

Promotech umacnia się na rynkach Indii i Emiratów

Ważne kontrakty, samodzielność finansowa i skuteczna budowa sieci sprzedaży – spółki Promotechu w Indiach i w Zjednoczonych Emiratach Arabskich odnoszą pierwsze sukcesy i stabilizują swoją sytuację na tamtych rynkach.

Promotech Fabrication Machines Private Limited w Delhi oraz Promotech Middle East w Sharjah zostały zarejestrowane w lutym 2017 roku. Dziś wiadomo, że odwaga inwestorów się opłaciła, choć łatwo nie było.

- Obie firmy umacniają się na rynku, obie bardzo skutecznie budują własną sieć sprzedaży. W obu zatrudniliśmy w tym roku kolejne osoby. I chciałbym podkreślić – to właśnie właściwi ludzie są motorem tych spółek i motorem ich sukcesu. Mając takich pracowników - można powiedzieć, że reszta jest prosta – mówi Bohdan Zaleski, wiceprezes ds. handlu i współwłaściciel Promotechu.

Nowe kontrakty w Dubaju

Do największych sukcesów PME w Sharjah należy m.in. pozyskanie zamówienia na 15 wózków spawalniczych od Chicago Bridge & Iron Company NV w Dubaju. Poza tym PME otrzymało zlecenie na ponad 551 tys. AED (Dirham) na różne urządzenia od Al Mulla International General Trading w Kuwejcie.

- W biurze PME przeprowadziliśmy też program szkoleniowy dla dystrybutora z Kuwejtu Al Mulla International, Ashraf Welding House z Pakistanu i Nass Commercial z Bahrainu - wymienia Ashwani Kumar Dogra, menedżer sprzedaży regionalnej w Promotech ME.

Jak podkreśla przedstawiciel spółki, rynek państw Zatoki Perskiej jest specyficzny – znany przede wszystkim z wydobycia i eksportu ropy naftowej – bogactwa, które determinuje rozwój tego regionu. Tu pieniądze inwestowane są w infrastrukturę - hotele, lotniska, porty, rurociągi ropy, gazu i wody, linie kolejowe i turystykę. Zjednoczone Emiraty Arabskie i cała Zatoka Perska znane są z produkcji konstrukcji stalowych.

- World Expo 2020 w ZEA i Mistrzostwach Świata FIFA 2022 w Katarze napędzają wydatki w infrastrukturę, co jest szczególnie istotne dla branży metalurgicznej – dodaje Ashwani Kumar Dogra. - Oczekujemy, że następne targi - SteelFab 2019 będą miały znacznie większy rozmach od dotychczasowych, ze względu na rosnące potrzeby przemysłu w zakresie nowych urządzeń i technologii. Wierzymy, że uda się nam wykorzystać tę koniunkturę.

Dla kolei i przemysłu ciężkiego

Promotech Fabrication Machines Private Limited w Delhi pracuje obecnie nad kilkoma kluczowymi zleceniami z różnych branż, w tym od Kolei Indyjskich i rządowych fabryk z branży przemysłu ciężkiego.

- Naszym celem jest dostarczanie wydajnych, trwałych i niezawodnych aplikacji, które

pomogą naszym klientom podnosić produktywność, jakość i wydajność spawania – mówi Ajay Sehwat, menadżer sprzedaży regionalnej w PFM. - Od pierwszego roku odnotowujemy rosnące zyski, mamy też ośmiu dystrybutorów aktywnie promujących nasze produkty w całym kraju. Naszym celem jest pierwsze miejsce na rynku hinduskim pod względem obrotu i oferty.

Tym planom sprzyja sytuacja rynkowa w Indiach, gdzie stawia się m.in. na rozwój infrastruktury kolejowej, co oznacza dynamicznie rosnące i większe niż kiedykolwiek zapotrzebowanie na urządzenia do spawania wagonów. Indyjski przemysł ciężki staje się jednym ze światowych liderów w zakresie obróbki metali w procesie cięcia i spawania, a perspektywy wzrostu w przemyśle spawalniczym są bardzo obiecujące na najbliższe 10 lat.

- W Promotech Indie skupiamy się na niektórych kluczowych segmentach rynku, takich jak prefabrykowane konstrukcje budowlane, dźwigi, statki, kotły i przemysł stoczniowy – dodaje Ajay Sehwat.

Po półtora roku działalności obie firmy zdołały wygenerować wystarczająco wysokie przychody, by stać się samodzielnymi podmiotami, by nie potrzebować finansowego wsparcia firmy-matki. Jeszcze lepiej zapowiadają się wyniki na koniec 2018, jednak o ich wysokości zadecyduje newralgiczny, ostatni kwartał.

Prezes Promotechu Marek Siergiej podkreśla znaczenie obu rynków i wielką rolę, jaką do odegrania mają tam nowe podmioty.

- To bardzo specyficzne rynki, o bardzo ekstremalnych warunkach klimatycznych, wymagających warunkach pracy i bardzo wysokiej skali konkurencyjności, często dużo wyższej niż Europa – podkreśla Marek Siergiej. - Tam są po prostu wszyscy - poczynając od firm amerykańskich po azjatyckie – więc jest to też znakomity poligon, na którym nasze maszyny są testowane w ekstremalnie trudnych warunkach.

Zaaklimatyzowaliśmy się tam i utworzyliśmy spółki, które już pracują na siebie i mają bardzo dobre perspektywy rozwoju. Budowa tych przyczółków jest elementem realizacji naszej strategii, polegającej na budowie globalnej rozpoznawalności marki Promote

