

Маркетинговые аспекты развития бизнеса GREAT WALL MOTORS в России

Great Wall Motors является лидером по производству автомобилей собственной марки в Китае. Развивался от убыточного предприятия до текущего крупного автопроизводителя с производственной мощностью в 1 млн автомобилей в год, представляя собой процесс непрерывных усилий по улучшению своих независимых возможностей в области исследований и разработок. Great Wall Motors уделяет огромное внимание независимым исследованиям и разработкам, а также активно сотрудничает с иностранными профессиональными технологическими компаниями, тем самым поддерживая тенденцию синхронного развития с международными технологиями. Компания Great Wall Motor Co., Ltd. имеет более чем 30-летний опыт развития, обладает солидной экономической мощью и продолжает осваивать международный рынок, принимая во внимание внутреннее развитие.

Great Wall Motors была основана в 1984 году и была реструктурирована в 2001 году, чтобы стать нынешней Great Wall Motor Co., Ltd. со штаб-квартирой в Баодине, провинция Хэбэй. Great Wall Motor Co., Ltd. является крупнейшим производителем внедорожников и пикапов в Китае. Great Wall Motors Company имеет более 40 дочерних компаний и около 40 000 сотрудников, владеет двумя категориями продуктов: Great Wall и Haval, продукты охватывают три категории: внедорожники, пикапы и седаны, а также четыре базы по производству автомобилей.

Great Wall Motors сильно ориентирована на независимую инновацию и построение независимых брендов в своем развитии и имеет технические и экспериментальные центры на государственном уровне. Компания использует четкое позиционирование на сегментированном рынке с упором на производство пикапов и внедорожников с постепенным расширением на рынок седанов. Great Wall Motors не только развивает внутренний рынок, но и активно расширяет международный рынок.

Чтобы добиться лидерства в отрасли, Great Wall Motors применяет стратегию «чрезмерных инвестиций» в технологии: как следует из названия, компания вкладывает большие средства в исследования и разработки.

Great Wall Motors сотрудничает с известными технологическими компаниями в сфере автомобилестроения, но не стремится к созданию совместных предприятий со знаменитыми автопроизводителями, а придерживается стратегии развития собственного бренда.

Great Wall Motors концентрируется на развитии брендов Great Wall и Haval, а также трех категорий пикапов, внедорожников и седанов, аккумулирует технологические преимущества, постепенно добивается прогресса и фокусируется на сегментированных рынках для создания брендов. Стратегической политикой Great Wall Motors является производство высококачественной продукции.

Интернационализация Great Wall Motors началась с ее первого экспорта партии отечественных автомобилей в 1998 году. За последние 18 лет экспорта Great Wall Motors всегда усердно работала над «качеством», уделяя особое внимание качеству экспортной продукции с высокой добавленной стоимостью и постоянно улучшая

качество послепродажного обслуживания. Great Wall Motors получила экспортные сертификаты Европейского Союза, России, Австралии, ЮАР, Чили, Саудовской Аравии, Кувейта, Объединенных Арабских Эмиратов, Катара и других стран, разрешающие экспорт автомобильной продукции в вышеуказанные страны. Успешное развитие международного бизнеса Great Wall Motors неотделимо от превосходных технологий и обеспечения качества продукции, а также построения каналов маркетинговых услуг. Экспортная продукция Great Wall Motors сосредоточена на пикапах и внедорожниках с конкурентными преимуществами, а экспортными рынками являются в основном Россия и Южная Африка. Что касается сети продаж, Great Wall Motors перешла от чистой торговли к разнообразным инновационным бизнес-моделям, ориентированных на клиентов, имеет каналы маркетинговых услуг и создала различные маркетинговые возможности для разных стран и народов.

Развитие международного бизнеса основывается на выборе рынков с конкурентными преимуществами; компания осуществляет сотрудничество с дистрибьюторами; большое внимание на зарубежных рынках уделяет взаимоотношениям с клиентами и послепродажному обслуживанию для создания и поддержания собственного бренда.

Потенциальный спрос рынка России большой. Great Wall Motors вышла на российский рынок еще в 2004 г. В 2005 г. был открыт крупный склад запасных частей в Москве. В 2008 г. был подписан контракт с агентом Great Wall Motors в России, компанией Yiloto, и доход от деятельности Great Wall Motors в России достиг 1,12 млрд юаней. Под воздействием финансового кризиса 2008 года выручка Great Wall Motors в России в 2009 году составила всего 49 млн юаней. В следующие три года доход от деятельности увеличивался, достигнув в 2012 году 1,861 млрд юаней, став крупнейшим китайским автомобильным брендом в России. Но в 2013 и 2014 годах выручка снова начала снижаться.

В целом Great Wall Motors удалось освоить российский рынок, что можно резюмировать в следующих двух моментах: передовое стратегическое видение и точное позиционирование; причинами успеха могут быть примерно хороший имидж бренда и относительно безупречная гарантия послепродажного обслуживания.

Преимущества Great Wall Motors в освоении российского рынка в основном отражаются в ценовых преимуществах, в предложении популярных моделей и в отличном послепродажном обслуживании.

Потребители всегда стремились к высококачественным и недорогим автомобилям. Однако по сравнению с моделями того же уровня комплектации цена Great Wall Motors не только разумна, но и намерена использовать эту цену для открытия новых рынков в России с этими моделями.

С точки зрения послепродажного обслуживания Great Wall Motors можно назвать лидером среди автомобилей китайских производителей. Great Wall Motors сформировала полную и удобную систему послепродажного обслуживания на российском рынке. Great Wall Motors имеет на складе любой СТО России более 1000 видов запчастей на десятки млн долл США. Целью увеличения запасов запасных частей является сокращение времени и затрат на техническое обслуживание, чтобы своевременно удовлетворить спрос потребителей и получить их 100% удовлетворенность.

