за прахово емайлиране, лазерно рязане и роботизирано заваряване, в "Арст" ООД, Стара Загора - електрохидравличен абкант LVD и CNC машина за фибролазерно рязане Microstep, и много други през последните години. Освен това директно или индиректно участваме в редица проекти по ОП "Околна среда", ОП "Транспорт", Програмата за развитие на селските райони и други.

ФАКТИ

"ЕВРОМАРКЕТ ГРУП" е най-голямата компания в България в бизнеса с индустриално оборудване и строителна техника. Създадена през 1992 г., компанията е сто процента българска и е официален представител за България на световни лидери в бранша като Komatsu, Ammann Compaction, Gardner Denver Compressors, Lincoln Electric, Toyota BT, Manitou, Gedore, Karcher, Bosch, Pferd и други. Предлага пълна гама от ръчни, електрически и пневматични инструменти; измержателна техника; заваръчни машини, консумативи и аксесоари; техника за рязане и обработка на метал; компресорно оборудване, генератори и филтриращи инсталации; подемно-транспортна и почистваща техника; стелажни системи; оборудване за автосервизи, гуми центрове и центрове за ГТП; земекопна и товарачна техника; минно-кариерна техника; техника за производство на бетонови и арматурни изделия; пътностроителна, пътноремонтна и подемно-строителна техника; техника за комунално строителство. Предлаганите от "Евромаркет Груп" машини са произведени в Европа, САЩ и Япония и отговарят на световните стандарти за качество (DIN, ISO, AWS и др.) и изискванията за безопасност на Европейската общност. Холдингът има добре изградена структура и разполага с регионални офиси в осем български града и гъщерни дружества в Украйна, Сърбия, Македония и Румъния. В него работят над 600 души. "Евромаркет Груп" е единствената компания, чиито лидери достигнаха четири пъти годината на конкурса "Мениджър на годината". Това са Димитър Илчев, главен мениджър и председател на надзорния съвет - през 2010 и 2011 г., и Ивайло Борисов, главен изпълнителен директор - през 2012 и 2013 г.