

«الأخبار» تعرض أفخم وأجمل أنواع السيارات على صفحاتها

رائد ترجمان: «هيونداي» رابع أهم علامة سيارات تجارية وخامس أكبر مصنعي السيارات في العالم لعام 2009

المدير العام

قال إن الشركة

شارفت على بيع

6 آلاف سيارة هذا

العام لترفع حصتها

السوقية إلى 8٪

حوار



(أبو الكندري)

رائد ترجمان يتحدث إلى الزميل أحمد مغربي

كشف المدير العام لشركة شمال الخليج التجارية، الوكيل الحصري لسيارات هيونداي، رائد ترجمان أن مبيعات الشركة خلال العام 2009 ارتفعت بنسبة 20٪ رغم تداعيات الأزمة المالية العالمية، مرجعا ذلك إلى أن الشركة قامت بتخفيض للأسعار في بداية العام لتناسب الأسعار جميع من لديهم الرغبة في اقتناء سيارة عملية مثل سيارات هيونداي. وأوضح ترجمان في لقاء شامل مع «الأخبار» أن الشركة حققت نتائج بيع طيبة بفضل الاعتماد على فلسفة تسويقية مناسبة مكنتها من الحفاظ على حصتها السوقية والارتقاء بها. قائلا أنها تحظى بحصة متزايدة بمعدل نمو جيد في سوق السيارات التجارية يعكس الخطة الاستراتيجية للشركة في المساهمة في قطاع المشاريع والعقود الأهلية والحكومية خاصة بعدما أثبتت «هيونداي» كفاءة تشغيلية عالمية واعتمادية واسعة.

وبين أن «هيونداي» تطمح خلال العام الحالي لبيع 6 آلاف سيارة وهذه المبيعات سوف توصلنا إلى حصة سوقية ستبلغ 8٪ من سوق السيارات المحلي، بارتفاع نسبته 3٪ عن حصتنا السوقية خلال العام الماضي البالغة 5٪. وأشار إلى أننا نضرب بان 80٪ من عملاء الشركة كويتيين. وفيما يلي تفاصيل الحوار:



هيونداي جينيسيس



هيونداي 130



رائد ترجمان

الرابعة وذلك وفقا لآخر دراسة لإحصاء J.D.Power & Associates التي تصدر بذلك مع كبرى الشركات العالمية المتخصصة في هذا المجال، فـ«هيونداي» أصبحت مع كبرى الشركات العالمية المصنعة للسيارات على مستوى العالم.

ما هو موقف «هيونداي» في استبيانات الرأي والدراسات التسويقية التي تجريها مؤسسات وجهات إعلامية وتسويقية حول العالم، وخاصة لما لهذه التقييمات من أثر كبير في بناء الصورة الذهنية للسيارة؟

الجوائز التي حصدها «هيونداي» عديدة جدا خلال العام 2009، فحصلت جائزة 5 أكبر مصنع على مستوى العالم، فوجهة نظر العملاء تغيرت بالنسبة لسيارات هيونداي فلم تعد تلك النظرة التي تنظر إلى سيارات هيونداي على أنها سيارات كورية رخيصة الثمن وخير دليل على ذلك أن سيارات هيونداي يتعدى سعرها حاليا الكثير والجوائز التي بدأت تحصلها «هيونداي» وبدأت تزداد يوما بعد يوم.

وما حققته «هيونداي» على هذا المستوى يعتبر إنجازا نفخر به مع عملائنا، فلقد حققت هيونداي علامة تجارية وكمركبات العديد من الجوائز والتقييمات العالمية المتميزة ومنها قيام وكالة التصنيف العالمية J.D.Power & Associates بمنح سيارة «هيونداي جينيسيس» جائزة APEAL للعام 2009 كأفضل سيارة في فئة السيدات الفخمة متوسطة الحجم وذلك حسب مؤشرات الأداء والتنفيذ والتصميم APEAL، إضافة إلى حصول سيارة «النترا» على أعلى تقييم لجودتها في فئتها وذلك من J.D.Power & Associates. وكذلك سيارة «أكسنت» التي نالت جائزة أعلى مبيعات سيارات، إضافة إلى سيارة «جينز» التي حظيت بجائزة أفضل قيمة لامتلاك سيارة وذلك وفق استفتاء NRMA (الاتحاد الوطني للطرق والمركبات).

