

newsauto

Πάνος Ισμαήλος: Η ηλεκτροκίνηση είναι εδώ!

Μπορεί να ξεκινάει μόλις το 27 έτος της ηλικίας του αλλά η μέχρι τώρα πορεία του, τον κάνει να κουβαλά στις πλάτες του μεγάλη εμπειρία. Ο Πάνος Ισμαήλος μας μίλησε για όλα.

Πολλές φορές για να πετύχεις κάτι πρέπει να το προκαλέσεις, να το διεκδικήσεις και αφού το κατακτήσεις να το διαχειριστείς. Του αρέσει η ταχύτητα και στον επιχειρηματικό στίβο την συνδυάζει με την ανησυχία και τον δυναμισμό που τον χαρακτηρίζει. Με σεβασμό στην ιστορία αλλά αναγνωρίζοντας και αναζητώντας σε καθημερινή βάση την εξέλιξη, ανοίγει τα χαρτιά του!

Ερώτηση: Το 2019 ήδη ολοκλήρωσε το πρώτο τρίμηνο. Ποια είναι η πορεία μέχρι τώρα και πως πιστεύετε ότι θα κινηθεί η αγορά;

Απάντηση: Το 2019 έχει ξεκινήσει, όπως κάθε χρονιά άλλωστε, με υψηλούς στόχους αλλά και με ένα όραμα να είναι η καλύτερη χρονιά από όλες τις προηγούμενες της περιόδου της κρίσης. Η συνολική αγορά αναμένεται να ανέβει και οι δύο πρώτοι μήνες του έτους το επιβεβαιώνουν αυτό! Σιγά σιγά έχει αρχίσει να αυξάνεται η εκλογολογία και αυτό δημιουργεί μία ασάφεια στους αγοραστές. Η αγορά των premium brands έχει διαφορές από την υπόλοιπη αγορά, διαφορές που ορίζουν το προφίλ και οι καταναλωτικές συνήθειες των πελατών. Η Mercedes-Benz είναι το πρώτο premium

brand της ελληνικής αγοράς και αυτό βασίζεται σε στοιχεία που μας διαφοροποιούν από τον ανταγωνισμό. Πρώτο είναι η άψογη συνεργασία της Mercedes-Benz Hellas με το δίκτυο των εξουσιοδοτημένων διανομέων, δεύτερο είναι η τεράστια ιστορία του σήματος και το πελατολόγιο που ακολουθεί πιστά την μάρκα στην πορεία των ετών. Τρίτο και ιδιαίτερος ενθαρρυντικό είναι οι νέοι πελάτες που αποκτάμε. Με τον όρο «νέους πελάτες» εννοώ δύο πράγματα, τους νέους σε ηλικία αγοραστές που τα τελευταία χρόνια είναι πάρα πολλοί, όπως επίσης και νέους πελάτες που κερδίζει η μάρκα από τον ανταγωνισμό! Η σχεδίασή των νέων οχημάτων της μάρκας προσελκύει μεγάλο αριθμό καταναλωτών με χαμηλό μέσο όρο ηλικίας. Επίσης η πληρότητα της γκάμας είναι τέτοια που είναι σχεδόν αδύνατο να μην ικανοποιηθούν οι ανάγκες του κοινού μας.

Χειροπιαστό παράδειγμα αποτελεί η νέα A-Class που μετράει μόλις 10 μήνες ζωής στην Ελληνική Αγορά και ήδη έχει δώσει μία νέα διάσταση στη σχέση οδηγού-οχήματος. Είναι ένα αυτοκίνητο που κουβαλάει πολύ τεχνολογία ενώ έχει καινοτόμες εφαρμογές με τρομερή ευκολία χρήσης. Για εμάς η νέα A-Class μεταφράζεται σε αύξηση τόσο των πωλήσεων όσο και του αριθμού των ευχαριστημένων πελατών μας. Για κάθε dealer αυτοκινήτων οι ευχαριστημένοι πελάτες είναι η μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία. Η εκτίμησή μου για την πορεία της αγοράς την φετινή χρονιά είναι πως θα καταφέρουμε να επιβεβαιώσουμε τα προγνωστικά και θα υπάρξει ανάπτυξη. Επιπλέον, όποια και αν είναι η έκβαση των εκλογών, θεωρώ πως θα δημιουργηθεί συζήτηση γύρω από το φορολογικό πλαίσιο που σχετίζεται τόσο με την χρήση όσο και με την απόκτηση αυτοκινήτου. Η ενδεχόμενη απλούστευση του φορολογικού θα δημιουργούσε ευελιξία στην αγορά και θα συντελούσε στην προσπάθεια ανάπτυξης του κλάδου.



