

Раде Кончар- контактори и релеи д.о.о

**СИЛНИОТ БРЕНД Е КЛУЧ НА
НАШИОТ УСПЕХ**



Со вкупно 257 вработени и годишен обрт од околу 5 милиони евра, можеме да кажеме дека Раде Кончар - контактори и релеи, успешно ги преброди транзициските години на приватизација и одлично се прилагоди на конкурентското окружување.

Раде Кончар- контактори и релеи д.о.о. е основано во далечната 1947 година. Почнувајќи од мала сервисна работилница со текот на времето, друштвото прераснува во модерно конципирана и дизајнирана фабрика за производство на ниско-напонски апарати која се простира на 10.000 квадратни метри во Скопје, афирмирана и присутна на пазарите ширум светот. За време на поранешна Југославија оваа компанија беше дел од Раде Кончар - Загреб која беше една од најголемите компани за електрични уреди на овие простори. Успешната приказна изгледа дека продолжува и понатаму. По целосното завршување со приватизацијата во 1998 година, оваа компанија егзистира како приватен ентитет. За успешноста на оваа компанија зборува фактот што 85% од нејзиното производство оди за извоз. Само 15% од производството останува за домашниот пазар, а сепак тие зафаќаат 70% од него. Листата на извозни пазари на Раде Кончар е нешто подолга од просекот на македонските компании. Извозот на оваа компанија се зголемува рапидно од година во година и денес Раде Кончар извезува во повеќе од 20 земји. Тие се позиционираат пред се на просторот на поранешна Југославија, но и во Украина, Египет, Чешка, Иран, Малезија, Турција, Русија, Белорусија, Јордан, Сирија, Белгија, Италија, Бугарија, Грција, Канада и други.



Кинезите ни прават проблеми копирајќи ги нашите производи
Во Раде Кончар не пречекаа управителот Велибор Киријас и неговиот помошник Александар Јанчиќ кои ни зборуваа за развојот на компанијата и за пречките кои им стојат на патот. Тие ни открија дека со оглед на тоа што се извозно ориентирани нивните производи ги задоволуваат сите меѓународни стандарди за квалитет. “Ние го имаме клучниот елемент за еден производ, а тоа е квалитетот. Понатаму следат сите маркетинг додатоци како што се позиционирање со цена, добра испорака, постпродажен сервис и слично “ вели управителот Киријас Велибор. Тие се соочуваат со силна конкуренција на глобалниот пазар. Нивни конкуренти се моќни производители на ниско- напонска опрема од типот на Сименс, АББ, Шнајдер и др., од европските производители и силната конкуренција од Далечниот Исток како што се кинеските, корејските и индиските производители на ниско-напонска опрема. Ова особено е изразено во земјите на ЕУ. “Премногу е тешко да се влезе на европските пазари бидејќи конкуренцијата е пресилна. Потребни се многу инвестиции за да се продаде нешто, а ние од друга страна сме добро

позиционирани на други пазари” објаснува Киријас”. Европа не е светот. Вредноста на профитот може да биде иста дури и поголема на некој условно речено помалку атрактивен пазар, поради послабата конкуренција и друга структура на пазарот,, додава Јанчиќ. Воедно тие со гордост зборуваа за моќта на брендот Раде Кончар кои го имаат заштитено”.”Ние имаме премногу инвестирано во брендот. Никогаш немаше да успееме без името Раде Кончар и многу сме среќни што успеавме во вистинско време да го заштитиме”, вели Киријас. “Раде Кончар е синоним за квалитет и без него ние би се позиционирале единствено преку цената, а тоа не е добра извозна стратегија. Брендот Раде Кончар-фрижидери со седиште во Битола првобитното име го сменија со името Фринко и не добија многу со тоа, додава тој. За моќта на брендот зборува и фактот што постојат многу кинески копии на производите од Раде Кончар.”Тоа на некој начин ни ласка, но и ни создава поголем број на непријатности. Кинезите ги копираат сите оние производи кои се добро продавани на глобалниот пазар. Тие не би се согласиле да копираат некоја неафирмирана марка. Сепак, непријатностите за нас произлегуваат од таму што рекламациите доаѓаат на наша адреса, а ни земаат и дел од пазарот и го нарушуваат добриот имиџ кој компанијата со години го создава на тие странски пазари”, вели Александар Јанчиќ. Многу е тешко да се реши проблемот со кинеските копии, тоа е речиси невозможно, бидејќи тоа е скап и макотрпен процес. Многу познати брендови не можат да го решат овој проблем, бидејќи сето тоа оди преку црни канали.

Со помош на искусни консултанти да се вратат загубените пазари
Перспективата на оваа компанија ја препознаа и експертите од ТАМ/БАС програмата кои преку своја поддршка им обезбедуваат консултантски услуги од европски експерти на македонски компании кои ветуваат просперитет. Конкретно во Раде Кончар повеќе од една година трансфер на своето знаење вршат двајца експерти, и тоа едниот технички, а другиот маркетинг експерт. Енгел Хоелгест е технички експерт, пензиониран електро- инженер од компанијата Филипс, кој за време на нашата посета во Раде Кончар не прошета низ погоните на фабриката. Тој за себе вели дека и покрај тоа што е експерт од областа на електрониката, во текот на својата кариера тој бил принуден да стане и маркетинг, финансиски и експерт од областа на правото. Тој е спремен ова искуство да го сподели со тукашните менаџери. Енгел вели дека Раде Кончар има квалитетни производи, а тие ќе им помогнат да ги вратат оние пазари кои се изгубија како последица на стеснетиот асортиман на производи поради распадот на Раде Кончар-холдинг. Другиот, Леополд Ремис, маркетинг експерт, го затекнавме како одржува тренинг сесија на дел од вработените. По тренинзите на челните луѓе се планира спроведување на внатрешни тренинзи “Луѓето се нашата најголема вредност и нашата трајна инвестиција. Нашите производи се одраз на напорот, инвентивноста, образованието и работната култура на нашите вработени “ вели Киријас.

Сања Проковиќ
prokovic@kapital.com.mk