

Ямаховцы не унывают

Андрей Великанов. Фото Артура Гроховского

После провального 2009 года многие верфи и моторостроительные компании до сих пор пребывают в состоянии сильного шока. Хотя есть и исключения: канадская компания «Camrion» в начале сезона уже продемонстрировала зрителям новый катер, корпус которого создан исключительно из производных соевых бобов и кукурузы, а «Volvo Penta» выпустила 220-сильный движок, работающий на биотопливе. Более экономичные новинки подвесных моторов показали на февральской выставке в Майами «Suzuki» и «Honda».

К сожалению, на отечественных бот-шоу ничего подобного не происходит, ведь без посредников на российском рынке представлены лишь два мировых гранда – «Mercury» («Brunswick») и «Yamaha» («Yamaha Motor CIS»). Остальные существуют как бы отдельно от компаний-родителей, и политика их продвижения на шестой части суши целиком зависит от локального дистрибьютора.

На этом фоне приятной нео-



Глава подразделения Кувата-сан жиданностью стал семинар, организованный «Yamaha Motor CIS» в рамках московской выставки. Ретивость японцев понять можно, ведь по их статистике в прошлом году Россия вышла на второе место в мире по продаже моторов под этой маркой (в 2009 г. в США ямаховцами реализовано 42 тыс. штук, в РФ – 16 тыс., конечно, без учета «серого» импорта).

Вот почему и Кувата-сан (глава подразделения), и Эйсин Чихана (начальник службы маркетинга), и Хорикоси Кэитаро (руководитель службы продаж) широко улыбались и не скупились на рассказы даже об идеях развития «Yamaha» в 2011 г.!

Оставим пока посулы на завтра в стороне, скажем, что нынешним летом мы увидим на отечественных прилавках около 50 моделей (мощностью от 2 до 350 л.с.) двухтактных и четырехтактных подвесных моторов с маркой «Yamaha». Появится новинка – 70-сильный четырехтактник («F70A») весом 118 кг, что на 35 кг легче ближайшего конкурента в этой категории. По данному показателю эту модель уже можно поставить в ряд с двухтактными движками, что становится очень серьезным аргументом для вытеснения с рынка подобных конкурентов.

Принципиально отличаем этого сезона станут рекомендованные компанией пакетные продажи. И если с брендом надувных лодок «Yamaha» (которые выпускает группа компаний «Петросет») все ясно – эти лодки хорошо известны во многих регионах России («Yamaha» предлагает для пакетных продаж модели «Т280», «Т330», «F340» и «S390»), то вот пластиковым корпусам из Владивостока (модель «BRIZ 23»)

и Казани (модели «Velvette 23 Active Sedan» и «Image 20») еще придется завоевывать своего покупателя.

Здорово, что в отличие от прочих ведущих заморских моторо- и катеростроителей ямаховцы активно работают на российском рынке и уже реально поддерживают отечественную экономику, а не занимаются голым импортом, который, кстати, у них идет на все сто, как нынче модно говорить, по «белому».

В планах «Yamaha Motor CIS» на 2010 г. значатся и обучение безопасности на воде, и проведение региональных дилерских семинаров, и активная поддержка региональных рыболовных соревнований.

Модельный ряд ямаховских гидроциклов будет прежним – шесть наименований (из них только один – «SJ 700» – стоячий). А вот в 2011 г. японцы планируют начать продажу у нас в стране водометных катеров (пока две модели длиной 6.4 и 7.2 м с двигателями 1052 и 1812 см³). В московском штабе компании активно обсуждаются и идеи начать пакетные продажи моторов с алюминиевыми корпусами, причем не только от зарубежных производителей.

И, наверное, не зря посетители московской выставки весьма дотошно фотографировали сварные швы на транцах отечественных «люминек». Японцам ведь совсем не безразлично, где будет красоваться популярное на всех континентах имя.

Над этим стоит уже сейчас призадуматься и нашим производителям – получить официальное одобрение от «Yamaha» будет не так просто, как «разрешение проезда на красный» свет от начальника ГИБДД.