Ερώτηση: Η Mercedes-Benz όπως και όλα τα εργοστάσια αναπτύσσονται στον τομέα των ηλεκτροκίνητων οχημάτων. Ποια η άποψή σας για την κατεύθυνση αυτή και πως θα κατακτήσουν την θέση τους στην ελληνική αγορά;

Απάντηση: Σχετικά με την εξέλιξη των αυτοκινήτων, συνεχίζω να πιστεύω πως το μέλλον, όπως το φανταζόμαστε σήμερα θα έρθει πολύ πιο γρήγορα από ότι περιμένουμε. Η τάση για εξέλιξη είναι δεδομένη για κάθε εργοστάσιο που θέλει να δημιουργήσει μέλλον και να παίξει καθοριστικό ρόλο στην αγορά. Αυτή τη στιγμή οι αυτοκινητοβιομηχανίες κυνηγούν στόχους για την μείωση των εκπομπών καυσαερίων. Αυτό στιγμιαία φέρνει μεγάλη πίεση, αλλά πιστεύω πως μόνο θετικό είναι αφού επιταχύνει την ανάπτυξη του κυκλώματος κατασκευής-εξέλιξης-πώλησης ηλεκτροκίνητων οχημάτων. Η Mercedes-Benz έχει δημιουργήσει την γκάμα EQ που αποτελείται από αμιγώς ηλεκτρικά οχήματα. Έχει ανακοινώσει επενδύσεις 10 δις ενώ θα λανσάρει 10 ηλεκτρικά αυτοκίνητα μέχρι το 2022. Οι όποιες αμφιβολίες σχετικά με την αυτονομία των ηλεκτρικών

οχημάτων μοιάζουν να καταρρίπτονται αφού η εξέλιξή τους τρέχει με πολύ γρήγορους ρυθμούς. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η EQC που έχει αυτονομία 450 χιλιόμετρα, είναι ένα αυτοκίνητο που ταιριάζει σε αυτούς που θέλουν την αλλαγή και τους αρέσει να είναι σύγχρονοι. Έχει πολλές ψηφιακές τεχνολογίες και ανοίγει ένα νέο πελατειακό target group αφού είναι κάτι παραπάνω από ένα αυτοκίνητο. Πρόσφατα μάθαμε και τα εντυπωσιακά χαρακτηριστικά του EQV που είναι στην ουσία ένα ηλεκτροκίνητο V-Class και από το 2020 θα διατίθεται στις αγορές. Έχει 400 χιλιόμετρα αυτονομία, ενώ με τη χρήση ταχυφορτιστή θα μπορεί να αναπληρώσει το 62% της ενέργειάς του σε 15 λεπτά. Συνεπώς με τόσο καλά χαρακτηριστικά σίγουρα τα ηλεκτρικά θα κατακτήσουν σύντομα τη δική τους θέση στην ελληνική αγορά. Επίσης παρότι είναι νωρίς, διαφαίνεται μία σχετική ανησυχία ως προς την ετοιμότητα που έχουμε ως χώρα να υποδεχτούμε τα αυτοκίνητα αυτά. Γίνονται διεργασίες τόσο για να υπάρξουν κίνητρα για την απόκτηση ηλεκτρικών οχημάτων όσο και για την δημιουργία των απαραίτητων υποδομών. Συνεπώς, εφόσον υπάρχει η ανησυχία μπορούν όλοι οι εμπλεκόμενοι να εκμεταλλευτούν τον χρόνο που θα υπάρξει, μέχρι τα εργοστάσια να παράγουν μεγάλο αριθμό τέτοιων οχημάτων και να προετοιμαστούν όλοι για την δειξή τους στην καθημερινότητα.



Ερώτηση: Πόσο δύσκολο είναι να ανήκεις στο επίσημο δίκτυο ενός τόσο ισχυρού brand, όπως η Mercedes-Benz Hellas;

