

Liczy się nie tylko zysk!

– Od ponad roku walczyliśmy z pandemią. Mocno zmieniło to Pana życie? Widzi Pan perspektywę powrotu do normalności?

– Obawiałem się zachorowania i zmieniłem tryb życia. Większość minionego roku przepracowałem w domowych pieleszach. Do pracy zdalnej przekonywałem także naszych pracowników. Niedogodności związane z pandemią nie traktuję jako szykany, nie są dla mnie przeszkodą pod warunkiem, że zobaczę światelko w tunelu. Perspektywa powrotu do normalności jest jasno określona. Szczepmy się jak najszybciej, uwierzmy, że ziemia nie jest płaska, a już wkrótce opalać się będziemy na zatłoczonych plażach i jadać w zapelnionych restauracjach. Sam już nie tylko zaplanowałem, ale i opłaciłem urlop. W lipcu jadę do słonecznej Grecji.

– Ostatnio sporo działo się wokół Pańskiej firmy. Po tym gdy umowę dealerską wypowiedział wam Keestrack, wydał Pan bardzo emocjonalne oświadczenie...

– Był to komentarz zachowania firmy Keestrack, które było przysłowiowym wbiciem noża w plecy. Na dodatek to cios zadany w bardzo prymitywny sposób. Przesłany do nas list informujący o natychmiastowym, a moim zdaniem całkowicie bezpodstawnym, zakończeniu współpracy został wysłany przez... sekretarkę. Ten brak klasy i swoistego rodzaju cywilne tchórzostwo fatalnie świadczy o poziomie producentów w sumie bardzo dobrych maszyn. Nie wróżę tej marce świetlanej przyszłości pod aktualnym zarządem. W wielu krajach Europy Zachodniej holenderscy przedsiębiorcy nie cieszą się dobrą opinią. Coś w tym jest, bo na czterech moich partnerów biznesowych z tego kraju, trzech okazało się pozbawionych jakiegokolwiek etyki zawodowej. Sprawa z Keestrackiem nie jest zakończona i nie wykluczam, że znajdzie swój epilog w sądzie.

– Przejęcie części udziałów Doosan Infracore przez korporację Hyundai stworzyło w Polsce pole do spekulacji. Jednego dnia twierdzono, że Amago przejmie dystrybucję maszyn Doosan, a nazajutrz całkowicie odwrotnie, że straci Hyundai rzecz... Wreszcie dealer Doosana, Grausch i Grausch Maszyny Budowlane opublikował – także na łamach PosBud News – oficjalne stanowisko. Amago milczało i nadal milczy w tej sprawie. Dlaczego?

– Uśmieiałem się z tego oświadczenia. Człowiek mający czyste sumienie może spać spokojnie, a czapka gore na niepewnych głowach. No właśnie, moim zdaniem Grausch i Grausch Maszyny Budowlane nie musi się aż tak obawiać. Decyzje i tak zapadną w Seulu i nikt z nas nie będzie miał na nie wpływu... Po co więc te nerwy i wydawanie oświadczeń? Logika biznesowa podpowiada, że nie likwiduje się znanej i popularnej marki. Prezes Hyundai Heavy Industries Holdings Kwon Oh-gap publicznie zobowiązał się nawet do zapewnienia kompleksowego wsparcia w przyszłych inwestycjach technologicznych, aby – jak był łaskaw określić – obie firmy mogły wejść na szczyt globalnego rynku. Cóż może tu komentować małe Amago kierowane przez moją skromną osobę? Spokojnie. Karawana jedzie dalej. Jedyne, co moim zdaniem może się zmienić, to wzrost cen na części



**Rozmowa z Markiem Wiąckim,
prezesem zarządu Amago Sp. z o.o.**

zamienne i nowe maszyny marki Doosan. Trzeba będzie przecieżyć jakoś powetować stratę około dwóch i pół miliarda dolarów, po części spowodowaną pewnie właśnie dotychczasową polityką cenową. Kłaniają się tu prosta matematyka i Excel.

– Zauważam pewną prawidłowość. Otóż południowokoreańskie koncerny Hyundai i Doosan nie założyły w Polsce przedstawicielstw. Wybrały za to na partnerów lokalne firmy z polskim kapitałem. Pańskim zdaniem to przypadek czy starannie przemyślana strategia?

– To z pewnością przypadek. Chwała jednak Grauschom i Wiąckowi, że potrafili zaistnieć i trwają na swych pozycjach.

