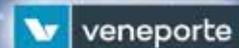


АВТОБИЗНЕС

12+ АВТОСЕРВИС ГРУЗОВОЙ СЕРВИС АВТОЗАПЧАСТИ №6 2018 (322)

ACPS AUTOMOTIVE



GROUPAUTO
Russia



CAT 360° КОМПЛЕКСНЫЕ РЕШЕНИЯ

Больше прибыли!

подробности на сайте
WWW.VOST-TECH.RU/360

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА АВТОГРЕЙДЕРЫ CAT® 140M AWD

КОМПЛЕКТ РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ В ПОДАРОК!*



РАБОЧЕЕ МЕСТО ОПЕРАТОРА

Ведущая в отрасли конструкция кабины обеспечивает непревзойденный комфорт, обзорность и легкость управления, что повышает уверенность и производительность оператора.



НЕСУЩИЕ КОНСТРУКЦИИ, ТЯГОВО-СЦЕПНОЕ УСТРОЙСТВО, ПОВОРОТНЫЙ КРУГ И ОТВАЛ

Прочная конструкция, быстрое и удобное управление тяговой рамой, поворотным кругом и отвалом экономят рабочее время. Прокладки и износные вставки экономят деньги и помогают поддерживать заводскую плотность прилегания компонентов для лучшего профилирования.



ГИДРАВЛИКА

Пропорциональная гидросистема с регулированием по нагрузке позволяет операторам рассчитывать на постоянную мощность. Точная и предсказуемая реакция рабочего оборудования экономит время и помогает гарантировать качество работы.



ИНТЕГРИРОВАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии нивелирования и контроля параметров машины помогают повысить эффективность профилирования, а также управления парком машин для увеличения коэффициента использования машин.



БЕЗОПАСНОСТЬ

Безопасность оператора и персонала на рабочей площадке является ключевым фактором при разработке каждой машины Cat. Такие особенности, как превосходная обзорность, блокировка гидросистемы, а также дублирующие системы рулевого управления и торможения, помогают добиться того, чтобы каждый из ваших сотрудников спокойно отправлялся домой в конце рабочего дня.



ПОЛНЫЙ ПРИВОД (AWD)

На рыхлых, мягких грунтах (грязь, гравий, песок или снег), где сцепление колес с грунтом низкое, система полного привода (AWD) обеспечит повышение передаваемой на грунт мощности и сделает работу более эффективной. Дополнительное тяговое усилие противодействует скольжению машины на боковых склонах.

* Набор расходных материалов (фильтры и запчасти) для ТО до 2000 м³ включительно.

Предложение ограничено. Поставляемое оборудование (внешний вид, комплектация) может отличаться от изображенного на фото. Данные о наличии оборудования актуальны на 14.04.2018. Уточнить наличие и стоимость оборудования с учётом доставки до вашего объекта вы можете у представителей ООО «Восточная Техника» в вашем городе. Контакты представлены на сайте WWW.VOST-TECH.RU.

Настоящее предложение не является публичной офертой, не является безотзывной офертой по смыслу ст. 436-437 ГК РФ. ООО «Восточная Техника» оставляет за собой право изменить любые условия данного коммерческого предложения до подписания договора. Технические характеристики оборудования, подробные условия акции, а также информацию о наличии Вы можете уточнить у представителя ООО «Восточная Техника» в Вашем городе. 1\$ — 1 доллар США. Для цен номинированных в иностранной валюте оплата производится в рублях по курсу ЦБ РФ на день платежа.

Т. (383) 212-56-11, 8 (961) 876-34-22 (Игорь)
www.vost-tech.ru



Восточная
Техника



НОВИНКА



Изображение предоставлено Audi в 2016 году



MONROE
OESpectrum

**НОВЫЕ РЕВОЛЮЦИОННЫЕ
АМОРТИЗАТОРЫ**

R-TECH²



**ВСЕ ПОД
КОНТРОЛЕМ**



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр. 4.

Действует ограниченная гарантия. Ее условия представлены на сайте www.monroe-oespectrum.com

www.monroe.ru
www.monroe-oespectrum.com

MONROE



Наведи!

- Скачайте бесплатное приложение «Наведи!» из App Store или Google Play и запустите его.
- Наведите мобильное устройство на эту страницу, и вы увидите то, что скрыто!

Новый сервис дополненной реальности «Наведи» помогает более наглядно продемонстрировать услугу, продукцию, оборудование, презентацию в действии в любом месте, где бы ни находился пользователь мобильного устройства.



Поиск: Наведи

Скачай мобильное приложение «Наведи» бесплатно!



Смотрите видео

Переходите на сайт

Звоните

Как это работает?

- 1/ Скачайте бесплатное приложение «Наведи» из App Store или Google Play и запустите его.
- 2/ Наведите камеру мобильного устройства на рекламный макет или статью с пометкой  — и на экране своего устройства смотрите: видео, 3D-изображение, анимацию!
- 3/ Звоните  или переходите на сайт  представленной компании из приложения.

В этом номере смотрите видео при помощи приложения на страницах:



стр. 3



стр. 7

**ФОРУМ
«АВТОКОМПОНЕНТЫ-2018»**

стр. 18



стр. 21



стр. 23



стр. 24



стр. 27

**GROUPAUTO РОССИЯ –
ДВАДЦАТЬ ЛЕТ РАЗВИТИЯ**

стр. 28

ContiTech

стр. 47

**МАРКЕТИНГ
В ПОДДЕРЖКУ**

стр. 49

**В НАЧАЛЕ НОВЫХ
АВТОМОБИЛЬНЫХ ВЕХ**

стр. 52

Honda

стр. 57

**БЕЗ ПРАВА
НА ОШИБКУ**

стр. 58



стр. 59



стр. 60



стр. 62



стр. 70



стр. 73



стр. 76

Ваш печатный материал может быть интерактивным

Позвоните нам : +7 913 985 7900

Уважаемые друзья, партнеры!

В конце августа мы традиционно встречаемся в Москве в рамках Международной выставки. Обсуждаем важнейшие вопросы развития бизнеса, формируем новые планы и подводим итоги прошлого периода.

Несмотря на сложную ситуацию в экономике страны и грядущие изменения, мотор автомобильного рынка начал набирать обороты. По данным АЕБ, за 6 месяцев 2018 года продажи легковых и коммерческих автомобилей выросли по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 18,2%. Хотелось надеяться, что текущий год для отечественного автобизнеса станет годом движения вперед во всех секторах и сегментах, временем свершений и знаковых перемен.

А наша команда постоянно, уже пятнадцать лет, совершенствует свою деятельность. Журнал, который вы держите в руках, интерактивный. Благодаря нашей разработке - IT сервису «Наведи» - читатели получают не просто возможность читать, но и со страниц печатного журнала с помощью приложения на смартфоне смотреть видео по теме материала, листать презентации от поставщиков.

Наш журнал — это продукт нового типа медиа, где через передовые IT технологии мы более эффективно представляем и продвигаем всех наших партнеров.

Впрочем, цифровая платформа «Наведи» — это лишь один из продуктов «Автобизнес-медиа».

Мы постоянно расширяем каналы взаимодействия с нашими читателями. Так, для нашей профессиональной аудитории инструментом общения стало не только печатное издание, которое известно подавляющему числу участников рынка aftermarket и дилерского сообщества России, но и мобильное приложение, и социальные сети. Все это, наряду с нашим интернет-порталом проавтобизнес.рф, позволяет развивать партнерские проекты – с учетом потребностей как поставщиков автокомпонентов, так и всех других участников рынка aftermarket.

В ближайших планах запуск онлайн – и офлайн региональных отраслевых мероприятий, а также тематических конференций и семинаров. Разработку программного продукта мы планируем закончить в этом году.

Сегодня, когда в повседневной жизни и на рынке происходят динамичные и часто кардинальные перемены, главное – двигаться вперед, внедрять новые инструменты и технологии, искать возможности более качественных коммуникаций. Все это мы учитываем при формировании своей стратегии развития, в которой главный приоритет – это Вы, наши партнеры!

С уважением,
 Анна Игнатьева,
 директор «Автобизнес-медиа»,
 издатель журнала «Трансервис.Автобизнес».

Dear friends and partners!

In late August, we traditionally take apart at International exhibition in Moscow. We discuss the most important issues on business development, form new plans and sum up the results of the past period.

Despite the difficult situation in the country's economy and the coming changes, the auto market began to rise. According to the AEB, for 6 months of 2018, sales of cars and commercial vehicles increased by 18.2% compared to the same period last year. I would like to hope that the current year for the domestic auto business will be the year of progressive progress in all sectors and segments, the time of accomplishments and significant changes.

And our team is gradually, for fifteen years has been speeding up. The magazine that you hold in your hands is interactive. Thanks to our development - it's the service «Crawl» - readers get not just an opportunity to read, but also on the pages of a printed magazine using an application on a smartphone to watch video on the topic of the material, flipping presentations from suppliers. Our magazine is a product of a new type of media, where through advanced IT technologies we more effectively represent and promote all our partners.

However, the digital platform «Spindle» is just one of the products of «Auto business media.»

We are constantly expanding channels of interaction with our readers. So, for our professional audience new communication tools became not only the printed edition, which is known to the overwhelming number of participants of the aftermarket and dealer community, but also a mobile application and social networks. All this, along with our Internet portal automediapro.ru, allows developing partner projects, taking into account the needs of both suppliers of auto components and other participants of the aftermarket.

In the near future, the launch of online and offline events - regional industry events, as well as thematic conferences and seminars. We plan to develop the software product this year.

Today, when both dynamic and sometimes dramatic changes occur in everyday life and in the market, the main thing is to move forward, introduce new tools and technologies, and look for opportunities for better communication. All this we take into account when forming our development strategy, in which the main priority are you - our partners!

Yours faithfully,
 Anna Ignatieva,
 director of «AutoBusiness-Media»,
 publisher of the magazine «Transervice.Auto Business».





Директор и главный редактор
Игнатьева А.В.
e-mail: redactor@auto-sib.com

Адрес издателя: 630007,
г. Новосибирск, Октябрьская маг., 4
+7 913-985-79-00

Адрес редакции: 630007,
г. Новосибирск, Октябрьская маг., 4

Отдел рекламы:
тел: +7 903-900-28-11

Интернет: проавтобизнес.рф,
e-mail: fin@auto-sib.com

Периодичность 9 раз в год

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-32995 от 29.08.2008

Отпечатано в типографии
АО «Советская Сибирь»:
630048, г. Новосибирск,
ул. Нем.-Данченко, 104,
тел. +7 (383) 314-66-01

Заказ № 71592
Тираж 10 000 экземпляров.
Тираж сертифицирован
Национальной тиражной службой

Дата выхода в свет 13 августа 2018 г.

Рекламное издание. Бесплатно

Редакция не несет ответственности за качество рекламируемой продукции (услуг), за неточность, недостоверность или некорректность материалов, предоставленных рекламодателем. Рекламодатель несет полную ответственность за содержание предоставленных материалов, за соблюдение авторских прав и прав третьих лиц, за наличие информации о соответствующих сертификатах и лицензиях, за получение права и всех необходимых разрешений для публикации. Рекламодатель передает редакции рекламные материалы и право на изготовление, тиражирование и распространение рекламы.

Претензии по срокам публикации и качеству рекламы принимаются в течение 10 дней с момента выхода материалов из печати. Редакция не несет ответственности за содержание сообщений информационных агентств и может публиковать статьи, не разделяя точку зрения автора.

Права на публикуемые редакционные материалы принадлежат ООО «Гранд Медиа». Перепечатка и воспроизведение материалов, а также любых фрагментов из них возможны лишь с письменного разрешения редакции.

Над выпуском работали:
Ольга Кузнецова, Анна Игнатьева,
Михаил Калинин, Александр Колпаков, Антон Герамов,
Елена Игнатьева, Анатолий Филатов

© ГРАНД МЕДИА

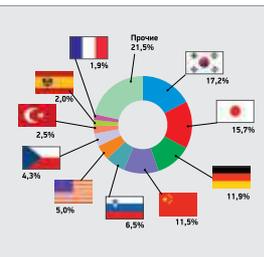
ОФОРМИТЕ ПОДПИСКУ
НА ЖУРНАЛ
С ЛЮБОГО МЕСЯЦА:

ПО E-MAIL сделал заявку по электронной почте: elena@auto-sib.com

Форум «Автокомпоненты-2018»

18

«Стратегия развития автопрома в РФ до 2025 года» задает векторы развития, но не отвечает на ряд важных вопросов и не конкретизирует принятые положения. Поэтому состоявшийся в ОАО «АСМ-холдинг» 11-й Международный форум «Автокомпоненты-2018» важен для специалистов отрасли. Дискуссия, прошедшая на форуме, была довольно продуктивной и острой и помогла найти точки роста производства автокомпонентов.



GROUPAUTO Russia. 20 лет развития

28

Юбилей - это повод не только для того, чтобы вспомнить прошлое, но и чтобы задуматься о будущем. Тем более, что GROUPAUTO Россия во многих своих начинаниях опережает рыночные тенденции, не следует за правилами игры, а сама их формирует.



Маркетинг в поддержку

46

Накоплен огромный опыт продвижения продукции на рынках самых разных стран мира, и только производители автозапчастей премиального уровня способны предложить своим российским клиентам широчайший ассортимент всевозможных механизмов маркетинговой поддержки.



В начале новых автомобильных вех

52

Автомобильный рынок России второй год подряд демонстрирует рост. Но ряд весьма серьезных фундаментальных причин указывает на то, что данный положительный тренд может стать не слишком продолжительным. Когда может завершиться текущий рост, кто из автопроизводителей сможет увеличить рыночную долю и каким в перспективе может стать авторынок - ответы в нашем материале.



Без права на ошибку

58

Несмотря на огромное разнообразие ошибок в процессе ремонта и технического обслуживания автомобилей, их можно разделить на несколько групп. В данном материале мы расскажем о типичных ошибках и объясним, почему они происходят. Наша цель - помочь сотрудникам СТО избежать их в дальнейшем.



На все СТО

62

Телеграм-чат для руководителей, коммуникационные поединки для сотрудников, мобильное приложение для клиентов, тайные покупатели для контроля процесса и корпоративный блог, разбирающий вопросы мотивации и кросс-продаж. Все это элементы стратегии сети FIT SERVICE.



Присоединяйтесь к нам:
Игнатьева Анна (G-Media NSK)

ФРИКЦИОННЫЕ НАКЛАДКИ LuK HD 30 PLUS



Фрикционные накладки являются ключевым элементом любой системы сцепления. Его качество определяется долговечностью, величиной передаваемого крутящего момента и комфортом при трогании или переключении передач. Развитие новых поколений фрикционных материалов привело к увеличению ресурса сцепления. Новый материал был назван HD 30 PLUS после того, как проведенные испытания и опыт его эксплуатации показали увеличение ресурса фрикционных накладок на 30%. Данный прогресс был достигнут благодаря специально разработанным волокнам в многослойной структуре материала и совершенно новому процессу его производства. Для автопарков это означает значительную экономию средств и сокращение простоев коммерческого транспорта.

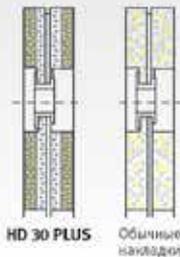
Преимущества LuK HD 30 Plus:

- Увеличенный ресурс
- Высокая износостойкость
- Высокая прочность на разрыв
- Высокая термостойкость
- Стабильность материала на протяжении всего срока службы
- Комфорт при эксплуатации



Три стандартных диаметра: 360 мм, 400 мм, 430 мм.

Обычные накладки обеспечивают либо высокую прочность и термостойкость, либо высокую износостойкость. До недавнего времени не было возможности совместить эти характеристики. Однако специалистам LuK удалось найти простой приём для достижения компромисса.



HD 30 PLUS

Обычные накладки

Накладки состоят из двух слоёв, изготовленных из различных материалов

ПОВЕРХНОСТНЫЙ СЛОЙ

- высокая эффективность передачи крутящего момента
- высокий коэффициент трения
- комфорт при трогании и переключении передач
- низкий износ

ВНУТРЕННИЙ СЛОЙ

- стабильность материала
- сопротивление термическому износу



Данные накладки разработаны специально для высоконагруженных коммерческих автомобилей, благодаря двухслойной конструкции, увеличивают ресурс на 30% по сравнению с обычными сцеплениями. LuK HD 30 PLUS доступны в размерах 360 мм, 400 мм, 430 мм.

HD 30 PLUS

+30%

Обычные накладки

ДОЛГОВЕЧНОСТЬ

LuK – OE качество для автомобильной промышленности и вторичного рынка

LuK HD 30 PLUS – системы сцеплений с увеличенным ресурсом

www.schaeffler.ru/aftermarket
www.repxpert.ru



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр. 4.

SCHAEFFLER

ТРУДНО ПРЕДСТАВИТЬ СОВРЕМЕННЫЙ ЛЕГКОВОЙ АВТОМОБИЛЬ С ДИЗЕЛЬНЫМ ДВИГАТЕЛЕМ БЕЗ ТУРБОНАГНЕТАТЕЛЯ, КОТОРЫЙ НЕОБХОДИМ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ МОЩНОСТИ МОТОРА.

Скорость турбоагнетателя зависит от количества энергии отработанных газов, заставляющих вращаться турбинное колесо. Если скорость автомобиля маленькая, он работает в экономном режиме и энергии от отработанных газов мало, соответственно, компрессорное колесо вращается медленно и воздух в двигатель нагнетается в малом количестве. Все предельно ясно, но ведь скорость автомобиля меняется в зависимости от маневров на дороге. Например, водитель хочет увеличить скорость, но при маленькой скорости двигателя выпускные газы имеют низкое давление, и его не хватает, чтобы достаточно раскрутить турбинное колесо. В обратной ситуации – при уменьшении скорости двигателя – возникает проблема превышения числа оборотов турбины.

Для решения задачи контроля наддува существуют турбоагнетатели **MAHLE** с изменяемой геометрией турбины. Вокруг колеса турбины расположены направляющие, которые регулируют угол подачи отработанных газов на турбинное колесо в зависимости от числа оборотов двигателя, таким образом обеспечивая нужное давление наддува.

При низких оборотах двигателя направляющие турбоагнетателя с изменяемой геометрией располагаются под большим углом. Они концентрируют и ускоряют движение потока отработанных газов, направляя его на внешнюю часть турбинного колеса. Так вал турбоагнетателя набирает скорость без резкого увеличения количества отработанных газов. При увеличении числа оборотов направляющие раздвигаются, открывая путь потоку отработанных газов.

При замене турбоагнетателя иногда возникают некоторые проблемы, например, давление отсутствует, несмотря на то что агрегат новый.

Специалисты **MAHLE** советуют: не обвиняйте во всем турбоагнетатель, а главное – ни в коем случае не меняйте заводские настройки!

Причина может крыться в том, что тракт наддувочного воздуха негерметичен, или, хуже того, там находятся инородные предметы. Возможно, в памяти компьютера двигателя остались старые данные о поломке. Также стоит проверить, не засорен ли сажевый фильтр и подсоединены ли датчики и шланги. Только тщательный визуальный контроль сможет обеспечить надежную работу турбоагнетателя.



Компания **MAHLE** славится качеством своих деталей и заботится о сохранности автомобиля. Каждый турбоагнетатель в процессе изготовления



проходит тщательный функциональный контроль, а на конечном пункте выполняется его точная калибровка. Высокий международный статус концерна доказывает: комплектующие детали **MAHLE** заслуживают безоговорочного доверия покупателей.

- Концерн **MAHLE** начал историю своего существования в 1920 году и за более чем 90 лет развития достиг уровня производителя и поставщика оригинальных компонентов с мировым именем. В настоящее время концерн насчитывает 66 000 человек, 150 производств с годовым оборотом более 10 миллиардов евро.
- **MAHLE** присутствует как поставщик у всех глобальных производителей автомобилей и двигателей, предлагает свободному рынку запасных частей широчайшую линейку деталей для легковых, грузовых автомобилей, судовых, мотоциклетных и малых двигателей.
- **MAHLE Aftermarket** – подразделение концерна, отвечающее за сбыт продукции **MAHLE на свободном рынке запасных частей, насчитывающее 25 представительств** во всем мире. **MAHLE Aftermarket** развивает и распространяет такие торговые марки **MAHLE**, как **MAHLE Original**®, **KNECHT**®, **CLEVITE**®, **BEHR**®, **IZUMI**®
- В 2014 году было открыто российское подразделение компании **MAHLE Aftermarket** — **ООО «МАЛЕ РУС»**, которое организует поставку, распространение и продвижение продукции **MAHLE Aftermarket** на рынке стран таможенного союза — России, Белоруссии и Казахстана, а также обеспечивает послепродажное сервисное и гарантийное обслуживание.
- Ассортимент продукции **MAHLE** включает в себя детали двигателя, фильтры и фильтрующие элементы, термостаты, турбокомпрессоры, профессиональные установки по обслуживанию систем автомобиля.

MAHLE

ВТОРОЕ ДЫХАНИЕ ВАШЕГО ДВИГАТЕЛЯ

Турбонагнетатели MAHLE



WWW.MAHLE-AFTERMARKET.COM



►► BREMBO – ЛУЧШИЕ ТОРМОЗНЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ ЛУЧШИХ АВТОМОБИЛЕЙ ПЛАНЕТЫ



СОВСЕМ НЕДАВНО ИТАЛЬЯНСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ТОРМОЗНЫХ СИСТЕМ BREMBO ПОЛУЧИЛ СВОЮ ДЕВЯТУЮ ПРЕСТИЖНУЮ НАГРАДУ. ЧИТАТЕЛИ АВТОРИТЕТНОГО НЕМЕЦКОГО ЖУРНАЛА «AUTO MOTOR UND SPORT» ПРИЗНАЛИ КОМПАНИЮ BREMBO ЛУЧШИМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ ТОРМОЗНЫХ СИСТЕМ. ЖУРНАЛ «AUTO MOTOR UND SPORT» ВЫХОДИТ 2 РАЗА В МЕСЯЦ НЕ ТОЛЬКО В ГЕРМАНИИ, НО ИМЕЕТ ТАКЖЕ 18 МЕЖДУНАРОДНЫХ ИЗДАНИЙ И ЯВЛЯЕТСЯ НАСТОЯЩЕЙ «БИБЛИЕЙ» ДЛЯ АВТОЛЮБИТЕЛЕЙ ВСЕГО МИРА.

Компания победила со значительным отрывом – за нее проголосовали 70% респондентов. Такая награда является значимым признанием работы всей компании благодаря высокой престижности журнала. Однако это не все. Голосование проходило в Германии, и у респондентов была возможность выбрать один из национальных брендов. Однако читатели журнала отдали предпочтение BREMBO – участнику из Италии. Это еще раз подтверждает популярность бренда высокое и качество производимой им продукции.

В конце прошлого года Brembo впервые заняла место в Топ-10 рейтинга **Best Corporate Brands** (“Лучшие корпоративные бренды”), составленного GFK и Serviceplan и основанного на известном ежегодном опросе о лучших брендах в Италии.

ТОРМОЗА BREMBO В ЛУЧШИХ АВТОМОБИЛЯХ 2018 ГОДА

Легендарный американский журнал «Car and Driver» представил свой традиционный рейтинг лучших автомобилей 2018 года. Этот рейтинг считается одним из самых престижных благодаря высокой авторитетности журнала, его известной независимости и высокому тиражу: охват последнего выпуска составил 1,2 миллиона экземпляров. Немаловажную роль играет и уважаемый возраст издания – первый номер «Car and Driver» вышел в 1955 году.



В Топ-10 расположились американские, немецкие, итальянские и японские автомобили. Важным моментом является тот факт, что большинство этих автомобилей оборудовано тормозными системами Brembo.

На самом деле, тормозами Brembo оснащены не только самые быстрые суперкары планеты, но и седаны и среднеразмерные автомобили со спортивными двигателями.

Согласно данным специальных чартов «Car and Driver», мы перечислим 10 лучших автомобилей по двум параметрам: **торможение и разгон**.

ТОП 10 ПО ТОРМОЖЕНИЮ

В рейтинге 10-ти лучших автомобилей, основанном на показателях торможения, тормозные системы Brembo, безусловно, играют ведущую роль: из 23 моделей, протестированных «Car and Driver», 9 автомобилей из первых 10-ти используют тормозные системы Brembo.

ТОП 10 ПО РАЗГОНУ

В рейтинге лучших с точки зрения разгона автомобилей учитывается время, необходимое для набора скорости от 0 до 60 миль в час (примерно 96,5 км/ч). В этом рейтинге верхние строчки также занимают автомобили, оснащенные тормозами Brembo. Это неудивительно. С одной стороны, высокие рабочие характеристики требуют лучших тормозов, поэтому автопроизводители для своих лучших моделей предпочитают тормозные системы Brembo. С другой стороны, для того, чтобы иметь быстрый разгон, автомобили должны иметь не только мощные двигатели, но и быть особенно легкими: в этом отношении тормозные системы Brembo вносят существенный вклад, поскольку легкость является одной из самых главных их отличительных особенностей.