قرارات البنك المركزي الأخيرة بتخفيض سقف القروض إلى 40٪ للعاملين و30٪ للمتقاعدين كانت تأثيراتها مدوية لقطاع السيارات المحلي، كيف تنظرون إلى هذا الأمر؟

نحن كنا محظوظين في هذا الأمر نظرا لتعدد إصدارات «هيونداي» المختلفة التي تناسب جميع الشرائح فأسعارنا التي تبدأ من الفين دينار وتصل إلى 19 ألف دينار تناسب جميع العملاء، وقانون «المركزي» لم يؤثر علينا إطلاقا لأن عملاءنا يختارون حسب قدرتهم المالية، وفي الحقيقة خلال الأزمة كان التركيز على سيارات هيونداي المتوسطة والصغيرة.

وهذا العرض استمر لمدة 3 أيام ومن كثرة الإقبال تم تمديد العرض لمدة يومين ونجحنا بالفعل في بيع 60 سيارة من مختلف طرازات هيونداي وتم الانتهاء تماما من المخزون عام 2009، وهذا الحدث الأهم في دخول العام الجديد بدون أي مخزون يرهق خاصة مع نزول الإصدارات الجديدة للعام 2010 في الوقت الذي تعاني فيه جميع الشركات من التخلّص من مخزون العام الحالي.

والشركة تنوي كذلك طرح مفهوم جديد للتسويق بالتزامن مع التغيير الشامل لمعرضنا في الشويخ لكي يتطابق مع هوية شركة هيونداي التي تنطبق على جميع الوكلاء في دول العالم، وهذه التجديدات سوف تستمر لمدة شهرين سنتنهي مع بداية العام المقبل 2010 ليصبح معرض هيونداي في الشويخ نقلة نوعية تبهر جميع عملاء الشركة خاصة أن معرض الشركة مؤسس منذ العام 1990.

و«شمال الخليج» مستعدة كذلك لتقديم عرض مع نهاية شهر ديسمبر الجاري سوف يكون مميزا لعملائنا على جميع السيارات سواء الموديلات الجديدة لعام 2010 والقديمة وعلى جميع سيارات هيونداي المختلفة والفكرة سوف تبدأ بالتزامن مع افتتاح المعرض الجديد ومن المتوقع أن تكون ضربة كبيرة للسوق.

ما مراكز الخدمة الحالية لشركة شمال الخليج؟ وهل توجد خطط لزيادة هذه المراكز في الفترة المقبلة؟

خلال العام 2009 وضعت الشركة نصب أعينها زيادة عدد مراكز الخدمة أكثر من المعارض حيث وصلت عدد مراكز الخدمة إلى 3 في الأحمدية والجهراء والشويخ، ولدى الشركة 3 مراكز أيضا لقطع الغيار و3 معارض للسيارات في الوقت الحالي، ويوجد نوايا للشركة حاليا لزيادة عدد مراكز الخدمة حيث تفكر جديا في افتتاح مركز في الفحيحيل سيكون مركزا للخدمة ومعرضا للسيارات وقطع الغيار وسوف ينتهي منه في العام 2010، ومع تحسن الوضع الاقتصادي تنوي الشركة افتتاح أكبر عدد من مراكز الخدمة والمعارض.

ما هي الإصدارات الجديدة التي تخطط «هيونداي» لطرحها خلال الفترة المقبلة؟

أهم طرح سيكون خلال الفترة المقبلة لسيارتين من عائلة هيونداي سوف تكونان نقلة نوعية لعائلة هيونداي، ونحن منحفظون جدا في الإعلان عن هذه السيارات إلا في موعد إطلاقهما الرسمي خلال بداية العام المقبل.