– Trwają, ale mocno się ostatnio poróżnili. Najpierw o interpretację skutków wspomnianego dealu w Korei Południowej, potem – jak coraz głośniejsz wróble na dachu – o prawa do dystrybucji w Polsce maszyn Keestracka...

– Ja się z nikim nie poróżniłem. Prawdę mówiąc panów Grausch znam tylko z widzenia. Zamieniliśmy ze sobą może kilka słów na jakiś targach, to wszystko. Tym bardziej zatem dziwiły mnie wypowiedziane przez nich wobec klientów negatywne opinie, zarówno na mój temat, jak i słabej ponoć jakości maszyn Hyundai. Zachowywałem spokój, bo uważam, że prawdziwa cnota krytyk się nie boi. Nie zrobiłem zresztą niczego, czym zasłużyłbym sobie na tego rodzaju krytykę. Maszyny Hyundai także są bardzo dobre i trwałe. Być może przyczyna tkwi w tym, że dwukrotnie udało mi się wygrać z Grausch i Grausch w wyścigu o klienta na ich terenie, w Wielkopolsce. Okazało się to możliwe właśnie dlatego, że nabywca źle postrzegał ich krytyczne oceny pod adresem Amago. A jednocześnie docenił, że ja wyrażałem się o moich konkurentach z kurtuazją.

– Doprawdy? Zachwał Pan konkurencję?!

– Właśnie tak! Niezwykle poważam firmę GiG za profesjonalizm. Mówię to bez cienia ironii. Po prostu doceniam sukces, jaki odnieśli bracia Grausch. Uważam też, że sprzedają maszyny wysokiej klasy. Po tylu latach w branży nikt nie wzmieni mi przecież, że dziś istnieją znaczne różnice pomiędzy technicznymi możliwościami maszyn poszczególnych marek... Tak, panowie Grausch – brawo – zaczynaliście tak jak ja, od zera. Pamiętam wasze stoisko na Targach Poznańskich, kiedy na łóżku polowym wystawialiście części zamienne do maszyn, a za łóżkiem stała polska, mała przyczepa kempingowa „robiąca” za biuro. Gratuluję! Nie wszystkim się udało, a wy trwacie już ponad dwadzieścia lat. Nie, nie poróżniłem się z nikim z firmy Grausch i Grausch i nie wierzę, że to ona dostała dystrybucję maszyn Keestrack w Polsce.

– Wiara nie ma tu nic do rzeczy...

– A jeżeli nawet byłoby to prawdą, to dla firmy Grausch i Grausch nie jest dobra wiadomość, bo zdecydowałaby się na współpracę z bardzo niezetelnym kontrahentem. Ale to już nie jest moja sprawa. Swoją drogą, czy nie wydaje się panu, że takie firmy jak Grausch i Grausch oraz Amago powinny współpracować, a nie walczyć ze sobą? Wszak dla takich, jak my nestorów branży powinno liczyć się coś więcej, niż mnożenie zysków za wszelką cenę.

– Zerwanie umowy przez firmę Keestrack określił Pan biznesowym chuligaństwem. Nie przesadza Pan? Patrząc z boku wydaje się naturalne, że producent wybiera dystrybutora, który zapewni mu wyższą sprzedaż... Skoro w Amago słabo sprzedają, to zostali ukarani.

– Chodziło mi o formę, w jakiej zakomunikowano nam zakończenie współpracy. Walka konkurencyjna może być czysta i uczciwa. Zysk? OK, ale nie za wszelką cenę! Przyznaję panu rację, że producent szuka tego, kto sprzeda mu więcej, ale nie zgadzam się, że Amago słabo sprzedaje. Wprost przeciwnie, wyniki mówią same za siebie. Podwoiliśmy zaplanowany na ubiegły rok wynik sprzedaży. Naprawdę zrobiliśmy dwieście procent planu!

– Wielu konkurentów uważa, że ma Pan w ręku marketingowy samograj, a kolosalną robotę dla dobrego postrzegania marki i wzrostu sprzedaży robi za Pański marketing dział motoryzacyjny koncernu Hyundai. Nie uważa Pan, że Amago mogło osiągnąć z Hyundaiem więcej? Szczególnie, gdy zestawimy to z wynikami Doosana?

