

Antykryzysowa Hella



CENTRALA FIRMY W LIPPSTADT

NA GRUDNIOWEJ KONFERENCJI PRASOWEJ FIRMY HELLA POLSKA SP. Z O.O., PODSUMOWUJĄCEJ KRYZYSOWY ROK 2009, PRZEKAZANO DZIENNIKARZOM INFORMACJE NIEMAL WYŁĄCZNIE OPTYMISTYCZNE, ZARÓWNO W GLOBALNEJ, JAK I W KRAJOWEJ SKALI

Hella, działając w ponad 100 krajach, jest znanym na całym świecie dostawcą samochodowych części zamiennych i akcesoriów. Tworzy systemy techniki oświetleniowej oraz elektroniki dla przemysłu motoryzacyjnego. Spółki joint venture Helli z innymi podmiotami produkują kompletne moduły pojazdów, systemy klimatyzacyjne i układy elektryczne. Hella zatrudnia obecnie niemal 25 000 osób, w tym inżynierów o najwyższych kwalifikacjach.

Niezagrożona przyszłość

Cała Grupa Helli, czyli Hella KGaA Hueck & Co., podliczyła finansowe wyniki swej dzia-

łalności w ostatnim roku fiskalnym, trwającym od 1 czerwca 2008 r. do 31 maja 2009 r. Z powodu globalnego kryzysu na rynku motoryzacyjnym wartość sprzedaży wyniosła tylko 3,3 mld euro, spadła o 17% w stosunku do poprzedniego okresu rozliczeniowego. Udało się jednak przy tym wypracować 49 mln zysku dzięki dokonaniom redukcji kosztów. Dotyczyły one głównie wynajmu zewnętrznej siły roboczej, natychmiastowego wdrożenia pracy w skróconym wymiarze godzin oraz oszczędności we wszystkich dziedzinach operacyjnych i administracyjnych. Pomogła tu również zrównoważona dywersyfikacja działalności

– z jednej strony na rzecz producentów samochodów, z drugiej – na rynek wtórny, a więc dla dystrybutorów i warsztatów. Wykorzystano również możliwości transferu technologii Helli z sektora motoryzacyjnego do innych sektorów, opracowując na przykład diodowe (LED) systemy oświetlenia ulic i obiektów.

Utrzymano równocześnie wysoki poziom nakładów na badania i rozwój. Koncentrowano się tutaj na zarządzaniu energią (dla obniżania emisji CO₂), systemach podnoszących komfort i bezpieczeństwo kierowcy (np. lampy główne nieoślepiające, system ostrzegania o zmianie pasa itp.) oraz technologiach diod LED (np. pełnodiodowe oświetlenie główne). Dzięki tym działaniom rynkowa pozycja Helli jest na przyszłość niezagrażona, co przekłada się na gwarancję długoterminowego finansowania firmy.

Strategia „4+2” w Polsce

Hella Polska sp. z o.o. obsługuje rynek polski i litewski, prowadząc sprzedaż części zamiennych na rynek wtórny oraz bezpośrednią obsługę producentów autobusów, pojazdów specjalnych, przyczep, naczep i maszyn rolniczych.

W grudniu 2009 r. Dział Marketingu Hella Polska dostał wyróżnienie od firmy matki – Helli KG, za działania marketingowe w roku obrotowym 2008/09. Zajął drugie miejsce pośród wszystkich światowych spółek sprzedażowych Helli.

1 grudnia 2009 r. Hella Polska przejęła od firmy Mar-Art Behr Service sp. z o.o. sprzedaż grupy asortymentowej chłodzenia i klimatyzacji. Od lipca 2009 r. odpowiada również za sprzedaż urządzeń diagnostycznych Hella Gutmann Solutions (wcześniej Gutmann Messtechnik GmbH) na terenie Polski, co jest bezpośrednim następstwem powstania w sierpniu ubiegłego roku joint-venture między firmami Hella KGaA Hueck & Co. i Gutmann Messtechnik GmbH. Od 2008 r. zajmuje się sprzedażą produktów Visteon w zakresie oświetlenia samochodowego, a teraz przy-

FOT. HELLA

FOT. HELLA



SIEDZIBA SPÓŁKI HELLA POLSKA SP. Z O.O. W WARSZAWIE

gotowuje się do dystrybucji części systemów termicznych tej marki.

Sprzedaż produktów w 4 głównych grupach: oświetlenie, elektronika i elektrotechnika oraz systemy termiczne jest zgodna ze strategią „4+2” firmy Hella na rynku wtórnym. „2” oznacza tutaj: wspomaganie sprzedaży i serwis techniczny, a „4” – wspomniane grupy produktowe.

W 2010 r. planowana jest gruntowna weryfikacja partnerów sieci warsztatowej Hella Service Partner, której towarzyszyć będzie poszerzenie asortymentu o produkty Hella Gutmann Solutions i Behr Hella Service oraz nowe formy wspomagania sprzedaży (m.in. materiały promocyjno-informacyjne), wsparcie techniczne i szkolenia. Kontynuowane będą prace zmierzające do utworzenia Centrum Technicznego,

co poprawi warunki prowadzenia szkoleń, pomocy technicznej (np. stała infolinia i e-linia), rozpatrywania reklamacji, przygotowywania materiałów technicznych dla klientów.

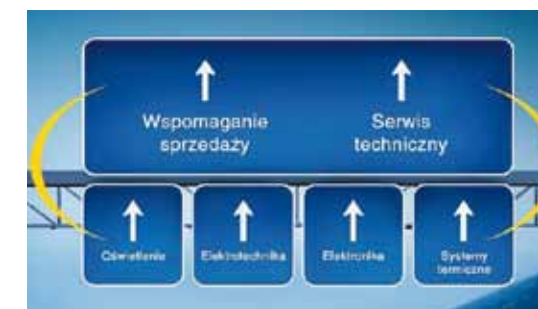
Mimo panującego kryzysu i redukcji kosztów firma stara się nie ograniczać swych działań rynkowych i promocyjnych. Angażuje się w działalność sponsoringową na rzecz różnych imprez sportowych i pozasportowych związanych z branżą motoryzacyjną. Są to m.in. Puchar Polski OFF-ROAD PL, Trakierskie Spotkania w Krakowie czy Olimpiada Techniki Samochodowej dla szkół średnich o profilu samochodowym. Jest również jednym ze sponsorów zespołu Castrol Q-Service Team oraz zespołu kolarzy Lapierre Hella Suder & Suder Team.



DIODOWE ŚWIATŁA GŁÓWNE



DIODOWE ŚWIATŁA DZIENNE



FIRMOWA STRATEGIA „4+2”

Pełna oferta autoalarmów współpracujących z systemem CAN-BUS do pojazdów marki: Audi, Chrysler, Jeep, Mazda, Mercedes, Skoda, VW

Samochodowe systemy alarmowe

SPY-DOG

INDYWIDUALNE POWIADOMIENIE NA KOMÓRKĘ

Producent **DEST** Sp. z o.o.
93-563 ŁÓDŹ
ul. Braterska 38

☎ /fax 042 648-78-99
042 648-62-92
kom. 600 27-77-79

tuv
CERT
EN ISO 9001:2000
Zatwierdzenie: TS 135 30208
Tęż: 13.05.2008

AUTOALARMY IMMOBILISERY

SAT-DOG

PRZECIWKRADZIEŻOWY NADZÓR SATELITARNY

SAT-DOG Flota

SYSTEM WSPOMAGANIA ZARZĄDZANIA FLOTA

Wszystkie nasze wyroby posiadają homologacje międzynarodowe wymagane w krajach UE.

www.dest.pl