Больше информации на www.bremboparts.com

ТОП 10 ПО ТОРМОЖЕНИЮ		
АВТОМОБИЛЬ	ТОРМОЖЕНИЕ 70-0 МИЛЬ/ЧАС*	ТОРМОЗА
Chevrolet Corvette Grand Sport convertible	129,0 футов (39,3 м)	Brembo
Chevrolet Corvette Grand Sport targa	139,0 футов (42,3 м)	Brembo
Porsche 718 Boxster / Cayman (2 L)	141,0 футов (43 м)	Brembo
Honda Civic Type R	142,0 футов (43,2 м)	Brembo
Alfa Romeo Giulia Quadrifoglio	143,0 футов (43,5 м)	Brembo
Porsche 718 Boxster / Cayman (2,5 L)	145,0 футов (44 м)	Brembo
Chevrolet Camaro ZL1	153,0 футов (46,6 м)	Brembo
Volkswagen Golf R	154,0 футов (47 м)	-
Mercedes -AMG E43	156,0 футов (47,5 м)	Brembo
Audi RS3	157,0 футов (47,8 м)	Brembo

* Для каждого торможения было измерено расстояние до полной остановки транспортного средства при начальной скорости 70 миль в час (приблизительно 112,6 км/ч).

ТОП 10 ПО РАЗГОНУ		
АВТОМОБИЛЬ	РАЗГОН 0-60 МИЛЬ/ЧАС**	ТОРМОЗА
Chevrolet Camaro ZL1	3,4 сек	Brembo
Audi RS3	3,5 сек	Brembo
Porsche 718 Boxster / Cayman (2,5 L)	3,6 сек	Brembo
Alfa Romeo Giulia Quadrifoglio	3,6 сек	Brembo
Chevrolet Corvette Grand Sport convertible	3,8 сек	Brembo
Chevrolet Corvette Grand Sport targa	3,9 сек	Brembo
Mercedes -AMG E43	4,2 сек	Brembo
Porsche 718 Boxster / Cayman (2 L)	4,5 сек	Brembo
Volkswagen Golf R	4,5 сек	-
Honda Civic Type R	4,9 сек	Brembo

** «Car and Driver» - журнал из США, поэтому данные о разгоне приведены в милях в час (миль/ч). Одной миле в час соответствует 1,609 км/ч.



▶▶▶ **NTN-SNR – ГЛАВНЫЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ КЕРАМИЧЕСКИХ ПОДШИПНИКОВ ДЛЯ СПЕЦПРОЕКТА JAGUAR**



ЭЛИТНОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ JAGUAR SPECIAL VEHICLE OPERATION ПРИГЛАСИЛО NTN-SNR ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В СОЗДАНИИ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ СПОРТИВНОЙ ВЕРСИИ СЕДАНА XE. ВСЕГО БУДЕТ ВЫПУЩЕНО 300 ТАКИХ АВТОМОБИЛЕЙ. ПРОЕКТ, ПОЛУЧИВШИЙ НАЗВАНИЕ SV PROJECT 8, ПРЕДУСМАТРИВАЕТ ДВА РЕЖИМА ВОЖДЕНИЯ – ДОРОГА И ТРЕК. ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ СДЕЛАТЬ ИДЕАЛЬНЫЕ КЕРАМИЧЕСКИЕ ПОДШИПНИКИ ДЛЯ ЭТОГО АВТОМОБИЛЯ, ТРЕБОВАЛОСЬ РЕШИТЬ СРАЗУ НЕСКОЛЬКО ТЕХНИЧЕСКИХ ЗАДАЧ. СПЕЦИАЛИСТЫ КОМПАНИИ NTN-SNR СПРАВИЛИСЬ С ЭТИМ БЛЕСТЯЩЕ.

ТЕХНОЛОГИЧНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ТЕХНОЛОГИЧНОГО АВТОМОБИЛЯ

Подшипники для SV Project 8 должны соответствовать следующим техническим требованиям:

- Минимально возможный вес подшипников
- Исключительная надежность
- Высокая жесткость конструкции
- Уменьшение потерь, вызванных трением.

Все стоящие перед разработчиками технологические задачи необходимо было решить за короткий промежуток времени. Основываясь на своих знаниях и опыте работы в области авиации, специалисты компании NTN-SNR предложили использовать керамические шарикоподшипники.

АДАПТИВНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

Технология использования керамических подшипников ранее была протестирована на одноместных автомобилях и прототипах в гонке «24 часа Ле-Мана». У этого решения есть сразу несколько важных преимуществ.

- **Вес керамического шарикоподшипника на 210 граммов ниже обычного.** Общий вес всех подшипников в автомобиле в итоге снижается на 840 граммов. Итоговое снижение веса всей модели повышает производительность спортивного автомобиля, поскольку его вес является решающим критерием.
- **Керамические шарикоподшипники обеспечивают большую жесткость конструкции и минимум деформаций при высоких нагрузках,** которые испытывает автомобиль во время движения в спортивном режиме по кругу. Снижение нагрузок достигается за счет превосходного динамического шасси, позволяющего автомобилю разогнаться до 320 км/ч.



- **Подшипники с керамическими шариками снижают потери, вызванные трением,** что является преимуществом как в плане совершенствования спортивных характеристик автомобиля, так и в плане оптимизации его энергопотребления.

ПЛАН ЖЕСТКИХ ИСПЫТАНИЙ

Керамические шарикоподшипники большого диаметра, напоминающие картерные подшипники, устанавливаются на алюминиевом валу с применением давления. Одной из основных проблем, которую пришлось решать команде NTN-SNR, была разница в коэффициентах расширения различных материалов — алюминия вала, стали подшипника и керамики шариков.

Предварительная нагрузка подшипников была отрегулирована таким образом, чтобы можно было получать точные компенсационные значения и проверять целостность подшипников в процессе их тестирования при дополнительных напряжениях на стенде. В результате проделанной работы NTN-SNR смогла поставить подшипники, рассчитанные на **450 000 км пробега автомобиля** и в полном объеме соответствующие чрезвычайно строгим спецификациям, предусмотренным Jaguar.

Комплексный план тестирования, разработанный NTN-SNR, включает в себя:

- вопросы, касающиеся применения необходимых материалов,
- испытания различных уровней напряжения с учетом ложного эффекта Бриелля (проблем со смазкой),
- тесты на жесткость при повороте, помогающих избежать расслоения материала, способного привести к необратимой деформации.

Кольца подшипников изготавливаются на заводе Сейно в Анси (Франция), где также устанавливаются и смазываются шарика перед проведением их завершающих испытаний.

ИННОВАЦИИ – В СЕРИЮ!

Работа над Jaguar XE SV Project 8 началась в середине 2016 года, а его выход на рынок запланирован на сентябрь 2018 года. Этот проект был добавлен в план исследований NTN-SNR, что во многих отношениях значительно способствовало ускорению его разработки. Технология производства керамических шарикоподшипников может быть адаптирована к производству других серийных автомобилей. Это свидетельствует о постоянном стремлении NTN-SNR инвестировать в НИОКР и использовать передовые технологии для непрерывного повышения производительности подшипников за счет снижения их веса, способствующего экономии энергопотребления и, как следствие, сокращению выбросов углекислого газа.



▶▶▶ **НОВАЯ ЛИНЕЙКА СВЕЧЕЙ NGK G-POWER: УВЕЛИЧЕННЫЙ РЕСУРС И ЭКОНОМИЯ ТОПЛИВА**



КОМПАНИЯ NGK SPARK PLUG – ВЕДУЩИЙ МИРОВОЙ ПОСТАВЩИК КОМПЛЕКТУЮЩИХ ДЛЯ СИСТЕМ ЗАЖИГАНИЯ АВТОМОБИЛЕЙ – ПРЕДСТАВЛЯЕТ НОВУЮ ЛИНЕЙКУ СВЕЧЕЙ G-POWER, СПЕЦИАЛЬНО РАЗРАБОТАННУЮ ДЛЯ РЫНКА ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ. ПЛАТИНОВЫЕ СВЕЧИ ЗАЖИГАНИЯ ЭТОЙ СЕРИИ ОТЛИЧАЮТСЯ УВЕЛИЧЕННЫМ РЕСУРСОМ, ОБЕСПЕЧИВАЮТ ВЫСОКУЮ НАДЕЖНОСТЬ ВОСПЛАМЕНЕНИЯ И ТОПЛИВНУЮ ЭКОНОМИЧНОСТЬ ДВИГАТЕЛЯ.

«ДРАГОЦЕННЫЙ» ЭЛЕКТРОД

В качестве материала центрального электрода в свечах G-Power использована платина. Это позволило сделать электрод чрезвычайно тонким – всего 0,8 мм, что положительно сказывается на стабильности воспламенения топливно-воздушной смеси. Надежное искрообразование обеспечивается в любых режимах работы двигателя – без пропусков зажигания и провалов в тяге мотора, что повышает его топливную экономичность.

СПЕЦИАЛЬНАЯ ФОРМА СЕЧЕНИЯ

Специальная трапецевидная форма сечения бокового электрода свечи позволяет фронту пламени распространяться более широко. Даже при самых высоких уровнях нагрузки это гарантирует стабильное воспламенение, которое остается практически неизменным в течение всего срока службы свечи G-Power – до 60000 километров пробега автомобиля. Кроме того, конструкция свечей G-Power снижает нагрузку на катушку зажигания и делает запуск двигателя более надежным, что особенно актуально при низких температурах окружающей среды.

«Новая линейка G-Power адресована владельцам легковых автомобилей, заинтересованным в свечах зажигания с улучшенными характеристиками и увеличенным интервалом замены, – ком-



ментирует **Илья Мигушин, менеджер технического департамента компании NGK Spark Plugs Eurasia.** – Ключевое преимущество платиновых свечей – *увеличенный ресурс: этот благородный металл очень устойчив к износу и гарантирует высокую надёжность зажигания и эффективную работу двигателя на протяжении всего срока службы».*

АССОРТИМЕНТ

В настоящее время линейка NGK G-Power включает 13 артикулов, взаимозаменяемых с основными типоразмерами стандартных свечей зажигания. Новые позиции в ассортименте NGK Spark Plug уже доступны для заказа дистрибуторами и СТО. Все новые позиции появятся также в каталоге TecDoc.

! NGK Spark Plug – один из ведущих поставщиков компонентов для автомобильных систем зажигания. Компания поставляет клиентам по всему миру оригинальную продукцию как для конвейерной комплектации, так и для послепродажного обслуживания автомобилей и мототехники. NGK Spark Plug выпускает свечи зажигания, свечи накаливания, катушки зажигания и высоковольтные провода под брендом NGK Ignition Parts, а также кислородные датчики, датчики температуры выхлопных газов, датчики NOx, датчики массового расхода воздуха и датчики абсолютного давления в коллекторе под брендом NTK Vehicle Electronics. Компания с годовым оборотом около 2,7 миллиарда евро эксплуатирует производственные и коммерческие предприятия по всему миру и насчитывает около 13000 сотрудников. NGK Spark Plug присутствует на всех континентах и имеет 43 совместные компании, 24 завода и 5 технических центров.



РЕМОНТНЫЕ РЕШЕНИЯ LUK ДЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО ТРАНСПОРТА

SCHAEFFLER

КОМПАНИЯ SCHAEFFLER – ОДИН ИЗ САМЫХ ИЗВЕСТНЫХ ПОСТАВЩИКОВ АВТОКОМПЛЕКТУЮЩИХ НА КОНВЕЙЕРЫ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. ОДНАКО КАЧЕСТВО ОЕМ ДОСТУПНО И ДЛЯ ВТОРИЧНОГО РЫНКА. ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ AUTOMOTIVE AFTERMARKET ЗАНИМАЕТСЯ ПРОИЗВОДСТВОМ И ПОСТАВКОЙ РЕМОНТНЫХ РЕШЕНИЙ КАЧЕСТВА ПЕРВИЧНОЙ КОМПЛЕКТАЦИИ, В ТОМ ЧИСЛЕ ДЛЯ СЕГМЕНТА ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ.

В основе непревзойденного качества продукции – производственный и исследовательский опыт LuK в компонентах трансмиссии, INA в деталях двигателя и FAG в элементах шасси. Вся продукция Schaeffler для грузовых автомобилей разработана с целью снижения эксплуатационных расходов за счет увеличения срока эксплуатации изделий, а продуманные ремонтные решения позволяют сократить время ремонта и повысить его качество.

LuK – непревзойденный лидер в области систем сцеплений. Продукция бренда отличается инновационными решениями в любых трансмиссиях – от традиционных одnodисковых и двухдисковых сцеплений до саморегулирующихся сцеплений, известных как Travel Adjusted Clutches (TAC).

Продукция LuK отвечает самым максимальным требованиям, которые предъявляет рынок к трансмиссии грузовых автомобилей:

- Максимальная мобильность
- Короткие периоды простоя
- Большой пробег
- Долговечность.

Недаром ведущие производители грузовых автомобилей доверяют инновационным технологиям и производственным процессам LuK. Яркий пример высоких технологий – это ключевые разработки компании: LuK RepSet SmarTAC, фрикционные накладки LuK HD 30 PLUS и гасители крутильных колебаний с 6 пружинами.

LuK RepSet SmarTAC

LuK RepSet SmarTAC – это решение для послегарантийного ремонта грузовых автомобилей, оборудованных системой сцеплений TAC.

По мере увеличения срока службы сцепления грузового автомобиля накладки диска сцепления подвергаются износу:

- органическое фрикционное покрытие становится тоньше;
- увеличивается дистанция, которую должен пройти нажимной диск, чтобы замкнуть сцепление;



- диафрагменная пружина значительно смещается в направлении двигателя.

Саморегулирующееся сцепление LuK автоматически компенсирует износ фрикционных накладок. Диафрагменная пружина постоянно находится в одном положении – соотношение рабочего диапазона и усилия остается постоянным. Процесс регулировки в системе LuK RepSet SmarTAC осуществляется за счет контроля зазора при замыкании и размыкании сцепления.

Если расстояние между нажимным диском и маховиком изменяется, осевое отклонение рабочего диапазона передается на аппаратное кольцо через ведущую шестерню с непосредственно присоединенным шпинделем. Компенсация осуществляется с постоянным подъемом пластины между нажимным диском и диафрагменной пружиной. Максимальный шаг регулировки составляет 2/1000 мм. Таким образом, LuK TAC работает как новое сцепление, пока не будут полностью исчерпаны резервы остаточной толщины. Ни одна другая система сцепления не работает так точно и плавно.

Кроме того, срок службы LuK RepSet SmarTAC почти в два раза выше аналогичных систем благодаря износостойким фрикционным накладкам HD 30 PLUS, которые обеспечивают резервы износа до 6 мм, что почти в два раза больше, чем в традиционных системах сцепления.

LuK HD 30 PLUS

Фрикционные накладки сцепления HD 30 PLUS были созданы специально для коммерческого транспорта. Их выдающиеся эксплуатационные характеристики – это результат непрерывной научно-исследовательской деятельности.

Традиционные фрикционные накладки состоят из однослойного материала. Новые накладки HD 30 PLUS, напротив, состоят из двух слоев разного материала, и их внешние стороны оптимизированы с точки зрения прочности и термической стойкости:

- обеспечение высокой надежности трансмиссии благодаря отличному коэффициенту трения;
- гарантия удобства и комфорта при вождении;
- значительно более низкая скорость износа;
- в процессе изготовления не используются растворители;
- материал не содержит асбест, свинец, кадмий, ртуть или триоксид хрома.

Таким образом, новые фрикционные накладки сцепления LuK представляют собой ресурсосберегающую и экологичную альтернативу своим предшественникам.



►► ОЕ-ТЕХНОЛОГИИ DAYCO ДЛЯ РЫНКА ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ



РЫНОК ОЧЕНЬ ЖИВО РЕАГИРУЕТ НА ЛЮБЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В КОНСТРУКЦИИ СОВРЕМЕННЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ. ПОСТОЯННОЕ ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ РАЗРАБОТОК – ПРИВЫЧНАЯ ПРАКТИКА ДЛЯ DAYCO – ПРОИЗВОДИТЕЛЯ И ПОСТАВЩИКА ОРИГИНАЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ АВТОКОНЦЕРНОВ. ВСЕ ИННОВАЦИИ, СОЗДАННЫЕ ДЛЯ КОНВЕЙЕРОВ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, УСПЕШНО ПЕРЕХОДЯТ В ПРОДУКТОВУЮ ПРОГРАММУ ДЛЯ РЫНКА ПОСЛЕПРОДАЖНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ, А ЭТО ЗНАЧИТ, ЧТО У КЛИЕНТОВ DAYCO ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИОБРЕСТИ ЗАПЧАСТИ, НЕ УСТУПАЮЩИЕ ПО КАЧЕСТВУ САМЫМ СОВРЕМЕННЫМ ОРИГИНАЛАМ.

Среди множества «конвейерных» разработок – натяжитель вспомогательного ремня и фрикционный привод водяного насоса. Эти устройства были разработаны специально для 1,6-литрового бензинового двигателя BMW-PSA серии Prince, применяемого в автомобилях Mini и BMW 1 серии.

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ СИСТЕМЫ

Двигатель, для которого были разработаны эти устройства, обладает одной особенностью. Система управления водяным насосом в этом силовом агрегате активируется только при необходимости регулировки температуры двигателя. Именно эта особенность и легла в основу новой разработки Dayco: для этого двигателя было создано натяжное устройство с торсионным штоком, которое заменяет традиционный пружинный натяжитель во вспомогательном приводе. Кроме того, в конструкции появился и моторизованный «переключаемый» фрикционный шкив, приводящий в действие водяной насос.

В результате вся система работает следующим образом:

- 1) В момент запуска двигателя или при его работе ниже оптимальной температуры водяной насос отключается.
 - Время прогрева мотора сокращается
 - Уменьшается объем вредных выбросов.
 - Улучшаются показатели расхода топлива.



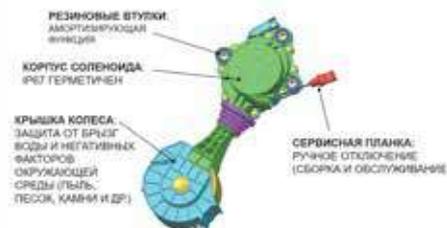
- 2) Как только двигатель достигает заданной температуры, фрикционный шкив активирует водяной насос.
 - Управление тепловым режимом становится оптимальным.

Чтобы не перегружать подшипник во время включения-выключения помпы, фрикционное колесо находится в постоянном контакте со шкивом коленчатого вала. С помощью электродвигателя и редуктора, взаимодействующих с многофункциональной системой управления, можно задавать радиальное перемещение шкива, благодаря чему вращающееся фрикционное колесо прижимается к его поверхности – таким образом приводится в действие водяной насос.



НОВОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ НОВОЙ КОНСТРУКЦИИ

Пространство вокруг компонентов привода сильно ограничено. В результате при разработке пришлось отказаться от традиционной конструкции натяжителя вспомогательного ремня, и Dayco предложил особое решение – натяжное устройство с торсионным штоком.



В состав нового узла входят:

- фрикционное колесо
- ремень
- натяжитель
- водяной насос со шкивом.

Все эти комплектующие уже включены в ассортимент Dayco для рынка послепродажного обслуживания. Теперь независимые СТО смогут предлагать услуги по замене соответствующих комплектующих наравне с официальными дилерами. Ассортимент Dayco включает также сменный вспомогательный ремень и широкую номенклатуру других компонентов для этого популярного двигателя.

Компания Dayco – мировой лидер в области разработок, проектирования, производства и поставок широкого перечня компонентов для систем газораспределения, приводных вспомогательных трансмиссий, а также бесступенчатых трансмиссий для автомобильной промышленности – предлагает в своем ассортименте эластичные поликлиновые ремни, изготовленные из этилен-пропилен-диенового мономера (EPDM). Они обеспечивают высокую надёжность, низкий уровень шума и длительный срок службы. Ремни доступны для двигателей Ford, Volvo, Peugeot, Citroen, Fiat. Артикулы эластичных поликлиновых ремней Dayco отличаются от артикулов обычных поликлиновых ремней двумя буквами «ЕЕ», например, 6PK1059EE. Подобрать и найти информацию о применении того или иного ремня вы можете в онлайн каталоге Dayco, который доступен на официальном сайте www.dayco.com.



▶▶▶ ЧЕТВЕРТОЕ ПОКОЛЕНИЕ ДАТЧИКА ДОЖДЯ И СВЕТА ОТ HELLA. ПЯТЬ ФУНКЦИЙ В ОДНОМ ИЗДЕЛИИ!



КОМПАНИЯ HELLA ЯВЛЯЕТСЯ ВЕДУЩЕЙ КОМПАНИЕЙ В ОБЛАСТИ ЭЛЕКТРИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ И ЗАНИМАЕТСЯ РАЗРАБОТКОЙ И ПРОИЗВОДСТВОМ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ ДЛЯ АВТОМОБИЛЕЙ, КОТОРЫЕ БЕЗ ПРЕУВЕЛИЧЕНИЯ МОЖНО НАЗЫВАТЬ АВТОМОБИЛЯМИ БУДУЩЕГО. СРЕДИ ТАКИХ РАЗРАБОТОК – ДАТЧИКИ ДОЖДЯ И СВЕТА, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗУЮТСЯ ПРИЗНАНИЕМ БОЛЬШИНСТВА АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ УЖЕ В ТЕЧЕНИЕ МНОГИХ ЛЕТ. НЕДАВНО HELLA ПРЕДСТАВИЛА ЧЕТВЕРТОЕ ПОКОЛЕНИЕ ЭТИХ УСТРОЙСТВ, СОВМЕЩАЮЩИХ СРАЗУ ПЯТЬ ФУНКЦИЙ В ОДНОМ ИЗДЕЛИИ.

ПЯТЬ ФУНКЦИЙ УСТРОЙСТВА

- **Датчик дождя**

Датчик дождя служит для распознавания различных погодных условий в своем диапазоне и в соответствии с ними регулирует работу стеклоочистителей лобового стекла. Ручное управление водителем практически не требуется.

- **Датчик света**

Как датчик освещенности он управляет включением и выключением ближнего света при различных условиях освещенности или в особых ситуациях, например, в туннелях.

- **Head-Up-дисплей**

При использовании датчик для Head-Up-дисплея регистрирует яркость в непосредственном окружении автомобиля и регулирует интенсивность света индикации в зависимости от текущих условий освещенности.

- **Солнечный датчик**

Как солнечный датчик он измеряет солнечное излучение и поддерживает климат-контроль.

- **Измерение влажности**

Измерение влажности используется для управления блоком управления климат-контролем салона автомобиля, например, для автоматического обдува лобового стекла.

АССОРТИМЕНТ И КОМПЛЕКТАЦИЯ

Ассортимент обновленной линейки датчиков дождя и света с функциями 5-в-1



насчитывает 7 артикулов и предназначен для установки на автомобилях марок Opel, BMW, Mini, Ford, Rolls Royce.

Новые датчики отличает оптимизированный дизайн, позволяющий использовать их даже в особо компактном монтажном пространстве.

В комплект могут быть включены несколько разных видов крепежей:

- Пластмассовый для крепления при помощи клеящей ленты
- Пластмассовый для крепления при помощи жидкого полиуретанового клея

- Металлокерамический для крепления при помощи клеящей ленты
- Металлокерамический для крепления при помощи жидкого полиуретанового клея.



Hella KGaA Hueck&Co - немецкая компания с мировым именем, крупнейший в мире производитель и поставщик высококачественной автомобильной светотехники, электрики и электроники. В настоящее время является одним из самых значимых игроков рынка автомобильной оптики, поставляя свою продукцию не только на конвейеры сборочных предприятий, но и на вторичный рынок автозапчастей.

Сегодня компания HELLA входит в сотню крупнейших производителей Германии, а также в число 50 лучших поставщиков автокомпонентов в мире. Главные преимущества продукции HELLA – высокая технологичность производства, ноу-хау и особый подход к инновациям. Именно HELLA запустила в серийное производство такие инновационные продукты, как штатная галогеновая фара, штатная ксеноновая фара, полностью светодиодные фары с неслепящим дальним светом и светодиодные фары для грузового транспорта.



▶▶ ПРОКЛАДКА ГБЦ В СОВРЕМЕННОМ АЛЮМИНИЕВОМ ДВИГАТЕЛЕ

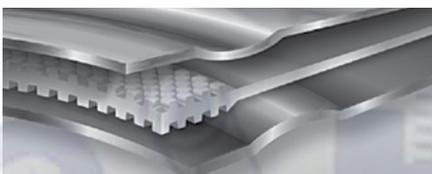


ДВИГАТЕЛИ СОВРЕМЕННЫХ АВТОМОБИЛЕЙ РАЗ ЗА РАЗОМ СТАНОВЯТСЯ МОЩНЕЕ, МЕНЬШЕ И ЛЕГЧЕ, А КОМПЛЕКТУЮЩИЕ СИЛОВЫХ АГРЕГАТОВ ПОСТОЯННО ДОРАБАТЫВАЮТСЯ. ВАЖНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ КОСНУЛИСЬ И КОНСТРУКЦИИ ГОЛОВКИ И БЛОКА ЦИЛИНДРОВ, ДА И МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ИХ ПРОИЗВОДСТВА ИЗМЕНИЛИСЬ – ТЕПЕРЬ ВМЕСТО СЕРОГО ЧУГУНА В ПРОИЗВОДСТВЕ ИСПОЛЬЗУЮТ АЛЮМИНИЙ И АЛЮМИНИЕВЫЕ СПЛАВЫ. РАЗУМЕЕТСЯ, ЭТО ОТРАЗИЛОСЬ И НА КОНСТРУКЦИИ ПРОКЛАДОК ГБЦ.

