

Существует ряд особенностей, по которым мы можем судить о человеке. Его манеры, улыбка, крепкое рукопожатие. Мы можем сравнивать и противопоставлять друг другу разные типажи и личностные портреты... А что делает статусного человека совершенно особенным? Это выбор автомобиля.

БЕСЕДОВАЛА: АННА ПОЛЯРУШ



СИМВОЛ УСПЕХА



Среди изобилия марок и вариантов есть один неповторимый и единственный в своем роде бренд, которым стремятся обладать великие мира сего. Абсолютный символ успеха – роскошный Rolls-Royce. Мы встретились с Татьяной Фитцджералд, управляющим директором Rolls-Royce Motor Cars в Москве и Санкт-Петербурге. В беседе она увлекательно рассказала нам, почему автомобилей Rolls-Royce производят меньше, чем требует спрос, о новом мировом дебюте Rolls-Royce Phantom и о том, есть ли у великой марки конкуренты.

Н.С. Татьяна, российский авторынок переполнен предложениями различного характера для простых обывателей. Что же происходит в сегменте люкс? Предложение превышает спрос?

– Вы правильно определили, Rolls-Royce относится к сегменту luxury, именно это имеет ключевое значение. Я обращаю на это особое внимание, поскольку этот сегмент предполагает концептуально другой образ жизни и мышления. Автомобиль Rolls-Royce не приобретается ради того, чтобы комфортно добраться из одной точки в другую, – для этого существуют другие автомобили, которые конкурируют между собой по набору опций в базовой комплектации, по цене, по имиджевой составляющей. Автомобили Rolls-Royce существуют как бы параллельно всем другим производителям – с одной стороны, предлагают своим клиентам все самое передовое с технической точки зрения и самое изысканное с точки зрения использования материалов для отделки, с другой – являются дополнителем показателем успеха и особенности владельца. Принцип, регулирующий количество Rolls-Royce на планете Земля, можно сформулировать так: этих автомобилей всегда должно быть как минимум на одну единицу

меньше, чем требует спрос. Другими словами, спрос на настоящую роскошь должен быть всегда несколько не удовлетворен, это повышает уровень востребованности. Аутентичная роскошь должна быть редкой и эксклюзивной – именно это отличает роскошь от всего остального. Rolls-Royce – это не товар, это скорее воплощенная в материале мечта, символ успеха.

Н.С. При покупке автомобиля марки Rolls-Royce существует ряд очень привлекательных опций. Можно выбрать индивидуальный дизайн, дополнить его своим гербом, вышивкой, любыми вариантами отделки из самых немислимых материалов, ваш клиент может даже посетить завод еще до размещения самого заказа. Можно ли сказать, что не только автомобиль обретает неповторимую индивидуальность, но и его будущий владелец не просто бенефициар, а уникальная незаурядная личность? Можно ли описать «портрет» вашего покупателя?

– Такого понятия, как «типичный клиент Rolls-Royce», не существует. Владельцы Rolls-Royce – очень разные личности, и любые попытки описать «типичного» покупателя потерпят фиаско. Поэтому не буду обобщать, а только отмечу, что клиенты Rolls-Royce – это самые неординарные и требовательные люди. Большая ценность каждого из этих людей – их собственная яркая личность. Они очень успешны, сложно усомниться в отсутствии у них связей, возможностей и денег. Но они редко следуют общепризнанным трендам, они свободны от мнения окружающих и воплощают свой собственный образ жизни в предметах вокруг себя. Они весьма разносторонни, видят мир в ярких красках и переносят это видение на автомобиль в процессе заказа. У них можно многому научиться, и, без преувеличения, клиенты Rolls-Royce

являются нашим источником вдохновения. Совместная с клиентом работа по созданию автомобиля – это полет фантазии и настоящее наслаждение.

Н.С. Из чего складывается ожидание Rolls-Royce по индивидуальному заказу? Это может растянуться на месяцы?

