

BRD Sogelease

vrea să crească, dar nu cu orice preț

Interviu cu **VORLES MORLOT**, director general, BRD Sogelease IFN SA



Vorles Morlot
a preluat conducerea BRD Sogelease IFN SA în urmă cu un an, respectiv în septembrie 2010, când a fost numit director general al filialei de leasing a BRD - Groupe Société Générale, scopul său fiind acela de a o face să depășească cu bine criza economico-financiară prelungită, care a afectat încă din 2008 piața de leasing românească.

Pentru început aș vrea să întreb cum comentați evoluția pieței de leasing din ultima perioadă și a rezultatelor financiare obținute de BRD Sogelease?

Rezultatele BRD Sogelease pe 2010 corespund bugetului planificat anterior de fostul director general, Jean-Claude Boloux, în condițiile în care compania a încheiat anul trecut peste 1.400 de contracte, cu o valoare a bunurilor finanțate de 99 milioane euro, cu 35% mai mare decât în 2009. Cât despre rezultatele din prima parte a lui 2011, acestea se încadrează în estimările inițiale, dar trebuie menționat că începutul anului nu a fost tocmai propice afacerilor. Acum începem să simțim o ușoară revenire.

Pe ce segmente ați înregistrat cele mai multe creșteri?

Momentan mai mult pe segmentul industriei auto, iar în aceasta predomină sectorul vehiculelor comerciale ușoare (LCV), mai puțin cel al autoturismelor. Am avut creșteri mai ales pentru zona corporativă.

Cum vă așteptați să evolueze piața și compania în perioada următoare?

Am spus întotdeauna că afacerile își vor reveni în 2010, 2011, deoarece coșmarul a fost în 2009, după care ar fi fost loc pentru redresare în 2010, 2011. Acum am trecut de jumătatea lui 2011, așa că sper ca pe finalul anului să consemnăm, totuși, o creștere a pieței, pentru că în 2012 să atingem un nou nivel. Nu mă aștept la un nivel la fel de ridicat ca înainte de criză, dar un trend crescător este previzibil, mai ales că în partea de vest a Europei – în Marea Britanie, Franța, Germania – se observă o oarecare redresare, care ar trebui să se resimtă în viitorul apropiat și în această parte a continentului. La finalul lui 2010, leasingul auto reprezenta 32% din totalul portofoliului Sogelease, în vreme ce leasingul de echipamente acoperea 53%, iar cel imobiliar – 15%. Vrem să menținem aceste ponderi

echilibrate la niveluri similare pentru a contrabalansa operațiunile din diverse domenii, respectiv pentru limitarea riscului de finanțare. Vrem să dezvoltăm, totodată, și piețe de nișă, cum ar fi agricultura, piața imobiliară sau cea medicală. De asemenea, avem și anumite parteneriate sau derulăm oferte speciale cu diferiți dealeri și furnizori.

Așadar sperați să obțineți profit în 2011?

Cu siguranță! La urma urmei asta este datoria mea, ca director general, să obțin profit pentru acționari, dar deocamdată nu pot să vă dau estimări. Perioada dificilă în care ne aflăm ne-a îndemnat, însă, să aplicăm noi politici și să găsim idei noi de dezvoltare a afacerii. Mă refer, de exemplu, la adaptarea procedurilor interne de lucru, la sinergia cu banca și companiile din cadrul grupului, la programul de vânzare. Lucrăm mai mult cu BRD, deocamdată, în condițiile în care aproximativ 80% dintre clienții noștri sunt și clienți ai BRD, dar încercăm să aducem contracte și prin alte metode, astfel încât să putem aduce chiar noi clienți către BRD.

Ce alte strategii ați mai avut în vedere de la numirea dvs. în funcția de director general în septembrie 2010?

Am avut o serie de proiecte în ultimul an. A trebuit să descopăr mai întâi compania, să analizez și să compar modul de conducere a acesteia, să văd cum evoluează legătura sa cu BRD, ALD Automotive, BRD Finance, cu partea de asigurări – toate acestea făcând parte din rețeaua BHFMB pentru afacerile grupului Société Générale din afara Franței. În plus, a trebuit să văd care este poziția Sogelease în piață și care sunt punctele sale tari și slabe. Am analizat modalitățile de vânzări încrucișate (cross-selling) din interiorul grupului, am actualizat procedurile interne de lucru și le-am adaptat în paralel la noul program informatic. În decembrie 2009 am reușit să implementăm programul Cassiopae la nivel de back-office, iar în iunie 2011

“
Lumea este într-o
continuă schimbare,
așa că nu e
obligatoriu să
continuăm în același
ritm. Dimpotrivă,
trebuie să avansăm și
să ne adaptăm!”