ТРУБЫ ЦИЛИНДРОВ И OPEN-DECK

Отличительной особенностью современных ДВС является очень короткая фаза прогрева. Чтобы выдерживать допуски зазоров между поршнем и цилиндром очень небольшими, поршни и цилиндры должны расширяться сразу после пуска двигателя как можно более равномерно. Чтобы приблизиться к этому идеалу, новые двигатели изготавливают из алюминиевых сплавов. Специальные методы литья позволяют использовать меньше материала, и детали становятся легче.

Если раньше охлаждающая жидкость проходила по каналам вокруг отверстий цилиндров, то сегодня «трубы цилиндров» находятся в водяной рубашке. Они не съемные, потому что отлиты монолитно с картером. Это так называемая конструкция «Open-Deck».



нию, но открытая поверхность современного двигателя не позволяет ей это сделать. В результате появляется неравномерное силовое воздействие на цилиндр, и он деформируется в диапазоне менее тысячных долей миллиметра. Поэтому прокладка должна надежно работать при низком усилии сжатия, чтобы минимизировать деформацию цилиндра.

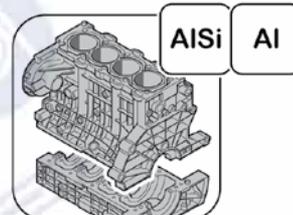
Старые прокладки из FW®материала (ферро-мягкий материал) были слишком статичны и приводили к постоянным нагрузкам хода и сдвига при каждом рабочем цикле, что в свою очередь приводило к так называемой „усадке“. Прокладка теряла толщину из-за сжатия, и возникали протечки.

Чтобы желобок не повреждался во время эксплуатации, используются специальные усиливающие элементы – стопперы. Они предотвращают пробой желобка и обеспечивают его долговечность.

РЕМОНТ И ОБСЛУЖИВАНИЕ

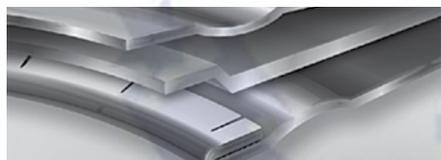
Из-за использования сложных технологий ремонт картера современного алюминиевого ДВС стал очень трудоемким и дорогим. По этой причине автопроизводители нередко рекомендуют менять картер полностью, а запчасти не предлагаются вообще.

Если мастер все же принимает решение о ремонте, необходимо учитывать следующие моменты:



- Внимание на мелкие повреждения уплотняемых поверхностей. Они возникают из-за большой динамики соединения. Нередко на уплотняемой поверхности картера появляются отпечатки линий сжатия, на верхних кромках трубы – мелкие трещины от высоких температур.
- Никакой ручной обработки! Любой тип наждачной бумаги только ухудшит качество поверхности. Ее можно только очистить.

Отказ от ремонта картера тоже несет незначительные риски, однако это профессионально оправдано. Тем более, что движение картера значительно меньше, чем ГБЦ, и его повреждения обычно очень слабо выражены. Причина нарушения функций современных многослойных прокладок ГБЦ заключается, как правило, в головке – и этого легко избежать с помощью машинной плоскостной обработки головки блока цилиндров.



ДИНАМИЧЕСКИЕ СОЕДИНЕНИЯ И ИХ ОСОБЕННОСТИ

Прокладка головки блока цилиндров по прежнему отвечает за уплотнение между головкой блока цилиндров и картером. Однако теперь ее задача сильно изменилась вследствие изменения конструкции двигателя. Головка фиксируется на картере при помощи болтов, но это соединение только на первый взгляд кажется статичным. Высокое давление внутри цилиндра не просто двигает поршень в рабочем цикле, оно буквально «отрывает» головку от блока цилиндров на 2-10µм. Проще говоря, при работающем двигателе головка постоянно «прыгает» по блоку цилиндров. У современных двигателей эти колебания значительно больше, чем у старых.

Сжимающее усилие уплотняемого соединения, которое передается болтами ГБЦ, стремится к равномерному распространению



ВЫСОКОДИНАМИЧНОЕ РЕШЕНИЕ

Решением стали высокодинамичные многослойные прокладки ГБЦ, изготовленные из высоколегированной пружинной стали. Функция уплотнения в такой прокладке достигается линейным сжатием, при этом «профилированный желобок» в соответствующем функциональном слое предварительно напрягается с точно рассчитанным наибольшим усилием. Благодаря этому напряжению желобок остается гибким и может «пружинить».

Функции гибких желобков:

- Уплотнение с помощью линейного сжатия
- Адаптация прокладки к искривлению детали.



▶▶▶ ФИЛЬТР ДИЗЕЛЬНОГО ТОПЛИВА FORD TRANSIT 2.0L ОТ SOGEFI ТЕПЕРЬ ДОСТУПЕН ДЛЯ РЫНКА ЗАПЧАСТЕЙ **soGefi** GROUP

SOGEFI, КОМПАНИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВУ АВТОМОБИЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ, ВХОДЯЩАЯ В СОСТАВ ГРУППЫ CIR, ЯВЛЯЕТСЯ ПОСТАВЩИКОМ ОРИГИНАЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ НА КОНВЕЙЕРЫ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. ФИЛЬТРЫ ДИЗЕЛЬНОГО ТОПЛИВА КОМПАНИИ УСТАНОВЛИВАЮТСЯ В ТОМ ЧИСЛЕ И НА АВТОМОБИЛИ FORD. СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ЛИНЕЙКИ ДИЗЕЛЬНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ FORD TRANSIT 2.0L. БЫЛ РАЗРАБОТАН НОВЫЙ ФИЛЬТР, А НЕДАВНО КОМПАНИЯ ПРЕДСТАВИЛА ВЕРСИЮ ЭТОГО ФИЛЬТРА ДЛЯ ВТОРИЧНОГО РЫНКА АВТОЗАПЧАСТЕЙ. НА РЫНКЕ AFTERMARKET ФИЛЬТР БУДЕТ ПРОДАВАТЬСЯ ПОД НАИМЕНОВАНИЕМ FRAM® C12148.

Компания Ford не зря выбрала Sogefi в качестве основного поставщика фильтров для своих дизельных двигателей. Фильтры производства Sogefi:

- соответствуют последним стандартам по выбросам вредных веществ;
- совместимы с биотопливом;
- учитывают высокие требования Ford в плане надежности и срока службы.

Этот продукт аккумулирует в себе некоторые из самых основных специфических ноу-хау Sogefi, такие как модульная концепция, технология гофрирования бумаги «шеvron» и технология Diesel3Tech+™, что позволяет ему отвечать всем ожиданиям пользователей.

Все эти разработки перешли и в версию фильтра для aftermarket.

ФИЛЬТРОВАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ

Фильтрующий материал, используемый в фильтрах Fram® C12148 обеспечивает очень высокую эффективность удаления частиц размером до 4 мкм, гарантируя очень долгий срок службы насоса высокого давления и форсунок.

Технология Diesel3Tech+™ увеличивает эффективность фильтра:

- гарантирует сверхнадежную защиту от загрязнения топлива в случае попадания в него воды;
- обеспечивает надежность двигателя;
- защищает систему впрыска от образования ржавчины, износа и неисправностей.



Это стало возможным благодаря важной особенности этой технологии – она позволяет отделять капли воды (вплоть до 10 мкм) от топлива и хранить эту воду в специальном водяном бачке.

Когда будет достигнут максимальный уровень воды, датчик определения наличия воды в топливе включит сигнальную лампу на приборной панели, и тогда отделенную воду можно будет удалить из водяного бака через резьбовую пробку сливного отверстия.

ТОЧНЫЙ РАСЧЕТ ДЛЯ МАКСИМАЛЬНОЙ НАДЕЖНОСТИ

Чтобы увеличить надежность и эффективность своих разработок, Sogefi разра-

ботала свое собственное программное обеспечение. Оно рассчитывает точные параметры изделия и позволяет определять оптимальные характеристики фильтрующих элементов с учетом реальных условий их использования. В результате удалось исключить преждевременное засорение фильтра в период между интервалами техобслуживания даже в самых тяжелых условиях эксплуатации.

Sogefi подтверждает свой опыт работы в области систем фильтрации для дизельных двигателей, увеличивая ассортимент продукции для вторичного рынка запчастей, охватывающий более 94 процентов европейского парка легковых автомобилей и легких автофургонов.

Группа Sogefi — ведущий мировой поставщик оригинальных запчастей для автомобильной промышленности, один из международных лидеров в области автомобильных компонентов. Вот уже более 35 лет Sogefi занимается разработкой и изготовлением фильтрационных систем, упругих элементов подвески, систем кондиционирования воздуха и систем охлаждения двигателя. В настоящее время группа сотрудничает с 23 странами на 4 континентах, владеет 41 заводом и выступает партнером ведущих мировых производителей легковых автомобилей, грузового автотранспорта и землеройных машин. Подразделение Sogefi Aftermarket включает пять брендов: Purflux, Fram, CoopersFiaam, Sogefi Pro и Tescopar (в Италии) и предлагает все виды продуктов для фильтрации. В компании работает свыше 6 700 сотрудников по всему миру, включая 43 производственных участка и 18 коммерческих офисов в 21 стране.

Форум «Автокомпоненты-2018»

Итоги и перспективы локализации

Разговор о том, какими путями может развиваться отрасль автомобильных компонентов в Российской Федерации, давно назрел. Недавно одобренная и принятая Правительством РФ «Стратегия развития автопрома в РФ до 2025 года» задает направления векторов развития, но не отвечает на ряд принципиальных и важных вопросов, не конкретизирует часть принятых положений. Поэтому состоявшийся в ОАО «АСМ-холдинг» 11-й Международный форум «Автокомпоненты-2018» важен для специалистов отрасли. Дискуссия, прошедшая на форуме, была довольно продуктивной и острой и помогла найти точки роста.

Эксперт статьи:

Александр Ковригин,
заместитель директора
ОАО «АСМ-холдинг»

Михаил Блохин, руководитель
ассоциации НАПАК

Григорий Микрюков,
начальник управления отраслей
экономики Аналитического
центра при Правительстве
Российской Федерации



На прошедшем в столице 11-м Международном форуме «Автокомпоненты-2018» специалисты и аналитики отрасли провели серьезный и глубокий анализ этой важнейшей составляющей автомобильного бизнеса. Разговор шел не только о состоянии дел в отрасли. Были отмечены самые острые и животрепещущие проблемы, высказаны предложения по их преодолению, а также вскрыты причины торможения и названы текущие тренды. Были сформулированы условия, при которых данный сегмент автомобильного рынка мог бы стать локомотивом развития всей отрасли. На этой конференции, организованной АСМ-холдингом, порой высказывались противоположные точки зрения. Поскольку, с одной стороны, уже есть примеры встраивания отечественных предприятий в глобальные технологические цепочки, с другой стороны, конкуренция и открытый внутренний рынок часто не могут создать условий для развития местного производителя автокомпонентов.

Автомобильная отрасль в Российской Федерации является в последние несколько лет одним из крупнейших получателей государственной поддержки. В частности, объемы такой помощи автопрому растут, как и возрастает его доля в общих затратах федерального бюджета на развитие и поддержку национальной

экономики (диаграмма 1). В прошлом году из федерального бюджета было выделено 162 млрд руб. на данные цели. Этот финансовый поток распределяется по ряду направлений, число которых более одного десятка. В целом, в условиях кризиса на автомобильном рынке данные меры позволили не только поддержать на определенном уровне объемы продаж новых автомобилей, но и оказать влияние на положительную динамику роста авторынка, что, несомненно, важно как для автосборочных производств, так и сегмента автокомпонентов.



Григорий Микрюков, начальник управления отраслей экономики Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации, рассказал о том, что каждая мера поддержки является эффективной только на определенном этапе и временно промежуточно.



• Скачайте бесплатное приложение «Наведи!» из App Store или Google Play и запустите его.
• Наведите мобильное устройство на эту страницу, и вы увидите то, что скрыто!

Появляются новые инструменты поддержки. Также есть информация о том, что расходы на поддержку из бюджета в будущем будут ограничиваться.

Говоря о текущем 2018 году, аналитик отметил, что авторынок продолжит свой рост за счет макроэкономических факторов и адаптации потребителей к новому уровню цен. Основным драйвером станет рост спроса в регионах. Направления поддержки отрасли должны корректироваться. Акцент должен быть сделан на поддержку производства и использования инновационного и экологического транспорта.

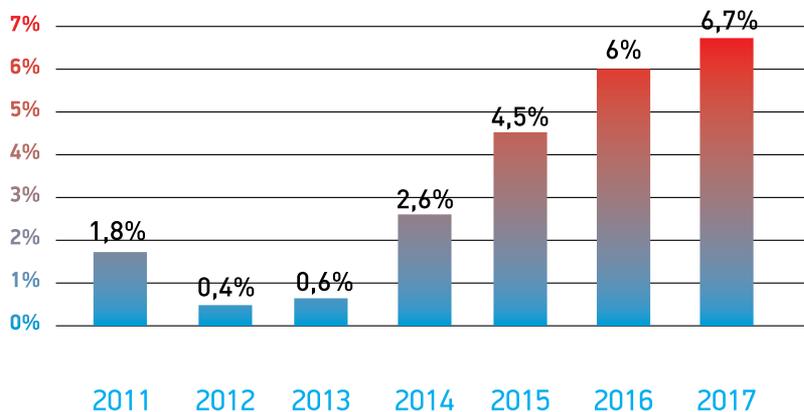
Что касается «модной» темы электромобилизации, то, по мнению чиновников, прямой поддержки ввиду минимального спроса на отечественном авторынке на такие автомобили, сегодня пока еще не требуется.

Аналитик рассказал о мерах поддержки по данному направлению в других странах мира. Наиболее распространены такие инструменты как освобождение покупателя электрокара от транспортного налога, прямые субсидии на покупку техники, введение квот для производителей и законодательный отказ от использования двигателей внутреннего сгорания в более далекой перспективе (2040 г.). Впрочем, даже в самых продвинутых странах доля спроса на электромобили составляет от долей процентов до нескольких процентов. Учитывая особую специфику Российской Федерации, особенности местного авторынка, прогноз продаж и рост парка электромобилей характеризуется весьма невысокими объемами (менее десятка тысяч электромобилей к середине следующего десятилетия).

Впрочем, основной рефрен выступления Григория Микрюкова состоял в неутешительном диагнозе, который был поставлен аналитиками правительства Центра: «Также нами был сделан анализ импорта автокомпонентов в РФ. Мы проанализировали, что происходило с ввозом автокомпонентов в течение последних нескольких лет. За базовый был взят пиковый для всей экономики 2012 год. Анализ показал, что по факту не произошло повышения уровня локализации в автопроме. Сокращение импорта автокомпонентов было обусловлено лишь сокращением авторынка. Впрочем, есть точечные локальные изменения, которые не оказывают влияния на всю картину в целом» (диаграмма 2).

Автокомпонентные реалии

Уменьшение объема ввоза автокомпонентов из-за рубежа с \$15,3 млрд в



Доля отрасли в общих затратах бюджета на развитие и поддержку национальной экономики в 2011-2017 гг., %.
По данным Аналитического центра при Правительстве РФ

2013 году до \$8,7 млрд в прошлом, 2017 году, отмечено статистикой Таможенного комитета РФ. Больше всего автокомпонентов по странам происхождения ввозилось из Южной Кореи, Японии, ФРГ и Китая. Также немалый вклад в импорт был сделан из Словакии, Чехии, Турции и Испании. В свою очередь, экспорт автокомпонентов из РФ сократился. Но его объемы несопоставимы с импортом.

Также был дан прогноз экспорта автомобилей из РФ. Порог нашего экспорта – не более 200 тыс. автомобилей. Сегодня даже слабый рубль уже не помогает экспорту. Нужны институциональные изменения в автопроме и автокомпонентной отрасли.

Поскольку основным потребителем импортных автокомпонентов являются сборочные производственные площадки автопроизводителей, имеет смысл сделать акцент на прогнозах развития различных сегментов автомобильного рынка и объемов сборки автомобилей. Данные прогнозы стали сильно отличаться от тех, которые озвучивались несколько лет назад в период рекордных продаж автомобилей в РФ. Не вдаваясь в конкретные цифры, отметим, что внутренний рынок, к примеру, легковых автомобилей, к 2023 году не достигнет символического уровня в 2 млн легковых машин (оптимистический вариант прогноза - 1 831 тыс. авто). А при самом неблагоприятном варианте развития событий может сократиться: с 1450 тыс. единиц в 2017 году до 1 258 тыс. авто в 2023 г.

При этом есть основание считать, что после начавшегося в 2017 году роста внутреннего авторынка, за 2020 годом может начаться стагнация. С этим предположением и связано понижение уровней прогнозов.

Далее, немаловажный момент проблем развития отечественной автомобильной отрасли, которое все предыдущие годы шло на фоне конкуренции с Китаем, Индией и странами Восточной Европы. Автопроизводители

выбирали места для локализации производственных площадок. В итоге более сорока новых сборочных производств зарубежных автоконцернов были созданы ими на территории РФ. Следом в несколько более скромных масштабах «пришли» производители автокомпонентов. Докладчики отмечали, что совместные предприятия с иностранными партнерами не стали основной формой деятельности производителей автокомпонентов на территории РФ. Каковы же причины столь скромного присутствия зарубежных производителей автокомпонентов в России?

По мнению аналитиков и специалистов, основные причины, по которым наблюдалось сдержанное развитие отрасли и «вход» не через формат совместных предприятий, стали:

- неочевидные объемы роста российского авторынка;
- большая разница в бизнес-культуре.

Иными словами, отечественные производители второго уровня не были готовы соответствовать современным требованиям. Необходимо было затратить много сил и средств на подтягивание, что было признано нецелесообразным.

Тем не менее, зарубежные поставщики автокомпонентов в Российской Федерации стали заметными участниками и игроками местного авторынка.

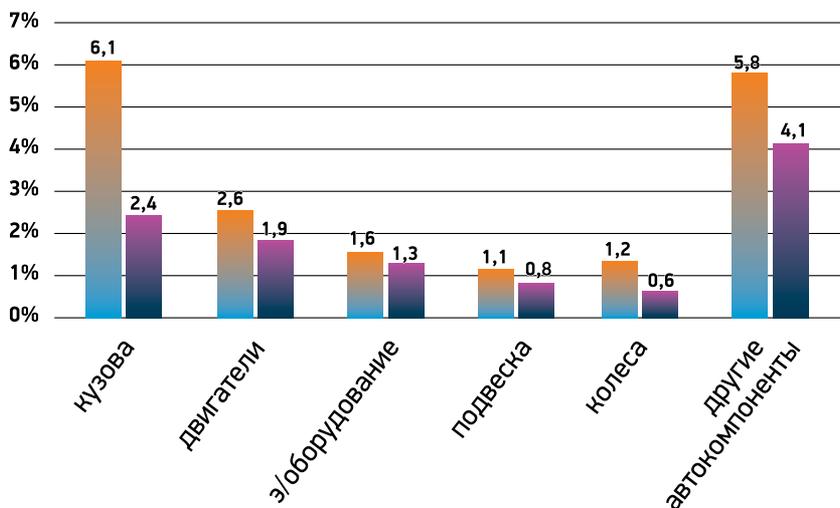
Каковы главные сложности, которые испытывают при локализации зарубежные производители в России? Это, прежде всего, недостаточные технологические компетенции местных игроков. Отсутствует производство нержавеющей стали, технологии заливки металла пластиком, лазерная сварка. При локализации производства пластмассовых изделий высока доля импортируемого сырья и красителей, отсутствует технология лазерной пробивки и т.п. Также на территории России отсутствуют валидационные лаборатории, имеющие международные сертификаты на все виды тестирования.

Серьезные проблемы стоят и перед экспортерами автокомпонентов, которые делятся на две группы – отечественные производители, как правило, это российские компании уровня Tier 2,3, и поставщики запчастей, и зарубежные компании уровня Tier 1,2, также поставляющие запчасти на рынок aftermarket. Сложности с экспортом компонентов у них возникают из-за несоответствия экологических норм России и ЕС, наличия тарифных и нетарифных барьеров, сильной конкуренции с продукцией из Юго-Восточной Азии. Также тормозящим фактором выступает высокая доля импортных компонентов и материалов – так называемая «валютная составляющая». Зачастую экспорт из России продукции зарубежных производителей может столкнуться с конкуренцией других локальных подразделений данного концерна, мешает также сложившаяся система и логистика поставок. По мнению экспертов, российским производителям сырья и материалов необходимо 3-5 лет для того, чтобы «подтянуть» качество сырья до требуемого уровня.

В качестве положительного примера развития производства автокомпонентов в России приводятся показатели по шинной промышленности. Две трети шин на территории РФ производят зарубежные компании. В экспорте шин из России на них приходится три четверти, а на отечественных производителей шин – четверть вывозимой продукции. Таким образом, в России выгодно выпускать и экспортировать автомобильные шины. Но этот пример, скорее, исключение.

В целом, потенциал развития рынка автокомпонентов в Российской Федерации огромен. Это объясняется наличием четвертого в мире по численности автопарка, насчитывающего около 50 млн единиц транспортных средств. Докладчики обратили внимание на тот факт, что объем рынка запасных частей для легковых автомобилей составляет \$20,5 млрд, из которых \$17 млрд – запчасти для иностранных автомобилей, и еще \$3,5 млрд – для отечественных. Это позволяет отнести РФ к одному из крупнейших рынков автозапчастей в мире. Этот сегмент должен стать наиболее привлекательным для производителей. И это открывает возможности для развития производства автокомпонентов. Но одновременно следует отметить риски, которые заключаются в низкой тарифной защите рынка, и растущую конкуренцию со стороны зарубежных поставщиков, особенно из Юго-Восточной Азии.

Соответственно, мерами для стимулирования развития производства автозапчастей должны стать увеличе-



Импорт автокомпонентов в Россию, млрд долл (2012 и 2017 гг)
По данным Аналитического центра при Правительстве РФ

ние тарифных барьеров, сокращение производственных расходов, развитие сети местных поставщиков, преодоление технологического отставания производства.

Сегодня ключевыми трендами автокомпонентной отрасли, которые оказывают влияние на его эволюцию и дальнейшее развитие, являются ограниченный объем производства транспортных средств на территории РФ; доминирование иностранных поставщиков; появление на рынке поставщиков из смежных отраслей; рост рынка автозапчастей; ужесточение конкуренции на рынке запчастей; влияние процессов импортозамещения и развитие экспорта.

Таким образом, основными задачами по развитию автокомпонентной отрасли в РФ являются развитие поставщиков 2,3-го уровня, поставщиков сырья и материалов, развитие базовых технологий, инженеринговых компетенций, а также инновационных прорывных решений и новых технологий.

Вписаться в цепочки

Сегодня, несмотря на негативные моменты реализации промышленной политики в отечественном автостроении, следует отметить, что процесс интеграции российской автоиндустрии в мировую идет. И главная задача состоит в том, чтобы не только извлечь выгоды из международного разделения труда, но и вписаться в мировую автоиндустрию таким образом, чтобы развитие отрасли автокомпонентов стало динамичным и поступательным.

Сегодня для этого процесса есть ряд необходимых условий и прежде всего, законодательно-нормативная база, которая обеспечивает интеграционное развитие отрасли.



Михаил Блохин, руководитель ассоциации НАПАК, отмечает, что российский автопром уже участвует в интеграционных процессах. В период современной глобализации происходит консолидация автоконцернов в R&D и выпуске транспортных средств. Список примеров подобной интеграции довольно обширный. Даже конкурирующие на рынке автопроизводители осуществляют совместные закупки, совместно разрабатывают автомобильные платформы, двигатели, трансмиссии; начата разработка топливных элементов в свете грядущей электрификации и т.д. Пример подобной интеграции российского автопрома – использование японской марки Datsun платформы отечественного автомобиля Lada Granta. Идет взаимопроникновение, причем высокого масштаба, и это позволяет автопроизводителям высвободить больше средств для своего развития.

Каким может быть участие Российской Федерации в глобальных цепочках создания ценностей? Ситуация, когда РФ является только поставщиком сырья, себя уже изживает. **Михаил Блохин** отмечает:

— Если рассматривать ситуацию в автокомпонентной отрасли, то главным является не сырье, а материалы, из которых изготовлен автокомпонент или автомобиль. Материал – это высокотехнологичное изделие, которое требует некоторой пере-

работки, чтобы из него изготовить деталь или узел. Нельзя терпеть ситуацию, когда российские предприятия поставляют сырье, а затем оно возвращается к нам в виде деталей. Такое положение дел начинает постепенно меняться.

Если задать вопрос, какими компетенциями владеют российские компании, то картина получится следующая. В разработке модельных платформ наши автопроизводители уже участвуют. А вот в производстве автокомпонентов картина достаточно неоднородная. Локализованные зарубежные производители обладают наибольшими компетенции уровня Tier1. Сегодня и отечественные, и зарубежные производители автокомпонентов заинтересованы и уже планируют производить на территории РФ материалы, иностранцы заинтересованы конструктивно работать с нашими компаниями.

То есть постепенно ситуация будет отходить от модели «Экспорт сырьевых товаров из России с дальнейшей переработкой сырьевых товаров в высокотехнологичные материалы и компоненты с последующим импортом товаров на территорию РФ для сборки иномарок». Соотношение в компетенциях к 2025 году должно серьезно измениться.