– На ручную сборку каждого автомобиля в Гудвуде тратится в среднем около 450 часов. Тем не менее количество времени, необходимое для производства автомобиля, очень индивидуально и зависит от желаний и потребностей каждого отдельно взятого клиента. Один из последних примеров – Rolls-Royce Sweptail – первый построенный под заказ автомобиль Rolls-Royce в новой истории завода. Команде потребовалось несколько лет, чтобы спроектировать и создать это произведение искусства, которое представлено в единственном экземпляре. Другой недавний пример – Rolls-Royce Elegance – первый автомобиль в мире, окрашенный краской с алмазным порошком. Инженерам Rolls-Royce потребовалось около двух месяцев для разработки формулы этой краски. И уж если мы затронули тему краски, то добавлю, что выбор у Rolls-Royce действительно велик – ни у одной автомобильной марки такого нет. Мы предлагаем нашим клиентам 44 000 оттенков и по его желанию можем подобрать цвет, совпадающий



с любым знаковым предметом. В общем, есть над чем поразмыслить, создавая свой Rolls-Royce – воплощенное отношение к самому себе, глубоко личный опыт.

Н.С. Возможно прийти и купить автомобиль в салоне «здесь и сейчас»?

– Главная специфика Rolls-Royce – это, безусловно, возможность производства на заказ с учетом любых пожеланий клиента. И все производство организовано под эту непростую задачу. Но, конечно, некоторые наши клиенты хотят получить автомобиль как можно скорее. И для этой группы клиентов у нас есть автомобили с продуманным набором опций и безупречным стилем отделки. Иногда клиенты приходят в салон, влюбляются в автомобиль и уезжают на нем в тот же день.

Н.С. В числовом соотношении большей популярностью пользуется авто, выполненное по индивидуальному заказу? Или все же возможность получить заветный Rolls-Royce «сейчас» превалирует над ожиданием?

– Более 80% Rolls-Royce, которые мы строим, имеют индивидуальные опции. И это естественно! Мы же говорили выше о несуществующем «портрете» клиента Rolls-Royce.

Н.С. Rolls-Royce Motor Cars Moscow/St. Petersburg – компания с безупречной репутацией, как написано на вашем официальном сайте. Дилерский центр занимается продажей в том числе и авто с пробегом? Как именно в этом случае вы гарантируете чистоту и качество автомобиля?

– Многие марки в мире научились успешно продавать в том числе автомобили с пробегом, но только Rolls-Royce обеспечивает «ощущение и эмоции нового автомобиля». Rolls-Royce «с опытом» – так мы предпочитаем называть наши автомобили с пробегом. Установленные стандарты для Rolls-Royce с пробегом очень высоки. Provenance Pre-Owned – это официальная и сертифицированная брендом программа реализации автомобилей с пробегом, отражающая философию неуклонного стремления к совершенству. Каждый автомобиль, участвующий в программе Provenance, не только обеспечивает уверенность в эталонном качестве Rolls-Royce, но и становится выгодной инвестицией в долгосрочной перспективе. Впрочем, в том, что я сказала, нетрудно убедиться самому – достаточно заглянуть в наш салон Provenance Pre-Owned, который мы открыли рядом с «Москва-Сити». Это, кстати, единственный сертифицированный салон такого рода в Европе и всего лишь второй в мире.



При необходимости мы доставим автомобиль клиента в Москву или Санкт-Петербург

Н.С. Сервисные центры Rolls-Royce расположены в Москве и Санкт-Петербурге. Как осуществляется вызов техподдержки в регионы? Как производится сам ремонт? Для этого автомобиль транспортируют в столицу?

– Чтобы удовлетворить потребности наших клиентов, не нужно, чтобы сервисный центр был у их дверей. Более важно то, что мы понимаем их желания и потребности и готовы предоставить индивидуальное решение для каждой сервисной задачи. Наши специалисты мобильны и могут выехать в любую точку страны для проведения технического обслуживания. При необходимости мы доставим автомобиль клиента в Москву или Санкт-Петербург. Везде индивидуальный подход – в сервисе в том числе.

Н.С. Каковы ваши прогнозы продаж автомобилей марки Rolls-Royce на рынке в следующем году? Какую динамику имеет тенденция последних лет?

– За прошедшие годы мы добились значительных результатов в России, но мы не фокусируемся на объемах продаж. В этом году основным событием станет запуск нового флагмана – Rolls-Royce Phantom. В настоящий момент Rolls-Royce – на пике формы. И мы уверены, что «Духом экстаза» желают владеть еще очень многие.

Н.С. Какой процент производимых авто приходится на Россию? Какое наше «долевое» участие в продаже этой марки?

– Несмотря на сложную экономическую ситуацию, Россия остается самым сильным рынком в континентальной Европе с 2014 года. На наш взгляд, многие клиенты считают, что время экономической нестабильности является правильным моментом для инвестиций в роскошь, то есть в себя.

