Мэтт Данилович, управляющий директор компании (бренды Clear-Com, Drake, США)

ТКТ - Как развивается Ваш бизнес последние девять месяцев?

Мэтт- Одним словом последние девять месяцев можно охарактеризовать как испытание. Целый год Clear-Com выигрывал все вещательные интерком-тендеры по всему миру, а с 2009 года десятки проектов были отложены, задержаны или даже отменены.

Мы уверены, что единственный путь выхода из рецессии - дальнейшая разработка нашей технологии: чтобы привлечь Заказчика продукты должны быть абсолютно уникальными. Также мы должны предлагать клиентам новые недорогие технические решения, демонстрируя при этом лидерство в инновациях и функционале. Поэтому мы продвигаем наши новые решения с Internet Protocol на базе нашей же технологии IV Core. Эта уникальная технология позволяет сделать IP реальной альтернативой для качественных голосовых коммутаций. Кроме того, мы продвигаем новую беспроводную технологию Tempest - цифровой интерком с частотой 2,4 Ггц, не пересекающийся с компьютерными Wi-Fi сетями.

ТКТ - Разработала ли Ваша компания "антикризисные предложения" для клиентов?

Мэтт - Мы стараемся помогать нашим заказчикам. В дополнение к приличным скидкам на беспроводные интерком-решения, мы предлагаем владельцам старых систем возможность выгодного приобретения новых или продления срока службы старых устройств до тех пор, пока не появятся бюджеты на новое оборудование.

ТКТ - Что нового представит Ваша компания на выставке IBC 2009 ?

Мэтт - На IBC 2009 Clear-Com покажет беспроводную интерком-систему Tempest и последнее программное IP решение Concert.

ТКТ - Планируете ли участвовать в выствке NATEXPO 2009 ?

Мэтт - Да. Российский рынок интерком-решений растет. NATEXPO станет для компании Clear-Com и нашего российского дистрибьютора Oltbert площадкой, где мы представим наши интерком-технологии и коммуникационные решения.

ТКТ - Какими Вы видите ближайшие перспективы индустрии ?

Мэтт - Clear-Com продолжает инвестировать в инновации благодаря тому, что база наших заказчиков очень диверсифицирована и включает самых разных клиентов: от организаторов концертов, космонавтов, военных, до коммерческой авиации, охраны и т.д. Я не представляю, как наши более специализированные конкуренты смогут удержать уровень инноваций полагаясь лишь на броадкаст-рынок. Мне кажется, он уже никогда не вернется на свой прежний уровень.

Европейский и азиатский рынки будут продолжать тратить деньги налогоплательщиков

на большие инфраструктурные проекты, в то время как американцы и частные мировые вещатели, потерявшие аудиторию и меняющие бизнес-стратегию, вряд ли полностью восстановятся даже после окончания кризиса. Мы видим сокращение рынка вещания, а значит, надо продолжать разрабатывать новые решения с инновационными преимуществами, учитывая нынешнее ценообразование.

Оригинал статьи из журнала "ТКТ"