Михаил Блохин также привел примеры отечественных высокотехнологичных разработок. Это прежде всего система ГЛОНАСС. К 2020 году такими системами будет оснащено более 5 млн автомобилей.

Другой пример – создание в России производства специального оборудования для автопрома. Отечественная компания разработала, спроектировала и изготовила систему производства завода Renault. Импортная составляющая не превысила 15%. И такие примеры не единичны.

Также Михаил Блохин рассказал о том, что и зарубежные производители автокомпонентов, локализовавшие производство на территории РФ, находят свое место в глобальных цепочках добавленной стоимости. Так, решение о строительстве завода немецкого производителя Bosch в Самаре датировано началом 2013 года. Сегодня предприятие работает и ищет новые рынки. Причина – в небольших объемах российского рынка и убытках, получаемых предприятием. Потенциальными рынками сбыта продукции самарских производителей автокомпонентов стали Иран и Турция. Другой пример: российский завод компании Valeo, начавший работу в 2008

году. При этом предприятие увеличило свои производственные мощности.

Михаил Блохин считает, что развитие транспортно-логистической инфраструктуры, создание комфортных условий для развития высокотехнологичного бизнеса, а также либерализация внешней торговли помогут российским и локализованным зарубежным предприятиям вписаться в глобальные технологические цепочки мирового автопрома.

Самый важный момент: с опозданием на 10 лет у нас появилась законодательная база для создания промышленных кластеров. Мы долгое время уповали на ОЭЗ, которые в реальности фактически стали площадками для зарабатывания валюты и вывоза ее из страны. Сегодня наступил этап создания промышленных парков. Поэтому задача всех регионов, куда пришли OEM, создать соответствующую инфраструктуру. Так, одним из перспективных проектов стало создание автомобильного кластера Северо-Запада.

Работа над ошибками

За прошедшие пятнадцать лет отечественная автомобильная промышленность сделала гигантский скачок, после

В НАШИХ ПРОДУКТАХ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ВИДЯТ ГЛАЗА



ГЕНЕРАТОРЫ И СТАРТЕРЫ. МОЩНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ И НАДЕЖНОСТЬ.

Широкое предложение, способное удовлетворить все требования рынка: линейка новых и восстановленных стартеров и генераторов оригинального качества. Высокая прочность и продолжительный срок службы. Отличный выбор для безопасного и комфортного вождения.

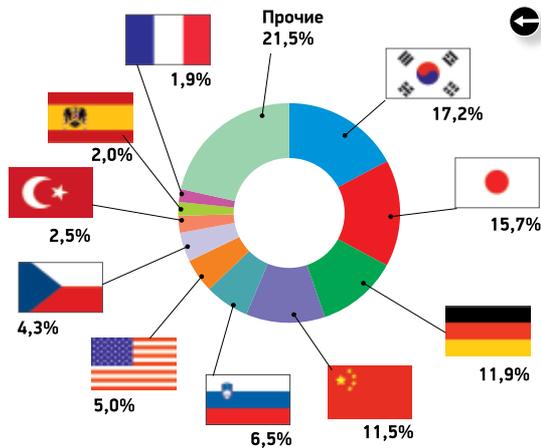
Присоединяйся к нам:     www.magnetimarelli-aftermarket.ru



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр 4.

MAGNETI
MARELLI

Импорт автокомпонентов в РФ в 2017 г., доля страны, в %%
По данным Russian Automotive Market Research



того как в 2005 году были приняты первые решения правительства, известные как Постановление N 166 «О внесении изменений в Таможенный тариф Российской Федерации в отношении автокомпонентов, ввозимых для промышленной сборки». Как образно высказался на конференции Михаил Блохин, на старте мы имели политику «Заходи, кто хочет».

Тогда порядок первой промышленной сборки определили ведомственные приказы профильных министерств. За семь лет работы автопроизводитель должен был достичь показателя 30% локализации. В таких странах как Индия и Китай ставились более жесткие условия – за три года работы аналогичный показатель должен был достичь уровня 75%. Уже

тогда, в прошлом десятилетии, проявились негативные тенденции такого подхода. Разнообразие брендов на автомобильном рынке и небольшие объемы производства не дали возможности для развертывания процесса полноценной локализации производства. Как отрицательное последствие, начался процесс потери отечественной автокомпонентной отрасли, ухода специалистов и т.д.

В конце 2010 года начался второй этап локализации автопрома, одним из главных факторов реализации которого стало требование по созданию автопроизводителем мощностей по выпуску 350 тыс. автомобилей.



«Сегодня созданные производственные мощности (3,6 млн авто в год) автосборочных предприятий загружены на 40-50%, поэтому второй этап локализации может остаться на бумаге», – отметил Александр Ковригин, заместитель директора ОАО «АСМ-холдинг», выступивший на конференции. Он также указал на тот факт, что не был тщательно проработан процесс признания локализованных автокомпонентов «российским» товаром. Получение сертификата достаточно простой процесс. При этом сегодня локализованные производства автокомпонентов представляют собой сборочные производства, с минимальным числом технологических операций, чаще всего сверление и сборка. Изготовленные таким способом узлы и детали устанавливаются на автомобиль как 100% локализованный компонент!

По мнению Александра Ковригина, необходимо четко определить число технологических операций, при которых товар считается российским. Также следует четко определить процент добавочной стоимости, при котором товар можно считать отечественного производства.

Сегодня российская автокомпонентная отрасль – это, по сути, более чем на 50% «дочки» ведущих зарубежных производителей автокомпонентов. Практически нет совместных предприятий с отечественными производителями автокомпонентов. Александр Ковригин указал на возможные риски для всей отрасли, если будут предприняты какие-либо меры ограничительного характера для работы зарубежных компаний в рамках санкционного режима.

Сегодня в принятой Правительством РФ «Стратегии развития автопрома РФ до 2025 года» поставлена задача углубления локализации до уровня 70-85%. А.Ковригин считает, что, создавая новую отечественную отрасль автокомпонентов, необходимо провести в жизнь комплекс мер. Среди них он назвал сдерживание роста цен на сырье, материалы, электроэнергию, транспортные перевозки. Также упор должен быть сделан на создание условий для работы совместных с зарубежными партнерами предприятий. Таких как беспрошальная закупка новых технологий, лицензий и оборудования, освобождение совместных предприятий от всех видов налогов на срок до 5 лет, кроме социальных, льготное кредитование таких производств. Должна быть поставлена цель: продукция таких совместных предприятий должна быть конкурентоспособной не только на отечественном рынке. ■

ООО «Регата» - официальный представитель ведущих заводов-изготовителей

РАДИАТОРЫ, ОНВ, БЛОКИ, БАКИ, СЕРДЦЕВИНЫ, ОТОПИТЕЛИ, ПОДОГРЕВАТЕЛИ, ДОМКРАТЫ

г. Новосибирск, ул. Крамского, 35,
тел./факс (383) 264-09-29, 264-09-59,
264-09-69, 213-11-82, 213-12-74
www.regatansk.ru, e-mail: regatansk@ngs.ru

ЛУЧШЕЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА



Соответствие самым высоким стандартам качества



Честная гарантия от признаков коррозии



Широкая линейка материалов для разнопрофильных задач



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр 4.

ООО «ЮВК», официальный дистрибьютор «Dinitrol» с 1998 года, эксклюзивный импортер продукции «Equalizer» с 2000 года, ProtectaKote с 2012 года, Marsy с 2014 года на территории РФ и Республики Казахстан.

Наша миссия — предлагать совершенные продукты и технологии, направленные на обеспечение безопасности транспортных средств, удержание их ликвидности и сохранение экстерьера.

Телефон горячей линии:
8 800 500 34 05

dinitrol.ru
info@dinitrol.ru

www.facebook.com/dinitrolrus
www.vk.com/dinitrolrussia

Флагманские технологии

На страницах нашего журнала мы постоянно говорим о применении поставщиками запчастей премиального уровня передовых, инновационных технологий производства автокомпонентов. Но вот о самих технологиях рассказываем не так часто и подробно, как, наверное, надо. Поэтому в этой статье мы хотим поближе познакомить вас с некоторыми современными, наиболее прогрессивными технологиями на примере продукции компании CTR.



Эксперт статьи:



Павел Никитин,
технический директор
Московского офиса компании CTR

Зная о скептическом отношении некоторых представителей профессионального сообщества к инновациям, которое выражается унылым: «Придумали новую технологию на нашу голову», давайте сразу расставим все точки. Новые технологии – это не блажь, не пустая прихоть производителя в попытке любой ценой обойти конкурента. Конкурентное состязание в контексте новых технологий – лишь один из аспектов, и далеко не самый основной. Главным же является усовершенствование процесса производства продукции для достижения целого ряда целей, стоящих на каждом конкретном этапе развития отрасли.

Поэтому улучшение качества в общем смысле – это не предмет разговора. Надо понимать, что продукция, например, автомобильная покрывка, выпущенная 20, 30 и более лет назад, если мы говорим о действительно качественных образцах, и покрывка современная – это качественный продукт. Качественный постольку, поскольку обеспечивает реализацию своего функционала в соответствии с ожиданиями владельца (достаточно долго служит, мягко идет, не сильно шумит-гремит и т. д.).

Но с точки зрения технических характеристик и потребительских свойств – это, естественно, в значительной степени разные продукты – продукты разного уровня. И когда мы говорим об усовершенствовании производственных технологий, первым делом мы имеем в виду именно усовершенствование этих самых технических характеристик и потребительских свойств.



Кроме того, это еще и определенный экономический эффект (снижение издержек, оптимизация производственного цикла и проч.), обеспечивающий снижение себестоимости детали или ее сохранение для более технологичной, совершенной версии изделия, обладающей лучшими характеристиками по сравнению с предшественником/аналогом.

Так что внедрение новых технологий производства – это вполне закономерный, объективный процесс, стимулирующий развитие бизнеса, улучшение характеристик продукции, увеличение потребительского спроса. Не будь его, мы бы до сих пор орудовали каменными топорами и палками-копалками, подобно нашим предкам.

А теперь конкретика. Стандартная технология гравитационного литья алюминия известна давно и применяется уже много-много лет. Однако она имеет существенный недостаток, связанный с



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр 4.

образованием в отливке каверн (полостей) из-за наличия пузырьков воздуха. Чтобы устранить этот недостаток, в 2016 г. компанией **CTR** была разработана и внедрена в массовое производство технология литья алюминия под низким давлением.



Расплавленный жидкий алюминий через металлопровод поступает в форму, где продавливается специальным цилиндром валом – литейная масса выдавливается через каналы снизу вверх. За счёт нарастающего, но, главное, равномерно регулируемого повышения давления, форма заполняется медленно. Таким образом, ламинарный поток исключает захват воздуха и образование оксидной пленки. Достигается идеально направленное застывание — для исключения утяжин и усадочной пористости.

Применение данной технологии на собственных заводах компании позволило существенно расширить линейки продукции, в которых присутствуют литейные алюминиевые изделия. В первую очередь — компонентов тормозной системы. В нее вошли высококачественные алюминиевые суппорта и скобы для них, главные тормозные гидравлические цилиндры. Кроме того, в ассортименте **CTR** появились компоненты EGR и турбины. В частности, очень сложные и ответственные в производстве «улитки» для турбин самых мощных современных двигателей.

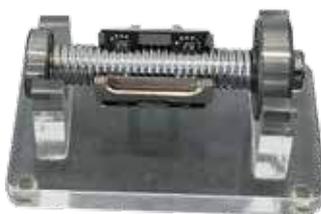
Вы прекрасно понимаете: в производстве таких деталей очень важна наивысшая точность и прочность. Эти изделия должны быть, по сути, идеальными. Последующая механическая обработка создает только лишь фланцевую часть и чуть-чуть подравнивает форму. Применение литья под низким давлением позволяет получить безупречные с точки зрения качества автокомпоненты.

Выпущенные по этой технологии автотопчасти поступают на конвейеры ве-

дущих мировых автомобилестроителей и производителей оригинальной продукции. А сама компания **CTR** благодаря ее реализации, стала одним из лидеров южнокорейской промышленности по качеству алюминия. Этому во многом способствовало появление в 2011 г. еще одной технологии – оригинальнойковки алюминия, которая позволяет за несколько операций получать фактически готовый рычаг.

Впервые в Южной Корее **CTR** применила ковку в 2003 г. при изготовлении рычагов подвески. После чего в 2011 г. была разработана собственная технология пространственнойковки, за которую компания была удостоена престижной награды – многократная ковка обеспечила очень сильное уплотнение материала, за счет чего серьезно снижается вес готового изделия и повышается его прочность.

Сначала за несколько проходов (порядка пяти) алюминий раскатывается валами, ему придается соответствующая пре-форма. Затем первый 20-тонный удар 6 000 тонного пресса создает изгиб с определённым углом – это уже заготовка для формирования самого рычага, которая поступает для дальнейшей обработки на второй 840-тонный удар пресса. На завершающем этапе одним ударом, страшно представить, 1420-тонного пресса получается рычаг как таковой. Достаточно только сколоть/отколоть облой и провести минимальную финишную обработку: высверлить отверстия под сайлентблоки, шаровую опору, выполнить термообработку и проч. — и деталь можно отправлять потребителю.



Технология производства гибридных стоек стабилизатора, появившаяся в 2014 г. и оцененная многими автопроизводителями как наиболее прогрессивная и инновационная, в плане операционного цикла еще более изящна и содержит фактически одну операцию по ее сборке.

В специальный кондуктор вкладывается палец и соединительная тяга. Параллельно изготавливают 2 стойки – так удобнее. Сначала разогретый материал (пластик) подают на одну сторону. Буквально 10-15 секунд – он застывает. Кондуктор переворачивают на 180 градусов и заливают вторую сторону. Единственное что остается



после остывания – добавить некоторое количество смазки и надеть пыльник – деталь готова к использованию. Очень быстро и качественно!

Для изготовления гибридных стоек стабилизатора (в зависимости от заказа производителя автотранспортного средства) используется один из двух видов пластика. Либо полиамид-66 (по сути – нейлон), либо полиацеталь (POM).

Все описанные выше технологии, а также те, которые не попали в наш обзор, появились в результате постоянной и очень продуктивной работы собственного **научно-технического центра CTR**, созданного в 1990 г. На текущий момент в нем трудится около 600 человек, треть из которых имеет научную степень, в российской иерархии соответствующую кандидату или доктору наук. Благодаря деятельности этого центра компания имеет возможность регулярно совершенствовать производственные технологии, а также расширять свой ассортимент, который уже давно вышел далеко за рамки изначального, составлявшего компоненты подвески, рулевого управления и трансмиссии. Сейчас производственная гамма **CTR** включает уже детали турбин, тормозных систем, электрических двигателей с редукторами и т. д.

Естественно, все передовые и новые технологии первым делом применяются для изготовления оригинальной продукции, поскольку направлены на удовлетворение требований производителей автотехники. Это, прежде всего, снижение массы компонентов и их стоимости при увеличении прочности изделий, повышение безопасности эксплуатации автотранспорта. Но в дальнейшем они, безусловно, попадают на рынок запчастей, где значительно облегчают процесс сервисного обслуживания и ремонта автотехники, что, несомненно, является их очень важным преимуществом для профессионального сообщества. ■

▶▶▶ РЕГУРВЕР ОТ ТОРГОВОГО ДОМА СОРОКИН®

Автомобильные покрышки верно служат своему автовладельцу определенный срок. В процессе эксплуатации стирается рисунок протектора, поэтому приходится покупать комплект новой резины, что всегда больно бьет по кошельку автовладельца.

Торговый дом СОРОКИН® предлагает регурвер – устройство для восстановления рисунка протектора покрышки.

В основе устройства трансформатор с регулировкой тока и инструмент с комплектом сменных лезвий различной формы и размера. Напряжение подается на лезвие, которое нагревается и, расплавляя резину, вырезает сегмент заданной формы. Таким образом, двигая лезвие по покрышке, можно придать необходимый рельеф. Устрой-



Цена 29 999 рублей



ство снабжено цифровым дисплеем, который показывает текущее значение напряжения.

Регурвер поможет продлить срок службы покрышки и придать ей исход-

ный внешний вид: вырезать водоотводные канавки на стёртой шине; исправить дефекты в местах ремонта и вулканизации покрышки; подрезать выступающие рёбра.

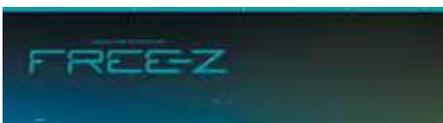
▶▶▶ НОВЫЕ АНТИФРИЗЫ FREE-Z ДЛЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА

Компания Carberry GmbH (ФРГ) объявляет о начале поставок на российский рынок новой товарной группы – антифризов под торговой маркой FREE-Z.

Ассортимент антифризов включает в себя шесть артикулов, предназначенных для использования в охлаждающих системах любых типов автомобилей.

Под брендом FREE-Z производятся антифризы двух типов: красный и зеленый, при этом каждый тип представлен в трех вариантах объема упаковки: 1, 5 и 10 кг.

Специалисты компании разработали особую охлаждающую жидкость нового поколения, обладающую рядом улучшенных характеристик и имеющую несомненные преимущества перед аналогами.



В частности, уникальная формула присадок, сформированная на основе высокостабильных ингибирующих добавок, обеспечивает надежную и оптимальную защиту от коррозии, кавитации и набухания резины. Применение высококачественного гликоля и высокая степень очистки водной основы гарантируют защиту как от замерзания, так и от перегрева, а также от образования отложений в системе охлаждения (рабочий диапазон температур от -35°C до +110°C).

Компания Carberry GmbH заботится и об экологии, поэтому новые антифризы в процессе производства, в отличие от жидкостей старого поколения, не загрязняют окружающую среду, так как не содержат нитритов, фосфатов, аминов, боратов и метанола.

Вся продукция FREE-Z полностью отвечает требованиям безопасности дорожного движения и европейским стандартам качества (BS6580:2010), что подтверждается соответствующими сертификатами.

Подробную информацию о новой продукции можно найти на сайте www.free-z.de

▶▶▶ HIDRIA ПРОДЛЕВАЕТ И РАСШИРЯЕТ СОТРУДНИЧЕСТВО С КАМАЗ

Пресс-служба компании HIDRIA сообщила, что КАМАЗ подтвердил продление контракта на поставку деталей для нового двигателя EURO 5. Ранее Hidria поставляла на КАМАЗ только электромагниты для двигателей EURO 4 и ниже.

Сейчас достигнута договоренность о продлении поставок и электромагнитов, и запальных свечей.



▶▶▶ CTR ТЕПЕРЬ НА КАНАЛЕ YOUTUBE

Сегодня без видео уже невозможно представить наш быт и профессиональную деятельность. Учитывая требования времени и пожелания наших партнеров, компания CTR открывает свой канал на youtube.

Компания CTR не стоит на месте, поэтому рады сообщить об этом значимом и важном событии этого лета. Проект будет

содержать как советы по установке продукции, так и увлекательные тесты. Очень надеемся, что канал будет интересен как менеджерам, так и клиентам - сотрудникам магазинов и сервисных автоцентров. Ведь теперь можно будет увидеть «живую» много интересной информации.

Просим поддержать нас! Смотрите первое видео! Подписывайтесь на канал!

<https://www.youtube.com/channel/UCmPoCozlsXnJEujFQkUfwrQ>

Будем рады, если вы поделитесь с нами вашими идеями - какие видео были бы вам интересны на нашем канале, что бы вы хотели узнать о CTR? Идеи присылайте мне на почту.

Автору лучшей идеи уже подготовлен специальный подарок от CTR!

LESJÖFORS

SPRINGS & PRESSINGS

КОМПАНИЯ LESJÖFORS ЯВЛЯЕТСЯ ОДНОЙ ИЗ СТАРЕЙШИХ КОМПАНИЙ-АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ИМЕЕТ ГЛУБОКИЕ ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТРАДИЦИИ. В 1852 ГОДУ БЫЛО ОТКРЫТО ПРОИЗВОДСТВО ПРУЖИН РАЗНЫХ ФОРМ И МОДИФИКАЦИЙ. СЕГОДНЯ LESJÖFORS ПРОИЗВОДИТ САМЫЙ ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ПРУЖИН ДЛЯ ЛЕГКОВЫХ И ЛЕГКИХ КОММЕРЧЕСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ. НА УЛЬТРАСОВРЕМЕННЫХ ЗАВОДАХ В ШВЕЦИИ ПРУЖИНЫ ПРОИЗВОДЯТСЯ ПО СТАНДАРТАМ ОРИГИНАЛА ИЗ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОЙ СТАЛИ.

Производство пружин LESJÖFORS имеет ряд особенностей, обеспечивающих высокое качество:

- специальная легированная сталь SiCr с высоким содержанием кремния и хрома, что в сочетании с правильной термической обработкой делает пружину прочной и в то же время эластичной;
- цинковое фосфатирование с эпоксидной системой окраски являются наилучшей защитой от коррозии;
- ассортимент автомобильных пружин LESJÖFORS подвески включает более 10 000 артикулов, в то время как у других претендентов есть едва ли половина такого ассортимента. Как это возможно? Потому что изготовители объединяют некоторые модели в рамках одного кода, независимо от различий в двигателе или различных шасси, что в свою очередь может привести к более короткому сроку эксплуатации и, особенно, к разным характеристикам управляемости;
- гарантия составляет 3 года без ограничения пробега.

**ТРАДИЦИОННО В ЭТОМ ГОДУ LESJÖFORS УЧАСТВУЕТ
С 11 ПО 15.09.2018 ГОДА В ВЫСТАВКЕ
«АВТОМЕХАНИКА» / ФРАНКФУРТ-НА-МАЙНЕ.
БУДЕМ РАДЫ ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬ ВАС
НА НАШЕМ СТЕНДЕ 55, ЗАЛ 6.**

↑ Амортизаторы багажника и капота

← Специальные понижающие пружины для тюнингованных автомобилей (спорткомплекты)

↻ Рессоры для автомобилей с полной массой до 3,5 тонн



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр. 4.



Стандартные пружины для легковых автомобилей и микроавтобусов дополняют линейку пружинами для тяжелых условий эксплуатации (Heavy Duty)



проблемы с коммуникацией — на тот момент существовали языковые барьеры и культурные различия, взаимное недоверие и недопонимание. Интерес был взаимным: компании-дистрибьюторы были заинтересованы в том, чтобы найти правильных поставщиков — те имена, которые сейчас у всех на слуху, тогда еще не были настолько известны, и не так легко было отличить значимого производителя от небольшой мануфактуры. Поставщикам на новом, развивающемся рынке оказалось важно увидеть, что на рынке происходит, и наладить взаимодействие именно с теми компаниями, которые занимали на этом рынке значимые позиции. Напомню, что тогда даже самые крупные компании-производители были представлены в России представительствами и сами коммерческой деятельности не вели, складов не имели.

Помимо этого, Группа взяла на себя функцию площадки для диалога. Компании-дистрибьюторы и сейчас остаются конкурентами, но тогда встречалась и непримиримая вражда на личном уровне. GROUPAUTO Россия предоставила компаниям возможность коммуникации, выявились общие проблемы и общие интересы. Все были заинтересованы в развитии, в росте, в наращивании объемов - GROUPAUTO



Россия помогла этого добиться всем участникам рынка.

Хочу отметить, что на разных этапах мы постоянно взаимодействовали с международной Группой - **GROUPAUTO International** делилась с нами своим опытом, в частности, с практикой развития сети СТО.

Развитие рынка шло, развивалась и система работы его участников. Поставщики стали гораздо серьезнее относиться к работе в России, стали

появляться специалисты именно по нашему рынку, у тех, кто демонстрировал значительные объемы поставок, стали появляться первые склады. В этих условиях стала меняться и стратегия GROUPAUTO Россия: необходимость налаживания контактов упала, а выросла значимость увеличения портфеля брендов, заключения с ними контрактов как Группой, так и компаниями-дистрибьюторами, наращивания объемов поставок. Соответственно, выросло число компаний-дистрибуторов, партнеров Группы, что обеспе-



чивало максимальный охват рынка и максимизацию оборота. Новые члены становились ассоциированными партнерами — не входя сразу в число акционеров, они сразу получали возможность пользоваться тем, что Группа способна дать своим участникам, а это информация, контакты, специальные коммерческие условия и так далее.

На этом же этапе **GROUPAUTO Россия** сформировала собственные стратегии развития. Группа — это единое цельное объединение, и в этом ее ценность и для партнеров, и для производителей, поскольку позволяет разрабатывать и реализовывать совместные проекты большого масштаба. Именно к этому периоду относится создание центральной дирекции Группы — коллектива сотрудников, которые ведут работу от лица Группы в области маркетинга, аналитики рынка и других важных для отрасли направлений. Тогда же мы разработали принципы, по которым Группа работает и сейчас.

GROUPAUTO Россия, являясь сетью предприятий дистрибуции автозапчастей:

- Повышает уровень качества услуг для конечного потребителя.
- Способствует открытой и честной конкуренции поставщиков услуг и запасных частей.
- Обеспечивает потребителю свободу выбора и повышает его информированность.



