

“Наш бизнес в России – это яркая история успеха *Siemens PLM Software*”

Интервью *Eric Sterling* и *Steffen Buchwald*,
топ-менеджеров *Siemens PLM Software*

Александра Суханова (*Observer*)

aleksandra@cadcamcae.lv



Steffen Buchwald

Eric Sterling

Steffen Buchwald – вице-президент и управляющий директор компании *Siemens PLM Software* по региону Центральная и Восточная Европа. Отвечает за все аспекты бизнеса *Siemens PLM Software*, включая продажи, поддержку и сервисное обслуживание в 25 странах региона. Его офис расположен в Цюрихе (Швейцария).

Г-н *Buchwald* пришел в *Siemens PLM Software* (тогда *Unigraphics Solutions*) в 1999 году на должность директора по профессиональной поддержке. В 2002 году был назначен управляющим директором компании в Швейцарии, где отвечал за продажи, маркетинг, поставку решений заказчикам и поддержку. В 2006 году г-н *Buchwald* стал вице-президентом компании по региону Швейцария и Австрия, к которому впоследствии добавились восточноевропейские страны. В 2009 году возглавил регион Центральная и Восточная Европа, включая Россию и СНГ.

До прихода в *Siemens PLM Software* г-н *Buchwald* занимал должность директора по разработкам и исследованиям в компании *Applicon Inc.*, где отвечал за группу разработки программного обеспечения в Европе. Закончил Технический университет в Магдебурге, имеет степень магистра в области технического проектирования.

Eric Sterling – старший вице-президент по глобальному маркетингу компании *Siemens PLM Software*, входящей в *Siemens Industry Automation Division*. В зону его ответственности входит разработка стратегии продвижения программного обеспечения и услуг *Siemens PLM Software* на мировом рынке. В настоящее время г-н *Sterling* работает в офисе *Siemens PLM Software*, расположенном в городе *Livonia* (штат Мичиган, США).

Прежде г-н *Sterling* занимал пост вице-президента по маркетингу портфеля решений для предприятий, включающего *NX*, *Teamcenter* и *Tecnomatix*, руководил разработкой стратегии и тактики продвижения этих пакетов на мировом рынке. Еще раньше, на должности

вице-президента по маркетингу в автомобильной промышленности, отвечал за реализацию стратегии и маркетинговых подходов *Siemens PLM Software* в этой отрасли.

Свой трудовой путь *Eric Sterling* начал в 1982 году в *Cimlinc Inc.* Затем перешел в *Fuji Xerox*, где занимался разработкой ПО, отвечал за адаптацию CAD-систем к японским стандартам. Позднее, работая старшим консультантом в *Mentor Graphics Corporation*, внедрял системы электронного проектирования (*EDA*) и системы управления данными на промышленных предприятиях, включенных в рейтинг *Fortune 100*.

До перехода в *Siemens PLM Software* г-н *Sterling* работал в компании *Engineering Animation Incorporated (EAI)* вице-президентом по продажам в Северной Америке. Компания *EAI* специализировалась на поставках промышленным предприятиям технологий визуализации и коллаборативных технологий. В период работы г-на *Sterling* технологии *EAI* были внедрены на предприятиях *General Motors* и *Ford Motor Company*, результатом чего стало успешное освоение технологий визуализации *EAI* сообществом поставщиков автомобильной промышленности и их признание в качестве отраслевого стандарта *de facto*.

В декабре прошлого года *Observer* был приглашен на встречу с двумя представителями руководства компании *Siemens PLM Software (SPLM)*, находившимися в это время в Москве. Сегодня мы предлагаем вниманию читателей большое эксклюзивное интервью с *Eric Sterling*, старшим вице-президентом по глобальному маркетингу, и *Steffen Buchwald*, вице-президентом и управляющим директором в Центральной и Восточной Европе.

– Господа, насколько мы знаем, в октябре завершился финансовый год вашей компании и, следовательно, основные итоги уже подведены. Концерн *Siemens* не обязан предавать гласности финансовые результаты компаний, в него входящих. Мы тоже не будем на этом настаивать, хотя считаем, что такая практика не идет компании на пользу. Но мы надеемся, что наши читатели смогут услышать от вас качественные оценки бизнеса *Siemens PLM Software* в 2010 году...

Моя первая группа вопросов, естественно, будет так или иначе связана с мировым финансовым и экономическим кризисом. Скажите, пожалуйста, в какой степени он повлиял на бизнес *Siemens PLM Software* в целом?

– **Eric Sterling:** Термин “кризис” – новый для меня, но я часто слышал его на этой неделе, во время визита в Россию. Для характеристики состояния отрасли в 2009 году мы используем слова *рецессия* или *спад* (*downturn*). В отношении нашего бизнеса в 2010 финансовом году скажу, что рост доходов *Siemens PLM Software* выражается двузначным процентом, а IV квартал этого года стал рекордным по росту совокупных доходов.

Поскольку я выходец из отрасли САПР для станкостроения, в которой я начинал работать еще в далеком 1978 году, сама эта отрасль и крупнейшие её выставки, такие как *IMTS*, например, хорошо знакомы и близки мне. В этом году я лично встречался и беседовал со многими ключевыми фигурами рынка станкостроения из таких компаний, как *DMG*, *Deckel Maho*, *Gildemeister* и другими. Впервые за последние 18 месяцев, в ответ на мой вопрос, как идут дела, представители *Deckel Maho* заявили, что на 2011 год их производственные мощности для создания станков с ЧПУ загружены полностью. Если пройтись по павильонам *IMTS*, на большинстве станков вы увидите табличку “Продано”. Объем производства станков с ЧПУ и рыночный спрос на них являются показателями реального состояния дел в промышленном секторе. Все, с кем бы я ни беседовал во время выставки, говорили о том, что их компании уже на подъеме. Конечно, они пока не достигли показателей 2008 года, но они близки к этому.

В нашей отрасли САПР ситуация похожая. В 2010 году предприятия начали задумываться о возобновлении инвестиций в бизнес, о необходимости роста таких параметров, как продуктивность и качество. На мой взгляд, рецессия была в большей степени проблемой капитала (банков), а не внутренней проблемой отрасли машиностроения. По мнению

производителей станков, рост их продаж связан с тем, что банки стали вновь выдавать кредиты и услуги лизинга, позволяющие предприятиям малого и среднего бизнеса делать “дорогие” покупки. Эта тенденция уже заметна по всему миру. Хотя я пока еще не могу считать себя экспертом по России. Я приехал сюда познаться и изучить ситуацию.

– **Steffen Buchwald:** Как человек, ответственный за бизнес *Siemens PLM Software* в большом регионе Центральной и Восточной Европы, я хотел бы отметить, что топ-менеджмент нашей компании очень быстро и грамотно отреагировал на изменение ситуации на рынке. Благодаря этому, сегодня, когда экономика и бизнес-активность возрождаются, мы имеем все необходимые ресурсы для удовлетворения спроса на наши продукты и сервисы. В сложное время мы оставались в контакте с нашими заказчиками, поддерживали их советом, своим пониманием сложившейся ситуации. Сейчас они отплачивают нам за это. Рост доходов и позитивный настрой заказчиков в отношении развития сотрудничества с *Siemens PLM Software* характерны для нашего бизнеса и в глобальном масштабе, и в России. Да, мы не можем предавать гласности показатели бизнеса, но согласитесь, что компания не увеличивала бы свой штат, если бы не была успешной. **Даже во время кризиса мы продолжали принимать на работу новых сотрудников.** Откровенно говоря, теперь перед нами стоит другая проблема – в нашем офисе не хватает места, чтобы разместить всех. ☺ Но мы её уже решаем – в ближайшем будущем мы переедем в новое здание, которое занимает *Siemens* Россия. В целом же, если ориентироваться на данные, которые публикуют наши конкуренты, то мы (как минимум, в том регионе, за который отвечаю я) существенно превосходим их показатели.