– Dobre pytanie. Dobre, bo niewygodne... I zasadne, choć akurat samochodów nie mieszałbym do naszego biznesu. To tak nie działa. Znam kilku właścicieli firm budowlanych, którzy jeżdżą samochodami Hyundai. Zresztą nie tylko oni, ale także ich żony i dzieci. A mimo to rozważając zakup maszyny budowlanej decydują się na inną markę. Gdy pytam o powód, to w odpowiedzi słyszę – „bo się przyzwyczaiłem i nie chcę tego zmieniać”. Niech więc zazdrośni konkurenci powstrzymają emocje.

– Wróćmy jednak do sedna mojego pytania...

– Nie uciekam od odpowiedzi. Widzę kilka przyczyn takiego stanu rzeczy. Na naszą niekorzyść w co najmniej sześćdziesięciu procentach działają ceny. Hyundai jest po prostu droższy niż Doosan. Nabywca myśli sobie, że skoro jedna i druga maszyna to taki sam

„koreańczyk”, to nie ma sensu płacić więcej. Mam nadzieję, że teraz, po zmianach własnościowych, to się zmieni i obie marki konkurować będą serwisem, opieką nad klientem, rzetelnością i uczciwością, a nie ceną. Trzeba też zauważyć, że na korzyść naszych konkurentów działa otrzymanie swego czasu pokaznej schedy po Gema2000 w postaci części zamiennych i portfela klientów. Tworzy to kolejne dwadzieścia procent przewagi konkurenta, nawet jeżeli weźmiemy pod uwagę, że Gema2000 sprzedała masę maszyn nie koniecznie satysfakcjonując przy tym, mówiąc delikatnie, ich nabywców... Dalsze dziesięć procent to ludzie. Przyznaję, że nie udało mi się zbudować scementowanego zespołu handlowców. Pomimo, że Amago ma świetny system wynagrodzeń, którego ponoć zazdrości nam cała konkurencja, to jednak nie udało się zatrudnić najlepszych z najlepszych.

– Jeżeli dobrze liczę, to do stu procent jeszcze brakuje...

– Ostatnie dziesięć procent to też ludzie. Rodzina. Do końca wierzyłem, że moi synowie przejmą Amago. Dlatego zwlekałem z pewnymi zmianami organizacyjnymi. Czekałem na ich decyzję. Liczyłem na nich, bo mają ku temu predyspozycje i doskonałe, międzynarodowe wykształcenie. Tak czy inaczej, nadzieja umarła ostatnia i zbyt późno rozpocząłem kreowanie swojego następcy. Tak, Hyundai zasłużył na to, by mieć lepszą pozycję na polskim rynku. Czynniki, jakie wymieniłem, nie działają jednak na korzyść marki. Liczę, że moi następcy doprowadzą do poprawy sytuacji.

– Powiedział Pan kiedyś, że nie lubi chodzić na skróty. Nadal wyznaje Pan tę zasadę?

– Tak. Cenię rzetelność i dokładność. Nie cierpię roboty „po łebkach”, nie toleruję pływania w mętnej wodzie.

– Chciałbym poruszyć temat Stowarzyszenia Dystrybutorów Maszyn Budowlanych, które w praktyce nie działa. Branża nie ma praktycznie żadnej reprezentacji.

– Nie mam sprecyzowanego zdania na temat SDMB. Dla Amago jest pomocne służąc jako źródło rzetelnej informacji na temat naszego udziału w krajowym rynku maszyn budowlanych. Nie wiem natomiast, czym mogłoby się jeszcze zajmować.

– Na przykład kwestią dofinansowania maszyn o napędzie elektrycznym. W Ministerstwie dopominali się o to nasi dziennikarze! A przecież to nie ich zadanie...

– To prawda, dziękuję za uświadomienie mi tego faktu.

– Twierdzi Pan, że aby dobrze pracować, trzeba też dobrze wypocząć. Czy w dobie pandemii koronawirusa musiał Pan mocno zweryfikować pomysły na wypoczynek?

– Nie, nie zmieniłem mojej filozofii. Nie żyję po to by pracować, choć jeżeli coś robię, to idę zawsze na całość. Pracuję po to, by żyć. Moje dalekie wyprawy w zeszłym roku zastąpiłem pieszymi wędrówkami po rodzimych Tatrach, ale jak już wspomniałem, teraz zaplanowałem na lipiec pierwszy po pandemii rejs po greckim archipelagu Dodekanez. Chcę też jak najszybciej postawić stopę na Ziemi Ognistej, popłynąć śladami Magellana i przebyć szlak Darwina w dalekiej Patagonii.

Rozmawiał: Jacek Barański