

OD PRODUKTU DO USŁUGI

Rozmowa GEODETY z Hartmutem Stadali,
szefem sprzedaży Trimble'a na Europę
Środkową i Wschodnią

KATARZYNA PAKUŁA-KWIECIŃSKA: Co nowego zaprezentuje firma Trimble na najbliższym Intergeo w Monachium?

HARTMUT STADALI: Targi Intergeo w Niemczech są z pewnością najważniejszą tego typu imprezą w Europie, a właściwie międzynarodową, bo nawet w Stanach nie ma porównywalnych targów dla geodezji. Jednak Trimble nie produkuje niczego pod termin otwarcia tych czy innych targów. Gdy produkt jest już gotowy, wypuszczamy go na rynek. Jesteśmy spółką giełdową, a to oznacza, że mamy ściśle określone cele kwartalne, które musimy realizować. Poza tym, zgodnie z zasadami funkcjonowania spółki giełdowej, nie wolno nam publikować informacji o nowościach przed datą ich wypuszczenia. Nie mogę zatem powiedzieć o tym, co będzie stworzone w przyszłości, ale mogę powiedzieć, że na tegorocznych Intergeo wystawimy np. tachimetr Trimble S6, odbiorniki GNSS i pozostałe ważne produkty, które są już na rynku. Mamy natomiast nowe propozycje produktów Nikon i Spectra Precision.

Roczne przychody Trimble'a rosną corocznie blisko 20%. Jak zatem wytłumaczyć 130-procentowy wzrost w działach rozwiązań mobilnych?

W dziale sprzętu geodezyjnego za główny cel postawiliśmy sobie osiągnięcie w samej Europie sprzedaży w wysokości 100 mln dolarów. Segmenty sprzętu GIS-owego czy rozwiązań mobilnych to tylko niewielka część całej sprzedaży Trimble. Podwojenie w ciągu roku dochodów w przypadku rozwiązań mobilnych bardzo ładnie wygląda procentowo, ale to wciąż niewielki biznes [kilka mln dolarów – red.]. Na rynku oferuje się

wiele produktów *high-end* (zaawansowanych, geodezyjnych) i Trimble jest tu firmą wiodącą. Jest też wiele wyrobów *low-end* (prostych, GIS-owych), gdzie Trimble również ma popularne rozwiązania. Natomiast mało jest na rynku produktów z przedziału pośredniego (tzw. precyzyjnego GIS-u), czyli urządzeń o dokładności około dziesięciu centymetrów. Na te produkty istnieje zapotrzebowanie ze strony firm geodezyjnych i budowlanych. I Trimble pracuje już nad tym, aby tę lukę zapełnić. Natomiast to, co nazywamy aplikacjami GIS-owymi, nie wymaga aż takiej dokładności.

Jakie produkty przynoszą w tej chwili firmie największy dochód?

Pierwsze miejsce w wysokości sprzedaży w Polsce zajmują tachimetry, drugie – odbiorniki GPS, ale prędkiej czy później to się zmieni. Sądzę, że za jakieś dwa lata udział tachimetrów i odbiorników GPS będzie mniej więcej równy. Stałoby się to już wcześniej, ale postęp, m.in. wprowadzenie sieci VRS, powoduje, że teraz sprzedajemy tylko jeden odbiornik na klienta. To sprawia, że chociaż liczba klientów GPS szybko wzrasta, to wzrost dochodów jest wolniejszy.

To samo dotyczy kontrolerów i oprogramowania polowego. Trimble promuje zintegrowane pomiary, co oznacza jeden wspólny kontroler dla GPS i tachimetru oraz jedno oprogramowanie do obu rodzajów sprzętu. Dzięki temu w razie potrzeby można się między nimi szybko przełączać.

Jeśli chodzi o skaniny 3D, to technologia ta jest w fazie adaptacji i wdrażania i zmienia się bardzo szybko. Ceny skanerów nadal są wysokie, a okres zwrotu inwestycji długi. Dlatego klienci wolą



FOT. MAREK PUDIO

wynajęcie urządzenia lub zamówienie usługi skanowania niż jego kupno. Czasami na jakimś rynku udaje się sprzedać 3-4 skanery, ale na innym nic.