– И всё-таки, какие меры пришлось предпринимать руководству компании для противостояния, как Вы говорите, рецессии в 2009 году? Каким был для компании 2010 год в сравнении с 2009-м? Насколько успешны ваши действия по преодолению последствий спада?

– **Eric Sterling:** Во время рецессии в нашей компании осуществлялась стандартная для таких случаев политика ограничения расходов, и мы обошлись без сокращения штата сотрудников. Нетронутыми остались и расходы на НИР. Однако были пересмотрены объемы расходов на командировки, корпоративные развлечения, доплаты и бонусы к зарплатам. В настоящее время, в связи с оздоровлением отрасли, такие меры больше не требуются. Я хотел бы отдельно подчеркнуть, что мой визит в Россию связан с запланированным ростом инвестиций в российский офис *Siemens PLM Software*. Как Вы знаете, страны БРИК с их растущими экономиками крайне важны для нас, поэтому мы продолжим инвестировать в наш бизнес в этих странах.

Показатели нашего бизнеса в 2010 году по сравнению с 2009 годом выглядят впечатляюще, рост доходов измеряется большим двузначным процентом.

В аспекте преодоления последствий рецессии, я хотел бы отметить, что **постоянный детальный анализ и мониторинг рынков и финансового здоровья основных мировых экономик, которые осуществляют аналитики “большого” Siemens, очень помогают нам адекватно планировать штат сотрудников и инвестиции.** Это большая помощь нашему бизнесу.

– Какова динамика показателей бизнеса SPLM в основных географических регионах?

– **Eric Sterling:** Сейчас в глобальном масштабе рынок *Siemens* поделен на четыре региона: Америка, EMEA, Азиатско-Тихоокеанский регион (АТР) и отдельно – Германия, в связи с важностью этой страны для “большого” *Siemens*. В каждом регионе рост доходов в 2010 году характеризуется двузначным процентом, который, однако, отличается в зависимости от региона. Признаюсь, что для меня лично рост, достигнутый нашей компанией в США, был неожиданным. Я сам живу в США и имею возможность воочию наблюдать последствия ипотечного кризиса и прочее. Несмотря на это, в 2010 году в промышленности США мы отметили рост инвестиций в *PLM* как в стратегическую инициативу. Причем, рост этот близок к рекордному, хотя пока и не равен уровню 2008 года. Страны АТР – Индия, Китай, Япония – тоже продемонстрировали рост, но я назвал бы его средним, в сравнении с другими.

– **Steffen Buchwald:** Подотчетственный мне регион простирается от Швейцарии до восточных границ России, и мне было интересно наблюдать за реакцией разных рынков на изменение экономической ситуации. Когда в одних регионах и странах Европы признаки кризиса были уже заметны, в других они еще не наблюдались. Например, в Швейцарию кризис пришел с задержкой, но проявил себя тяжелее. В целом, картина выглядит достаточно разнопланово.

В России наши позиции оставались прочными даже в кризисное время благодаря тому, что большинство государственных программ в военной и авиакосмической отраслях продолжало финансироваться. Выполнение этих проектов позволило нашим показателям бизнеса выглядеть хорошо. В то же самое время, к моему сожалению, частный малый и средний бизнес в стране всё еще остается без банковского финансирования и не имеет нужных средств и инструментов для инноваций.

Правительство России обращает большое внимание на необходимость модернизации производства. В последнее время мы наблюдаем, как ряд российских предприятий начинает следовать стратегии модернизации. Это верный путь для увеличения конкурентоспособности. Однако требуется время, чтобы этот, пока еще вялотекущий, процесс превратился в общероссийский тренд. Очевидно, что сложности, вызванные кризисом, помогли многим руководителям понять необходимость модернизации.

– Уточните, пожалуйста, какова динамика показателей вашей компании в России – до кризиса (уж позволяйте называть его так), в кризис и после завершения его активной фазы? Отличается ли она от динамики SPLM по миру в целом?

– **Steffen Buchwald:** Из-за принятого в *Siemens* смещения финансового года относительно календарного на квартал назад, наш 2010 финансовый год охватывает как часть периода кризиса, так и стадию восстановления экономики. Если сравнивать показатели нашего бизнеса в России за этот период с показателями в других странах, то Россия превзошла их всех. **В этом году мы увеличили численность сотрудников российского офиса на 43% – сегодня задачи наших клиентов решают 80 специалистов.** В соответствии с нашими планами, мы рассчитываем довести их число до 100. Кроме того, мы увеличиваем количество партнеров в России и СНГ, что не менее важно, чем рост внутренних ресурсов. Так что мы растем во всех направлениях очень быстро и активно.

О результатах *Siemens PLM Software* в России за 2011 г. мы обязательно поговорим с Вами в следующем году, но сейчас я могу точно сказать, что текущий рост иногда просто пугает меня, в хорошем смысле. **Наш бизнес в России – это яркая история успеха.**

– Последние квартальные отчеты ваших прямых конкурентов – Dassault Systèmes и PTC – свидетельствуют о серьезном росте доходов от продажи новых лицензий. Это очень хороший знак. Зная о существующих в SPLM ограничениях на распространение информации, спрошу уклончиво: нравятся ли пользователям ваши продукты и решения? Растет ли их популярность?

– **Eric Sterling:** Конечно, я отвечу “да” и постараюсь объяснить, почему это происходит. На днях кто-то в России охарактеризовал нас как очень практичных. Возможно, именно так мы выглядим в представлении российских пользователей. Внутри компании мы уже много лет проповедуем мантру: **“Мы никогда не дадим заказчику потерпеть неудачу”.** И заказчики благодарны нам за то, что наши слова не расходятся с делом. В отличие от наших конкурентов, которые рассказывают “увлекательные сказки”, мы внедряем решения и выполняем всё, о чём говорим. История с *Daimler*, о которой, как я понимаю, мы будем говорить отдельно, служит прекрасным тому подтверждением.

Если говорить о новых клиентах, то они появляются не только в традиционных для нас отраслях, но и в таких, как электроэнергетика и индустрия моды, которые являются несколько новыми сферами применения нашего ПО. Вызвано это не столько нашей активностью в этих направлениях, сколько интересом самих заказчиков. На фоне результатов конкурентов наш органический рост выглядит очень позитивно.

– Какие уроки, в целом, извлекла компания SPLM из кризиса?