Н.С. Татьяна, расскажите о последних новинках марки. Что мы пропустили, чего нам стоит ждать с нетерпением?

– Самое интересное событие – недавний мировой дебют Phantom – нашего флагмана Rolls-Royce, который «обнуляет» текущие стандарты в мире роскоши и задает совершенно новые. Новый Phantom указывает путь для мировой индустрии роскоши. Это произведение великой красоты и могущества. Это, с одной стороны, «икона», а с другой – прекрасная база для воплощения самых фантастических желаний сильных мира сего. Мы с нетерпением ждем прибытия первого нового Rolls-Royce Phantom в Россию в этом году. Кроме того, в этом году мы запустили Dawn Black Badge – темное альтер эго нашей классической модели с открытым верхом. Исключительный интерес к моделям Ghost Black Badge и Wraith Black Badge, выпущенных в 2016 году, дал понять, что пришло время добавить и Dawn в линейку Black Badge. Rolls-Royce продолжает развивать проект Cullinan – первый полноприводный Rolls-Royce. Ну, и, конечно, мы видим большой потенциал для этой модели в России.

Н.С. Бизнес-этикет – это всегда свод законов, который позволяет сохранить лицо и безэмоциональную реакцию на различного рода ситуации. В вашей компании это какие-то особые правила?

– Наш бизнес абсолютно ориентирован на клиента. Нашим основным ключом к успеху является то, что мы стараемся понять его желания и готовы предложить

индивидуальное решение любого его запроса. Наш бизнес основан на индивидуальном контакте, длительном и продуктивном общении. Мы знаем лично каждого клиента. Мы не следуем протоколу – у нас только индивидуальный подход. Формула нашего бизнес-этикета – каждый наш клиент получает 120% внимания и 100% уверенности в защите его личной информации. Мы строим долгосрочные отношения, а такие отношения выстраиваются только на доверии.

Н.С. Очень часто в салонах класса люкс, будь то сегмент премиальной одежды или другой имиджевый товар, сотрудники выглядят очень элитно, иногда это граничит с некой заносчивостью. Чтобы избежать подобного эффекта, что вы делаете?

– Было бы недостижимым и даже смешным стремление моих сотрудников выглядеть так же элитно, как выглядят наши клиенты. Также для построения конструктивных и, как я говорила ранее, доверительных отношений нужна не заносчивость, а интеллект, в том числе эмоциональный и высокий культурный уровень. А это видно сразу при первом развернутом собеседовании с человеком.

Н.С. Поговорим немного о внешнем виде персонала. В недавнем исследовании западными СМИ было высказано предположение, что то самое «поколение Y» скоро уничтожит многие понятия. В качестве примера возьмем банальный дресс-код. Как пишет журнал Mashable, «75% менеджеров, которые проводили собеседование с миллионерами, заявили, что те были одеты неподобающе». У «поколения Y» более развиты умения, актуальные в наши дни, и многие компании не то чтобы ослабляют дресс-код, но и привлекают на работу миллионеров такими «штуками», о которых раньше и помыслить было нельзя, будь то «бар в офисе» или «комнаты для сна». По вашему мнению, это когда-нибудь может коснуться сферы продаж сегмента люкс?

– Стопроцентному миллионеру, по крайней мере если верить тому, как их описывают, будет довольно сложно работать с нашим брендом и в нашем бренде. Дело в том, что наш бренд и философия имеют одновременно и глубокие исторические корни, и невероятную устремленность в будущее. Мышление наших сотрудников не основано на тенденциях, оно основано на их личности. Работа в Rolls-Royce требует определенного делового этикета, это то, чего ожидают наши клиенты. Каждый мой сотрудник в некотором роде является лицом нашего бренда, носителем культурного

образа бренда. Так что мои сотрудники сбалансированны и гармоничны.

Н.С. Звания «Лучший дилер Европы» московский салон Rolls-Royce Motor Cars удостоивался не раз. Вы намерены и дальше быть «номером один»?

– Мы очень гордимся этим достижением, но и понимаем, что этот успех стал возможен исключительно благодаря нашим клиентам. Нет успеха у компании, у которой нет верных клиентов, но также нет успеха у компании, в которой не работают талантливые люди. Их верность делу, преданность компании и стремление оправдать самые высокие ожидания клиентов – это и есть залог нашего успеха. Однако мир быстро меняется, и мы также постоянно стремимся к совершенству, и верхняя ступенька пьедестала – это место, которое мы всегда стремимся занять. Уверена, что будущее принесет нам новые награды и титулы, – мы много работаем для этого.

