

ده هایلایت از زندگی و پیشینه کاری سرژیو مارکیونه فقید؛ مدیری موفق در صنعت مافیایی ایتالیا - دیجیاتو

سعید علیپور | چهارشنبه، ۱۰ مرداد ۱۳۹۷

سرژیو مارکیونه یکی از شاخص ترین مدیران صنعت خودرو در سال های اخیر بود. وی با تصمیماتی که در طول مدیریت خود در فیات کرایسلر گرفت، برندهای اصلی این گروه ایتالیایی-آمریکایی را احیا کرده و به نوعی خونی تازه در رگ های آن تزریق کرد.

آقای مارکیونه که در واقع مرد همه کاره گروه فیات کرایسلر به حساب می آمد، با بیماری سخت رشد تومور سرطانی در ناحیه کتف خود دست و پنجه نرم می کرد. در هفته های گذشته وضعیت جسمانی این مدیر ایتالیایی-کانادایی به حدی وخیم شد که پزشکان تصمیم به انجام عمل جراحی گرفتند.



متأسفانه در حین عمل وضعیت هوشیاری آقای مارکیونه پایین آمده و وی به کما می رود. پس از این اتفاق تلخ، تلاش های پزشکان برای زنده نگه داشتن آقای مارکیونه بی نتیجه مانده و او نهایتاً در سن 66 سالگی چشمان خود را برای همیشه از جهان فرو می بندد.

سرجیو مارکیونه علاوه بر اینکه فردی موفق و کارکشته در صنعت خودرو بود، خصوصیات اخلاقی جالبی نیز داشت. در نوشتار حاضر قصد داریم به 10 مورد از مهم ترین ویژگی های شخصیتی و تاثیرات این مدیر برجسته در صنعت خودروی جهان اشاره ای گذرا داشته باشیم.

مردی همیشه پلیور پوش

مدیران خودرویی معمولا بخاطر نوع پوشش خود معروف نمی شوند، اما عدم علاقه آقای مارکیونه به پوشیدن کت و شلوار او را از هموعان خود متمایز کرده بود. طبق شنیده ها مارکیونه انبوهی از پلیورهای تیره رنگ را در کمد لباس های خود داشت. فرقی نمی کرد که به دیدار رئیس جمهور برود یا احوالپرسی کارکنان کارخانه، وی همیشه یک پلیور تیره می پوشید.



مردی همیشه صادق

مدیران رده بالا معمولا به سختی اشتباه خود را قبول می کنند، اما آقای مارکیونه اصلا اینگونه نبود. وقتی فیات کرایسلر دچار اشتباهی می شد، او با رویی گشاده آن را می پذیرفت.

به عنوان نمونه آیا بخاطر دارید که تاکنون مدیرعامل یک شرکت خودروسازی گفته باشد، مشتریان محصولات ما را خریداری نکنند؟ مارکیونه در سال 2014 در گفتگویی با موسسه Brookings این کار را کرد و گفت: "اگر به فکر خرید مدل 500e هستید، دست نگه دارید. امیدوارم این خودرو را نخرید، زیرا فروش هر دستگاه هزینه ای 14 هزار دلاری روی دست من می گذارد."



در آوریل گذشته نیز مارکیونه در مصاحبه با نشریه موتور ترند نظری صریح درباره مازراتی لوانته ابراز کرد. وی درباره این شاسی بلند لوکس گفت: "ایده بسیار بدی بود. فکر می کنم با ارایه لوانته اشتباه بزرگی مرتکب شدیم."



مدیری با تصمیمات شجاعانه

سرجیو مارکیونه هیچگاه از اقداماتی مثل حذف مدل های ناموفق یا اضافه کردن مدل های غیر منتظره به جمع محصولات هراس نداشت. عمر کوتاه مدل داج دارت بهترین مثال در این زمینه است. این سدان کوچک قرار بود مسیر مدل نئون را طی کرده و از لحاظ دینامیک رانندگی در کلاس خود سرآمد باشد. با این حال تولد دارت با افزایش محبوبیت روز افزون خودروهای کراس اوور همزمان شد.



داج دارت به عنوان مدل 2013 از راه رسید، اما تنها پس از سه سال به همراه دیگر همزاد خود یعنی کرایسلر 200 کنار گذاشته شد. بعد از این تصمیم، مارکیونه تمرکز بر روی مدل های شاسی بلند را در دستور کار قرار داد.

عرضه یک خودروی شاسی بلند با برند فراری دیگر مثالی است که می توان آورد. مارکیونه در سال 2016 گفته بود که در صورت مشاهده مدلی شاسی بلند از فراری، می توانیم با یک اسلحه به سمت او شلیک کنیم. اما تغییرات بازار سرانجام تفکرات آقای مارکیونه را عوض کرد و وی در ژانویه امسال شایعات مربوط به [عرضه مدلی شاسی بلند با نشان اسب رقاصان](#) را تایید نمود.



همکاری با ویمو

اگر چه به این زودی ها نمی توان از تاثیر مثبت همکاری با ویمو بر آینده فیات کرایسلر صحبت کرد، اما می توان آن را یکی از هوشمندانه ترین تصمیمات مارکیونه در طول دوره مدیریت برشمرد. همکاری این دو شرکت با تحویل تنها 100 دستگاه مینی ون کرایسلر پاسیفیکا آغاز شد، اما چندی پیش [ویمو 62 هزار دستگاه دیگر از این مینی ون زیبا را سفارش داد.](#)



حتما می دانید که ویمو در واقع زیر مجموعه گوگل بوده و در زمینه به اشتراک گذاری مسیر و

فناوری خودران فعالیت می کند. در صورت گسترش یافتن و فراگیر شدن خدمات ویمو، مسلماً فیات کرایسلر نیز از فرصت های پیش آمده می تواند نهایت استفاده را ببرد.