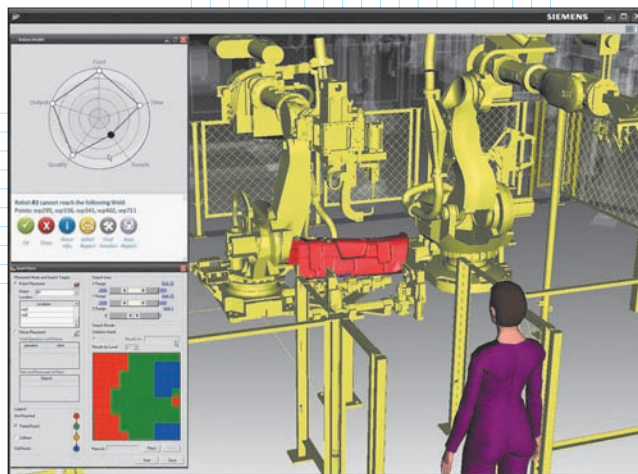
– **Steffen Buchwald:** Для меня наиболее важным кажется сохранение взаимоотношений с заказчиками, какой бы трудной ни была экономическая ситуация.

Как уже говорил Эрик, ни в коем случае нельзя сокращать инвестиции в НИР, так как это помогает компании создавать инновационные решения, которые выделяют её среди конкурентов. Необходимо продолжать заниматься обучением своего персонала, следить за тем, чтобы и руководство, и сотрудники адекватно понимали запросы пользователей, их интересы и потребности. Диверсифицированный и высококонкурентный портфель наших решений без сомнений стал определяющим фактором, позволившим нам выстоять в кризис. Но это – не единственное условие. Важно заниматься долгосрочным планированием, разработать стратегию и развиваться в соответствии с ней.

Если говорить о диверсификации бизнеса в России, то мы наблюдаем всплеск активности в энергетической отрасли. Для удовлетворения спроса нам пришлось не только увеличивать свой штат соответствующих специалистов, но и привлекать к работе новых партнеров. Мы совершенствуем свою инфраструктуру, чтобы улучшить скорость и качество поддержки партнеров. Всё это необходимо для того, чтобы охватить все отрасли, для которых у *Siemens PLM Software* есть решения. В этом случае, замедление бизнеса в одной отрасли будет поддержано ростом активности в других.

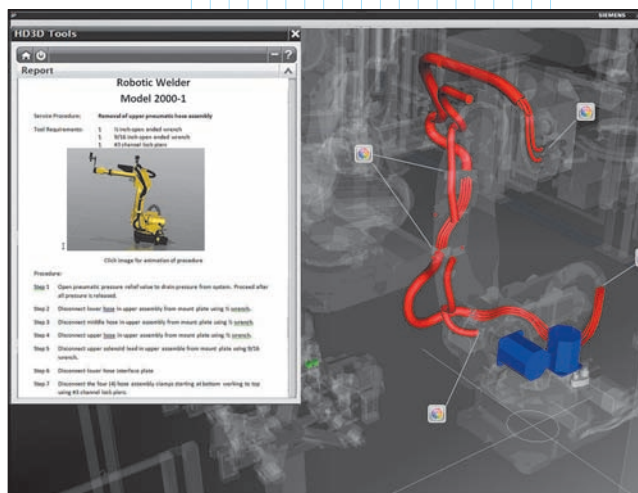
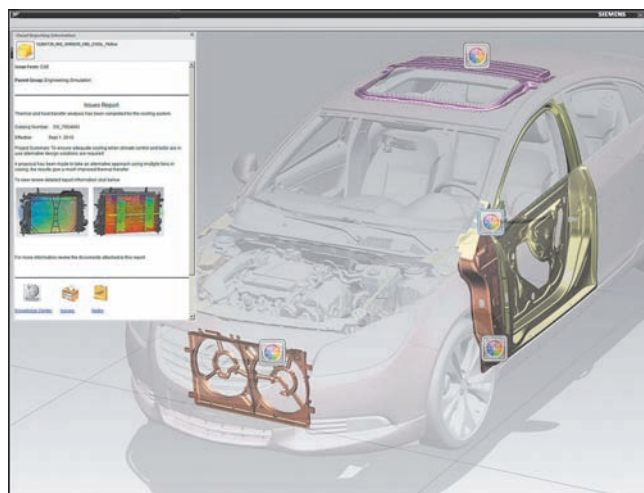
– PTC переживает ренессанс – вновь перешагнув рубеж в 1 млрд. годового дохода, компания почувствовала силу и уверенность, начала тотальный ребрендинг продуктной линии, причем со сменой парадигмы моделирования. У Dassault Systèmes начался период, который мы назвали бы новой мифологизацией, обеспечивающей выход в нетрадиционные для САПР сферы и отрасли экономики. А как можно охарактеризовать нынешнюю эпоху компании SPLM?

– Eric Sterling: Хотел бы сделать небольшое лирическое отступление. Я присоединился к команде *Siemens* (тогда – *UGS*) в 2000 году, когда компания *EAI (Engineering Animation, Inc.)*, в которой я работал, была поглощена *UGS*. За 30-летний период моей деятельности я общался со многими людьми и был лично знаком со многими нашими заказчиками.



Примечательно, что мой университетский сокурсник сегодня занимает пост президента одной из автомобилестроительных корпораций в США. Я горжусь тем, что работаю в *Siemens PLM Software*, и высоко ценю отношения, которые сложились у компании с заказчиками. В их основе лежит принцип, что мы всегда даем заказчику то, о чём говорим.

Перманентное осознание ценности отношений с заказчиками, устремленность к технологическому совершенству и лидерству наших решений, а также более широкое толкование задачи автоматизации предприятий являются, пожалуй, лучшей характеристикой эпохи, переживаемой SPLM. И синхронная технология, и *HD-PLM* были анонсированы нами в период мировой рецессии. То есть, и в эти времена компания *Siemens* продолжала вести инновационные разработки, развивать с их помощью своих заказчиков. В отличие от конкурентов, мы уважаем наработки заказчиков и их устоявшиеся бизнес-процессы. При таком подходе нам нужно быть очень аккуратными, когда мы вводим новые технологии в те наши решения, которые они уже используют. **Это можно назвать эволюционным развитием, в отличие от революционного,** к которому нередко прибегают наши конкуренты. Мы не просим наших заказчиков



Инструменты технологии HD-PLM в действии

взять всё, что было сделано ими с помощью наших решений, и заменить на что-то совершенно новое, но тоже от *Siemens*. При этом, эволюция – вовсе не что-то абстрактное. Мы реализовываем всё, о чём рассказываем, посредством эволюционного развития наших решений.

– *Вы упомянули технологию HD-PLM, недавно анонсированную как революционную. Каково её значение и в чём её революционность? Какие инструменты, поддерживающие эту технологию, появились или должны появиться в продуктах SPLM?*

– **Eric Sterling:** Я постараюсь объяснить максимально просто. **Технология HD-PLM в нашей сфере – примерно то же самое, что Google в вашей ежедневной жизни.** С каждым днем изделия, проектируемые с помощью наших решений, становятся сложнее. Чем сложнее изделия, тем больше вопросов возникает у конструктора в процессе проектирования и тем больше информации ему требуется для принятия решений. Здесь возникает методологическая проблема доступа и оперативного получения информации конструктором. Наша прямая задача – реагировать на подобные вызовы и разрабатывать методологию, упрощающую поиск и работу с информацией – с 3D- и метаданными – причем именно с той информацией, которая нужна, а не со всей имеющейся. Приобретая 10 лет назад компанию *EAI*, мы знали, что 3D необходимо донести до масс потребителей. Сегодня суть их работы заключается не только в создании 3D-моделей, но и в использовании ассоциированной, привязанной к модели информации (стоимость, масса, характеристики материала, требования к изготовлению и прочее), которую нам необходимо предоставить *PLM*-пользователю точно так же, как это делает *Google*, – просто и оперативно. Сделав набросок, конструктор может поручить системе поиска найти похожие/идентичные модели и информацию, ассоциированную с ними. Мы представили *HD-3D*, работающую внутри системы *NX*, как первый шаг к реализации этого видения. В новейшей версии *Teamcenter 8.3* тоже есть инструменты, поддерживающие *HD-PLM*. В ноябре-декабре 2011 года мы анонсируем полностью реализованную технологию *HD-PLM*.

