



В рамках семинара состоялись стрельбы из различных моделей ружей и карабинов «Браунинг» – благо в клубе «Москва» есть и великолепные площадки для стеновой стрельбы и спортинга, и 100-метровый закрытый тир. На переднем плане Авенир Фиников, директор компании «Премиум» – одного из ведущих российских продавцов импортного оружия

Михаил Дегтярёв

Browning для России

Нельзя сказать, что оружие фирмы Browning плохо представлено в оружейных фирмах России. Полуавтоматы, вертикалки и самозарядные карабины Browning наличествуют в подавляющем большинстве магазинов, которые занимаются продажей импортного охотничьего оружия. Но, при этом, доля «Браунинга» уже не так велика, как во второй половине 90-х годов. Причину некоего отставания развития «Браунинга» я вижу в ошибках бывшего российского партнёра фирмы – московской компании «Спорт-актив», главные из которых - это отсутствие стратегических задач и нежелание признавать равноправие конкурентов. Итог, собственно, логичен – «Спорт-актив» в роли серьёзной фирмы больше не существует.

Неудивительно, что складывавшиеся в России перспективы не могли устраивать владельцев «Браунинга» и они искали решение. Первым шагом стало партнёрство с немецкой компанией Hans Wrage, которая взяла на себя организацию достойного присутствия «Браунинга» на российском рынке. По результатам анализа было принято решение о создании специализированной оптовой фирмы, через которую в Россию будет ввозиться абсолютно всё оружие «Браунинг».

17 июня 2006 года в спортинг-клубе «Москва» на специально организованном под эгидой «Браунинга»

семинаре состоялась презентация новой компании – «Росимпэкс», которая уже получила российскую лицензию на торговлю оружием и боеприпасами и фактически начала отгрузки оптовым покупателям. «Росимпэксу» присвоен статус эксклюзивного дистрибьютора группы Browning/Winchester/Miroku.

Теперь торговля «Браунингом» в нашей стране будет строиться по схеме, уже отработанной на автомобильном рынке: эксклюзивный импортёр – дилеры-партнёры – дилеры – конечные покупатели. Цель работы очевидна – сделать оружие «Браунинг» одинаково доступным во всех российских регионах, обеспечить проданное оружие

Менеджер по продажам компании «Росимпэкс» Денис Колесов (слева) и представитель фирмы Hans Wraage Анатолий Голубев разъяснили участникам семинара новую торговую политику «Браунинга»



гарантийным обслуживанием и квалифицированным сервисом и в итоге добиться весомого увеличения объёма продаж «Браунинга».

Кроме того, в ближайших планах «Росимпэкса» постепенное возвращение в Россию охотничьего оружия Winchester и начало продаж боеприпасов под этой маркой. По опыту работы будет принято решение и по марке Miroku, которая пока практически неизвестна российским покупателям.

На первом этапе статус дилера-партнёра и дилера будет присваиваться «Браунингом» по сути авансом, по заявленным планируемым объёмам продаж. Надо сказать, что обязательный объём продаж для дилера очень разумеен и по силам любому мало-мальски серьёзному магазину. Поэтому уже в ближайшей перспективе можно ожидать создания работоспособной сети с представителями «Браунинга» во всех регионах. В идеале покупатели на местах могут рассчитывать на расширение ассортимента оружия, сбалансированные и скоординированные «Браунингом» цены, быстреее исполнение индивидуальных заказов на оружие, опции и запасные части, квалифицированный сервис. Получится ли всё это у «Браунинга»? Думаю, что первые итоги можно будет подводить через год.

А пока можно утверждать, что состоявшийся семинар подтвердил заинтересованность продавцов оружия из

центра и регионов в продвижении марки Browning/ Winchester/Miroku и готовность работать по предложенной схеме. В ходе дискуссии и свободного обмена мнениями приглашенные на семинар оружейники пришли к выводу, что время покажет способность того или иного игрока выполнять дилерские обязательства.

Конечно, трудно перестроить всю систему продаж марки в такой огромной стране, как Россия. Ведь развитие дилерской сети – это творческий процесс, который невозможно заключить в жёсткие рамки. Вероятно, если «Росимпэкс» сможет по-настоящему гибко подойти к работе буквально с каждым партнёром, всё получится. Но уже через месяц после семинара можно констатировать рост объёма заявок в адрес «Росимпэкса». То есть в адрес «Браунинга».



На коллективном фото не все участники семинара, но в очередной раз отметим, что костяк наиболее активных региональных оружейных фирм от мероприятия к мероприятию мало меняется