Сергей Королев,
вице-президент GROUPAUTO Россия

- Стремится к предоставлению потребителю в любом населенном пункте РФ качественных услуг и запасных частей в день обращения.
 - Объединяет независимых участников рынка торговли автозапчастями общей стратегией.
 - Учитывает многообразие Участников Сети.
 - Уважает свободу предпринимательской деятельности Участников Сети.
 - Поощряет самодисциплину Участников Сети.
 - Способствует применению оригинального оборудования или запчастей соответствующего качества.
 - Развивает лояльность Участников Сети Поставщикам Группы.
- Четко сформулированная политика и стратегия, понятные правила игры — это то, что отличает нас от конкурентов, создает ценность Группы для поставщиков и партнеров.
- Следующий, третий этап, наступил, когда рынок достиг стадии насыщения и быстрый рост стал невозможен. Все ведущие мировые производители уже представлены на рынке, новых практически не появляется, и конкуренция из



количественной стала качественной. Ранее неэффективность бизнеса компенсировалась этим взрывным ростом, но это время прошло — теперь простым увеличением объемов уже не скрыть недостатки в работе компании. Сегодня на перенасыщенном рынке растет конкуренция, что приводит к такому явлению как «ценовые войны». Мы, как Группа, сформировавшая свою стратегию, стали разрабатывать планы в помощь нашим партнерам.

Мы видим, что на этом этапе происходит смещения спроса в сторону более дешевой продукции, усиление «ценовых войн» и снижение наценок при отсутствии роста парка автомобилей и снижении среднегодового пробега, определяющих общий спрос на запчасти и компоненты для ремонта и обслуживания. Косвенно это может ударить не только по производителю, который предлагает более качественный и поэтому более дорогой товар, но и по конечному клиенту, использующему менее качественную продукцию, которая влияет на комфорт и безопасность владения автомобилем. Мы сосредоточились на информировании наших партнеров, на выработке совместных конструктивных решений и предложили оптимальное, с нашей точки зрения, решение: развивать сетевые модели обслуживания, повышать набор и качество услуг, создать лояльность в среде клиентов, приучив их к новому стандарту в сегменте независимых СТО обеспечивать качество обслуживания, сравнимое или



выше дилерского, но дешевле за счет неоригинальных, но качественных запчастей и материалов.

Большое количество проектов, которые Группа реализует в маркетинговом плане — региональные конференции для независимых автосервисов, воркшопы и тренинги для специалистов СТО, проводимые на базе Академии GROUPAUTO Россия, Национальный конкурс среди независимых автосервисов России — все это тоже служит цели поддержки развития рынка и расширения деятельности в регионах России, распространению информации. Мы видим, что рынок развивается в направлении сотрудничества с СТО и предпринимаем огромные усилия для того, чтобы создать защищенный канал сбыта запчастей именно через станции технического обслуживания. Об этом важнейшем для рынка и Группы

направлении мы подробно рассказываем на страницах собственного журнала «**GROUPAUTO Россия NEWS**» и на сайте groupautorus.ru

Мы глубоко погрузились в понимание бизнеса участников рынка, предлагая партнерам и поставщикам Группы решения для развития, для повышения эффективности бизнеса, для того, чтобы можно было обеспечить себе конкурентные преимущества не за счет низкой цены, а за счет качественного сервиса. И этим мы как Группа защищаем даже не конкретных партнеров и поставщиков, а в первую очередь конечного потребителя — потому что мы способствуем честной конкуренции и информированности, давая возможность выбрать из всего многообразия наиболее современные, технологичные и безопасные продукты. ■

Стратегия роста

GROUPAUTO Россия – одна из немногих компаний в российском бизнесе, имеющая разработанную стратегию развития как самой Группы, так и ее Партнеров и Поставщиков. Благодаря этой стратегии рынок становится более цивилизованным, его участники – лояльными друг другу, а управление автомобилем – комфортным и безопасным.

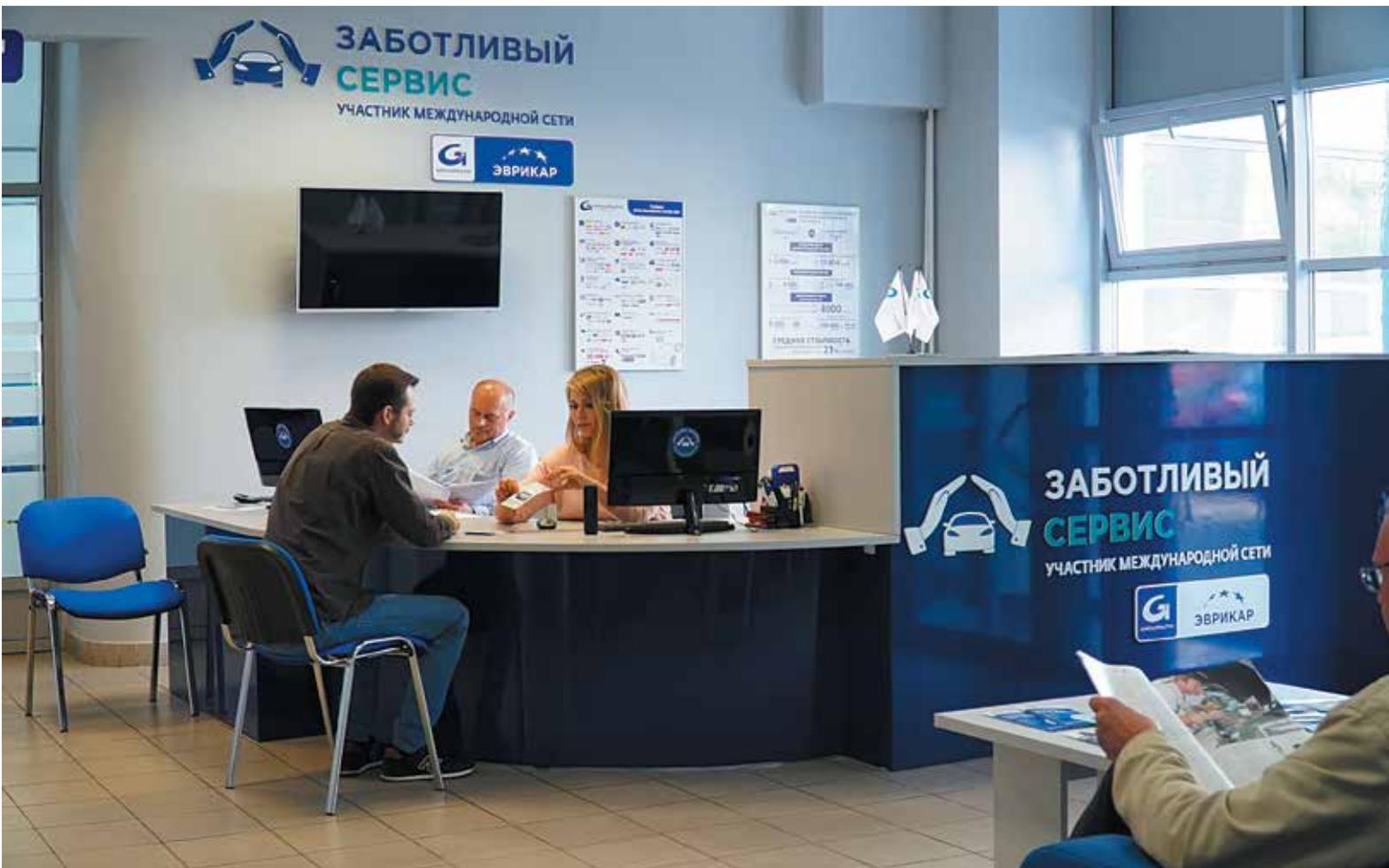


Цепочка лояльности

В современном российском автобизнесе сложилась устойчивая цепочка взаимодействия участников рынка: в нее входят три элемента. Первый – это Поставщики Группы, производители автокомпонентов премиального уровня. Вторая – компании-дистрибьюторы, Партнеры Группы. Наконец, в последнее время растет роль станций технического обслуживания, которые все активнее стараются стать полноправными участниками всех бизнес-процессов. В условиях цивилизованного рынка именно СТО выступает в качестве конечного покупателя запчастей, и автовладелец не должен их приобретать – он покупает у СТО комплексную услугу, в которой автокомпоненты – составная часть.



В этой цепочке крайне важно устойчивое развитие и лояльное взаимодействие всех ее элементов: прочность любой цепи определяется



по самому слабому звену. В условиях структурного кризиса российского авторыннка стать таким «слабым звеном» есть шанс у любого: рынок пересыщен, конкуренция обостряется, наценка на запасные части премиального качества сильно упала. При этом рост автопарка фактически прекратился и перспектив возвращения бурного роста продаж нет: изменилось само отношение людей к автомобилю, вместо частного владения набирает популярность использование такси и каршеринг. Кроме того, потребитель стал более разборчивым и хочет комплексную услугу, причем хорошего качества и за разумные деньги.

От этого кризиса страдают Поставщики запчастей премиум-качества: потребитель хочет дешевый товар, а дистрибьюторам уже не так выгодно продавать их продукцию с низкой наценкой. В этих условиях задача Группы – поддержать долю премиальных брендов на рынке. В текущих условиях добиться этого можно только через СТО, при помощи увеличения доли премиальных запча-



стей в комплексном предложении автосервиса. **Борис Агеев, директор по маркетингу GROUPAUTO Россия:** «В крупных городах доля премиальных брендов на рынке запчастей достигает 60%, но в регионах ситуация иная. Именно поэтому наша стратегия сейчас – идти в регионы, мы видим именно там потенциал развития. Необходимо объяснять СТО, что

продавать премиальные запчасти не дорого, а выгодно».

Компаниям-дистрибьюторам сейчас тоже нелегко: они привыкли продавать всем и все, причем по одним и тем же ценам, что, естественно, лояльности не создавало. Нельзя сказать, что автосервисам



Борис Агеев,
директор по маркетингу
GROUPAUTO Россия



было невыгодно покупать запчасти у дистрибьюторов, им просто было все равно – если цена одинаковая, то не важно, кто продаст деталь: магазин, интернет или дистрибьюторская компания. Лояльный и защищенный канал сбыта для компаний-дистрибуторов – средство выживания и развития в текущих условиях. А обеспечить такую лояльность можно только обеспечением дополнительных сервисов для тех же СТО: подбор запчастей, экспресс-доставка, обмен и возврат и так далее. До сих пор крупные дистрибьюторы федерального уровня напрямую с СТО практически не работали, реализуя продукцию через магазины, интернет, мелких оптовиков и так далее – сейчас это необходимо, даже если придется перестраивать сложившуюся систему работы.

А вот для СТО система лояльного взаимодействия внутри автобизнеса выгодна с самого начала. В этом случае они смогут в принципе увеличить продажу запчастей своим клиентам, если дистрибьютор оперативно обеспечивает их этими запчастями, а производитель гарантирует

качество и поддержку. Более того, СТО смогут нарастить прибыль от продажи комплексной услуги конечному потребителю. В этом заинтересованы и Производители, которые гарантируют сохранение и прирост доли рынка, и дистрибьюторы, которые получают защищенный канал сбыта и увеличенную наценку.

Борис Агеев: «В результате лояльного взаимодействия выигрывает конечный потребитель – автовладелец: благодаря качественно проведенному ТО или ремонту с использованием самых современных технологий и премиальных запчастей, он получает безопасность и комфорт передвижения».

Движение к цели

GROUPAUTO Россия не просто понимает, что происходит на рынке и как надо выстраивать систему лояльного и взаимовыгодного взаимодействия участников рынка, – Группа уже предпринимает значительные усилия для того, чтобы такая система стала реальностью. Вся маркетинговая стратегия Группы нацелена

именно на это. **Борис Агеев:** «Наша первая задача – донести правильную модель взаимодействия и ее выгоды до максимального числа участников рынка. Производители это понимают, поскольку эта система успешно работает за рубежом. Дистрибьюторы тоже, в основном, это осознают. А вот СТО часто просто не знают о своих возможностях в рамках системного взаимодействия».

Важная информационная площадка – региональные конференции, которых GROUPAUTO Россия провела уже более десяти в разных регионах России. В рамках этих мероприятий собираются представители всех трех элементов рынка – производители, дистрибьюторы и руководители независимых СТО. Прямое общение, возможность получить информацию из первых рук и ответы на вопросы в значительной мере способствует тому, что рынок развивается.

Разумеется, конференции ставят перед собой и цель привлечения независимых СТО к проектам Группы. В этом году впервые был проведен конкурс «Лучший автосервис года». По оценкам экспертов, из 40000 СТО



АСТИ: ВЫБИРАЙ ПРА



↑ Егор Драбчук,
директор по развитию сети
«Эврикар – Заботливый сервис»

России рынку реально нужна только половина. В число оставшихся на рынке попадут именно те, кто хочет развивать бизнес, работать современно и эффективно. Именно такая аудитория собирается на конференциях, и именно таких руководителей хочется поддержать при помощи конкурса – а также дать им возможность поделиться с другими СТО своими успешными практиками.

Также в этом году начала работу **Академия GROUPAUTO Россия**, которая непосредственно обучает заинтересованные СТО методам и приемам эффективной работы – и отслеживает результаты, выполняя своего рода наставнические функции.

Для того, чтобы убедить рынок, что система реально работает, и показать это на конкретном примере, Группой был реализован еще один проект: в городе Калуга – обычном областном центре – построили **Дистрибуционный центр ТОПКАР**. Склад работал именно так, как представляется максимально выгодным для всех участников рынка: в ас-

сортименте – только премиальные запчасти, наценка – выше среднерыночной, сервис – на уровне европейских стандартов. В течение года, пока проект реализовывался, пришлось поработать с возражениями и непониманием, но оказалось, что возможность переложить всю ответственность за запчасти с СТО на дистрибуционный центр востребована, когда люди понимают свою прямую выгоду. Многие СТО Калуги, начав работать с дистрибуционным центром, увеличили свои продажи запчастей не на проценты, а в разы.

Итак, руководители СТО получили информацию, прошли обучение и поняли, что работать в цепочке лояльного взаимодействия реально и это выгодно. Логично, что следующим шагом, как показывает европейский опыт, становится присоединение СТО к сети, которая обеспечивает поддержку разного рода, не вмешиваясь в непосредственную работу станции. GROUPAUTO Россия реализует свой **сетевой проект – «Эврикар- Заботливый сервис»**. В этом году будет реализован специальный проект в рамках сети

– «СТО 1». **Егор Драбчук, директор по развитию сети «Эврикар – Заботливый сервис»:** *«Мы открываем учебно-производственную площадку, на которой мы будем отрабатывать как бизнес-практики, так и техническое обучение совместно с поставщиками – в реальных условиях и, что называется, на реальных клиентах. Плюс это будет пример реально работающей сетевой станции, где можно будет посмотреть, как система работает в реальных условиях».*

Суммируя, можно сказать, что GROUPAUTO Россия на данном этапе разрабатывает системы лояльного взаимодействия участников рынка, которые могут масштабироваться и развиваться в разных форматах. Эффективные модели развития бизнеса востребованы рынком. Те, кто пока о них не знает, обязательно узнают в будущем. А те, кто окажется неспособен работать по-новому, просто покинут отрасль – таковы рыночные законы бизнеса. ■

Основная задача Академии GROUPAUTO Россия – обучать и развивать сотрудников независимых СТО

В 2018 году начала работать «Академия GROUPAUTO Россия». Ни для кого не секрет, что одной из острейших проблем российского автосервисного бизнеса является необходимость повышения квалификации сотрудников независимых СТО. При этом крайне трудно обучать персонал самостоятельно, а делать это на высококонкурентном рынке крайне необходимо. О том, чем Академия может быть полезна СТО, рассказывает руководитель Академии Алексей Рассказов.



— Алексей, расскажите об «Академии GROUPAUTO Россия» - для кого она работает, чем может быть полезна независимым СТО?

— Основная задача Академии – обучать и развивать сотрудников независимых СТО. Среди направлений обучения, которые реализуются сейчас – правильное взаимодействие с кли-

ентами, чтобы автосервис мог больше зарабатывать, а клиент оставался удовлетворенным и лояльным. Помимо обучения контактирующего персонала, в Академии существует программа обучения для руководителей СТО. В этом курсе мы структурируем бизнес-процессы автосервиса, показываем «узкие» места, объясняем, как правильно мотивировать персонал СТО.



— Многие руководители СТО уверены, что они и сами все знают – имеют многолетний практический опыт, навыки отработаны. Что бы вы им сказали?

— Опыт имеет огромное значение, с этим не поспоришь – но дьявол, как всегда, кроется в деталях. В ходе проведения аудитов СТО – как с помощью «тайных покупателей», так и очного посещения с проверкой качества работы и общения с клиентами – всегда находят «точки роста», которые можно развить с помощью обучения. А точки роста – это дополнительная прибыль. Задача Академии – структурировать знания, сформировать более эффективную систему работы и увеличить прибыль станции.

— На что бы вы обратили внимание после первых тренингов в разных городах России? И на что планируете делать акцент в обучении?

— Самое главное, на что мы обратили внимание, – квалификация людей, которые непосредственно взаимодействуют с клиентом. Они являются хорошими специалистами по ремонту автомобиля, но им не хватает навыков «продажников». Часто они не понимают, зачем предлагать клиенту дополнительные услуги, если он приехал просто поменять масло, не всегда предлагают услуги в комплексе (а это позволяет клиенту



сэкономить время и деньги) - и я могу приводить еще много таких примеров. Цель наших тренингов – перевернуть сознание сотрудника: мастер-консультант может и должен предлагать клиенту дополнительные услуги. Практика показывает, что есть услуги, про которые сами мастера даже не знают – например, антибактериальная обработка кондиционеров. Услуга по замене салонного фильтра стоит примерно 500 рублей, а антибактериальная обработка – в три раза дороже, соответственно, и зарабо-

ток на этой работе больше, но главное даже не в этом.

Вот случай. Женщина приехала в сервис с жалобой на неприятный запах в салоне - ей показалось необходимым поменять коврики. Мастер даже не удосужился осмотреть её автомобиль и заказал новые ковры. Каково же было её раздражение, когда замена ковров ничего не дала – жалобы достались сервису, который не помог. Я сел вместе с ней в автомобиль и сразу стало

понятно, что не в отсыревших коврах было дело - хозяйка никогда не делала обслуживание своего кондиционера, за три с половиной года владения автомобилем ей ни дилер, пока машина была на гарантии, ни СТО не предложили эту услугу. Мы выполнили антибактериальную обработку, и через два дня она позвонила и сказала: «Спасибо! Запах перестал беспокоить».

— **Считается, что лучше всего процесс обучения организован у дилеров. Есть какая-то принципиальная разница между вашими тренингами и дилерским обучением?**

— Действительно, система обучения в дилерских сетях давно выстроена и структурирована. Но зачастую мировые стандарты не учитывают российскую специфику, наш менталитет, а это не правильно. Разрабатывая программу, мы изучали дилерский опыт, зарубежный опыт и убедились – необходимо адаптировать обучение под реалии нашего рынка.

Ещё одной проблемой в обучении является то, что большинство тренеров – бывшие руководители дилерских СТО. Они либо не работали мастерами-консультантами, либо работали очень давно, когда рынок активно рос и очереди на СТО были на несколько месяцев вперед. Если человек опаздывал на 15 минут, его перезаписывали на следующий визит через месяца, и клиент был вынужден обходиться без авто, чтобы не «слететь с гарантии». У них нет реального опыта работы в продажах в период затяжного кризиса.

Еще один момент, который отличает наши тренинги от дилерских, – большой акцент на отработку навыков продаж. В независимых СТО работает множество очень грамотных технических специалистов, но продавать они умеют не всегда – и этому надо учиться.

— **Какие курсы есть уже сейчас?**

— Мы уже разработали программу для руководителей сервисов. Она состоит из трех курсов. Первый – «Основы организации сервиса», где рассматриваем факторы, которые влияют на выручку, принципы анализа и планирования деятельности, структуру продаж. Второй курс – тоже двухдневный – «Управление персоналом». Изначально мы думали давать этот курс в конце, но практика показала, что после обучения руководитель приезжает на СТО и начинает внедрять полученные знания – и сталкивается с сопротивлением своего персонала. Уволить всех и набрать новых – самый простой, но не всегда



верный путь. Мы говорим о постановке целей, о мотивации сотрудников и подробно о способах нематериальной мотивации, о командной работе, о качественной оценке работы персонала (KPI). Третий курс «Клиентоориентированный сервис», в котором участники изучают, как сформировать культуру взаимодействия с клиентом, как удерживать автовладельцев, как оценивать, насколько реально клиенты лояльны СТО. Многие станции сейчас начинают обзванивать клиентов и уточнять, все ли им понравилось при последнем обслуживании? Не каждый клиент скажет, что не понравилось, чаще всего говорят: «Хорошо», но больше на станцию не приезжают. На этом курсе мы даём участникам инструменты, позволяющие оценивать реальное положение дел.

Многие директора автосервисов полагают, что главная «боевая единица» в НСТО — это профессиональный механик и диагност. Действительно, именно их работа кормит сервис — при одном «но»: если «контактный персонал», администратор не запишет клиента на сервис, а мастер не сможет продать услуги, то механику будет просто нечего делать. Первый тренинг посвящен навыкам продаж в НСТО, второй – работе с возражениями, в том числе с типичными, третий курс – по клиентоориентированному сервису: как коммуницировать с клиентами и между сотрудниками сервиса.

Отдельный курс есть и для администраторов сервисов, в котором отрабатываются действия, которые преобразовывают входящий трафик звонков в реальные визиты клиентов



на сервис. Большинство прослушиваемых нами звонков на сервис сводятся к следующему. Клиент обзванивает несколько сервисов, чтобы определиться, куда ему поехать. Он звонит и спрашивает: «Сколько стоит, к примеру, ТО?» Администратор: «Столько-то!». Клиент: «Я подумаю, и затем перезвоню!». Администратор: «Хорошо, обращайтесь! До свидания!» Всё. Задайте себе вопрос: за это ли вы платите, когда заказываете «лиды» в контекстной рекламе? За консультации по телефону? Для этого мы разработали курс, целью которого является повышение конверсии входящих звонков в реальные машинозаявки. На этот курс мы приглашаем также и мастеров-консультантов, т.к. они тоже часто общаются с клиентами по телефону и записывают на обслуживание.



После обучения мы обеспечиваем слушателей посттренинговой поддержкой как дистанционно, так и на станции. Для чего это нужно? Обучение само по себе имеет краткосрочный эффект, в среднем от двух недель до месяца – в зависимости от того, насколько замотивирован сотрудник. Поэтому очень важно применение полученных знаний в работе. Если в течение двух месяцев они активно применяются, то эффект от обучения становится постоянным. Поэтому после тренинга важна посттренинговая поддержка и правильная мотивация персонала. А это возможно при синергетическом сотрудничестве Академии и руководства НСТО.

— Обучение платное? Кому оно доступно, и как быть небольшим сервисам в регионах?

— Да, цена – 5000 рублей за день тренинга. По нашим расчетам, прибыль СТО по результатам обучения может увеличиться на 20% после прохождения обучения и до 40% при внедрении навыков на НСТО (в этом случае обучение будет иметь наиболее ярко выраженный экономический и длительный эффект), что с лихвой окупит расходы на сам тренинг. Принять участие может любая СТО. При этом результат смешанных групп всегда выше, т.к. люди активно обмениваются опытом в процессе обучения. Мы приедем в регион, чтобы провести тренинг для группы в 12 – 16 слушателей. Именно такой должна быть группа для эффективного тренинга, поскольку в ходе тренинга проводится работа в малых группах,



игры и тому подобное – необходимо определенное число участников.

