



Téglánként a csúcsig

SUPERGROUP A NAGYKERBEN

A sportban nem egy példát találunk arra, hogy egy jól kidolgozott üzleti modellel és kiváló játékosok leigazolásával egy új csapat néhány év alatt felküzdje magát az elitligába. Valami hasonlót igyekeznek elérni az alkatrész-kereskedelemben egy múlt évben alakult csehországi vállalat. Baán Csabát, a magyarországi cég, az IAG Hungary ügyvezetőjét kérdeztük néhány hónappal az első, győri telephely megnyitása után.

– Gyanítom, hogy az utóbbi hónapokban jó néhányan feltették a kérdést: miért gondolják, hogy van helye egy újabb szereplőnek a magyar piacon?

– Jogos a kérdés, valóban többen feltették nekem. Valahol érthető a szkepticizmus, hiszen idehaza 2013 óta nem történt jelentős változás: ugyanazt a nyolc nagy céget látjuk, s közülük ugyanaz a két szereplő uralja a piacot, mint akkor. De magamévá tudom tenni

az alapító tulajdonos szavait: azok tudják a leggyorsabban növelni a részesedéseiket, akik a leggyorsabban alkalmazkodnak a változó viszonyokhoz. Márpedig változások mindig vannak. Ha bárki azt mondta volna 2019 karácsonyán, hogy három hónap múlva lezárják az országot, valószínűleg megmosolyogtam volna.

– És önöket nem mosolyogják meg, hogy mit akarnak itt újoncként?

– Versenysportban jártos emberként mindig örülök, ha megmosolyognak, lenéznek az ellenfelek, hiszen ha nem egyenrangú versenytársként kezelnek, félig nyert helyzetben vagyok. A csehországi anyavállalat tulajdonosa, Tomáš Kaštil is szakmabeli, és mindenhol igyekszik összegyűjteni azokat, akik sikereket értek el ezen a piacon. Csehországban, Lengyelországban és Magyarországon is olyan szakemberek



irányítják a cégeket, akiknek közel húszéves tapasztalatuk van egyrészt az alkatrész-nagykereskedelemben, másrészt új piacok megnyitására. Már 44 olyan kulcsfontosságú csapattagunk van a fedélzeten, akik 12 országot építettek az Inter Cars-ból és 1 milliárd eurós éves forgalmat értek el, ami szó szerint az egész vállalat fele... Úgy gondoljuk, ezzel a felhalmozott tudással háromszor gyorsabban vagyunk képesek haladni, mint a korábbi cégünkben. Minden vállalatnál az határozza meg a fejlődés irányát és ütemét, hogy milyen kreatív az állomány, mennyi ötlete van és milyenek. Az alkatrész-kereskedelem egyszerű piac, hisz nagyjából mindenki ugyanazt a gyártói palettát kínálja, és körülbelül azonos beszerzési árak miatt vége-
sek az árazási lehetőségek is. Mivel az IAG-t még nem ismerik, erősebb hangsúlyt teszünk az árstratégiára, nagyobb kedvezményeket kínálunk a potenciális vevőknek. Persze nem olyan egyszerű a dolog, hogy mindenkinél jobb árat adunk, hisz fel kell nőnünk, hogy komolyabban vegyenek a beszállítók.

– Nyilván az üzleti folyamatok jelenthetik a siker egyik kulcsát. Milyen adukat szorongat a kezében?

– Az egyik dolog, hogy a csehországi raktárból 315 ezer cikkszámából, 7 milliós darabszámból tudjuk kiszolgálni a vevőket és az utóbbi néhány hónap tapasztalatai alapján ki tudom jelteni, hogy jó a koncepció. A legfontosabbnak számító reggeli szállításban már most versenyképesek vagyunk, olyan ajánlatot tudunk tenni, amely felkelti a lehetséges vásárlók figyelmét. A másik lényeges elem a franchise-működés. Mi vagyunk a második szereplő a magyar piacon, aki ebben gondolkodik, a nyolc nagy cég közül csak az egyiknél van kizárólagos franchise-modell. Hiszünk abban, hogy sokkal hatékonyabb üzleti partnerekkel közösen, szigorú és pontos franchise-leírás alapján működtetni telephelyeket, mint saját dolgozókkal.