– *В продолжение технологической темы. С выходом, так называемой, синхронной технологии (СТ) и её появлением в ваших продуктах, SPLM стала технологическим лидером в задачах 3D-моделирования. Конкуренты, с разными оговорками о наличии собственных средств прямого редактирования моделей, бросились догонять вас. В какой мере, по Вашей оценке, им удалось это сделать?*

– **Eric Sterling:** На сегодняшний день повторить нашу синхронную технологию конкурентам пока не удалось. Да, они располагают средствами для прямого редактирования модели. Но реализованный ими подход – толкать-тянуть поверхности (*push and pull faces*) – не понимает ограничений (*constraint*), существующих вокруг изменяемых поверхностей. Поэтому, делая это бесконтрольно, можно разрушить модель

где-то в другом месте. Работая в их системах с большими и сложными сборками, невозможно проанализировать последствия сделанных изменений. Наше прямое редактирование, основанное на автоматическом распознавании ограничений и связей (*constraint-driven*), со встроенным инструментом оценки влияния совершенного действия (*inference engine*) пока не повторено никем, что бы ни говорили господа *Heppelmann* и *Charlès*.

Реализация описанного подхода в наших решениях стала возможной благодаря разработкам *D-Cubed* – компании, которую мы приобрели в 2004 году. Разумеется, работа с данными из *CATIA*, *Pro/E* и других систем – это важный аспект применения СТ. Однако мы считаем, что основная аудитория СТ – это все те, кто работают с моделями после того, как они были созданы конструктором. Например, расчетчики, которые должны упрощать модели для создания расчетной сетки (*mesh*) или конструкторы пресс-форм. Модели зачастую содержат элементы, не нужные или мешающие созданию пресс-формы, которые нужно быстро убрать, не вникая в суть дерева построения. Отзывы о СТ, которые мы получаем от нашей клиентской базы, свидетельствуют, что наша технология позволяет существенно ускорить работу не только конструкторов, но и технологов, а также ускорить процесс создания технологической оснастки. Из наших официальных отчетов следует, что производительность упомянутых специалистов в среднем увеличивается в пять раз.

Есть еще один аспект применения СТ. В отношениях поставщиков и заказчика непрерывно идет война за интеллектуальную собственность, которая передается вместе с моделями (особенно остро этот вопрос стоит в автомобилестроении). Так вот, дерево построения и есть эта интеллектуальная собственность, поскольку оно передает замысел конструктора. Наш формат *JT* позволяет не передавать дерево построения вместе с моделью, при этом оставляя возможность работать с моделью при помощи инструментов СТ.

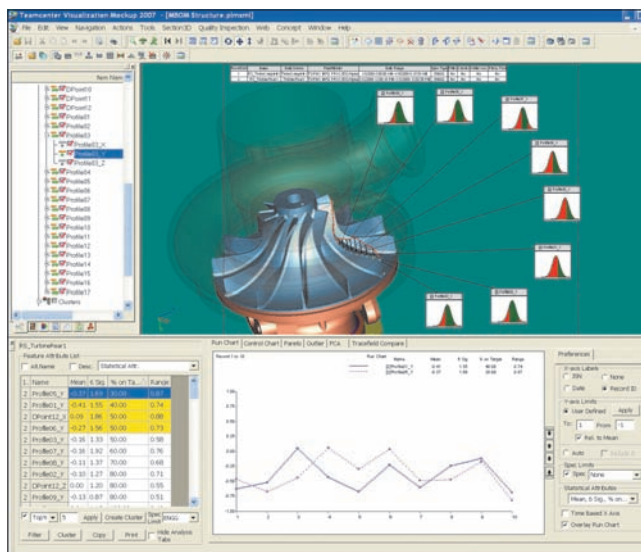
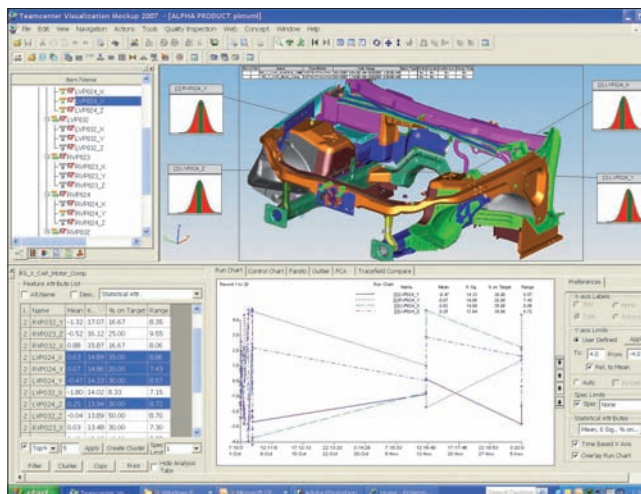
– *Каково отношение Siemens PLM Software к самой возможности “ухода в облака”? Предпринимаются ли какие-то практические действия для обеспечения работы вашего ПО в облачной среде?*

– **Eric Sterling:** Есть два вида “облаков”: внутренние и внешние. Если говорить о внутренних, то *Teamcenter* давно решает эту проблему.

Если говорить о *CAD* “во внешнем облаке”, то летом 2010 года на форуме *PLM World* в Далласе (ежегодная конференция пользователей решений *Siemens PLM Software*) мы уже продемонстрировали работу *NX* “в облаках”. В целом, мы очень оптимистично смотрим на облачные технологии. С другой стороны, есть ряд важных вопросов, которые должны быть решены прежде, чем эти технологии прочно войдут в нашу жизнь. Пример – проблемы *Google* в Китае... Должны быть преодолены стереотипы и боязнь передавать свои данные и интеллектуальную собственность через интернет.

Кроме того, на конференции в Далласе мы анонсировали совместный с *Microsoft* проект, в рамках которого

предложили рынку первое в мире решение для управления качеством (*Quality Management Solution*), опирающееся на облачную технологию. Решение работает на платформе *Microsoft Windows Azure* и называется **DPV** (*Dimensional Planning and Validation*). Оно, в свою очередь, является составляющей *Tecnomatix* – решения для цифрового производства. Там же был продемонстрирован новый удаленный портал для работы с данными в формате *JT*. Суть работы *DPV* заключается в том, что эта программа практически в режиме реального времени собирает информацию о производстве изделия из цехов, передает её в “облако” и затем сравнивает с теоретическими данными – с тем, как должно быть. Достаточно часто заказчики не располагают столь развитой ИТ-инфраструктурой, чтобы вести подобные вычисления без необходимости прибегать к помощи “облака”. Поэтому, изучив вопрос, мы приняли решение о заключении партнерства с *Microsoft* для предоставления подобных услуг. Вскоре будет объявлено о партнерстве и с другими компаниями. Мы не хотим повторения ситуации с *Unix*-платформой, когда у пользователей не было альтернативы.