Н.С. Что должно произойти, чтобы большее число наших соотечественников начали приобретать Rolls-Royce? Помимо явного повышения достатка?

– Наша цель – не объемы продаж. Rolls-Royce должен оставаться редким и эксклюзивным. Клиенты UHNWI не ожидают увидеть Rolls-Royce на каждом углу улицы. Наша задача – воплощать видение клиента в его автомобиле. Это то, что отличает нас от других роскошных брендов. Тем не менее мы ожидаем, что новые модели – Black Badge и проект Cullinan – привлекут новых клиентов, которые раньше рассматривали Rolls-Royce, но хотели увидеть определенный набор характеристик.

Н.С. Сколько машин было продано за текущий год?

– Мы традиционно не разглашаем данные о продажах. Общая ситуация была осложнена тем, что новый Phantom будет доступен только в конце этого года, в то время как производство предыдущего поколения Phantom было прекращено в конце 2016 года. Однако мы уверены, что и этот год будет успешным.

Н.С. Состоятельные люди весьма хорошо считают. Они стараются приобрести автомобиль на более выгодных условиях? Или же «качество остается, когда цена давно забыта»?

– Покупка Rolls-Royce – очень эмоциональный момент в жизни. Уникальная особенность нашего бренда и наших бизнес-процессов – это то, что мы предлагаем нечто более ценное, чем выгода. Мы дарим человеку незабываемые эмоции, мечту, сказку в реальности – и клиенты соглашаются, что это ценнее.

Многие люди заказывают Rolls-Royce как подарок/вознаграждение для себя, как празднование успеха – и они хотят видеть реальную ценность за свои деньги. Именно поэтому мы стараемся пригласить как можно больше клиентов в Home of Rolls-Royce в Гудвуде – это место, где вы буквально видите, что вы получаете за свои деньги.

Н.С. Автомобиль марки Rolls-Royce покупают в качестве служебного авто?

– Большинство наших клиентов – это предприниматели, они владеют несколькими бизнесами и предпочитают максимальный комфорт на дороге. Многие из них покупают Ghost или Phantom в качестве служебного автомобиля. Некоторые роскошные отели предлагают Rolls-Royce для изысканного отдыха своих гостей. В прошлом году мы продали Rolls-Royce Ghost в Lotte Hotel Moscow, чьи гости теперь могут насладиться волшебной поездкой во время своего пребывания в столице.

Н.С. Как часто Rolls-Royce приобретают, чтобы потом сдавать в аренду? Предложений на рынке много, особенно в event-индустрии?

– Большинство Rolls-Royce приобретаются для персонального использования. Мы знаем об арендных услугах, однако на это приходится очень малая доля наших общих продаж.

Н.С. Татьяна, вы согласны с выражением, что «бизнес – это спорт»? Если да, то участвовать лучше в команде?

– Да, согласна. Бизнес, как и спорт, – это раскрытие человеческого потенциала и определенный вызов, даже провокация.

Мы дарим человеку незабываемые эмоции, мечту, сказку в реальности

Только спорт бывает одиночный, а бизнес – нет. Конечно же, ключ к успеху в бизнесе – это наличие слаженной работы команды профессионалов. В команде единомышленников возникает синергетический эффект, и тогда преодоление преград и совместное достижение высоких целей, признание конкурентов – прекрасная награда.

Н.С. Неизменные традиции качества дизайна и использование благородных материалов демонстрируют старомодный подход к роскошному автомобилю. Планирует ли компания внедрение новых технологий? Таких как, например, замена устаревшего

бензинового двигателя? Ведь все больше набирают популярность современные электрокары? Каковы ваши прогнозы на этот счет?

– Rolls-Royce всегда была новаторской компанией. Основатели Чарльз Роллс и Генри Ройс были едины в стремлении создать лучший автомобиль в мире. С самого начала наши клиенты ожидают от Rolls-Royce только самого лучшего и передового. Самый первый Phantom в 1925 году это явно подтверждает – это был самый надежный и долговечный автомобиль своего времени. Rolls-Royce сочетает в себе лучшее, что существует с точки зрения технологии и материалов, – это далеко от старомодного подхода. В прошлом году Rolls-Royce представил 103EX – видение будущего роскошной мобильности начиная с 2040-х годов. Это уникальный набор технологий будущего. И в то время как многие верят в безликое и утилитарное будущее мобильности, мы убеждены, что по-прежнему у успешных людей будет желание обладать индивидуальными роскошными автомобилями и через 25 лет, и позже.