تثبیت جایگاه تیم فرمول یک فراری

وقتی در سال 2014 سرگیو مارکیونه به صندلی مدیرعاملی فراری تکیه کرد، یکی از اهداف اصلی او بازگرداندن تیم فرمول یک این شرکت به رده های بالایی جدول بود.

در اواخر همین سال مارکیونه مائوریزو آریوآبانه (Maurizio Arrivabene) را به عنوان مدیر تیم فرمول یک فراری منصوب کرد. فصل بعدی مارانلویی ها آنقدر عملکرد خوبی داشتند که در نهایت در رده دوم تیمی قرار گرفتند.



در فصل کنونی رقابت های فرمول یک هم فراری وضعیت خوبی داشته و تا میانه های فصل رده دوم را به خود اختصاص داده است.

تبدیل داج به یک برند سازنده خودروهای قدرتمند

بدون رهبری مارکیونه، به احتمال زیاد انقلابی در برند داج رخ نمی داد. با تصمیماتی که این مدیر فقید گرفت، نام داج با ارایه مدل هایی مثل چلنجر SRT هلکت و Demon بیشتر با قدرت عجین شد.



پیش از مارکیونه برند داج مدت ها به نوعی سردرگم بود و سیاست واحدی در بین محصولات مختلف آن دیده نمی شد. برای مثال این برند در کنار وایپر و تریم های اسپرت نئون، مدل های بی روح و خسته کننده ای مثل استراتوس و اُونجر را نیز بر روی خط تولید داشت.



با استراتژی جدید مارکیونه مدل های تولیدی داج به چلنجر، چارجر، دورانگو و Journey محدود

شد. همچنین زیر مجموعه SRT که به تقویت مدل های داج می پرداخت، فعالیت خود را از سر گرفت.

با توجه به مدل های اخیر داج مخصوصا چلنجر R/T Scat Pack 1320 به نظر می رسد این شرکت آمریکایی کماکان به سیاست تولید اتومبیل های قدرتمند وفادار خواهند ماند.

بازگشت آلفارومئو به ایالات متحده

برند آلفارومئو در سال 1995 از ایالات متحده خارج شد. پس از این اتفاق همواره شایعاتی مبنی بر بازگشت آلفارومئو مطرح بود. سرگیو مارکیونه بالاخره زمینه های لازم برای حضور آلفارومئو در آمریکا را فراهم کرد و در سال 2013 این شرکت اصیل ایتالیایی با کوپه 4C راهی این کشور شد.



اگر چه 4C به موفقیت های قابل توجهی دست نیافت، اما به عنوان یک پیشگام جدید پای آلفارومئو را دوباره به دومین بازار بزرگ خودرویی جهان باز کرد. در حال حاضر آلفارومئو سدان جیولیا و شاسی بلند استلویو را در آمریکا به فروش می رساند. در کنار این دو، ایتالیایی ها قصد دارند دامنه محصولات خود را گسترش داده و چند مدل جدید به بازار این کشور روانه کنند.



تلاش برای ادغام

مرد پلیور پوش صنعت خودرو همواره به دنبال همکاری با شرکت های دیگر بود تا هزینه های مربوط به توسعه را کاهش دهد. در سال 2015 شاهد یکی از معروف ترین تلاش های مارکیونه در این زمینه بودیم. در آن سال مارکیونه جنرال موتورز را به منظور تصاحب فیات کرایسلر تحت فشار قرار داد. گفته می شود او سعی کرده بود حتی برای مطرح کردن ایده خود، بطور مستقیم با ماری بارا (Mary Barra) مدیر عامل جنرال موتورز تماس بگیرد.



پس از شکست برنامه ادغام با جنرال موتورز، مارکیونه به دنبال شرکای جدید رفت. پژو سیتروئن و چند شرکت چینی برخی از شرکت هایی بودند که زمزمه هایی مبنی بر ادغام آنها با فیات کرایسلر به گوش رسید. چندی پیش هم شایعاتی از ائتلاف هیوندای و فیات کرایسلر منتشر شد، اما مقامات هر دو طرف چنین چیزی را تکذیب کردند.

مستقل کردن فراری

در سال 2014 سرانجام دوران ریاست لوکا دی مونتمولو (Luca di Montezemolo) در فراری به پایان رسید و مارکیونه جانشین او شد. پس از این اتفاق مهم، مارکیونه سعی کرد با جدا کردن فراری از فیات کرایسلر، آن را به یک شرکت سهامی عام تبدیل کند.



در سال 2015 فراری اسناد لازم را در اختیار کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا قرار داد تا گام های ابتدایی برای عرضه سهام با نشان RACE برداشته شود. در آن زمان هر سهم بین 48 الی 52 دلار قیمت داشت، اما در حال حاضر این رقم به 136 دلار رسیده است.

تصاحب کرایسلر

در سال 2009 و در دورانی که رکورد مالی بر بازارهای بزرگ سایه افکنده بود، شرکت کرایسلر با ورشکستگی روبرو شد. با تصمیم مارکیونه فیات سهام این شرکت ورشکسته را خریداری کرده و آن را به تصاحب خود در آورد.



روند ادغام فیات و کرایسلر تا سال 2014 طول کشید. پس از این ادغام برندهای زیر مجموعه کرایسلر یعنی دوچ، جیپ و رم جانی دوباره گرفته و توانسته اند به دور اصلی رقابت بازگردند.