Инструменты контроля качества изделий на платформе Microsoft Azure для работы “в облаках”

– Насколько “облачный” подход актуален для российских реалий? Является ли возможность разместить “в облаке” программы и данные заказчика конкурентным преимуществом вендора?

– **Steffen Buchwald**: Если говорить об интересе к “облакам” как к перспективной технологии, то об этом в России сегодня пишут довольно много. Но если посмотреть с точки зрения получения бизнес-выгоды от её использования в промышленности, то этой выгоды для наших заказчиков пока нет. Причина заключается в том, что еще не решен вопрос безопасности данных. Среди наших заказчиков много предприятий сектора ВПК и тех, кто его обслуживает. Трудно представить, чтобы они в своей работе полагались на “облака”. Вторая причина, конечно же, кроется в неравности соответствующей инфраструктуры. Поэтому пока мы просто следим за этой тенденцией. **Сегодня облачные технологии не являются для наших заказчиков тем, что поможет им стать более продуктивными в работе – по крайней мере, в существующих условиях.**

– Как Вы относитесь к проповедуемому компанией *Dassault Systèmes* выходу *PLM*-средств за пределы подразделений, где они традиционно применяются, и даже за пределы предприятий (в экспертное сообщество и т.д.), и к необходимости некой “социализации” архитектуры *PLM*? Это актуально для России?

– **Eric Sterling**: В этом месседже я не вижу ничего нового, но это – очень хороший маркетинг. Он генерирует интерес к *PLM*, что является одной из главных задач маркетинга. С практической точки зрения, я рассматриваю это только как открывающиеся для *Siemens PLM Software* возможности по работе с клиентами *Dassault*. 😊 Такие заказчики зачастую не готовы воспринимать “новую мифологию” *Dassault*. Им нужен кто-то, готовый сконцентрировать внимание на их текущих и будущих проблемах, на том, как их правильно решить.

Второй аспект, который мешает продвижению идеи *DS* о вовлечении внешнего экспертного сообщества в процесс создания изделия, заключается вот в чём. Представьте, что производитель автомобилей или самолетов открыл доступ в свою социальную сеть, и что кто-то из его пользователей написал письмо с изложением каких-то технических проблем с самолетом или машиной. По закону США производитель обязан отреагировать на такое обращение. Если потом что-то случится, и станет известно, что производитель был уведомлен о проблемах через собственную социальную сеть, то налицо классический случай для подачи против него судебного иска. Поэтому промышленность пока не готова к полной открытости процесса создания изделия. Если же под “социализацией” подразумевается обсуждение таких характеристик, как цвет, текстура, нравится/не нравится, то, в принципе, наша промышленность к этому уже готова. Например, подобные вещи уже доступны в нашем решении *Teamcenter Community*, которое работает на платформе *SharePoint* от *Microsoft*.

Мы продолжаем внимательно следить за тенденциями и за развитием социальных сетей. На наш взгляд,

сегодня наиболее актуальным является предоставление доступа к информации в 3D и связанным с ней данным более широкому кругу специалистов, но в максимально безопасном виде.

– А как Вы оцениваете ребрендинг PTC, технологии, лежащие в основе этого ребрендинга, и новую продуктную линию Creo?

– **Eric Sterling:** Руководство PTC, видимо, должно серьезно задуматься в отношении бренда PTC, как такового, и что они собираются с ним делать дальше. Хватит ли им вообще финансовых средств на то, чтобы стимулировать рынок при помощи полностью нового бренда, на то, чтобы провести обучающую кампанию с объяснением преимуществ, которые дает пользователям применение их нового решения?..

Как я уже говорил, я не увидел ничего нового в том, что обещают представители PTC. Пока Creo еще даже не вышел, так что и говорить собственно не о чем. Из того, что нам известно о Creo, мы делаем заключение, что PTC идет путем, который мы уже прошли. Общая база данных, доступная во всех приложениях... Видимо, г-н Heppelmann занимается сегодня унификацией, объединяет Windchill с Pro/E, CoCreate и др. в один бренд.

– Не могли бы Вы прокомментировать “войну форматов” между Dassault и SPLM? Летом 2010 года Spatial, подразделение Dassault, специализирующееся на разработке базовых компонентов для САПР, объявило о прекращении поддержки вашего формата JT в своём новом релизе InterOP (API для создания инструментов обеспечения интероперабельности). Как Вы считаете, насколько болезненным для Siemens окажется это решение?

– **Eric Sterling:** Я думаю, что судьями такого поведения Dassault будут сами пользователи. Как я уже говорил, я работал в компании EAI, и я был в команде разработчиков формата JT, поэтому очень хорошо осведомлен в этом вопросе. Наши пользователи и участники консорциума JT Open просили нас стандартизировать формат, так как не хотели зависеть в своей работе только от одного вендора и насаждаемого им формата данных. (Консорциум JT Open представляет собой сообщество, продвигающее JT-технологии и использующее стандарт JT для визуализации данных. В него входит порядка 200 корпоративных и индивидуальных членов, включая Ford Motor, Adobe, PTC, Microsoft, Caterpillar, Procter & Gamble и др. – Прим.ред.) Мы согласились с их пожеланием, так как JT стал важнейшим компонентом их ежедневной работы. В сентябре 2009 года Международная организация по стандартизации (ISO) присудила JT статус Общедоступной спецификации – PAS (Publically Available Specification).

В качестве аргумента Dassault указывает на опоздание ISO с публикацией спецификаций новой версии JT, которое помешало включить их в InterOP. Должен Вам сказать, что подобное отставание во времени является нормальным. Внутри JT Open с членами консорциума мы обсуждаем возможности, как сделать

так, чтобы публикация наших спецификаций организацией ISO стала более оперативной. Это уже не является проблемой.

В настоящий момент поступок Spatial угрожает самой компании Dassault. Вызван он, скорее всего, опасениями, что JT не вписывается в концепцию V6, которая подразумевает совместное использование исключительно продуктов ENOVIA и CATIA от Dassault. Таким способом компания, по её мнению, на какое-то время избавилась от этой проблемы. Мы же рассматриваем сложившуюся ситуацию как новые возможности для Siemens PLM Software по работе с заказчиками Dassault.

– Господа, давайте поговорим о животрепещущей теме, обсуждаемой в автомобилестроительных кругах всего мира. Речь идет о решении Chrysler сменить CAD- и PLM-платформу. Каковы основные причины этого поступка?