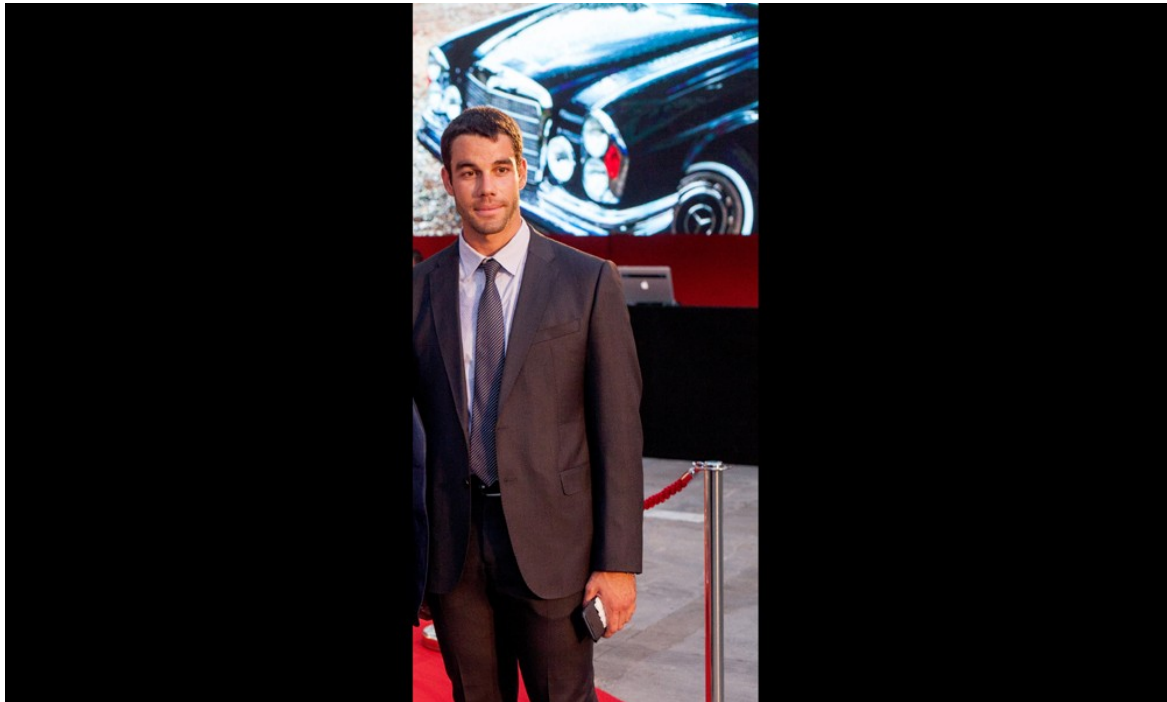
Απάντηση: Το να είσαι μέλος του επίσημου δικτύου της Mercedes-Benz είναι ξεχωριστό! Κάθε κρίκος της αλυσίδας, από την στιγμή που ξεκινάει η παραγωγή ενός αυτοκινήτου μέχρι την παράδοσή του στον πελάτη, είναι το ίδιο σημαντικός. Η παραπάνω διαδικασία είναι μόνο η αρχή αφού από την 1^η μέρα κυκλοφορίας ενός Mercedes-Benz ο οδηγός του αποτελεί για εμάς μέλος της οικογένειάς μας. Αυτή είναι η βασική αρχή της μάρκας και μέρος της κουλτούρας της. Εμείς στην Α. Ισμαήλος Α.Ε. ανέκαθεν ήμασταν πελατοκεντρική εταιρία και αυτό αποδεικνύεται από την σχέση που διαμορφώνουμε με το πελατολόγιό μας. Πολύ μεγάλο μέρος του πελατολογίου μας ανανεώνει 2 και 3 φορές το αυτοκίνητό του μέσα σε μία δεκαετία επιλέγοντας ξανά και ξανά Mercedes-Benz και παραμένοντας μέλος της Α. Ισμαήλος Α.Ε. Αυτό για εμάς είναι ιδιαίτερη τιμή και πολλαπλασιαστής της άυλης υπεραξίας της εταιρίας μας. Ταυτόχρονα επειδή το υγιές κομμάτι της αγοράς είναι η καταναλωτική προδιάθεση σε ό,τι αφορά την λιανική, τόσο η μάρκα που αντιπροσωπεύουμε όσο και η εταιρία μας έχουν αν όχι τον καλύτερο, έναν από τους ισχυρότερους δείκτες ισορροπίας ανάμεσα σε χονδρική και λιανική. Μπορεί η ελληνική αγορά να έχει ιδιομορφίες και ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο πλαίσιο, κυρίως σε ότι αφορά το φορολογικό, όμως αφουγκραζόμενοι τις τάσεις, προσπαθούμε να είμαστε πάντα ένα βήμα μπροστά. Έχει αποδειχτεί τα προηγούμενα χρόνια πως τα στελέχη της Mercedes-Benz Hellas δεν φοβήθηκαν ποτέ την αλλαγή και σε συνεργασία με τους dealer ανέπτυξαν στην ελληνική αγορά προωθητικά προγράμματα και υπηρεσίες που μας φέρνουν σε πλεονεκτική θέση και έτοιμους για κάθε μελλοντικό στοίχημα.