Н.С. С того момента как Rolls-Royce выпускает автомобили, есть неоспоримое утверждение, что это лучшая марка в мире. Кто в действительности является вашими главными конкурентами?

– Наша цель – строить лучшие автомобили в мире, и наши клиенты уже решают, преуспели ли мы в этом. Мы конкурируем скорее не с другими автомобилями, а с прекрасными и уникальными произведениями человеческой фантазии и мысли: яхтами,

вертолетами, прекрасными ювелирными изделиями и часами.

Н.С. Интересно узнать, какая модель на российском рынке пользуется наибольшей популярностью?

– У Rolls-Royce сильное, сбалансированное портфолио, пользующееся интересом у российских клиентов. Ghost и Wraith – ключевые драйверы нашего успеха. Rolls-Royce Ghost (в переводе с английского – «Призрак») представляет собой во всех отношениях современное воплощение роскоши Rolls-Royce, в котором идеально сочетаются элегантная динамичность и современная роскошь, присущие автомобилю в любых обстоятельствах. Владельцы получили в свое распоряжение эксклюзивный ультра-современный и в то же время не изменяющий традициям автомобиль, в салоне которого можно расслабиться и насладиться спокойствием посреди безумного мира большого бизнеса. «Сложнее всего в дизайне следовать принципу простоты», – сказал главный конструктор Rolls-Royce Ян Кэмерон.

Rolls-Royce Wraith – самый мощный и технологически совершенный Rolls-Royce в истории. Wraith – это автомобиль для любознательных, уверенных и смелых. Мощност, стиль и загадочность заставляют весь мир замереть от восторга. Каждый его дюйм исполнен изысканной роскоши Rolls-Royce, автомобиля, где радость приезда и восторг путешествия так же важны, как холст, на котором запечатлен шедевр. Воплощение элегантной простоты. Образцовая

устойчивость и внутренняя мощь динамических характеристик сочетаются с энергетикой стремительного силуэта фастбека. Недавно появившийся кабриолет Dawn (в переводе с английского – «Рассвет»), четвертая модель в семействе Rolls-Royce Motor Cars, является шедевром инженерной мысли Rolls-Royce, позволяющим уверенно назвать Dawn самым бесшумным кабриолетом в мире. Этот автомобиль позволил привлечь новых российских клиентов, владеющих недвижимостью на побережье Черного моря или Лазурном Берегу. Кроме того, в этом году мы запустили Dawn Black Badge – темное альтер-эго нашей классической модели с открытым верхом. Линейка Black Badge – для экстравагантных индивидуалистов.

Мы с нетерпением ждем запуска нового Phantom – Воплощение подлинного авторитета и уникального чувства масштабности и значимости.

Н.С. Расскажите, есть ли автомобиль премиум-сегмента, с которого чаще всего пересаживаются ваши клиенты, перед тем как приобрести великолепный Rolls-Royce?

– По нашим наблюдениям, в Rolls-Royce не пересаживаются с другого автомобиля – настолько особняком он стоит в ряду других. Rolls-Royce – это чаще всего флагман, драгоценный камень личного автопарка, в котором уже есть спортивный автомобиль, автомобиль премиум-класса, внедорожник и автомобили других классов.

Н.С. И последний вопрос. Первое, на что мы обращаем внимание, когда автомобиль подъезжает к нам, – это «крылатая богиня». Расскажите, что она символизирует?

– «Дух экстаза» – самая узнаваемая статуэтка автомобильного мира всех времен и абсолютный символ роскоши и успеха. Это воплощение стремления к совершенству, вечная красота, полет фантазии и устремленность в будущее.

Кстати, мы здесь, в России, тоже внесли свой вклад в развитие крылатой легенды. Изящная маленькая богиня вдохновила нас на то, чтобы дать возможность парам разделить удовольствие от обладания «Духом экстаза». И мы в сотрудничестве с ювелирами разработали изысканное украшение, подвеску в виде маленькой статуэтки Spirit of Ecstasy. Этот эксклюзивный символ вечной любви нельзя купить, его обладатели формируют своеобразный закрытый клуб. Получить украшение можно только при приобретении Rolls-Royce в наших салонах в Москве и Санкт-Петербурге. 