– **Eric Sterling:** Для такого решения у Chrysler было много причин. Одна из них – консолидация автомобилестроительной отрасли, вызванная кризисом. Это привело к объединению Chrysler и FIAT, заказчика Siemens PLM Software. Но это, конечно, не единственная причина. Еще с тех времен, когда Daimler и Chrysler были одной корпорацией (1998–2007 гг. – Прим. ред.), наши решения рассматривались ею в качестве альтернативы решениям Dassault, которые тогда там применялись. Daimler вообще считал, что все разработки Chrysler должны вестись под управлением PDM-системы Teamcenter (точнее, под управлением PDM-системы Smaragd, которая была построена на базе Metaphase, являющейся составной частью Teamcenter, наряду с iMan. – Прим. ред.). Chrysler обратился к нам с пожеланиями открыть переговоры и вступить в консорциум JT Open, чтобы оценить потенциал новой системы. Уже тогда у компании были проблемы с ENOVIA VPM, и они испытывали давление со стороны Daimler. Таким образом, процесс оценки нашего PDM-решения на площадке Chrysler начался еще в 2007–2008 годах. Но в это время нагрянул кризис, и средств для перехода на другую платформу у них не оказалось; корпорация разделилась, и эта инициатива была переведена в режим “ожидания”.

Как Вы знаете, в 2009 году на арене появился FIAT, который и пригласил нас продолжить процесс оценки PDM-решения Teamcenter для Chrysler. Что важно, руководство Chrysler захотело увидеть, помимо этого, подробное сравнение CAD-решения NX с применяемой у них системой CATIA. Они были приятно удивлены широкими возможностями NX, так как, являясь многолетними пользователями CATIA, слышали об NX только то, что им рассказывала Dassault. ☺ Подробно изучив возможности решений Siemens PLM Software, компания Chrysler решила перейти в наш стан. Конечно, роль FIAT, нашего давнего заказчика, была существенной. Но это нельзя было назвать жестким диктатом с их стороны.

– Трудно представить, чтобы огромная компания Chrysler в одно мгновение отказалась от

CATIA и перевела все разработки на платформу NX. Как теперь будет осуществляться взаимодействие разработчиков, их платформ и данных?

– **Eric Sterling:** Посмотрите на случай с *Ford Motor*. Мы не можем просто взять и уйти оттуда только потому, что эта компания выбрала *CATIA*. Мы уважаем решение *Ford* и будем продолжать работать с ними и оставаться полезными, поддерживая и развивая нашу PDM-систему *Teamcenter* на этом предприятии. **CATIA и Teamcenter будут взаимодействовать через формат JT, и в этом заключается стратегия взаимодействия разнородных систем.**

Очевидно, что *Chrysler* не сможет в одночасье отказаться от *CATIA*. Поэтому нами будет разработан и претворен в жизнь ряд стратегий взаимодействия, в зависимости от ситуации. Новые разработки будут вестись только средствами *NX*, а повторное использование данных, рожденных в *CATIA*, будет осуществляться через формат *JT*. И только в тех случаях, когда понадобится проводить глубокие изменения в существующих моделях *CATIA*, разработчики будут прибегать к конвертации данных в формат *NX*.

Что еще хотелось бы отметить: и *Chrysler*, и *Daimler* знали, чего стоит переход с одной версии *CATIA* на другую, так как у них был тяжелый опыт перехода с *V4* на *V5*. Теперь же *Dassault* предложила им перейти на новую платформу *V6*, следствием чего стала бы необходимость переписывания всех надстроек над *V5* и всевозможных приложений, а также перевод на новую версию своих поставщиков. **После оценки ситуации все пришли к мнению, что для предприятий типа *Chrysler* переход с *CATIA V5* на *V6* сродни смене платформы.** Этот вывод также сыграл в нашу пользу.

– А что же всё-таки произошло на площадке вашего старейшего клиента – Ford Motor? Действительно ли дело было только в неудовлетворенности системой I-deas?

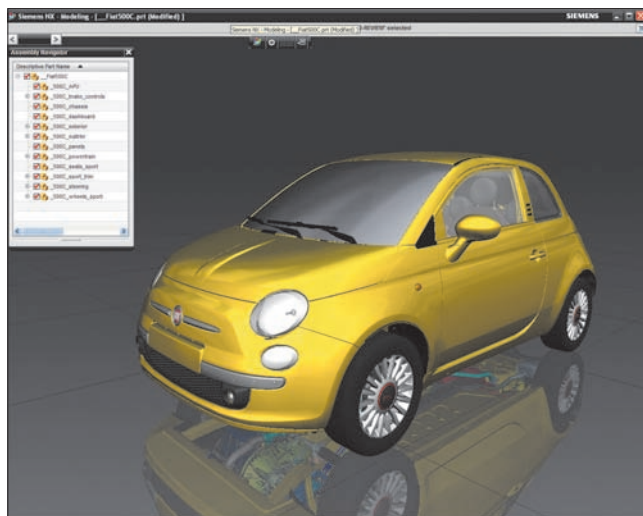
– **Eric Sterling:** Чтобы объяснить ситуацию, я должен обратиться к истории вопроса. Я пришел работать на площадку *Ford* в 1996 году как менеджер от *EAI*, ответственный за новую программу, посвященную

идее создания цифрового макета изделия (*Digital Mockup*). Я работал с компанией *Ford* в качестве внешнего вендора, и мы тогда ожидали начала интеграции с *SDRC* (приобретение этой компании сервисным гигантом *EDS* и слияние с *UGS* произошло в 2001 году. – Прим. ред.). Должен сказать, что некоторые вещи были прекрасно реализованы в *I-deas*, но имелись и проблемы (например, в работе с поверхностями), решить которые просил *Ford*. Руководство *SDRC*, по мнению *Ford*, совершило ряд политических ошибок в отношении их компании, что открыло для *Dassault* возможность предложить *CATIA* взамен *I-deas*.

– Как бы Вы прокомментировали решение Daimler о смене CAD-платформы?

– **Eric Sterling:** Честно говоря, меня поразила реакция *Dassault*, когда компания заявила, что это решение стало для нее сюрпризом. Это не отвечает действительности. Ситуация с *Daimler* развивалась уже два с половиной года, и начало этому положила сама компания *Dassault*, рассказав о новой архитектуре *V6* и *PLM 2.0*. Работая в подразделении *Industry Marketing*, в 2001–2002 годах я контактировал с *Daimler*. Я точно знаю, что выбор в пользу *CATIA* был для них тогда стратегическим решением. В тот момент пытаться говорить с ними об *NX* не имело никакого смысла. Однако политика *Dassault* привела к тому, что *Daimler* оказался перед необходимостью пересмотра своего стратегического решения, поскольку переход с *V5* на *V6* сродни смене платформы. Еще одним фактором, сыгравшим в нашу пользу, было то, что предприятие много лет в качестве PDM-системы использовало *Smaragd*, о чём я уже рассказывал.

Еще одной уникальной особенностью данной сделки было то, что Совету директоров *Daimler* был представлен проект перехода, подкрепленный сравнительным анализом функционала кастомизированной *V5* и стандартной версии *NX*. Проект был подготовлен с учетом налаженных бизнес-процессов предприятия и включал оценку по шести основным критериям. Функционал *NX* вкупе с *Teamcenter* смотрелся убедительнее.



Программа по переходу *Daimler* на наши решения называется “*PLM 2015*” и подразумевает, что к 2011 году им нужно будет определиться с методами и процессами перехода, а в 2012-м все новые проекты уже будут начинаться в среде *NX*. К 2015 году все изделия *Daimler* – автомобили, грузовики, автобусы и др. – будут разрабатываться только в среде *NX* и *Teamcenter*.