والشركة تضع نصب عينها الفوز بالجوائز العالمية التي تفتت بها مبيعاتها حيث جاءت «هيونداي» مؤخرا في المرتبة

في البداية نود التعرف على تأثير الأزمة المالية العالمية على شركة هيونداي ومن ثم على شركة شمال الخليج.

لا شك في أن الأزمة المالية العالمية التي أطاحت بأسواق المال العالمية في نهاية العام الماضي أثرت على مبيعات السيارات سواء في السوق المحلي أو السوق العالمي وفي التوازي تراجع مبيعات الشركات، ولكن شركة هيونداي هي الشركة الوحيدة التي تمكنت من رفع مبيعاتها لتصبح من الشركات القليلة التي حافظت على نسبة مبيعاتها.

ومحليا تنبأت شركة شمال الخليج بحجم الأزمة قبل اندلاعها وقامت بتخفيض أسعار السيارات من هامش ربح الشركة وليس تخفيضاً من المصنع وكان هذا منذ بداية العام الحالي.

وفي الوقت الذي اتجه فيه مصنعو السيارات على مستوى العالم إلى تصنيع سيارات صغيرة الحجم ومتوسطة قامت هيونداي بتصنيع سيارات كبيرة وفخمة، وهذا ما تجلى على أرض الواقع من خلال طرح سيارة جينيسيس والتي تم طرحها في شهر نوفمبر وقرىبا سيتم طرح سيارتين تعدان من أفخم السيارات التي صنعتها هيونداي في تاريخها وهما سيارة سالون و سيارة دفع رباعي.

فالأذي حدث هو أن الشركة كانت لها رؤية ثاقبة في كيفية النظر إلى الأزمة حيث قامت الشركة كما ذكرت بخطوات ناجحة في تخفيض الأسعار للمحافظة على المبيعات السنوية ونجحت الشركة في تثبيت حجم المبيعات مثل العام الماضي حيث ارتفعت مبيعات الشركة بنسبة 20٪ خلال العام الحالي 2009 وذلك بالمقارنة بالعام 2008. وقامت الشركة خلال العام الحالي بافتتاح أكثر من مركز للخدمة السريعة ومراكز لقطع الغيار بهدف الوصول إلى أكبر شريحة من العملاء، فـ«شمال الخليج» قامت بافتتاح مركز للخدمة السريعة في الجهراء ومركز آخر لقطع الغيار في كنداراي، وذلك بالتزامن مع الحملات التسويقية الضخمة التي قامت بها الشركة خلال العام الحالي.

الشركة تطمح خلال العام الحالي الي بيع 6 آلاف سيارة وهذه المبيعات سوف توصلنا إلى حصة سوقية ستبلغ 8٪ من سوق السيارات المحلي، بارتفاع نسبته 3٪ عن حصتنا السوقية خلال العام الماضي البالغة 5٪.

ما الخطط التسويقية التي تنوي الشركة طرحها خلال الفترة المقبلة؟

آخر خطة تسويقية قامت بها الشركة كانت فكرتها لتتخلص في بيع السيارة في المعرض بنفس سعر المنطقة الحرة،

الشركة بدأت بتجديد كلي وكامل لمعرض السيارات الرئيسي في الشويخ وكذلك مركز الخدمة السريعة وقطع الغيار ليتماشى مع هوية «هيونداي»

عرض المنطقة الحرة استمر لمدة 5 أيام وتم بيع 60 سيارة

سنطرح سيارتين في فبراير المقبل موديلات 2011

ستحدثان نقلة نوعية في سوق السيارات المحلي

وسنكشف عنهما قريبا



جينيسيس كوبيه



معرض هيونداي الشويخ بجلته الجديدة في بداية 2010