– Milyen tapasztalatokat szereztek az első telephely megnyitása óta eltelt rövid időben?

– Az ügyfelek első reakciója kifejezetten kedvező volt. Az erős kifejezés lenne, hogy vártak minket, de örülnek neki, hogy van egy újabb beszerzési forrás-

suk. Győrben egy tapasztalt franchise-partnerrel dolgozunk együtt, ismeri ezt a működési modellt, az elvárásokat, a feladatokat, így sokkal hatékonyabb, mintha nulláról kellett volna kezdeni. Örömmel újságolhatom, hogy már a működés harmadik hetében álláshirdetést adtak fel, hogy bővíthessék a csapatot. De azt is el kell mondanom, hogy bármennyi szaktudásunk, tapasztalatunk is van, induló céggként nem lehet elkerülni a gyermekbetegségeket. Az informatikai rendszer felépítésétől a szállítási útvonalak kialakításáig rengeteg dolog van, ahol idő kell, amíg megtaláljuk az optimális megoldást. Azt szoktam mondani, hogy bármilyen okos egy kisgyerek, az óvoda után nem mehet azonnal gimnáziumba, ki kell járnia az általános iskolát.

– A következő telephelyekről korai lenne még beszélni?

– A legfontosabb a csapat kiépítése, ez gőzerővel zajlik. A telephelyekről annyit tudok mondani, hogy másodikként Esztergom. Júniusban megnyitott, és valószínűleg számos egységet nyitunk ide. Úgy vélem, három év alatt tudjuk lefedni az országot. Nem célunk, hogy





Azzal a szaktudással, amit húsz év alatt ez a gárda megszerzett – hangsúlyozottan csapatról beszélek, ez nem one-man-show –, képesek vagyunk arra, hogy a magyarországi piac meghatározó kiszolgálója legyünk.

egy-két hónapon belül minden nagyvárosban legyen értékesítési pontunk, sokkal fontosabb, hogy egy adott területen megtaláljuk a megfelelő partnerjelöltet. A franchise-modellben nem lehet érvényesülni azzal a típusú nagykereskedői mentalitással, hogy „megveszem a terméket, aztán eladom, és ne szóljon bele senki”. Nálunk az IAG termékét az IAG rendszerén keresztül az IAG folyamatai alapján kvázi ügynökként értékesíti a partner, és a minőség szavatolása érdekében szigorú elvárásaink vannak. Ezeket nem mindenki fogadja el szívesen. Tehát eleve olyan partnereket keresünk, akik ebben a modellben gondolkodnak. Jó néhány tárgyalással a hátam mögött kijelenthetem, hogy sokkal könnyebb helyzetben vagyok, mint kilenc éve. Úgy kezdtünk neki az akkori cég felvirágoztatásához, úgy kellett eladni a franchise-modellt, hogy nem volt sikeres minta Magyarországon, csak külföldi példákat tudtam felhozni, de azok nem voltak meggyőzők, hiszen a messziről jött ember azt mond, amit akar. Ma már nem kérdés, lehet-e sikeres a franchise-modell: a versenytárs és a hálózathoz tartozó franchise-partnerek üzleti eredményei nyilvánosak.