Откровенно говоря, мы не стали бы ввязываться в процесс на *Daimler*, ставший достоянием общественности, если бы вероятность неудачи была слишком высокой. Но мы были уверены в победе. *Daimler* сам провел большую подготовительную работу, проинтервьюировав своих поставщиков на предмет того, какое влияние на всю его экосистему окажет переход на другую *CAD*-платформу. Выяснилось, что все поставщики знают *NX* и тоже используют в работе. Поэтому мы чувствуем себя весьма уверенно на площадке *Daimler*.

– *Какое влияние это решение автогиганта может оказать на всю автомобильную отрасль и на отношение пользователей к возможности или невозможности смены CAD-платформы?*

– **Eric Sterling:** Разумеется, решение *Chrysler* и *Daimler* окажет влияние на рынок, причем не только на автомобильный, но и на такие отрасли, как судостроение и авиастроение – всюду, где работает компания *Dassault* и где оценивают возможность перехода на её новую платформу *V6*. Крупные заказчики *DS* обязательно захотят оценить и сравнить её программные решения с решениями *Siemens PLM Software*. И этот процесс уже начался. В настоящий момент еще четыре крупные компании анализируют наши решения, и я очень оптимистично настроен в отношении результатов.

– *Принято считать, что маркетинг никогда не был сильной стороной компании UGS во все периоды её существования под разными флагами. В какой мере Вы согласны с этим утверждением? Скажется ли положительно тот факт, что с должности вице-президента Siemens PLM Software по маркетингу ушел Dave Shirk?*

– **Eric Sterling:** Я проработал под руководством *Dave Shirk* не один год, и я испытываю уважение к этому человеку. Мы остались друзьями и после его ухода из компании. Однако наши взгляды на маркетинг различаются. Я уже провел ряд изменений в нашей маркетинговой политике и поведении. Одно из них заключается в том, что сегодня я нахожусь в России и даю Вам интервью. ☺ Я обещал своей глобальной маркетинговой команде, что буду лично приезжать в их страны с целью знакомства и изучения разных культур, менталитетов и потребностей. С точки зрения маркетинговой философии, я не являюсь приверженцем жестко централизованной маркетинговой политики и не считаю, что она способна стимулировать хорошие результаты в разных регионах мира. Я считаю, что принимать решения по многим вопросам, включая расходование выделенного бюджета и ресурсов,

должны директора по маркетингу наших локальных офисов, поскольку именно они, а не я, лучше знают свой регион и его особенности. Я испытываю доверие к нашей распределенной команде. Как Вы понимаете, я не могу провести все изменения в политике в одночасье, мы должны двигаться поэтапно.

Я работаю над реализацией пяти собственных маркетинговых инициатив, направленных на стимулирование продаж. **Я хочу быть уверенным в том, что маркетинг поддерживает продажи, а не является инициативой, живущей своей собственной жизнью.** Я искренне рад тому, что, наконец, приехал в Россию. Рад личному знакомству с командой российского офиса, с некоторыми нашими заказчиками и учебными заведениями. Я даже привез с собой свою семью, чтобы познакомиться её с богатой русской культурой и искусством.

Несмотря на то, что мы на Западе являемся приверженцами онлайн-взаимодействия с заказчиками, в развивающихся странах этот способ еще не так хорошо принимается рынком. Я понял, что традиционные методы работы с заказчиками, такие как семинары и форумы, пока работают лучше и должны нами поддерживаться. Через год у Вас будет возможность дать оценку моим инициативам.

Мы очень верим в силу печатной прессы и влияние, оказываемое ею на наш рынок. Прежде пресса не допускалась на наши пользовательские конференции. Недавно я принял решение изменить этот порядок. Если мы будем бояться, что журналисты услышат, как о нас говорят наши пользователи, то какой смысл тогда вообще проводить такую конференцию?!

– *Подтверждаете ли Вы имеющуюся у нас информацию о новой политике SPLM в продвижении Solid Edge и Velocity Series? Что конкретно планируется предпринять?*

– **Eric Sterling:** Я намерен вести более агрессивный маркетинг решений *Siemens PLM Software*. **Я не думаю, что ответом на все вопросы может быть только PLM.** Рынок СМБ часто опасается “большого” *PLM*. У нас есть прекрасные решения для СМБ, и мы должны достучаться до всех – в том числе, и до небольших компаний.

В целом же, развитие нашего канала продаж, обслуживающего крупные корпорации или рынок СМБ, сегодня является для *Siemens PLM Software* стратегической задачей. На это обращено пристальное внимание топ-менеджмента компании. Очевидно, что невозможно одновременно нанять требуемое количество “прямых продавцов”, которые работали бы с заказчиками напрямую. Дело не столько в их знании или незнании возможностей наших решений, сколько в том, что они должны понимать проблемы заказчиков и отдельной отрасли в целом. Поэтому, если мы намерены показывать рост, нам необходимы компетентные партнеры. Формирование партнерского канала, занимающегося только *Velocity Series*, тоже идет, однако за короткий отрезок времени добиться в этом больших результатов невозможно.

– *Какие изменения Вы ожидаете в связи с тем, что президентом компании назначен Чак Гриндстафф (Chuck Grindstaff)? С какими новыми идеями он заступил на должность? Как это может сказаться на деятельности российского офиса?*

– **Eric Sterling:** Я знаком с Чаком с 1998 года и испытываю к нему большое уважение как к профессионалу в сфере ведения бизнеса и как к технически подкованному человеку. Он никогда не перестает работать. Я вхожу в состав Совета директоров (*Executive Board*), и на совещаниях мы вместе с Чаком “сверяем часы” в отношении того, что является наиболее важным и приоритетным. Со стратегической точки зрения, мы считаем, что **наша компания должна вести более агрессивную политику по работе с техническими вузами**, поэтому мы намерены больше инвестировать в нашу университетскую программу *GO PLM*. Уже более 10 тыс. университетов в мире используют наше ПО в программах обучения студентов. Благодаря этим усилиям, мы выращиваем новое поколение будущих инженеров, хорошо подкованных в наших решениях. Мы намерены увеличить масштаб использования нашего ПО в вузах путем вовлечения наших специалистов в процесс составления вузовских программ обучения.

Чак считает, что наша компания умеет создавать прекрасные продукты, но нам следует усилить работу с промышленным сектором для их лучшей отраслевой дифференциации. В течение следующих 12 месяцев вы увидите, как мы это сделаем под руководством Чака.

Более того, помимо стимулирования органического роста доходов компании, **Чак очень агрессивно настроен в отношении приобретения новых компаний и технологий**. Так что, в очень скором времени, вы можете ожидать от нас подобных новостей.

В целом же, ни одна кандидатура на пост президента *Siemens PLM Software* не могла бы обрадовать меня больше. При этом я хотел бы отметить, что прежний президент – *Helmuth Ludwig*, назначенный на эту должность в 2007 году, вскоре после того, как *Siemens* приобрел компанию *UGS*, проделал огромную работу по интеграции *UGS* и *Siemens*. Теперь же настало время человека, который очень глубоко понимает наш бизнес – как с позиции разрабатываемых технологий, так и в аспекте чуткого понимания наших заказчиков.