Качество Great Wall Motors считается непревзойденным среди автомобилей торговых марок Китая, но по-прежнему существует большой разрыв в качестве и безопасности по сравнению с продукцией всемирно известных автопроизводителей

автомобилей. Это проблемы базового уровня. Например, на уровнях сырья, специальных процессов, безопасности, производственном оборудовании и дизайне продукта. Качество Great Wall Motors на внутреннем рынке неплохое, и продукция экспортируется в соответствии со строгими требованиями к качеству, а качество и безопасность улучшаются каждый год. Однако, по сравнению с крупными мировыми брендами отклонение разрыва качества на российском рынке очевидно. По техническим причинам преимущества, которые компания должна была получить, как ожидалось, не были реализованы, и потребители поставили под сомнение технологию компании. Во-вторых, вне зависимости от технологии, Great Wall Motors уступает зарубежным брендам в плане дизайна моделей.

Объективно говоря, Great Wall Motors и даже все автомобили китайских марок, экспортируемые в Россию, по-прежнему конкурируют с другими иностранными брендами в силу своей низкой цены. Хотя Great Wall Motors является первой партией китайских автокомпаний, вышедших на российский рынок, по сравнению с европейскими и американскими автомобилями более продвинутой технологии, история развития Great Wall Motors в России еще слишком молода, а узнаваемость бренда слишком низка. А в сердцах некоторых людей в России китайские автомобили всегда были синонимом «низкой цены и плохого качества». Таким образом, чтобы справиться с этой ситуацией, Great Wall Motors должна использовать свой успешный опыт и удержание рынка для запуска своих высококачественных продуктов, заменить предыдущую ценовую конкуренцию конкуренцией за обслуживание и качество, создать хороший имидж бренда и повысить его узнаваемость.

После того, как разразился российско-украинский конфликт, американо-российские отношения ухудшились, что создало некоторые благоприятные условия для потепления китайско-российских отношений. Сообщается, что российское правительство требует от местных автопроизводителей больше сотрудничать с китайскими автокомпаниями и сократить сотрудничество с европейскими и американскими брендами. Это очень хороший сигнал для китайских автокомпаний. Они должны воспользоваться этой и другими возможностями в кратчайшие сроки.

Российский рынок очень привлекателен, но завоевать этот рынок Great Wall Motors непросто, на этом рынке также много угроз, таких как: жесткая рыночная конкуренция, падение курса рубля, риск возврата инвестиций в строительство заводов.

Необходимо продолжать укреплять систему послепродажного обслуживания. Усиление послепродажного обслуживания Great Wall Motors в России может начаться со следующих трех аспектов:

Во-первых, Great Wall Motors следует направить на российский рынок группу квалифицированных технических специалистов для конкретного удовлетворения потребностей клиентов, организовать местный послепродажный персонал, проводить регулярные маркетинговые исследования мнений и замечаний клиентов о характеристиках автомобилей, чтобы своевременно получать информацию о рынке и улучшать качество для удовлетворения потребителей.

Во-вторых, организовать регулярное обучение: обучение можно разделить на два направления, а именно обучение дилеров и обучение потребителей. Для дилеров это в основном обучение продажам и послепродажному обслуживанию, в то время как для потребителей, это в основном обучение по безопасному использованию транспортных средств и ознакомление с послепродажным обслуживанием.

В-третьих, увеличение количества складов запасных частей: увеличение количества запасных частей на складах может увеличить скорость получения необходимых деталей, что максимально повысит удовлетворенность клиентов и это положительно скажется на спросе.

Список использованных источников

1. Liu Dan. Market Analysis of the Russian Automobile Industry under the New Situation [J]. Commercial Economics, 2022(10): 140-142. DOI: 10.19905/j.cnki.syjj1982.2022.10.062.
2. Russian cars drop airbags, ABS because of sanctions[J]. Automotive News, 2022, 96(7043).
3. Liu Yan. Analysis of the Impact of the Russia-Ukraine Conflict on the European Automobile Industry and Related Policies [J]. Automobile and Parts, 2022(10): 52-57.
4. Wei Yanan. The 2022 Moscow International Auto Parts Exhibition in Russia will be held in August [J]. China Exhibition, 2022 (09): 23.
5. Yang Wei. Russia's Opportunities for Self-owned Automobile Brands [J]. China Foreign Trade, 2013(08):90-91.
6. Qin Cong. Entering the second largest market in Europe, Harvard as the "Goodwill Ambassador" for the China-Russia Tourism Year [J]. China Auto Industry, 2012(07): 92-93.
7. Huang Huibo, Zhang Jiacheng. International Entrepreneurship Strategy of Great Wall Motor Co., Ltd. [J]. Enterprise Research, 2010(16): 16+22.
8. Sun Lixin. Research on the Overall Strategy of Great Wall Motors Exporting to Russia [J]. International Economic and Trade Exploration, 2009, 25(04): 15-19.
9. Sun Lixin, Ma Chongyu, Yan Xiaoli. Opportunities and Challenges of Great Wall Motors Exporting to Russia[J]. Career Time and Space, 2009,5(01):109-110.
10. Vasya. Chinese Automobile Entering Russia: History and Future [J]. Automobile and Parts, 2007(50): 38-41.
11. Zhang Shaohua. Investment Boom in Russian Automobile Industry [J]. Automobile and Parts, 2006(28): 40-42.
12. Great Wall Motors built a factory in Russia with 100 million US dollars to fully enter the European market next year [J]. China Mechanical and Electrical Industry, 2006(07): 71.