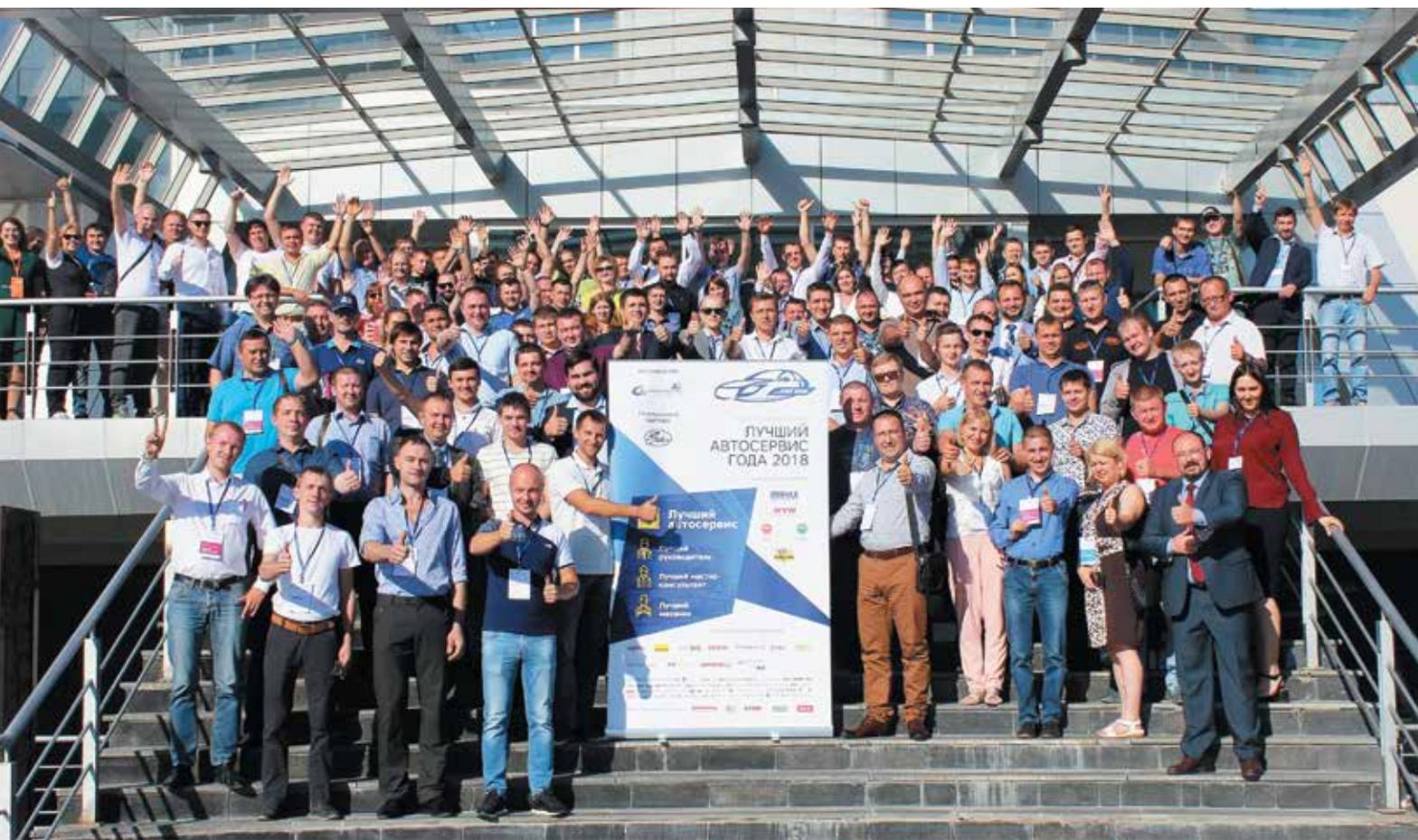
— Как проект будет развиваться в будущем?

— Будут появляться новые курсы: в планах – обучение маркетингу автосервиса, юридическим вопросам, ИТ-решениям и другие программы, которые будут востребованы участниками обучений. Также в планах обучение механиков в сотрудничестве с представителями мировых компаний-производителей качественных запасных частей. Названия этих компаний известны – все они являются Поставщиками GROUPAUTO Россия. Опыт Поставщиков Группы - и наш собственный - говорит о том, что большинство случаев поломки детали связано не с заводским браком, а с ее неправильной установкой.

Обучение на тренингах Академии очное, поскольку отработка навыков требует активного взаимодействия участников процесса и тренера. Но есть некоторые темы, например, «юридические аспекты сервиса», которые не предусматривают тренингового формата, здесь мы будем разрабатывать курсы в виде вебинаров.

Как я уже говорил, пройти обучение в Академии может сотрудник любого независимого сервиса. Узнать об обучающих программах Академии, подать заявку на участие можно на сайте GROUPAUTO Россия groupautoros.ru в разделе «Мероприятия», в Телеграмм-чате или на странице в Фейсбуке. ■

«Лучший автосервис года» конкурс в котором нет проигравших



Выявить и поощрить лучших руководителей российских автосервисов – задача конкурса «Лучший автосервис года – 2018», который впервые в этом году и в таком масштабе проводит GROUPAUTO Россия.

Стратегическая задача GROUPAUTO Россия – познакомить российский автосервисный бизнес с преимуществами системы лояльного взаимодействия в цепочке «поставщик – дистрибьютор – СТО» и создать системы эффективного сотрудничества между участниками рынка, которые можно масштабировать в зависимости от конкретной ситуации. Для достижения этой цели Группа пос-

тоянно расширяет свою маркетинговую активность, стремясь охватить максимальное число регионов, сервисных станций и руководителей.

В этом году количество проектов, реализуемых GROUPAUTO Россия, выросло: в числе значимых для всего рынка событий появился федеральный конкурс «Лучший автосервис



года – 2018». И масштаб этого мероприятия действительно впечатляющий: четыре региональных этапа, более тысячи участников со всей России и, разумеется, ценные призы и подарки.

Проведение конкурса для Группы заключается не в том, чтобы просто собрать и наградить лучших. Десятки проведенных региональных конференций и семинаров показали, что есть активная группа руководителей СТО – это люди, которые многого добились и постоянно стремятся к совершенствованию своего бизнеса. Этот конкурс именно для них, и в этом случае он достигает трех целей.

Во-первых, формируется круг руководителей, заинтересованных и действительно живущих своим делом. Им адресованы все проекты Группы, ее Поставщиков и Партнеров, с ними надо поддерживать постоянную связь.

Во-вторых, этих людей хочется поддержать – в первую очередь, морально, показать, что их труд высоко оценивается профессиональным сообществом, что их успехам радуются в отрасли.



И, наконец, в-третьих, у эффективных СТО есть собственные наработки, бизнес-практики, которыми они могут поделиться с коллегами, но они не имели до этого подходя-

щей площадки. А реальный практический опыт чужих успехов – и неудач, кстати, тоже, – для действующих станций может оказаться полезнее десятка тренингов.



Ни для кого не секрет, что российский автосервисный бизнес по-прежнему остается стихийным, мало организованным и не структурированным. Конкурс «Лучший автосервис года – 2018» способствует самоорганизации отрасли, задает образцы для подражания и служит развитию бизнеса в целом. В этом – его важнейшее значение не только для Группы, но и для всего рынка.

Алина Окорокова, менеджер по маркетингу по странам СНГ, компания Gates:

— Компания Gates не в первый раз становится партнером профессионального соревнования на рынке послепродажного обслуживания автомобилей. В прошлом году мы поддерживали конкурсы для автомехаников, которые проводились на региональном и фе-

деральном уровне организациями, обучающими этих специалистов. В 2018 году мы выступаем партнером конкурса GROUPAUTO Россия в более широком масштабе. Не только механики по ремонту транспортных средств, но и сами сервисные станции будут сражаться за звание лучших в сфере ведения бизнеса и коммерческой эффективности. Мы уверены, что это мероприятие имеет важное значение для рынка, по-



сколько дает возможность улучшить уровень сервиса среди участников и предоставить услуги владельцам автомобилей на высоком качественном уровне. Также, оказывая поддержку конкурсу, мы показываем, что Gates как всемирно известный производитель автокомпонентов OE-качества заинтересована в поддержке независимых СТО и стремится привлечь внимание станций к непрерывному улучшению

бизнес-процессов и повышению качества работ и услуг. Устанавливая высококачественные запчасти от надежного поставщика, сервисная станция и ее клиент – владелец автомобиля получают гарантию уверенности.

В результате соревнования определится лучший автосервис России и лучшие специалисты в сфере ремонта и технического обслуживания автомо-

билей. Они получают награды от организаторов – не только ценные призы, но и возможности для развития бизнеса и профессионального роста.

Мы желаем всем участникам удачи, непрерывного развития и процветания.

Названы лучшие специалисты и СТО Сибири и Дальнего Востока

Первый региональный финал конкурса национальной премии «Лучший автосервис года 2018» состоялся в Новосибирске. Десять финалистов по каждой номинации, победители первого тура испытаний, собрались 24 июля в конгресс-холле отеля «Горский», чтобы побороться за звание «Лучшего в регионе Сибирь и Дальний Восток» в своей номинации: «Лучший автосервис», «Лучший руководитель», «Лучший мастер-консультант» и «Лучший механик».



Представители более четырех десятков независимых автосервисов Сибири и Дальнего Востока прибыли в Новосибирск, чтобы принять участие в финале регионального этапа. География участников впечатляет. Это профессионалы из Новосибирска, городов Кузбасса, Тюменского Севера, Хабаровского края и других регионов восточной зоны страны. В составе участников конкурса - как начинающие специалисты и руководители, так и те, кто посвятил автосервисному делу не один десяток лет.

Учитывая высокую заинтересованность производителей автокомпонентов в лояльном взаимодействии с СТО, организацию конкурса поддержали многие мировые производители качественных запасных частей и компонентов - Поставщики GROUPAUTO Россия. Генеральным партнером Премии выступила компания GATES. Официальным партнером стали компании MANLE, NGK, KYB, BARD AHL. Спонсорами мероприятия стали компании Lesjofors, TEXTAR, NTN SNR, JPG Group, Lynx, Valeo. Поддержку Премии оказали: федеральные сети независимых СТО - FIT Service, Фильтер и «Заботливый сервис». Организатором конкурса выступила GROUPAUTO Россия - крупнейший российский Союз продавцов качественных запасных частей.

В состав жюри конкурса вошли представители поставщиков Группы, эксперты рынка и журналисты отраслевых СМИ.

Борис Агеев, директор отдела маркетингу GROUPAUTO Россия: «У этого конкурса несколько задач. Это, прежде всего, объединение участников нашего профессионального сообщества. Рынок может

развиваться только в рамках лояльного взаимодействия между дистрибьюторами, производителями автокомпонентов и профессионалами автосервисов. Сегодня авторынок пребывает в кризисе, спрос сильно упал, сократился средний пробег и средний чек за ремонт, снизилась доля ТО и планово-предупредительного ремонта, усилилась конкуренция. При таком состоянии рынка из 40 тысяч авторемонтных предприятий, работающих в России, будет востребована только половина. И чтобы двигаться дальше, чтобы развиваться, предприятиям автосервиса нужно меняться. В связи с этим цель GROUPAUTO Россия состоит в том, чтобы руководителям и специалистам автосервисных станций рассказать, что такое эффективная модель ведения бизнеса. Сегодня ни одна станция не может существовать без продажи запасных частей, и это является основой экономики СТО. Второе. Нам, как представителям интересов премиальных брендов, немаловажно, какие запасные части станция использует в своей работе. Премиальные бренды позволяют давать клиентам СТО комплекс гарантий на свои услуги. Поэтому данный конкурс мы рассматриваем как связующее звено между производителями и автосервисами.

И еще один момент, который мы хотели донести до профессиональной аудитории на наших мероприятиях. Это то, что дальнейшее развитие рынка послегарантийного обслуживания автомобилей невозможно без сетевого формата. И нам важно, чтобы станции приходили в такие проекты, потому что, используя сетевой ресурс, они могут быть успешными».

В конгресс-холле отеля «Горский» в Новосибирске собрались участники, которые уже прошли первые испыта-

ния и набрали наибольшее количество баллов в заочном этапе. Но не менее сложные испытания были подготовлены организатором для финала регионального этапа национальной премии «Лучший автосервис года 2018».

Правила конкурса были предельно ясны. В ходе первого финального испытания проверялись теоретические знания: участники отвечали на вопросы различной степени сложности – неординарность вопросов позволила сделать конкурс интересным и одновременно творческим.

Участники были разбиты на три группы – руководители СТО, механики, мастера-консультанты. На выполнение заданий теоретической части было выделено полчаса. Затем жюри подвело итоги данного этапа.

Самый захватывающий, зрелищный, финальный этап состоялся в учебном центре FIT Lab, где механикам предстояло выполнить три практических задания. Они соревновались в умении менять ремень по технологии, определять соосность шкивов и определять исправность подшипников. На выполнение первого задания было отведено восемь минут, а остальных заданий по две минуты. За точностью и соблюдением регламента и правильностью решений следила группа экспертов – членов жюри.

Николай Кургин, территориальный менеджер компании Gates: «Конкурсное задание непростое. Автомеханик за определенное время должен был с помощью лазерного нивелира выявить несоосность системы привода навесного оборудования. Мы оцениваем это конкурсное задание как нестандартное, учитывая некоторые особенности автопарка регионов Сибири и Дальнего Востока. Отмечу, что механики продемонстрировали примерно равный уровень подготовки и профессиональных навыков. Я убедился, что стоит доносить до авторемонтников гораздо больше информации».

Сами участники состязания автоматостеров тоже высоко оценили проведенное мероприятие и свое участие.

Александр Гофман, автомеханик сервисного центра «Бизон» (г. Кемерово), занявший 3 место в номинации «Лучший механик автосервиса» региона Сибирь и Дальний Восток: «Конкурс дал очень многое. Во-первых, это понимание, что надо куда-то дальше стремиться. Во-вторых, практическая часть конкурса показала, что в нашей текущей практике желательно применять те наработки и технологии, которые сегодня востребованы и предлагаются производителями автокомпонентов».

В ходе конкурсного дня, пока финалисты проходили испытания, для гостей мероприятия, приехавших поддержать своих коллег – участников финала, были проведены викторина с розыгрышем



призов и бизнес-тренинги. Бизнес-тренеры Ольга Зырянова и Владимир Миненко раскрыли ряд интересных аспектов общения с клиентами автосервисов, формирования команды и другие актуальные вопросы.

Александр Синюта, мастер-консультант, предприятие «Z Pro Garage» (г. Хабаровск): «Участие в таком состязании – это новый для меня опыт. Мне понравились интересные тренинги, в ходе которых ставились вопросы, как понять клиента, прежде чем предлагать наши услуги. Это было не только познавательно, но очень интересно и принесет пользу в дальнейшем. Понравилась организация мероприятия. Хочется пожелать организаторам – развития и еще больше участникам».

Александр Курганов, руководитель ООО «Ресурс Авто 100» (г.Сургут): «Мне приятно, что наше предприятие по итогам конкурса названо лучшим в Сибири и Дальнем Востоке. Это высокая оценка нашего труда. Без команды, без командного духа, одними лидерскими качествами вряд ли можно было победить. Мы уделяем много внимания формированию коллектива, проводим обучение сотрудников, технические тренинги, сертификацию и т.д. Поэтому вся совокупность факторов и дала этот высокий результат. Впереди испытание в Москве».

По итогам всех этапов конкурса были названы победители и призеры регионального этапа Сибири и Дальнего Востока.

«ЛУЧШИЙ МЕХАНИК АВТОСЕРВИСА» - Илья Милевский, FIT Service г.Томск.

Призеры:

- Максим Кирилук, «Ресурс-Авто 100», г. Сургут
- Александр Гофман, автосервис «Бизон», г. Кемерово

«ЛУЧШИЙ МАСТЕР-КОНСУЛЬТАНТ» - Артем Атякшин, FIT Service, г. Новосибирск.

Призеры:

- Богдан Вуец, «Ресурс-Авто 100», г. Сургут
- Евгений Симахин, автоклуб «Бункер», г. Новосибирск

«ЛУЧШИЙ РУКОВОДИТЕЛЬ АВТОСЕРВИСА» - Андрей Черней, FIT Service, г. Новосибирск.

Призеры:

- Александр Курганов, «Ресурс-Авто 100», г. Сургут
- Андрей Лысенко, СТО «Браво», г. Иркутск

СПЕЦНОМИНАЦИЯ «ЛУЧШИЙ МИНИ-СЕРВИС» - FIT Service (ИП Пономарев) г.Новосибирск

Призеры:

- Z-pro Garage, г. Хабаровск
 - АвтоТехЦентр 777, г. Красноярск
- «ЛУЧШИЙ СЕРВИС ГОДА»** - «Ресурс-Авто 100» (г.Сургут)

Призеры:

- FIT SERVICE, г. Томск
- Автоклуб «Бункер», г. Новосибирск

Победителям и призерам были вручены ценные призы от организатора конкурса GROUPAUTO Россия: поездки на регату, сертификаты на обучение в Академии «GROUPAUTO Россия», профессиональное оборудование. Партнеры и спонсоры конкурса также поощрили победителей. Главный приз – установка для обслуживания кондиционеров от компании MАНHE – была подарена победителю основной номинации «Лучший автосервис года» региона Сибирь и Дальний Восток – автосервису «Ресурс-Авто 100», г. Сургут

Победителям и призерам профессиональных номинаций «Лучший руководитель» и «Лучший мастер-консультант» были вручены особые призы от компаний Lesjofors и JP Group – поездки в Швецию и Данию с посещением производств этих европейских компаний.

Победитель и призеры профессиональной номинации «Лучший механик» были награждены набором профессиональных инструментов.

Все победители и призеры регионального финала получили возможность принять участие в национальном финале, который состоится 27 августа в Москве и побороться за звание «Лучшего из лучших» в своей номинации. ■

Маркетинг в поддержку



Обладая огромным опытом продвижения продукции на рынках самых разных стран мира, только производители автозапчастей премиального уровня способны предложить своим российским клиентам широчайший ассортимент всевозможных механизмов маркетинговой поддержки.

Эксперты статьи:

Алина Окорокова,
региональный менеджер по маркетингу Gates в странах СНГ

Дамир Багаутдинов,
«ИХР ГмБХ Хофмайстер+Румпф»,
представительство европейских производителей автозапчастей

Алексей Сердюк,
технический тренер, МАЛЕ РУС

Важность маркетинга на современных высоко конкурентных рынках, к коим, несомненно, относится и российский рынок автозапчастей, сложно переоценить. Было бы ошибкой считать маркетинг только инструментом продвижения или только лишь рекламы продукции или услуги. Маркетинг – это гораздо более обширное понятие: это совокупность действий и процессов, направленных на создание имиджа, повышение узнаваемости, привлекательности бренда, управления взаимоотношениями с партнерами и клиентами и т. д. Строго говоря, сегодня в литературе приводится очень большое число определений маркетинга, и каждый предприниматель найдет в нем что-то особенно нужное ему. Следует помнить, что маркетинг – это не само собой разумеющаяся функция, не просто элементарное действие, обеспечивающее востребованность у потребителя твоего товара или услуги. Маркетинг, по сути, это искусство, это умение убеждать и обосновывать то, что предложенное тобой – самое лучшее и наиболее подходящее твоему клиенту, что оно таковым является сейчас и останется им впредь, поэтому и завтра тоже лучше использовать именно этот товар или услугу.

Самостоятельно независимому сервису чрезвычайно сложно в полной мере осуществлять надлежащую маркетинговую деятельность. Дилерские центры, работающие под эгидой транснациональных автомобилестроительных концернов,

имеют мощный арсенал средств и способов маркетинга, обеспечивающих поддержку автобренда. А вот независимая СТО их лишена. Но производители премиальных автозапчастей легко компенсируют этот недостаток, предлагая свою помощь в этом деле. Если правильно использовать эту помощь, если разумно ей распорядиться, конкурировать с более маститыми соперниками станет значительно проще.

Алина Окорокова, региональный менеджер по маркетингу Gates в странах СНГ:

— *Маркетинговая поддержка от производителя автокомпонентов несомненно важна для развития рынка и включает развитие его участников прежде всего. Gates предоставляет участникам рынка – дистрибьюторам, СТО, розничным магазинам – различные инструменты для повышения эффективности бизнеса, сервисы высокого качества для повышения профессионализма персонала, а также для обеспечения осведомленности автовладельцев.*

Дамир Багаутдинов, «ИХР ГмБХ Хофмайстер+Румпф», представительство европейских производителей автозапчастей:

— *Каким бы совершенным ни был продукт, будь он трижды поставщиком, об этом может никто не знать. При появлении этого продукта в aftermarket ему необходим комплекс маркетинговых мероприятий — как для выхода на российский рынок, так и для поддержания, увеличения своего куска пи-*

рога. Это и интерактивные инструменты: сайт, социальные сети с постоянно пополняющимися статьями, новостями, и старая проверенная «бумага»: каталоги, плакаты, буклеты и т.д.

Мало иметь вкусную конфету, нужна еще и красивая обертка и инструкция, как ее скушать с максимальным удовольствием. Эффективно, когда производитель «идет в люди», сотрудничает напрямую с конечным потребителем – СТО. Сейчас очень важно «держать руку на пульсе» потребителя.

Наша компания, ИХР ГмбХ Хофмайстер+Румпф, представляет в России, СНГ, странах Центральной Европы и Прибалтики более 10 брендов европейских производителей автозапчастей, так что маркетинговая поддержка – наш каждодневный труд.

Дамир Багаутдинов, безусловно, прав. Маркетинг – это действительно каждодневный труд. И только если он ведется достаточно эффективно – он дает положительный результат. Его нельзя откладывать, на нем нельзя экономить, к нему нельзя относиться как к чему-то второстепенному и не достаточно важному. Иначе завоеванные прежде позиции очень легко потерять.

Причем это дело должно вестись по нескольким направлениям коммуникации с автовладельцем: и через виртуальные каналы, и через не устаревающую классику в виде личного общения, и другими путями.

Нельзя просто сказать: «Эти детали самые лучшие». Такое громкое заявление может и произведет на кого-нибудь эффект, но все равно довольно слабый. И уж точно не станет поводом для завязывания долгосрочных взаимоотношений. Именно умение обоснованно доказать, объяснить автовладельцу, почему он должен приобретать эти, на самом деле, самые лучшие детали, правильно их установить, дать соответствующие рекомендации – уделив клиенту столько внимания, сколько он требует – это и есть высший пилотаж маркетинга, в итоге приводящий к повторным клиентским визитам, к доверию и лояльности клиентов.

Поэтому, как видите, в маркетинге тесно переплетаются практически все аспекты жизнедеятельности современного предприятия автотехобслуживания. Тут и технологии, и искусство коммуникации, и планирование, и реклама.

Естественно, деятельность СТО станет в разы легче, когда часть этих забот возьмет на себя производитель премиальных автокомпонентов, с которым она сотрудничает. И производители как раз премиальных автокомпонентов с легкостью берут на себя даже не просто часть забот, а весьма значительную долю. Что собственно и отличает производителей запчастей премиального уровня от всей остальной массы брендов, в том или ином виде представленных на рынке и никоим образом себя в этом аспекте не проявляющих.

Вот, например, компания **MONROE** ведет активную маркетинговую деятельность по основным каналам коммуникации, включая социальные сети. Особый акцент делается на социальные сети и средства интернет-продвижения, потому что они имеют широчайший охват. Регулярно появляется новая информация о продуктах, о самой компании, чтобы автовладельцы больше узнавали о бренде, о том, что он собой представляет и какие возможности по удовлетворению потребностей автомобилистов имеются в его распоряжении.

Благодаря умелым действиям в данном русле удалось собрать очень большую аудиторию, в которой даже появились добровольные, скажем так, «амбассадоры» марки – своего рода посланники, которые энергично вовлечены в коммуникацию и своими сообщениями, своими постами и комментариями поддерживают бренд. Тем самым увеличивается его популярность, а самое главное – растет уровень доверия автовладельцев к бренду, что самым благоприятным образом сказывается на продажах.

Компания **MONROE** очень серьезное внимание уделяет средствам электронной коммуникации с рынком и аудиторией. Это сейчас крайне популярный и востребованный канал, позволяющий максимально эффективно решать многие маркетинговые вопросы, в том числе и в области поддержки клиентов, продвижения бренда, его популяризации.



Ясность вместо пустых слов: 5-летняя гарантия.

Профессионалы в автосервисе не нуждаются в пустых обещаниях – им нужно качество, на которое они могут положиться. Поэтому для зарегистрированных партнеров мы обеспечиваем 5-летнюю гарантию на все товары ContiTech Power Transmission Group для рынка послепродажного обслуживания автомобилей.

Без «если» и «но». www.contitech.de/5



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр. 4.

На сайте запущена новая форма обратной связи, представлена информация о наших дилерах, о тех организациях, где можно приобрести нашу продукцию. Мы постоянно рассказываем о новинках, всеми возможными способами доносим новую информацию до аудитории.

Наряду с официальным сайтом работает и русифицированный информационный портал TADIS. В первую очередь он ориентирован на технических специалистов и содержит большие объемы технических сведений, так что он тоже обеспечивает и достойную маркетинговую поддержку.

В специальном разделе можно найти исчерпывающую информацию о продукции и помощь в продажах. Там находятся все каталоги систем рулевого управления и подвески, а также систем контроля выхлопных газов. В «Сведениях о продукции» представлены подробные описания товарных линеек, их преимуществ и особенностей, предназначения и характеристик/свойств.

Есть и интересные факты, которые помогают сотруднику СТО или торговой организации вести уверенный диалог с клиентом, доносить до него важные нюансы, убеждать и обосновывать свои заключения. Например, при износе амортизаторов на 50% и при движении обычного автомобиля со скоростью 80 км/ч по неровной дороге тормозной путь увеличится на 2,6 м. А при использовании в автомобиле антиблокировочной системы, с изношенными на 50% амортизаторами, при движении среднего автомобиля со скоростью 50 км/ч по неровной дороге тормозной путь увеличится на 5,8 м (больше чем в два раза по сравнению с таким же автомобилем без ABS). Кроме того, износ амортизаторов на 50% повышает усталость водителя на 26%. При возникновении усталости скорость реакции водителя на внешние факторы быстро падает, повышая риск возникновения аварии. Ну и такой факт: во время дождя, если износ амортизаторов составляет 50% и на поверхности дороги имеется лужа глубиной 6 мм, автомобиль входит в аквапланирование на скорости 109 км/ч, тогда как такой же автомобиль с новыми амортизаторами – на скорости 125 км/ч.

Если механик или мастер-приемщик все это корректно изложит водителю, вряд ли тот не согласится с тем, что проверка амортизаторов очень желательно проводить каждые 20 000 км и заменять их каждые 80 000 км.

И это лишь один из примеров информации, которую можно найти на портале TADIS. Согласитесь, она, несомненно, может оказаться весьма продуктивной и оказать серьезную помощь в продажах как запасных частей, так и услуг любому профессиональному автосервису.