– *Господа, позвольте мне переключить ваше внимание на Россию. Чего еще, помимо того, о чём уже было сказано, добился российский офис за 2010 финансовый год? Какие цели были достигнуты, какие задачи решены?*

– **Steffen Buchwald:** Если перед вами поставлена задача агрессивного роста в регионе, то вы должны быть уверены в том, что и инфраструктура вашей компании, и её оргструктура подготовлены к этому должным образом и могут справиться с такой нагрузкой. **Мы очень много и серьезно инвестировали как в поиск и подбор талантливых специалистов, так и в тренинг и развитие имеющегося персонала.** Как Вы

знаете, в России нынче не так уж просто найти талантливых людей, знающих промышленный сектор и способных также работать в международной среде. Признаться, что в поиске талантов нам повезло. Отчасти это связано с тем, что бренд *Siemens* широко известен, лидирующее положение компании на различных рынках также очевидно. Так что же может быть лучше, чем присоединиться к успешной команде *Siemens*? ☺

В 2010 году мы выпустили серию книг по нашим продуктам, о которой получили очень хорошие отзывы от нашей клиентской базы. Мы только в начале этого пути, и нам еще многое предстоит сделать для создания и обеспечения пользователей специализированной печатной литературой.

И что самое приятное – в 2010 году мы выиграли каждый проект и тендер, к участию в которых были приглашены. Как я уже упоминал в начале интервью, **с точки зрения темпов роста бизнеса, показатели российского офиса *Siemens PLM Software* за 2010 финансовый год остались непревзойденными в других странах.**

В этом году нам удалось увеличить партнерскую сеть, сделав её еще более сильной и профессиональной. Этот процесс будет иметь продолжение.

Еще я хотел бы отметить укрепление взаимоотношений между российским отделением “большого” *Siemens* и нами. Я считаю, что для достижения еще большего успеха, наше взаимодействие будет играть ключевую роль. Нам весьма импонирует тактика *Siemens*, которая подразумевает совместную работу, а не диктат в отношении того, как же нам следует строить наш софтверный бизнес. Они выстраивают диалог с целью понимания, в чем конкретно *Siemens* может помочь нам.

– **Eric Sterling:** Позвольте поделиться своими собственными впечатлениями. Во-первых, я был приятно поражен высочайшим уровнем технического персонала российского офиса. Что еще меня приятно удивило, специалисты по продажам решений (*sales force*) очень хорошо ориентируются в реальной ситуации у заказчиков. В других компаниях это не всегда так. По моему опыту, наиболее успешными становятся именно такие команды “продавцов”.

То, что отношения российского *Siemens* и его подразделения – *Siemens PLM Software* – выстроены корректно и на нужном уровне, я имел возможность наблюдать вочию. На днях, в связи с моим приездом в Россию, нам удалось организовать незапланированную заранее встречу с высшим руководством представительства *Siemens* в России. *Steffen Buchwald* общается с ними регулярно.

– *Скажите несколько слов о наиболее значимых PLM-проектах, которые были реализованы за последнее время.*

– **Steffen Buchwald:** В октябре 2010 года мы объявили о начале реализации **крупнейшего в России PLM-проекта в Государственном космическом научно-производственном центре им. М.В. Хруничева**. Данное соглашение предусматривает внедрение во

всех филиалах ГКНПП им. Хруничева системы NX в качестве CAD-стандарта, а в качестве PDM-системы – Teamcenter. То есть, наш заказчик принял решение модернизировать всё свое распределенное предприятие – не только КБ, но и цепочку поставщиков и заводов. По нашей оценке, подобная тенденция в России начинает набирать обороты, и мы будем чаще сталкиваться с такими проектами, что весьма приятно. Это действительно очень крупный проект. По словам руководства предприятия, даже при том, что технологии от разных вендоров могут быть функционально похожими, ни один поставщик, за исключением Siemens PLM Software, не обладает сегодня достаточными ресурсами для того, чтобы реализовать такое масштабное внедрение силами российской команды.

Наши старые заказчики из оборонной и авиационной отраслей продолжают инвестировать в наши решения. Сегодня они ставят перед нами другие задачи: реализовать PLM-проекты, изменить существующие бизнес-процессы. Этим мы и занимаемся на площадках наших крупных заказчиков. В качестве примера можно привести **Корпорацию “Иркут”**, которая существенно расширила область применения наших решений, охватив не только процесс конструирования, но уже и производство. Безусловно, надо упомянуть и корпорацию “Сухой”. Думаю, многие читатели имели возможность наблюдать трансляцию тестового полета истребителя 5-го поколения, который был полностью спроектирован и произведен с помощью решений Siemens PLM Software.

При всём этом, мы не забываем и о рынке СМБ. За прошедший год в этом направлении мы также добились успехов. Я не могу предоставить точных данных, но скажу, что в свой портфель клиентов мы добавили еще 60 логотипов компаний, на площадках которых были организованы внедрения решений Velocity Series.

Вчера Eric Sterling вместе с делегацией Siemens посетил двух заказчиков из новой для нас энергетической отрасли – ОКБ “Гидропресс” (г. Подольск) и ОАО “Силовые машины” (г. Санкт-Петербург).

– *Как вы позиционируете свое влияние и свои достижения на российском рынке в сравнении с главными конкурентами?*

– **Steffen Buchwald:** В соответствии с нашим пониманием доли рынка, принадлежащей Dassault и PTC в России, мы уверены, что занимаем лидирующие позиции, в сравнении с нашими конкурентами. Разрыв между нашими показателями роста бизнеса



Подписание договора на реализацию крупнейшего в России PLM-проекта (В.Е. Нестеров, генеральный директор ГКНПП им. М.В. Хруничева и Штеффен Бухвальд, вице-президент Siemens PLM Software)

только увеличивается. **Мы настроены на существенный рост бизнеса, на захват новых ниш и отраслей. Мы занимаем более активную позицию, чем любой из наших конкурентов в России.**

– *Что год грядущий вам готовит? Огласите, пожалуйста, цели и задачи на 2011 финансовый год в России.*

– **Steffen Buchwald:** Задача №1: сделать так, чтобы в следующем году именно Вы, а не мы, с уверенностью говорили, что российский офис Siemens PLM Software занимает лидирующие позиции в России и СНГ. ☺ В следующем году мы продолжим активно заниматься внедрением отраслевых решений в такие сектора, как авиастроение и оборонная промышленность, автомобилестроение, энергетика, судо- и станкостроение. Параллельно мы сфокусируем свое внимание на существенном расширении университетской программы и нашей партнерской сети, которая будет специализироваться по секторам промышленности и географическим регионам. Обязательно продолжим работу с крупными заказчиками с целью углубления и расширения внедрения наших решений на их распределенных площадках. В целом, таковы наши самые основные задачи на будущий год.

В завершение нашей беседы я хочу напрямую обратиться к читателям Observer'a. Наша компания ищет талантливых специалистов, которые хотели бы присоединиться к нашей команде. В нашей компании очень высокий уровень лояльности коллег друг другу. У нас приятно работать, поэтому я уверен в том, что мы сможем стать вторым домом для тех, кто чувствует в себе талант и потенциал и хочет применить их на практике.

– *Господа, позвольте поблагодарить вас за содержательную беседу и поздравить с приближающимся Рождеством и Новым Годом!*

9 декабря 2010 г. Москва. 👁