

# Dilerzy John Deere przechodzą do wagi ciężkiej

**W sieci dilerkiej John Deere trwa wdrażanie strategii „Diler Jutra 3.0”, która ma doprowadzić do zwiększenia liczby specjalistów produktowych, kosztem administracyjno-biurowych. W efekcie tych zmian w Polsce zmniejszona zostanie liczba dilerów marki John Deere do szacunkowo 3-5, ale punkt serwisowy ma być oddalony od rolnika o maksymalnie 45 min jazdy samochodem.**



Krzysztof Płocki

W stwierdzeniu „duży może więcej” ukrywa się szereg korzyści pozwalających podmiotom gospodarczym osiągać lepsze wyniki finansowe. Fakt ten dotyczy również producentów sprzętu rolniczego i firm zajmujących się handlem oraz obsługą posprzedażową. To jeden z powodów, dla których John Deere dąży do konsolidacji swoich dilerów na całym świecie. Zaczął od rodzimego rynku w USA, a teraz strategię „Diler Jutra 3.0” wprowadza w naszym kraju. Można to porównać do przejścia sportowca do najbardziej popularnej i dochodowej wagi ciężkiej. Dzięki temu diler marki John Deere ma m.in. wyprowadzać potężniejsze ciosy w kierunku konkurencji. Nie można przecież mieć wątpliwości, że wolny rynek jest jak ring bokserki, na którym bezustannie trwa zacięta walka o zwycięstwo.

## **Rolnictwo 4.0 wymaga ekspertów**

To sportowe porównanie dobrze oddaje intencje zmian realizowanych przez szefostwo koncernu John Deere, ale nie uwzględnia wszystkich. Amerykańska marka kładzie bowiem bardzo duży nacisk na rozwój innowacyjnych technologii, które od lat z powodzeniem wprowadza do przedsiębiorstw i gospodarstw rolnych. Dzięki John Deere FarmSight rolnik może maksymalnie wykorzystać możliwości użytkowanego sprzętu rolniczego. To system szeroko rozumianego rolnictwa precyzyjnego, który m.in. w sprawny sposób w czasie rzeczywistym łączy ciągniki i maszyny z cyfrowym biurem rolnika lub/i dilerą, umożliwiając ich zdalną kontrolę oraz gromadzenie danych. To oczywiście nie koniec propozycji marki



Marko Borwieck (po lewej) i Mirosław Leszczyński, czyli nowy i były prezes John Deere Polska.

John Deere i w najbliższym czasie można spodziewać się kolejnych innowacji. Amerykański koncern uchylił w tym zakresie rąbka tajemnicy podczas targów Agritechnica 2019. W strefie Rolnictwa 4.0 pokazał szereg rozwiązań techniki rolniczej przyszłości, o których napisaliśmy w RPT 1/2020. Wykorzystanie ich potencjału wymaga specjalistycznej wiedzy, którą oczywiście posiada producent. John Deere postanowił przekazywać ją pracownikom swoich dilerów, którzy mają być ekspertami produktowymi w dziedzinie nowych technologii. Osoby te muszą jednak przechodzić ciągłe szkolenia i powinno ich być wystarczająco dużo, aby obsłużyć zainteresowanych rolników. Na takie inwestycje, dzięki efektowi skali, mogą pozwolić sobie tylko wielcy dilerzy. Poza wspomnianym aspektem walki

rynkowej o klienta, to właśnie drugi z powodów, dla którego John Deere wprowadza strategię „Diler Jutra 3.0”.

– *Zależy nam na dostosowaniu naszej sieci handlowej do wymogów przyszłości. Dlatego potrzebujemy dużych struktur specjalistów, którzy zapewnią kompleksową obsługę klientów. Dilerzy muszą w jeszcze większym stopniu stać się zaufanymi doradcami rolników, aby pomóc im prowadzić bardziej dochodową działalność* – wyjaśnia **Marko Borwieck**, który od 1 kwietnia 2020 r. jest prezesem John Deere Polska.

## **Zmiany przeprowadzi nowy prezes**

Marko Borwieck zastąpił **Mirosława Leszczyńskiego**, który stanowisko prezesa John Deere Polska zajmował przez