Значительную маркетинговую поддержку оказывает своим клиентам **MAHLE**. **Алексей Сердюк, технический тренер, МАЛЕ РУС:**

— На сегодняшний день мы активны в части маркетинговых коммуникаций. Интенсивность взаимодействия со всеми партнерами без исключения возрастает. Мы в максимальной степени реализуем все, что запланировали.

Вероятнее всего, «МАЛЕ РУС» выполнит годовой план по техническим и продуктовым тренингам, проведено более 60 таких мероприятий. Тренинги проводятся в России, в Белоруссии и Казахстане. Конечная цель заключается в том, чтобы сделать информацию о MAHLE и о продукции доступной для большего числа игроков рынка. На тренингах представители компании информируют о передовых разработках и исследованиях, позициях в автомобилестроении, двигателестроении. Работа по продвижению брендов MAHLE также включает в себя тренинги по продуктам и по продажам, основной упор делается на конкурентные свойства и преимущества продукции. Кроме того, каждый год проводятся федеральные мотивационные маркетинговые кампании. В 2018 году первая кампания уже завершена, и в скором времени стартует следующая. Обе направлены конечным потребителям (B2B) – СТО и магазинам автозапчастей. Проводниками акций выступают дистрибьюторы, которые транслируют механику и предпочтения.

Алексей Сердюк:

— По результатам первой маркетинговой кампании мы получили хороший отклик, смогли смотивировать клиентов и простимулировать продажи. Основной призовой фонд – 52 установки по обслуживанию кондиционеров, которые уже отправились к победителям. Дистрибьюторы отметили, что участники выполняют условия и увеличивают свои закупки.

Кроме того, мы организуем посещение самых эффективных производств концерна

MAHLE в мире. Мы считаем, что очное знакомство с передовым высокотехнологичным производством является важной компонентой формирования лояльности клиентов к нашим брендам. Ежегодно осуществляем минимум 6 поездок для групп численностью 20 человек.

Также, кроме всего вышеперечисленного, компания уделяет большое внимание информационной кампании в медиапространстве. В общей сложности в различных тематических изданиях и порталах размещается более 30 аналитических материалов, содержащих информацию о MAHLE и преимуществах его продукции.

В будущем планируется продолжить работу не только в данном направлении, но и запустить программу лояльности для клиентов, что позволит добиться гораздо более заметных успехов в работе с конечными потребителями.

Gates имеет в своем арсенале обширный список онлайн и офлайн инструментов. GatesTechZone.com – открытый онлайн портал 24/7 для профессиональных автомехаников, где они могут найти рекомендации по ремонту и техобслуживанию систем ременного привода, а также систем охлаждения и подачи топлива, технические бюллетени по отдельным применениям на различных двигателях, указания по диагностике, информацию о продукции, видео материалы, загрузить руководства по ремонту, узнать о защите от подделки. GatesAutocat.com – простой инструмент по поиску и подбору запчастей, онлайн-каталог, необходимый для дистрибьюторов и их клиентов. Лояльные СТО и розничные точки могут стать участниками программ авторизации от Gates и получить расширенную маркетинговую поддержку: различные POS материалы (флаги, дисплеи, брошюры, плакаты) и торговое оборудование для улучшения процесса продажи продукции Gates, повышения известности товаров на рынке и ее визуализации в местах продаж. Проводятся различные типы

трейд-маркетинговых акций на рынке СНГ, чтобы поддерживать дистрибьюторов и повышать лояльность к бренду Gates со стороны конечных потребителей.

Алина Окорокова:

— Маркетинговая поддержка от Gates очень гибкая и в то же время сфокусирована на нуждах СТО. Мы открыты к экспериментам, организовываем профессиональные конкурсы на федеральном и региональном уровне, уделяем много внимания тесной работе со станциями техобслуживания, поскольку они предоставляют нам информацию и обратную связь из первых рук. Мы также проводим вебинары, чтобы быть ближе к рынку, и таким образом имеем возможность обсуждать с представителями СТО их запросы.

Следовательно, мы отвечаем на потребности людей, которые работают с продукцией и технологиями Gates на ежедневной основе и делаем их работу легче и эффективнее. Это профессионалы СТО – автомеханики, мастера-приемщики, руководители СТО и розничных торговых точек, сотрудники дистрибьюторов.

«ИХР ГмБХ Хофмайстер+Румпф», как уже было отмечено, представляет на нашем рынке более 10 брендов европейских производителей автозапчастей. **Дамир Багаутдинов:**

— Одно из маркетинговых мероприятий для производителя деталей двигателя премиум качества — компании **NPR of Europe** — продвижение продукции. Мы встречаемся с сотрудниками автосервисов и проводим для них презентации продуктов, вручаем каталоги, рабочие материалы и, конечно, дарим нужные в хозяйстве сувениры.

Для лучшего производителя грузовых кузовных деталей на aftermarket — итальянской компании **Covind** — мы также проводим кампанию по посещению СТО. Здесь фокус нацелен на оригинальных дилеров, специализирующихся на ремонте европейских грузовиков, ведь Covind — это идеальное решение для тех дилеров, которые хотят сохранить бескомпромиссное качество и при этом сэкономить деньги клиента.

Очень интересная программа поддержки СТО связана с компанией **Bilstein** — немецким производителем амортизаторов, пружин, пневмоподвески. Она заключается в создании сети СТО Bilstein Expert. Многие хотят не просто приобрести лучшие для своего железного друга амортизаторы Bilstein, но и быть уверенными, что эти амортизаторы установят квалифицированные специалисты, сертифицированные производителем. Bilstein Expert предоставляет такую возможность. Найти этих специалистов можно легко на сайте www.bilstein.com.

Bilstein Expert позволяет обучать и информировать сотрудников СТО о новшествах, обращать внимание на ошибки при установке. Для СТО Bilstein Expert — это дополнительный поток клиентов, для владельцев авто и дистрибьюторов — уверенность, что амортизаторы установят правильно. Для производителя — увеличение числа любителей Bilstein, для которых автомобиль не просто средство доставки из точки А в точку Б, а возможность получения удовольствия от управляемости и комфорта.

Программа Bilstein Expert в настоящий момент охватывает только Москву. Но уже рассматриваются заявки от СТО из Ростова-на Дону и Санкт-Петербурга, и мы ищем единомышленников во всех регионах России.

Сотрудничая с представленными в нашем обзоре компаниями и другими производителями премиальных автозапчастей, участники профессионального сообщества, как вы смогли понять, действительно получают мощнейшую маркетинговую поддержку, помогающую существенно повысить продажи, наладить продуктивный диалог с клиентами и заручиться их лояльностью на многие годы. Остается только еще раз повторить: лишь такие представители автомобильного рынка, как производители автокомпонентов премиального уровня, способны обеспечить маркетинговую поддержку в полной мере и предложить специалистам автотехобслуживания максимально эффективный, максимально действенный маркетинговый инструментарий. ■



Наведи! + видеоматериал. Инструкция на стр 4.



G BRAKE

Тормозные колодки

**ORGANIC
FORMULA**
ブレーキパッド



MX group

официальный дистрибьютор

☎ 8 800 100 0060

www.mxgroup.ru

DHA Deutsche Handelsallianz — новая империя партнерства на рынке aftermarket

Новые бренды европейских автозапчастей покоряют российский авторынок. Наш рассказ о самых известных на европейском авторынке, но только начинающих быть узнаваемыми на российском рынке послепродажного обслуживания автозапчастях высокого качества и надежности.

Эксперт статьи:

Михаил Роммель,

глава

DHA Deutsche Handelsallianz GmbH:

«
Мы строим мосты между поставщиками и клиентами, обслуживаем эти мосты, чтобы они не рушились. Чтобы клиенты с двух сторон ходили по ним, и чтобы все классно у них «скользило»...»



Deutsche Handelsallianz



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр 4.



MAXTRAC B.V.

Компания основана в 1989 году в Нидерландах как производитель спортивных подвесок, в первую очередь спортивных пружин и амортизаторов. Сегодня это одна из ведущих компаний в своей отрасли.

Разработка продукции ведется в Нидерландах в исследовательском центре компании. Все разработки ведутся в соответствии со стандартами ISO и TUV.

В составе холдинга (Autotechnics, Fomax, Maxtrac) несколько филиалов в Нидерландах, Германии, Великобритании и Южной Африке. В последние несколько лет ведется активное продвижение продукции на рынки стран постсоветского пространства.

Под брендом **MAXTRAC** на рынке предлагаются амортизаторы, пружины и стойки в сборе. Сегодня бренду оказывается полная рекламная и маркетинговая поддержка, выпускаются все виды каталогов, бренд есть во всех мировых системах подбора. Компания активно и успешно развивает сеть дистрибьюторов. Название бренда расшифровывается как maximum traction - максимальное сцепление с дорогой.

Ассортимент пружин **MAXTRAC** покрывает практически весь мировой парк автомобилей. В каталоге - более 2000 артикулов.

Программа амортизаторов **MAXTRAC** покрывает европейский парк, активно ведется расширение ассортимента на азиатские автомобили. Сегодня в каталоге - 650 артикулов исключительно газонаполненных амортизаторов. Ассортимент - консолидированный, что означает оптими-

зацию применений и влечет за собой удобство работы с маркой для продавца, а также сниженные складские запасы.

DIEDERICHS Karosserieteile GmbH

Компания по продаже кузовных деталей «Дидерихс Кароссеритайле» была основана в 1967 году Хольгером Дидерихсом в Голландии. Сегодня в компании работает около 100 сотрудников. На рынках Западной Европы **Diederichs** является поставщиком более 14 тыс. СТО и автосалонов, а также для оптовиков и торговых сетей. Компания предлагает более 36 000 артикулов для 1 050 марок автомобилей со склада общей площадью 24 000 кв.м.

Опираясь на 50-летний опыт в области кузовных деталей и освещения, а также тщательный подбор поставщиков, компания предлагает высококачественную продукцию, не уступающую оригинальным деталям.

С 2003 года Diederichs развивает новую марку «**Diederichs Tuning & Veredelung**». В настоящее время компания обладает крупнейшим ассортиментом деталей для внешнего и внутреннего тюнинга в Европе.

В 2016 г. на рынок выводится еще одна марка - «**Diederichs-Climate**», которая включает полный ассортимент климатической техники (радиаторы, компрессоры, конденсаторы и др.).

Сегодня это один из самых крупных поставщиков в Европе и №1 - в тюнинге и спорте.

Особое внимание компания уделяет сервису для клиентов. Детали для кузова

упаковываются в специально разработанные картонные коробки.

Pos Service Holland B.V. (PSH)

Международная компания в сфере продажи и производства стартеров и генераторов. С момента основания более 50 лет назад PSH выросла в известного на весь мир оптового продавца стартеров и генераторов.

Pos Service Holland поставляет стартеры и генераторы во все сегменты: для легковых и грузовых автомобилей, для сельскохозяйственной техники и для кораблей. Компания располагает самыми обширными товарными запасами по всем группам - всегда в наличии более 9000 позиций практически по всем мировым брендам - Bosch, Denso, Mahle, Mitsubishi, Prestolite, Valeo, Visteon, Wilson..., что охватывает более 85% парка.

Компания продвигает два своих собственных бренда - **PSH** и **+Line**. Производство товаров для этих марок размещено в Китае на заводах, оснащенных самым современным оборудованием и имеющих все соответствующие сертификаты качества и управления процессами. За многие годы работы в этом секторе рынка в компании четко знают, на каких предприятиях в Китае производится высококачественная продукция.

При выборе партнера-производителя в основном ориентируются на те заводы, где стоит оборудование для проверки стартеров и генераторов собственной марки **Motoplat** - на сегодняшний день это одно из лучших в мире оборудование для этих целей.

Качество продукции **PSH** находится на очень высоком уровне, однако по цене компания способна конкурировать с основными раскрученными брендами «второго дивизиона». Под маркой **+Line** предлагается та же продукция, что и в **PSH**, вплоть до артикулов, отличается только упаковка. В цене разницы так же нет. В программе TecDoc представлен только бренд **PSH**.

PREXAparts GmbH & Co. KG

Компания основана в 2012 году в Германии. Основателями компании была поставлена цель - постоянно шагать в ногу со временем и предложить качественные автозапчасти в иннова-

ционной нише за адекватную цену, при этом обеспечить скорость, гибкость и партнерское сотрудничество.

Компания сотрудничает исключительно с избранными производителями, которые гарантируют неизменно высокое качество OEM. **Ассортимент продукции:**

- Детали вентиляции. Широкий ассортимент клапанов вентиляции, маслоотделителей и соответствующих шлангов.
- Детали коробки передач. Полный ассортимент фильтров, масляные поддоны и прокладки для АКПП.
- Бачки охлаждающей жидкости. Полный ассортимент в различных исполнениях для европейских автомобилей.
- Ремонтные комплекты подвески. Широкий ассортимент ремонтных комплектов. Все самые популярные комплекты поперечных рычагов.



- Ременные шкивы. Доступен монтажный комплект.
- Шланги. Полный ассортимент различных шлангов. Шланги системы охлаждения, подачи воздуха, системы вентиляции, топливные и воздушные шланги.
- Сенсоры: для систем безопасности и комфорта, количества оборотов и скорости, положения и заднего хода, давления и температуры, количества оборотов колеса и положения дроссельной заслонки, коленчатого и распределительного валов.

У марки действительно сильные позиции в сегменте патрубков и шлан-

гов, в датчиках и в фильтрах в АКПП. Одна из особенностей марки - разнообразные и интересные ремонтные комплекты разной продукции.

Актуальное покрытие - европейский, особенно немецкий автопарк.

Willy Kunzer GmbH

С 1919 года компания **KUNZER** занимается инструментом и оборудованием и до сегодняшнего дня работала исключительно на немецком рынке. Это уже говорит о качестве! Продукция распространяется через крупнейшие концерны и сети, полностью представлена у Stahlgruber, Wessels + Müller, Westfalia и другие крупные группы.

На рынке Германии **KUNZER** — это достойная альтернатива дорогим брендам по более доступной цене. Основное преимущество качественного **KUNZER** - изюминка в специальных инструментах и приспособлениях, внимание которым не уделяют крупные марки. И это может быть одним из аргументов!

На сегодняшний день, компания располагается неподалеку от города Мюнхена, в городе Форстиннинг, где в 2002 году был построен комплекс с общей складской площадью 2750 м². Здесь же находятся 360 м² офисных помещений.

Слоган компании: **Качество объединяет!**

Новый деловой партнер в альянсе DHA:

AP&P Export & Consulting GmbH

Австрийская компания основана в 1984 году и на сегодняшний день предлагает своим клиентам, в более чем 50 странах, продукцию в оригинальном качестве (OEM).

Производственные партнеры **AP&P** - это ведущие заводы в области электроники и сенсорных технологий, мехатроники, тормозных деталей, систем освещения, насосов и приводов. Благодаря глобальной координации заводов и производственных мощностей, **AP&P** обслуживает нишевые рынки с высокой покупательной способностью. Располагая быстрой доставкой товаров, обладая хорошиими складскими запасами, **AP&P** гарантирует бесперебойную обработку заказов и оперативную отправку грузов.

AP&P относится к Top Rating Companies (ведущим компаниям) Австрии! ■

В начале новых автомобильных вех

Автомобильный рынок Российской Федерации второй год подряд демонстрирует впечатляющий рост. Но ряд весьма серьезных фундаментальных причин указывают на то, что данный положительный тренд может стать не слишком продолжительным. Наш материал о том, насколько долго смогут продолжаться положительные тенденции на российском авторынке, и когда может завершиться текущий рост, а также кто из автопроизводителей сможет увеличить рыночную долю, и каким в перспективе может стать авторынок.



Итоги первой половины года на отечественном авторынке внушают оптимизм. По данным Ассоциации Европейского бизнеса (АЕБ), объем продаж новых легковых и легких коммерческих автомобилей вырос на 18,2% по сравнению с прошлым годом и составил 849,2 тыс. автомобилей. Это на 130 тысяч машин больше.

В целом, если проанализировать динамику за прошедшие несколько лет, то картина вырисовывается следующая (диаграмма 1).

Начиная с 2013 года, после интенсивного роста продаж в 2011–2012 гг., отечественный авторынок начал сжиматься. Максимум падения пришелся на 2015 год. За четыре года кризиса емкость российского авторынка сократилась более чем в два раза. В 2016 году падение продолжилось, но сильно замедлилось, достигнув символического «дна».

Показатели первого полугодия 2018 года свидетельствуют о том, что отечественный авторынок не только оттолкнулся от этого «дна»: динамика его роста значительно ускорилась. Если итоги полугодия прошлого года показали прирост всего в шесть процентных пунктов, то динамика первого полугодия 2018 года выросла практически в три раза.

Йорг Шрайбер, председатель комитета автопроизводителей АЕБ, оценивает ситуацию достаточно оптимистично: *«В целом первая половина 2018 года была успешной для российского автомобильного рынка, и имеются все основания верить, что позитивное развитие продолжится в ближайшее время»*.

Объем продаж в первом полугодии текущего года уже превзошел уровень

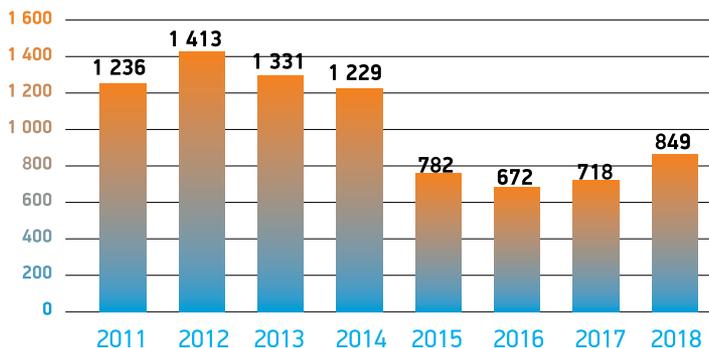
не только прошлого года, но, что немаловажно, и 2015 год (тогда емкость рынка составила 782 тыс. легковых и легких коммерческих автомобилей). Впрочем, до показателей 2014 года авторынку еще сравнительно далеко. Сегодня, чтобы приблизиться к докризисным значениям, емкость отечественного рынка должна увеличиться в полтора раза, чтобы достигнуть уровня тех тучных лет.

Как прогнозируют аналитики, восстановление отечественного автомобильного рынка может растянуться на значительное время. И даже не факт, что объемы продаж новых автомобилей вернутся или даже приблизятся к докризисным значениям 2012–2013 годов.

Часто задают вопрос, а какой уровень можно считать выходом из кризиса? Текущая ситуация на отечественном авторынке отчасти напоминает 2010 год, когда динамика посткризисного восстановления была тоже высокой, мировые цены на нефть росли и котировки были примерно на сегодняшнем уровне. Прогнозы, которые составляли и озвучивали аналитики и специалисты, говорили о том, что к 2020 году отечественный авторынок увеличит емкость до 3,5 млн автомобилей. Но за чисто внешними показателями сходства с тем временным периодом необходимо видеть принципиально новую ситуацию. А она заключается в том, что посткризисные санкции наносят определенный экономический ущерб. Не наблюдается и динамичного роста экономики РФ. Долгосрочные прогнозы мировых консалтинговых агентств емкости отечественного рынка варьируются в пределах от 1,8 до 2,3 млн автомобилей. Но достижимы ли такие объемы?



• Скачайте бесплатное приложение «Наведи!» из App Store или Google Play и запустите его.
• Наведите мобильное устройство на эту страницу, и вы увидите то, что скрыто!



↑ **Диаграмма 1.**
Емкость отечественного рынка новых легковых и легких коммерческих автомобилей в 2011-2018 гг (первая половина года), тыс.штук

Быстротечный рост

Напомним, что, согласно прогнозу АЕБ, российский авторынок за 2018 год может показать 10% рост в сравнении с прошлым годом. **Йорг Шрайбер**, озвучивая данный прогноз, отмечает: «Прогноз членов АЕБ – улучшение общих продаж примерно на 10% по сравнению с 2017 годом — до уровня 1,75 млн штук. Это наиболее вероятный сценарий на текущий год».

В принципе, и другие аналитики озвучивали подобные прогнозные цифры положительной динамики. Примерно на таком же уровне дан прогноз специалистами PwC (PriceWaterHouse Cooper). Они ожидают рост отечественного рынка новых легковых автомобилей на уровне 11% к 2017 году. Более оптимистично настроены ряд других специалистов отечественной автоиндустрии. Но у аналитиков есть сомнение, что во второй половине года рост будет составлять двузначные числа, как в первой половине года. Сейчас многие задаются вопросом: продолжится ли такой высокий рост далее, или он снизится до нулевых показателей?

На динамику автомобильного рынка в России влияют такие факторы как экономический рост валового внутреннего продукта, цена на нефть и обменный курс рубля. Именно из-за благоприятного стечения обстоятельств и действия данных факторов и сложились условия для текущего роста продаж новых автомобилей. Например, цены на черное золото. В начале года они демонстрировали уверенный рост: напомним, в среднем в первую половину года цена нефти Urals достигла уровня выше \$ 70/барр. Но в то же время, как подтверждает отечественная статистика, платежеспособный спрос населения не имеет такой высокой динамики, а скорее, наоборот: как говорят специалисты авторынка, только порядка 20% взрослого населения могут позволить себе купить в автосалоне новый автомобиль.

Ввиду такой высокой неопределенности важнейших факторов, составлять прогнозы трендов отечественного автомобильного рынка достаточно сложно. Вдобавок, на рынок каким-то образом повлияет повышение НДС до 20% для целого ряда товаров. Впрочем, с другой стороны, государственную программу льготного кредитования продлили до 2020 года.

Еще одним фактором, подтолкнувшим отечественный авторынок к росту, является отложенный спрос. Таким образом, по итогам года все-таки можно прогнозировать рост продаж.

Но в целом, не исключено, что совокупность всех факторов может сказаться на замедлении динамики развития отечественного автомобильного рынка уже в текущем году.

BLITZ

BRAKE SYSTEMS

МОЛНИЕНОСНОЕ ТОРМОЖЕНИЕ



ЭЛЕМЕНТЫ ТОРМОЗНОЙ СИСТЕМЫ BLITZ

BLITZBRAKE.DE



Особый фрикционный материал "low metallic" для эффективного торможения в серии HIGH PERFORMANCE



Продукция соответствует качеству оригинальной комплектации



Соответствие Европейским нормам качества (ECE-R90)



Максимальный комфорт за счёт применения резинометаллической пластины «Антискрип»



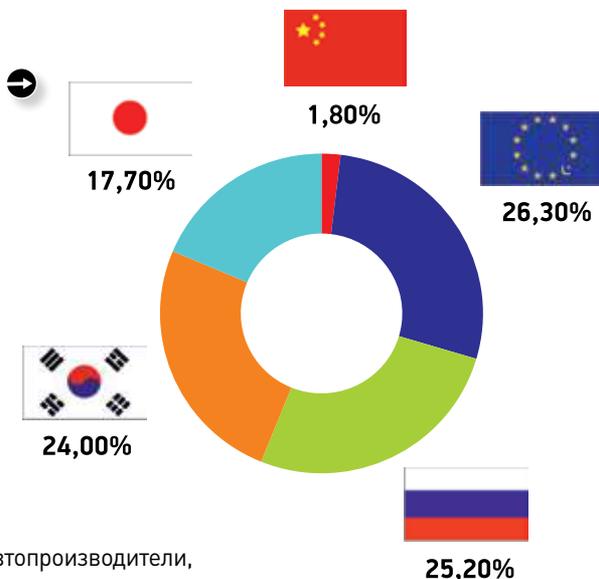
CARBERRY.

Performance for value

Поиск оптимальной модели

Авторыннок в России продолжает адаптироваться к новым реалиям, которые характеризуются снижением платежеспособного спроса населения в сравнении с рекордным периодом 2011-2013 гг. Многие автопроизводители, работающие на российском рынке, до сих пор находятся в поиске оптимального модельного ряда, предлагаемого ими в салонах отечественных дилеров. Стоит отметить, что за время кризиса предложенный российскому автомобилисту модельный ряд сильно сократился. В тучные годы он суммарно превышал 450 моделей, от более чем шести десятков автопроизводителей. В обвальном 2015 году из автосалонов официальных дилеров исчезли 62 модели, в следующем 2016 году еще около 50. Даже в 2017 году продолжалась оптимизация модельного ряда. За первую половину прошлого года, по данным АА «Автостат», представленный модельный ряд сократился на 18 единиц. Таким образом, начавшийся рост на авторыннке замедлил вымывание моделей. Но в текущем году, в связи с дальнейшим ростом авторыннка, все чаще замелькали сообщения о том, что та или иная модель возвращается на рынок. В июне прошлого года российский авторыннок покинул европейский бестселлер Volkswagen Golf. Но уже через год немецкий автопроизводитель решил вернуть его в автосалоны российских дилеров. Французский автопроизводитель Renault в докризисный период был представлен на отечественном авторыннке 18 моделями — оптимизация оставила в салонах дилеров в России только локализованные модели на платформе B0. Теперь же для расширения ряда пришлось вернуть на рынок кроссовер Renault Koleos. А на грядущем Московском автосалоне французский автопроизводитель готовится представить новый кроссовер размерного класса С, выпуск которого к тому же будет освоен на московской площадке «Рено Россия». И подобные примеры не единичны. Новый владелец немецкой марки Opel, увидев рост российского авторыннка, высказывается в пользу возвращения некогда популярного у нас бренда. В представительстве Peugeot заявляют о возможности возвращения в Россию ряда моделей Opel, прежде всего кроссоверов. Также стало известно о том, что японский концерн Nissan будет снимать с производства на отечественном автогиганте бюджетную модель Nissan Almera как устаревшую, хотя она неплохо продавалась в кризис (на уровне 15-16 тыс. штук в год). А по данным издания «Авторевю», седан будет заменен субкомпактным кроссовером Kicks. Таким образом,

Диаграмма 2. Распределение отечественного авторыннка по брендам стран происхождения, % (первое полугодие 2018 г).



