

brother

Группа компаний Brother со штаб-квартирой в г. Нагойя, Япония, – мульти национальная корпорация с офисами продаж, расположенными по всему миру, и производственными мощностями в Японии, на Тайване, в Корее, Америке, Малайзии, Ирландии и Объединенном Королевстве.

По всему миру в Brother работают более 22 000 человек. По итогам 2006 года оборот Brother Industries Ltd. достиг 4.9 млрд. долларов США. С момента основания в 1934 году корпорации Nippon Sewing Machine Manufacturing Co. (в настоящее время Brother Industries Ltd.) бизнес компании значительно расширился, и сейчас в Группу Brother входят 3 самостоятельных подразделения: P&S («Решения для печати»), P&H («Персональной и Бытовой Техники»), M&S («Компания по Промышленному Производству и Технологиям»).

[vCJQ4zjHK8s](https://www.youtube.com/watch?v=CJQ4zjHK8s)

[brother innov-is](http://brother-innov-is.com)

Несмотря на то, что исторически Brother ассоциируется со швейным оборудованием, приоритетным является направление P&S, чья доля в бизнесе корпорации превышает 50%.

«Быть на стороне заказчика» – основополагающий принцип, на котором базируется корпоративная стратегия Brother. Компания, следующая этому принципу, должна быть социально ответственной перед своими потребителями. Так, любой покупатель изделия с логотипом Brother может быть уверен в его качестве, высоком технологическом уровне исполнения и экологичности. Подтверждением тому являются сертификаты ISO9002 и ISO14001.

В Европе и Америке офисная техника Brother хорошо известна и завоевала множество наград. Например, по итогам 2006 года в Европе Brother № 1 на рынке МФУ и №2 на рынке монохромных лазерных принтеров. В Америке – №2 на рынке монохромных лазерных устройств. Впервые за всю историю производства печатного офисного оборудования именно компания Brother получила TCO'99 – сертификат высочайшего уровня - еще раз подтвердив свое право на лидерство в отрасли. Во всем мире публичные компании объявляют о своей социальной ответственности перед народом, перед своими потребителями. Но такая ответственность как раз и реализуется данным сертификатом (подробно на сайте www.tcodevelopment.com). Таким образом, принтеры, МФУ и факсы Brother имеют несомненное преимущество в глазах корпоративных и отраслевых заказчиков, социально ответственных перед персоналом и своими

клиентами.

Представительство Brother в России было открыто в октябре 2003 года. Основными задачами офиса являются маркетинг продукции Brother на рынке России и СНГ, поддержка и развитие каналов продаж, логистика. Мы руководствуемся теми же принципами, что и наши зарубежные коллеги. Кроме того, мы разработали собственную тактику, адаптированную к реалиям нашего государства. В России Brother известен, прежде всего, как лидирующий бренд швейного оборудования. И мы благодарны за это нашим дистрибуторам.

В то же время перед нами поставлена поистине грандиозная задача по значительному расширению доли Brother на российском рынке лазерных монохромных устройств. Чтобы достичь цели, мы придерживаемся позиции «удобного поставщика», проявляя гибкость и мудрость, предлагая наиболее оптимальные решения и взаимовыгодные условия даже в небольших тендерах. На сегодняшний день в России по направлению офисной техники с компанией работают 7 дистрибуторов, около 600 продающих дилеров, более 170 сервисных центров. Мы постоянно расширяем круг партнеров и стараемся поддержать их с помощью PR и рекламных кампаний в СМИ, POS-материалов, проводим тренинги персонала. Каждый раз, готовя выход нового продукта на рынок России, мы русифицируем всю пользовательскую документацию и предоставляем максимально подробную информацию о продукте. Вся продукция сертифицирована и соответствует требованиям Законодательства РФ. Бизнес Brother в России на подъеме – и об этом свидетельствует недавнее открытие Общества с Ограниченной Ответственностью "Бразер". Зарегистрированное 19 июля 2006 года, ООО «Бразер» возьмет на себя работу по оперативной доставке запасных частей для сервис - провайдеров Brother. Главной целью новой компании является организация доставки запасных частей в кратчайшие сроки. Brother планирует прекратить прямые поставки сервис-провайдерам с июня 2007 года, и ООО «Бразер» останется единственным поставщиком запасных частей.

Как известно, мы во всем стремимся быть «На стороне заказчика». Оптимизация сроков поставки запасных частей и, как следствие, снижение сроков ремонта – лишь один из шагов компании навстречу потребителю. Ранее, в декабре 2006 года, компания объявила о запуске нового сервиса - русской версии «Центра решений Brother», – а также о начале работы собственной «Горячей линии», позволившей получать консультации непосредственно из уст технического персонала компании.

Вступив в новый век, Brother переосмыслила свой вековой опыт и подготовила новый стратегический план – Global Vision 21. Согласно этому плану, корпорация намерена стать «лидирующей глобальной компанией с высокой доходностью бизнеса», «производителем мирового класса, разработчиком выдающихся уникальных технологий», воплощать в жизнь девиз «At your side», сделав его неотъемлемой частью всей корпоративной культуры.

[назад](#)