Dwa lata temu Trimble kupił francuską firmę Mensi (zajmującą się produkcją skanerów laserowych). Na rynku skanerów konkurujemy z firmami Riegl i Leica. Ale głównym rynkiem, który chcemy zdobyć, jest rynek geodezji.

Skoro mowa o skanerach, to wydaje się, że przyszłością jest połączenie skanera, tachimetru i być może GPS. Już dzisiaj zmotoryzowany tachimetr nie wymaga operatora. Człowiek potrzebny jest do biegania z pryzmatem, na którym dodatkowo zainstalowany jest GPS, informujący ciągle stację o swoim położeniu. Mamy zatem pierwsze małe ułatwienie wyniku z połączenia obu technologii. Sądzę, że jeśli geodeci będą dostatecznie sprytni, by zająć się tym segmentem, będą mogli opracowywać wszelkie dane.

Skanery laserowe są chyba zbyt drogie dla Polski?

Zdajemy sobie z tego sprawę i dlatego oferujemy pokazy, testy i wynajem. Ponieważ pracujemy w systemie dilerkim, naszymi pierwszymi klientami są dilerzy, których wspomagamy w promowaniu skanowania – np. wynajmując im skaner, by mogli go prezentować potencjalnym klientom.

Ile sztuk skanerów laserowych zostało już sprzedanych i czy ktoś w Polsce kupił już takie urządzenie?

Sądzę, że na całym świecie sprzedaliśmy ich około 50. Zapotrzebowanie rynku w Niemczech szacujemy obecnie na 15 sztuk. Sprzedaliśmy kilka urządzeń do Rosji, a jedno nawet w Polsce.

Technologie Trimble'a wykorzystuje już ponad 80 sieci stacji referencyjnych na całym świecie. Ostatnio także w Małopolsce?

Rzeczywiście, dla powstającego na terenie Małopolski systemu stacji referencyjnych sprzedaliśmy już 9 licencji

że Galileo jest współfinansowane przez amerykańskie firmy. Dlatego oba systemy będą łączyć się. Natomiast GLO-NASS działa zupełnie inaczej, dlatego nie da się go wkomponować w GPS lub Galileo, trzeba go niejako dodawać. Można zatem albo śledzić GPS i Galileo, albo GLONASS, ale nie można ich połączyć.

Co do odbioru sygnałów testowych Galileo, to wiadomo, że system ruszy za trzy lata, a wtedy będzie już nowa generacja odbiorników. Z serwisów prasowych dowiadujemy się co jakiś czas, że ta czy tamta firma potrafi namierzyć sygnał (zresztą Trimble był w tej konkurencji pierwszy), ale przecież mamy dopiero jednego satelitę! W rzeczywistości firmy są jedynie przygotowane do odbioru sygnału i późniejszego dostosowania odbiornika.

Jak Pan ocenia rynek sprzętu geodezyjnego w Polsce na tle naszych sąsiadów?

W Rosji notujemy coroczny 15-20% wzrost, choć tam zależy on od ceny

że i rynek sprzętu geodezyjnego będzie się powiększał. Według naszych badań w Polsce tempo wzrostu w geodezji i budownictwie wynosi minimum 25%. Ponieważ przyrost naszej sprzedaży w Polsce jest na razie niższy niż przyrost waszego PKB, zdecydowaliśmy się wprowadzić nową strategię, by poprawić ten wynik. Zamierzamy zorganizować tu niewielki oddział Trimble'a, ale tylko do prowadzenia spraw administracyjnych, formalnoprawnych itp. Jednak podstawą działania jest sprzedaż przez sieć partnerów. Obecnie mamy ich dwóch. Jeden z partnerów tzw. aktywny (Geotronics Polska) – podróżuje, zdobywając klientów i prowadząc sprzedaż bezpośrednią, drugi (Impexgeo) – zarządza dilerami i zajmuje się dystrybucją instrumentów marki Nikon, Spectra Precision oraz odbiorników GPS Trimble'a 5700. Ostatnio w całej Polsce nasi partnerzy urządzili serię pokazów nazwaną Road Show, żeby pozyskać jak najwięcej klientów.