Ερώτηση: Τα στοιχεία για την επόμενη πενταετία ποια είναι;

Απάντηση: Η επόμενη πενταετία πιστεύω πως θα είναι περίοδος πολύ μεγάλων αλλαγών. Υπάρχουν οι αλλαγές που πρέπει να γίνουν για να είσαι στο παιχνίδι διατηρώντας την θέση σου και αυτές απαιτούν πολύ ενέργεια και καθολική αφοσίωση. Παράλληλα όμως, νομίζω πως θα κριθεί και ίσως θα επαναπροσδιοριστεί το μοντέλο το οποίο δουλεύουμε. Αυτό κατά την άποψή μου διαχωρίζεται σε 2 διαφορετικά σκέλη. Το ένα αφορά τα παραδοσιακά στοιχεία του core business που εξ' ανάγκης θα πρέπει να αποκτήσουν νέα δομή και το δεύτερο σκέλος, αφορούν οι τεχνολογικές εξελίξεις που εισέρχονται στην καθημερινότητα της δουλειάς. Ο συνδυασμός των 2 παραπάνω δημιουργεί ένα εντελώς καινούργιο μείγμα. Πιο συγκεκριμένα θεωρώ πως το μοντέλο λειτουργίας του κλάδου όπως το γνωρίζουμε σήμερα ίσως να έχει ολοκληρώσει τον κύκλο του. Μπορεί η αλυσίδα αξίας να διατηρεί μια καλή ισορροπία και το τελικό προϊόν να παραμένει ελκυστικό αλλά οι ισορροπίες εντός της αλυσίδας μεταβάλλονται. Η τάση οδηγεί σε μεγάλες συνεργασίες και συνασπισμούς δυνάμεων των πολύ μεγάλων εταιριών του κλάδου με σκοπό να μην είναι ευάλωτα τα εργοστάσια. Ο σκοπός να εκτελούνται οι εργασίες για την κατασκευή ενός οχήματος με αποδεκτό κόστος βοηθάει τα εργοστάσια που το επιτυγχάνουν να έχουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Από την άλλη, για κάθε μάρκα, μεγαλώνουν τα κόστη των τμημάτων Marketing και

Πωλήσεων. Ο αγοραστής λειτουργεί διαφορετικά, αναζητάει μία ολοκληρωμένη ψηφιακή εμπειρία και πολλές φορές λαμβάνει ακόμα και την τελική του απόφαση πίσω από την οθόνη του υπολογιστή του. Αυτό σημαίνει ότι εμείς πρέπει να είμαστε εκεί, στο περιβάλλον αναζήτησής του, με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και αυτό αποτελεί ένα μεγάλο στοίχημα. Ένα άλλο τεράστιο στοίχημα που θα μας απασχολήσει πολύ φαίνεται ότι έχει να κάνει με την απόσβεση των επενδύσεων που έχουν γίνει μέχρι σήμερα. Παράδειγμα η λογική των μεγάλων showroom έχει κυριαρχήσει τα προηγούμενα χρόνια στην αγορά αυτοκινήτου. Σήμερα διαφαίνεται μία στροφή προς μικρότερες εκθέσεις όπου με τη χρήση οθονών και ψηφιακών εργαλείων και ενδεχομένως με 2-3 αυτοκίνητα στην έκθεση να παρέχει καλύτερη- αποτελεσματικότερη και σύγχρονη εμπειρία στον πελάτη που αναζητάει ένα αυτοκίνητο. Αυτό ίσως να μοιάζει πως θα μειώσει κάποια κόστη, σίγουρα όμως θα αυξήσει άλλα. Θα γίνει μία ανακατανομή και ένας επανασχεδιασμός που θα επηρεάσουν τα περιθώρια κέρδους αλλά και τα κόστη που έχουμε σήμερα. Συνεπώς ο ρυθμός των αποσβέσεων θα αλλάξει, θα αυξηθεί χρονικά και μπορεί ένα κτήριο να μην έχει την ίδια λειτουργικότητα με το παρελθόν. Βέβαια θα υπάρξουν νέες ευκαιρίες που θα μπορούν να ισορροπήσουν με τα παραπάνω. Θα υπάρξουν νέα πεδία δραστηριοποίησης και εκεί θέλουμε να είμαστε πρωτοπόροι και να κερδίσουμε το μεγαλύτερο μερίδιο. Παράλληλα πιστεύω πως μέσα στα επόμενα πέντε με δέκα χρόνια θα αλλάξει σε πολύ μεγάλο βαθμό ο ρόλος του πωλητή. Ο πωλητής θα κρίνεται για τις ψηφιακές του δεξιότητες και την δυνατότητα που θα έχει να χειρίζεται τα digital εργαλεία και να γίνεται ένα με αυτά. Άρα είναι πολύ πιθανό ο κλάδος να προσελκύσει σύντομα νεαρά άτομα που σίγουρα τα έχει ανάγκη. Η ετοιμότητα για να ενταχθούν νέα άτομα στα επιμέρους business unit των εταιριών εμπορίας και συντήρησης αυτοκινήτων πρέπει να αυξηθεί, να υπάρξει συγκεκριμένος τρόπος να εισάγεις και να εξελίξεις νέα άτομα και σίγουρα αυτό είναι ένα στοίχημα που πρέπει να κερδίσουμε. Φαίνεται λοιπόν πως το προφίλ του dealer θα αλλάξει πολύ, όμως προσωπικά πιστεύω πως η ευκαιρία θα είναι στην αλλαγή αυτή.