– *Miért lenne jobb egy most induló társasághoz csatlakozni, mint egy nagy céghez?*

– Tény, hogy a járvány nem érintette súlyosan az autóalkatrész-szektor, tehát a piac szereplői, beleértve a franchise-cégeket, sikeres időszakok vannak túl, és ismerjük a mondást: járt utat járatanért ne hagyjunk el... Most azt tudom mondani, hogy az IAG által kínált lehetőség mindenki előtt nyitva áll, nincs kizáró ok. Az újonnan kidolgozott

franchise-modellünk sikere a téglánkénti építkezés lehet. A bevett telephelynyitási menettel szemben nálunk kis méretben kezdenek az értékesítési pontok, ami mindkét fél részéről kevesebb tőkét igényel. Akinek nincs annyi tőkéje, amennyi a megszokott vállalkozási módozatban szükséges az induláshoz, bátran jöhet hozzánk. Mi esélyt kínálunk, hogy a szokásosnál jóval kisebb kezdeti tőkeberuházással lépésről lépésre felépítsen akár egy nagy készlettel dolgozó, 500–600 négyzetméteres, húsz főt foglalkoztató, több tízmillió forint hasznot termelő vállalkozást. Olyanokat keresünk, akik akár autószerelőként, akár autósboltosként, akár egy konkurens cég alkalmazottjaként vagy partnereként piaci ismereteket szereztek, és van bennük vállalkozókedv.

– *Az ígéretes hosszú távú tervek mellett mivel tudják meggyőzni a potenciális partnereket?*

– Már az induláskor bevezettünk egy olyan rendszert, amely az eleve versenyképes árból minden hónapban tíz százalékot visszatérít akár készpénzben, akár jóváírás formájában. Emellett évről évre különféle utazásokkal szeretnénk kedveskedni a legkiválóbb partnereinknek, idén novemberre nyolcnapos egyiptomi luxusutat tervezünk.

– *Az nem rettent el az érdeklődőket, hogy kikötik: kiskereskedelmi tevékenységet nem szabad folytatni?*

– Egy induló cégnek rövid távon nyilván az lenne a legjobb, ha mindenhová eladna terméket, ahol csak igény mutatkozik. Mi tudatosan nem ebbe az irányba indultunk. A korábbi munkahelyemen már kipróbáltuk, hogy utcára nem adunk

el alkatrészt, és állíthatom, hogy – bár a szerelőtársadalmat megosztja – közép- és hosszú távon kifizetődő ez az üzletpolitika. Mi határozottan ellenezzük, hogy a tulajdonos maga javítsa az autóját, vagy maga szerezze be az alkatrészt, és elvigye a szerelőhöz. Kizárólag a szervizt, az autósboltot és a helyi kereskedőt kívánjuk támogatni. Az étterembe sem viszünk magunkkal nyers zöldséget és húst, hogy levest főzzenek belőle. Persze vannak szerelők, akik csupán azzal foglalkoznak, hogy a lehető legnagyobb választékból a lehető legjobb áron a lehető leggyorsabban kapjanak árut, és mindenkinek értékesítsenek. Mi viszont azokra szeretnénk fókuszálni, akiknek fontos a korrekt piaci magatartás – örömmel mondhatom, hogy sokan keresik ezt a fajta kapcsolatot. Akikhez közel áll az IAG értékrendje, azokkal jó eséllyel sikeres üzletet tudunk építeni.

– *A szervizek is egyfajta partnerként tekinthetnek az IAG-re?*

– Hogyne. A korábbi sikereimet részben annak köszönhetem, hogy felismertem: az autószerelők szeretnék, ha lenne egy biztos pont, ahová fordulhatnak. Erre reagálva felépítettük a legnagyobb értékesítési csapatot, aminek meg is lett az eredménye. Itt is ez a cél: kiemelt figyelmet fordítani a szervizekre, a személyes kapcsolatokra.

– *Melyek a hosszú távú tervek?*

– Azzal a szaktudással, amit húsz év alatt ez a gárda megszerzett – hangsúlyozottan csapatról beszélek, ez nem one-man-show –, képesek vagyunk arra, hogy a magyarországi piac meghatározó kiszolgálója legyünk. A távlati cél az, hogy bekerüljünk az első háromba. ■