Co pan sądzi na temat tego Road Show? Jak duże było zainteresowanie klientów?

Pomysł organizowania Road Show nie jest nowy, robimy to z powodzeniem także w innych krajach. Kopiajmy to rozwiązanie, bo jest dobre, a chcemy reklamować firmę nie tylko przez internet czy telefon. Planujemy powołać centra obsługi klienta, tak by nasi partnerzy oferowali nie

Planujemy powołać centra obsługi klienta, tak by nasi partnerzy oferowali nie tylko sprzedaż czy naprawę sprzętu, ale także gorącą linię, wsparcie polowe, obsługę pierwszego kontaktu czy wreszcie wynajem.



tylko sprzedaż czy naprawę sprzętu, ale także gorącą linię, wsparcie polowe, obsługę pierwszego kontaktu czy wreszcie wynajem.

Jeśli popatrzy się na reklamówki innych firm skierowane na rynek geodezyjny, to łatwo zauważyć, że skupiają się one na produkcie. W przyszłości jednak produkty różnych firm coraz mniej będą się od siebie różniły. I co wtedy? Już obecnie użytkownik końcowy szuka dodatkowego zysku. A co jest takim zyskiem dla kupującego?

Pokażę to na przykładzie: kupując dzisiaj telefon komórkowy, nie kupuje się produktu, ale usługę od dostawcy, a telefon dostaje się gratis. Dlatego my bardziej reklamujemy firmę, markę, logo i jego kolor. Chcemy, żeby zapamiętały je oczy, mózg i serce inżynierów, żeby kojarzyli je z konkretnymi cechami i wartościami naszej firmy.

oprogramowania, wcześniej 10 sztuk użytkował GUGiK. Najwięcej licencji, bo aż 250 sprzedaliśmy do pewnego projektu telekomunikacyjnego w Niemczech. W ogóle sieci VRS to ciekawy temat. Na przykład w Austrii są trzy różne sieci VRS, których obszar działania znacznie się pokrywa. W Niemczech jest podobnie – swoje sieci GPS mają firmy telekomunikacyjne, dostawcy usług GPRS, firmy sieciowe. We Francji, gdzie są duże odległości pomiędzy stacjami bazowymi, także zakłada się sieć VRS. W małej Belgii są aż 3 różne sieci, a ciekawą rzeczą jest to, że sprzedaliśmy nasz sprzęt tylko dla jednej z nich (pozostałe wyposażała Leica), ale wszystkie 3 pracują na naszym oprogramowaniu.

Jak Trimble przygotowuje się do odbioru i wykorzystywania sygnałów z systemów nawigacji Galileo i GLO-NASS?

Galileo i GPS nigdy nie będą współzawodniczyć ze sobą, chociażby dlatego,

baryłki ropy przeliczonej na dolary oraz polityki. Z kolei w Czechach notujemy wahania, tamtejszy rynek jest bardziej podobny do rynków zachodnioeuropejskich. Wzrost wciąż sięga tam 10-15%, a kraj jest pokryty nowoczesną siecią stacji referencyjnych. Słowacja ma natomiast szybsze tempo rozwoju niż Czechy, co jednak wynika z konieczności nadgania opóźnień w stosunku do sąsiadów. Na Węgrzech spora inflacja i słabe zdolności kredytowe lokalnych partnerów sprawiają, że wzrost waha się w granicach 0-30%. Generalnie: tam, gdzie są pieniądze, tam jest wzrost. Według naszych ocen Polska, Rosja czy kraje nadbałtyckie to są rynki najszybciej rozwijające się.

Geodezja i budownictwo zawsze się ze sobą łączą, więc w analizach bierzemy pod uwagę PKB oraz tempo wzrostu budownictwa w każdym kraju. Wiemy, że w Polsce nakłady na budownictwo są wysokie, mamy zatem podstawy sądzić,

Rozmawiała KATARZYNA PAKUŁA-KWIECIŃSKA