Ερώτηση: Πως είναι η ζωή ενός τόσο νέου επιχειρηματία και ποιες είναι οι ισορροπίες που πρέπει να διατηρούνται;

Απάντηση: Νομίζω πως έχει να κάνει με το πως θέλει να το προσεγγίσει ο καθένας. Εγώ ίσως να παραείμαι συμμετοχικός σε πολλά πράγματα ταυτόχρονα. Αυτό μου βγαίνει αυθόρμητα, όπως αυθόρμητα προκύπτει και η ανάγκη να ταξινομώ ό,τι κάνω για να παίρνει κάθε πράγμα τη θέση του. Δεν σκέφτηκα ποτέ ότι είμαι επιχειρηματίας, αισθάνομαι απλά την επιθυμία να φέρνω σε πέρας τις αποστολές που σχεδιάζουμε. Τώρα το ότι αυτές δεν αφορούν μόνο ένα κλάδο είναι αλήθεια. Επίσης το επιχειρείν είναι τρόπος ζωής, δηλαδή 24 ώρες τα πάντα περιστρέφονται γύρω από αυτό, ό,τι κάνεις, ό,τι σκέφτεσαι και ό,τι λες. Επειδή από ένα σημείο και μετά σου κυριεύει την σκέψη πρέπει να σου αρέσει και να το αποδεχτείς για να πας παρακάτω. Αλλιώς αυτό είναι και το σημείο που πρέπει να αποχωρήσεις ή να παραιτηθείς από κάτι. Αυτή είναι η άποψή μου.

Η ηλικία μου σε σχέση με το ευρύτερο περιβάλλον έχει ιδιαιτερότητες. Στα αυτοκίνητα ο κλάδος είναι λίγο παραδοσιακός και φαίνομαι αρκετά μικρός για αυτά που θέλω να κάνω, όμως αυτό εγώ το βρίσκω ως ένα ακόμα κίνητρο. Σημαντικό είναι να έχεις μία ομάδα ανθρώπων. Επιχειρηματίας μόνος του δεν είναι κανένας. Με την ομάδα πας πολύ πιο μακριά από ότι πας μόνος σου. Απαιτεί χρόνο

και προσωπικό κόπο να χτίσεις την δική σου ομάδα που να έχει το αποτύπωμά σου. Απαιτεί και χρηματικές δαπάνες, αλλά την ομάδα την φτιάχνεις για να κατακτήσεις κάποιους στόχους και ίσως είναι το πιο ιερό στοιχείο για έναν επιχειρηματία να έχει μία συμπαγή και ευέλικτη ομάδα. Λαμβάνοντας υπόψιν όλα τα παραπάνω δημιουργείς τις δικές σου αρχές και τις προτεραιότητές σου. Έτσι χειρίζεσαι και τις καθημερινές ισορροπίες προς όλο το περιβάλλον για να πας παρακάτω. Αυτό προσπαθώ να κάνω κάθε μέρα για να τηρήσω το χρονοδιάγραμμα που έχω φτιάξει και για να διατηρήσω την ροή της εξέλιξης των πραγμάτων που έχω στο πλάνο μου.

Πηγή: <https://www.newsauto.gr/specials/people/panos-ismailos-i-ilektrokinisi-ine-edo/>