și la nivel de front-office, așa că în prezent suntem prima companie de leasing din grupul Société Générale care a implementat programul atât la nivel de back-office, cât și de front-office.

În plus, anul acesta, dat fiind că aniversăm 10 ani în România, am lansat și o ofertă specială, denumită generic „Oferta de nota 10”, dar și o ofertă de leasing pentru PFA-uri, costuri preferențiale – comisioane și dobândă atractivă.

În ce privește dezvoltarea parteneriatelor și a produselor noi, am semnat o înțelegere cu Citroen, prin care am convenit să lansăm oferte financiare speciale pentru aceste automobile, dar și cu Agriromex AD, pentru a dezvolta mai mult segmentul finanțării de echipamente agricole.

Cât despre sinergia din interiorul grupului, aceasta urmărește pe de o parte platforma integrată Motrada de „remarketing”, prin care BRD Sogelease revalorifică împreună cu ALD Automotive și BRD Finance bunuri „second hand” aflate în proprietatea

oferite de ALD. Tot la nivel de grup avem și parteneriatul cu BRD Finance pentru persoane fizice.

Pentru restul anului și pentru 2012 ce aveți în vedere?

Vom continua să adaptăm fluxul de lucru intern și să facem analize aprofundate la nivel de organizație. Vom continua, de asemenea, cu sinergia la nivel de grup, care implică legătură strânsă cu banca, lansarea unui produs nou împreună cu BRD Finance, semnarea unor parteneriate cu diverși furnizori atât pe segmentul auto, cât și de echipamente și o nouă ofertă de remarketing.

Vă adresați deocamdată mai mult clienților actuali sau ați reluat atragerea constantă de noi clienți?

În primul rând, când conduci o companie, trebuie să menții mai întâi portofoliul existent de clienți, iar apoi să oferi produse și servicii noi atât clienților existenți, cât și potențialilor clienți, deoarece nu poți supraviețui prezentului doar cu portofoliul existent, ci trebuie să prospectezi mereu piața pentru noi clienți. Trebuie să avem însă grijă atunci când semnăm contracte noi, pentru că nu vrem ca două, trei sau șase luni mai târziu să avem probleme.

În al doilea rând, noi avem o relație foarte specială cu BRD, prin a cărei rețea de peste 900 de unități ne atragem cea mai mare parte din clienți. Este adevărat că nu toți clienții băncii sunt și clienți Sogelease, așa că ne propunem ca demersul nostru să fie mai viguros și mai eficient în această direcție.

Când vă așteptați să vedeți o reluare a creșterii constante de clienți noi, la nivelul pieței, dar și al BRD Sogelease?

Deocamdată e dificil de spus la nivel de piață. Cât despre Sogelease, momentan încercăm să ne menținem cota de piață, dar vrem să ne extindem gama de clienți, astfel încât să ne putem mări fondul de comerț.

Când ne putem aștepta să vedem BRD Sogelease pe podiumul societăților de leasing?

Deocamdată suntem în top 5. Sigur că putem discuta și de locul 3 și de 2 și, de ce nu, și de locul 1, dar important este ca acele contracte pe care le semnăm să țină cont și de minimizarea riscului. Avantajăm, așadar, calitatea în activitățile noastre. Nu este o noutate, dar rămâne și azi adevărată afirmația că o afacere profitabilă pentru ambele părți este mereu un bun imbold de a continua relația dintre partenerii respectivi.

Am avut câteva exemple negative, așa că...

Da, clar! Asta este o problemă generală. Apare câte un competitor nou pe piață care semnează contract după contract și ajunge la o cotă de piață uriașă, după care dispare în mai puțin de cinci ani. Noi, în schimb, repet, suntem aici deja de 10 ani și vrem să sărbătorim și cea de-a 20-a aniversare.

celor trei firme, pentru care poate oferi și alte tipuri de servicii. Sinergia din cadrul BRD mai are în vedere parteneriatul cu ALD Automotive pentru persoane juridice, semnat în prima parte a acestui an, prin care le oferim clienților noștri servicii de leasing prin intermediul Sogelease, la care se adaugă serviciile de administrare a flotei de mașini,