в новых условиях автопроизводители, работающие в РФ, находятся в процессе поиска оптимальной модели бизнеса, в том числе модельной линейки.

Евро-корейская модель

Процесс восстановления и положительной динамики отечественного авторыннка необходимо рассмотреть и с точки зрения происходящих на нем трендов. И прежде всего лояльности покупателей к различным брендам. По-прежнему покупатели в автосалонах дилеров отдают предпочтение европейским брендам автомобилей (26,3%). Четверть рынка приходится на отечественные автомобили, примерно такую же рыночную долю занимают корейские машины. Японские автомобили заняли менее 18%, а американскими автомобилями интересовался каждый двадцатый российский покупатель; доля китайского автопрома не превысила 2% (диаграмма 2).

Примечательно, что корейский альянс Hyundai-KIA (вместе с новым премиум-брендом Genesis) отвоевал 23,4% рыночного пирога. Впечатляет и динамика этих корейских брендов (+27,3%): это в полтора раза выше среднерыночного роста. Впечатляющая экспансия на отечественном рынке данных брендов ставит интересный вопрос, который недавно задал директор АА «Автостат» Сергей Целиков: «Когда и на каком уровне корейцы перестанут наращивать свою долю на российском рынке? 25%, 30%, 35%, больше?»

Причина успеха корейского альянса в широком модельном ряде и в успешных востребованных моделях. И если другие автопроизводители выводят из России модели из-за падающих объемов продаж, то корейцы наращивают присутствие даже в самых непопулярных у российского покупателя размерных классах автомобилей. Но бесконечным рост популярности на рынке быть не может. Поэтому планка в 35% для этих марок вряд ли достижима. Конкуренты не

дремлют, они выводят модели, не уступающие по соотношению «цена/качество» корейским бестселлерам.

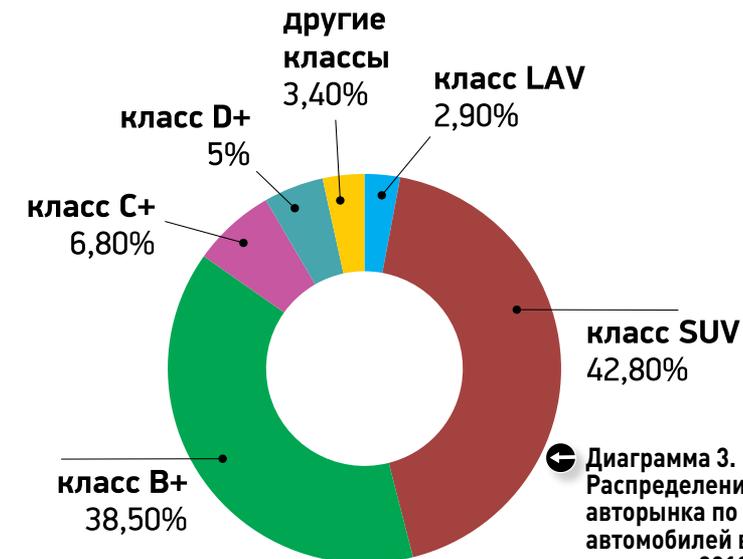
Также виден рыночный прогресс отечественного автогиганта АвтоВАЗ и его бренда Lada, занявшего 20% рынка. Напомним, что это была мечта прежнего руководителя отечественного предприятия шведа Бу Андерсена. Вывод линейки новых бюджетных моделей переломил негативную ситуацию, когда отечественный бренд несколько лет назад терял рыночные позиции на своем рынке. А в июне произошло знаменательное событие – впервые за несколько лет две верхних строчки популярности заняли отечественные модели Lada Vesta и Lada Granta, оттеснив на третью позицию бесшумного лидера KIA Rio. В связи с этим Сергей Целиков задает вопрос: «А сможет ли отечественный бестселлер стать лидером отечественного рынка по итогам года?». Пока что пять месяцев лидерскую майку удерживала корейская модель.

Рост по бюджетному направлению

Согласно анализу, проведенному Аналитическим агентством «Автостат», восстановление авторыннка проходит «за счет» массового сегмента, на который приходится 91,3% физического объема. Этот сегмент в первом полугодии показал прирост +20,1% к аналогичному периоду прошлого года. В целом, в сравнении с прошлым годом его доля выросла на один процентный пункт. В свою очередь, доля премиального сегмента авторыннка сократилась на тот же самый процентный пункт, и на него теперь приходится 8,7% емкости отечественного авторыннка, вдобавок его динамика была не столь впечатляющей (+4,5%). Отметим, что годом ранее пре-

миальный сегмент имел отрицательную динамику (-3,3%). В текущем году такие бренды как Cadillac, Infiniti, Audi, Jeep, Jaguar Land Rover, Volvo показывают отрицательный результат - их продажи снизились в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. Да и такие лидеры премиум-сегмента как BMW (+16,6%), Mercedes-Benz (+4,4%), Lexus (8,8%) показали прирост ниже среднерыночного. В этом сегменте выросли продажи только очень маленьких автомобилей — марки Smart (+56%), компактов Mini (+58%) и нового корейского премиума Genesis (+32%). Картина была бы благодной, но данных автомобилей продано всего около одной тысячи штук. Суммарно, общий объем продаж премиум-брендов составил порядка 70 тыс. единиц.

При этом следует отметить, что происходит концентрация авторынка «в руках» немногих крупных игроков. Усиливают позиции лидеры отечественного рынка, продажи которых выше среднего значения (+18,2%). Это такие автомобильные бренды как Lada, KIA, Hyundai, VW, Skoda. У двух японских марок темпы роста за первое полугодие 2018 года намного ниже данного пока-



▲ Диаграмма 3. Распределение отечественного авторынка по типам и классам автомобилей в первой половине 2018 г., %

зателя, и соответственно, медленная сдача позиций. – Nissan (+5%) и Toyota (+7%). Если проанализировать второй десяток брендов отечественного авторынка, то среднерыночные показатели удалось опередить лишь 2 автобрендам (Mitsubishi, Mazda). Среди тех, кто

несколько замедлили развитие в первом полугодии и показал результаты несколько ниже рынка, помимо Nissan и Toyota, в первой десятке Renault и Ford, прирост которых на один-два процентных пункта ниже среднего. Также замедлили рост и даже находятся в

ДЕТАЛИ ПОДВЕСКИ

Тормозные колодки

Тормозные системы

Тормозные диски

Детали подвески

Подшипники и ступицы

Фильтры

Ремкомплекты и прокладки

Сальники и колпачки

Амортизаторы и стойки

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН

www.autooptima.ru

АВТО ОПТИМА

прямые поставки от производителей

г. Новосибирск, ул. 2-й Воинский проезд, 42/2, к1, тел. +7(383) 256-00-88, 262-50-08

ОТДЕЛ ПРОДАЖ: +7(383) 213-89-89

optimatorg1@gmail.com

Ремни

Свечи зажигания

Гофры

Пружины

Радиаторы

Помпы и термостаты

Проставки и пыльники

DECOO

ATino

N.B.K

SAKURA

NPW

TAMA

отрицательной зоне отечественный УАЗ, а также такие бренды из массового сегмента как Chevrolet, Datsun, а вот китайский бренд Lifan показал пятипроцентный рост. Ниже рынка показатели у самых популярных премиум-брендов из первой двадцатки. Провальные результаты у немецкого премиум-бренда Audi (-12%). Таким образом, наиболее успешными стали те автопроизводители, которые смогли вывести на рынок новые и обновленные модели кроссоверов, которые продолжают оставаться для российского потребителя наиболее привлекательными автомобилями, сборка которых производится на территории РФ.

Сборочные лидеры

Сегодня более 81% отечественного авторынка приходится на автомобили размерного класса В+ и кроссоверы. Это два столпа, на которых зиждется экономическое благосостояние игроков автомобильного бизнеса в РФ. Из других значимых сегментов можно назвать класс С (гольф) автомобилей (6,8%) и класс больших седанов (4,9%). На осталь-

ные размерные классы приходится доля в один-два процентных пункта.

В ТОП-25 самых популярных моделей отечественного рынка представлен именно данными двумя первыми сегментами. За исключением большого седана Toyota Camry, чешской модели Skoda Octavia и корейского компакта KIA Ceed, которые относятся к размерному классу С+.

Самой динамичной моделью отечественного авторынка стала Lada Vesta и компакт-кроссовер Hyundai Creta. Стоит отметить, что в ТОП-25 отечественного рынка находятся только локализованные модели, выпускаемые на сборочных площадках на территории РФ. Со временем эти купленные сегодня автомобили окажутся на вторичном рынке и будут обслуживаться в независимых автосервисах. Впрочем, их количество пока не сравнится с тем объемом рекордных 2012-2013 гг, когда количество моделей, представленных на рынке, было несравненно большим.

Денис Мигаль, вице-президент РООА, генеральный директор ГК Fresh Auto: «После затяжного периода падения мы наблюдаем второй год умеренный рост, что, конечно, радует. При этом мы пони-

маем, что в прошлом году была достаточно невысокая база, поэтому рост +18% это пока не так много, как хотелось бы. При сохранении экономической ситуации и отсутствии негативных факторов рынок продолжит расти, уверенно прибавляя 5-7% к текущим показателям.

Сегодня дилерский бизнес ориентируется уже не только на продажу новых автомобилей, а в первую очередь на сервисное обслуживание и вторичный рынок. Это точки роста сектора авторитейла. Сейчас, кстати, ожидаем хороший всплеск в продажах между юридическими лицами после отмены «двойного НДС».

Мы вынуждены констатировать, что количество дилерских центров продолжает сокращаться. За последний год несколько сильных компаний ушли с рынка, мы потеряли в 2017 году более 100 ДЦ.

Также наблюдается тренд укрупнения. Как говорится, сильные становятся еще сильнее. Активно входят на рынок китайские производители, расширяя существующие сети и открывая новые бренды

Тем не менее, мы вынуждены признать, что объем продаваемых автомобилей пока что не соответствует количеству дилерских сетей. Поэтому пока мы не можем прогнозировать бурный рост сети». ■

СОРОКИН®

ИНСТРУМЕНТ С ИМЕНЕМ

каталог товаров работает off-line

доступно в Google Play

www.sorokin.ru

8(800)333-40-40

бесплатный звонок на территории России

Ручной инструмент в ассортименте



от 3 999 Р

Домкраты гидравлические



от 699 Р

Домкраты надувные



от 4 999 Р

Лебёдки электрические



от 4 999 Р

Мойки высокого давления



от 5 599 Р

Кейсы защитные ударопрочные



от 4 999 Р

Сварочные аппараты



от 3 999 Р

Полка для точильного станка



1 999 Р

Откидная полка для колёс



3 499 Р

Складные столы-верстаки



от 9 999 Р

Компрессоры автомобильные



от 2 099 Р

Стеллажи



от 3 499 Р

Верстаки модульные



от 7 499 Р

Мотоподкаты



от 2 999 Р

Мини-бар «Канистра»



3 999 Р

Компрессоры поршневые



от 12 999 Р

Прессы гидравлические



от 8 999 Р

Сиренные магазины:

- Челябинск, пр-т Победы, 3826
- Хабаровск, Амурский б-р, 9
- Новосибирск, ул. Короленко, 25
- Иркутск, ул. Карла Либкнехта, 116
- Кемерово, Советский проспект, 23
- Екатеринбург, ул. Бакинских комиссаров, 95

HIDRIA: ОГРОМНЫЙ УСПЕХ КОМПАНИИ ИЗ МАЛЕНЬКОЙ СЛОВЕНИИ



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр. 4.

В ДАЛЕКОМ 1955 ГОДУ НА СЛОВЕНСКИХ ДОРОГАХ ПОЧТИ НЕ БЫЛО АВТОМОБИЛЕЙ, НЕ ГОВОРЯ УЖЕ О ДИЗЕЛЬНЫХ. НО НЕБОЛЬШАЯ КОМПАНИЯ В ТОЛМИНЕ УЖЕ ТОГДА БЫЛА ДОСТАТОЧНО СМЕЛОЙ, ЧТОБЫ НАЧАТЬ ПРОИЗВОДСТВО СВЕЧЕЙ ДЛЯ АВТОМОБИЛЕЙ. ПЕРВЫЕ СВЕЧИ НАКАЛИВАНИЯ ДЛЯ ДИЗЕЛЬНЫХ ДВИГАТЕЛЕЙ БЫЛИ ИЗГОТОВЛЕНЫ В НАЧАЛЕ 1970-Х ГОДОВ. А СЕГОДНЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ КОРПОРАЦИЯ HIDRIA ИЗ СЛОВЕНИИ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ВЕДУЩИХ МИРОВЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ АВТОМОБИЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ, СТРЕМЯЩИЙСЯ УЛУЧШИТЬ КАЧЕСТВО ЖИЗНИ.



Свечи накаливания — один из наиболее успешно продаваемых и технологически продвинутых продуктов **Hidria**.

Благодаря своему полувековому опыту в разработке и производстве изделий системы холодного запуска дизельных моторов, компания **Hidria** входит в число ведущих поставщиков известнейших европейских автопроизводителей, потому что качество продукции соответствует лучшим мировым стандартам и подтверждено полученными сертификатами качества, различными наградами, например, от **CLEPA** (Европейская Ассоциация Поставщиков Автокомпонентов) — за лучшие технологии для защиты окружающей среды, от Европейской комиссии в сфере бизнеса — за лучшие инновации.

2 года назад **Hidria** завершила разработку свечи с датчиком давления (PSG). Компания защитила её более чем 15-ю патентами как в Европе и США, так и в Японии и Китае. Инновационную свечу разрабатывали свыше 20 ведущих экспертов технологического института компании **Hidria**.

Руди Крагель, директор по развитию и продажам Hidria, тогда заметил: «Эта технология позволит обеспечить постоянный контроль за работой и сгоранием в дизельных двигателях. Система холодного запуска дизельного двигателя с датчиком давления, согласно прогнозам, с 2018 года будет встроена в каждый третий произведённый дизельный автомобиль в мире. Наша свеча накаливания **Optimus PSG** способна снизить выбросы на 30%, что в полной мере соответствует экологическим стандартам Евросоюза».

Инновационный прорыв стал результатом продуманных капиталовложений. По словам руководства **Hidria**, до 2020



года на развитие и поиск новых проектных решений будет выделено 26 миллионов евро.

Собственные роботизированные линии производства, свои лаборатории позволяют создавать свечи накаливания, которые соответствуют всем стандартам OES, что подтверждается многолетними поставками на конвейеры ведущих автомобильных производителей.



В 2016 году было подписано соглашение с автомобильной группой Renault-Nissan на сумму 15 млн евро на поставку систем предварительного подогрева дизельного двигателя. Все новые 1,5-литровые и 1,6-литровые дизельные двигатели Euro 6.2, выпускаемые на трех производственных площадках Renault во Франции, Турции, Испании, будут оснащены системой **Hidria**. Уже сегодня **Hidria** и Renault-Nissan сотрудничают в разработке решений для электрических гибридных двигателей.



В 2017 международная группа PSA Peugeot Citroen, которая уже 17 лет сотрудничает с **Hidria**, номинировала **Hidria** в очередной раз на звание «Лучший производитель и поставщик» деталей системы холодного пуска.

Также 2017 год ознаменовался началом долгосрочного сотрудничества с Volkswagen group и первыми поставками для Audi, Volkswagen, Skoda и Seat.

Стоит отметить, что **Hidria** производит не только свечи накаливания для легковых автомобилей. Так например, уже более 12-ти лет длится партнерство с Iveco.

Все эти технологии и инновации **Hidria** предлагает и для aftermarket. Ассортимент свечей накаливания покрывает весь автопарк европейских автомобилей, а также многих азиатских, и постоянно расширяется, ориентируясь на потребности авторынка. Свечи накаливания **Hidria** с идентичным оригинальным качеством и 5-летней гарантией уже сейчас доступны на российском рынке. ■



САЙТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ:
<http://www.hidria.com/>

КАТАЛОГ ОНЛАЙН:
<http://glowplugs.hidria.com/Applications>



Без права на ошибку

«Errare humanum est – Человеку свойственно ошибаться!» – заметил некогда философ Сенека. И с ним нельзя не согласиться. Однако всегда надо стараться избегать ошибок. Особенно в таком ответственном деле как ремонт и обслуживание автотехники. Ведь даже самая пустяковая ошибка автомеханика или автослесаря может привести к чрезвычайно неприятным последствиям.

Эксперты статьи:

Эдуард Дигель,
генеральный директор
Carberry GmbH

Роман Картузов,
директор Московского офиса, CTR

Алексей Сердюк,
технический тренер, МАЛЕ РУС



Несмотря на огромное разнообразие ошибок в процессе ремонта и технического обслуживания автомобилей, их можно разделить на несколько групп. В этой статье мы хотим сфокусироваться на типичных ошибках и объяснить, почему они происходят. И значит, помочь сотрудникам СТО избежать их в дальнейшем.

Эдуард Дигель, генеральный директор Carberry GmbH:

— Ошибки, как правило, стандартные и связаны с неправильной установкой автокомпонентов и не соблюдением требований регламентных работ. Примеров много, вот только некоторые самые распространенные: при установке колодок не производится техническое обслуживание суппорта, при монтаже сайлентблоков затяжка происходит на поднятом на подъемнике автомобиле, и прочие.

Так что давайте начнем с ошибок при установке автокомпонентов – их больше всего.

Ошибки при установке и вводе в эксплуатацию

Это самая масштабная группа, ее можно разделить на несколько подгрупп. Причем такое деление можно продолжать долго, в зависимости от товарных линеек, или видов продукции, или классификации транспортных средств, и т. д.

Но главное, они укладываются всего в два классических блока. Во-первых, невыполнение регламентных требований к производимым работам. Во-вторых, несоблюдение моментов затяжки, что по идее также является невыполнением регламентных требований, но в силу массовости подобных нарушений выделяется в самостоятельный блок. Именно в этих блоках все проблемы и сконцентрированы.

Итак, регламентные требования. В принципе все понимают, что такое регламент, но далеко не все уделяют его исполнению должное внимание.

Известно, что амортизаторы Монрое – чрезвычайно надежные и долговечные узлы подвески. Но для правильной работы эти детали необходимо подготовить – прокачать, для того чтобы извлечь из внутренней гильзы воздух, который может попасть туда во время горизонтального хранения.

Вот что необходимо сделать:

- Первым делом осмотрите амортизатор – он должен быть без значительных потеков масла и вмятин.
- Возьмите амортизатор штоком вниз и аккуратно, без рывков, сожмите его, пока рабочая поверхность штока не приблизится к верхней части стакана стойки на 2–3 см. Удерживайте в таком состоянии пару секунд.
- Продолжая удерживать шток, переверните амортизатор и тоже оставьте в таком положении на несколько секунд.
- После этого плавно выдвиньте шток до упора и затем повторите последовательность действий еще два-три раза.
- Удерживая амортизатор вертикально, штоком вверх, вновь выдвиньте его. Для контроля качества прокачки коротко подвигайте шток – если все сделано правильно, он будет двигаться плавно.

Обратите внимание, что после прокачки амортизатор должен находиться в рабочем положении (штоком вертикально вверх), вплоть до полной установки на автомобиль. После этого он готов к долгой и бесперебойной работе на ближайшие 80 тыс. км пробега.

Вообще, именно в области работ с подвеской – как очень распространенных и востребованных – возникает огромное множество ошибок.

Роман Картузов, директор Московского офиса, CTR:

— *Есть общее требование к замене элементов подвески: финальная затяжка всех элементов ходовой части должна производиться в нагруженном состоянии подвески. Вроде все об этом должны*



• Скачайте бесплатное приложение «Наведи!» из App Store или Google Play и запустите его.
• Наведите мобильное устройство на эту страницу, и вы увидите то, что скрыто!

знать и должны делать, но нет – забывают, игнорируют. И в сопроводительных документах, инструкциях, регламентах по установке этого не пишут, потому что это, по сути, совершенно очевидная процедура. Обычно указывают момент затяжки, порядок установки и прочие индивидуальные параметры или особенности, но на такое обязательное для выполнения требование, к сожалению, не всегда обращают внимание, потому что это основополагающая общая рекомендация. А мастера забывают об этом. У нас практически в каждой товарной линейке; стойках, сайлентблоках и прочее, есть 2-3 таких типичных кейса - типичные ошибки при установке.

В итоге, если, например, сайлентблок затягивают на вывешенном автомобиле, то когда автомобиль встает на свои колеса, он получает преднатяг, и под нагрузкой во время движения его начинает выворачивать. Как следствие – сайлентблок выходит из строя за короткое время. Многие ремонтники пытаются списать этот дефект на брак изделия, перекаладывая свою вину на изготовителя, но это просто нарушение технологии, и в процессе рассмотрения рекламации по характерным признакам это легко обнаруживается.

Кроме того, нередко встречается неверная ориентация сайлентблока в рычаге, хотя он должен быть установлен строго определенным образом, иначе рычаг будет работать только в одну сторону и быстро выйдет из строя. Но сайлентблок ставят как придется, и часто – неправильно.

А еще: рулевые тяги затягивают пневмогайковертом, не обращая внимания на направление резьбы – и срывают ее. И это тоже достаточно распространенная ошибка. Аналогичная ошибка относится к такой простой операции как затяжка колесных дисков неправильным методом. И довольно дорогостоящие ошибки связаны с заменой компонентов двигателя.

Алексей Сердюк, технический тренер, МАЛЕ РУС:

— У нас очень разнообразный продуктовый портфель.. Ошибок довольно много во всех сегментах, наиболее ощутимые связаны с компонентами двигателя, турбинами и прочими высокотехнологичными узлами и агрегатами.

Прогресс на месте не стоит, компоненты совершенствуются, а механики не всегда следят за этими обновлениями, работают по старинке. Поэтому самой распространенной ошибкой становится неправильная установка – то, что раньше можно было просто прикрутить и запустить, сейчас уже нельзя. Например, довольно часто турбины устанавливают, не читая вложенную инструкцию, а между тем турбина довольно требовательный в отношении правильной установки

узел. Перед установкой в нее надо залить масло, прокрутить турбинный вал. А установив, дать поработать, убедиться в чистоте масла, заменить воздушный и масляный фильтры, заменить масло. Только при таких условиях монтажа турбина будет исправно функционировать положенный ей срок.

Однако нередко мастера в погоне за скоростью просто меняют турбину максимально быстро, полностью игнорируя регламент, и сдают автомобиль владельцу. Из-за этого турбина практически моментально выходит из строя. Пожалуй, 99% гарантийных обращений из моей практики – это именно проблемы с маслоснабжением. То есть неправильная установка турбокомпрессора: либо при замене турбины оставили старое масло, либо в новую турбину масло не залили. Это является, по сути, не только ошибкой при установке, но и неправильным вводом в эксплуатацию.

Ну, а несоблюдение моментов затяжки – это уже, как говорится, классика жанра. Непонятно, почему механики так боятся динамометрических ключей и используют их в своей работе крайне нерегулярно. Об этом говорят все эксперты журнала, подчеркивая, что несоблюдение моментов затяжки, даже если все остальные работы были выполнены корректно, – все правильно установлено и сориентировано в пространстве, подобрано и подогнано – приводит к весьма негативным последствиям, и вся работа идет насмарку.



Наведи!
 * Скачайте бесплатное приложение «Наведи!» из App Store или Google Play и запустите его.
 * Наведите мобильное устройство на эту страницу, и вы увидите то, что скрыто!

В автомобиле очень много элементов и деталей, которые затягиваются со строго определенным моментом. Это не прихоть конструкторов и не пустое требование. Оно обусловлено условиями эксплуатации, целым рядом объективных факторов, к которым ни в коем случае нельзя относиться халатно. Недотянутые, так же как и перетянутые детали – причина серьезных поломок и преждевременного выхода из строя даже самых качественных узлов и агрегатов.

Неправильный подбор

Неправильный подбор тоже можно отнести к ошибкам установки, поскольку он непосредственно с ней связан. Нередко подбирают детали не по катало-

гам или кроссам, а по размеру, и ставят вроде бы внешне похожие, но совершенно не подходящие для данного конкретного автомобиля.

По мнению представителей компании Mongro, подбор компонентов по внешней схожести – серьезная проблема. Выбирают не то, что нужно, а то, что подходит по размеру. Нередко еще и «дорабатывают» деталь самостоятельно: «подстукивают», «подправляют», чтобы она точно встала на нужное место. Это абсолютно неприемлемо.

Алексей Сердюк:

— Когда деталь неправильно подобрана, не учитываются многие важные факторы. В частности, поршни имеют огромное количество нюансов, начиная от наличия или отсутствия охлаждающей галереи и кончая материалом, из которого они изготовлены. Все это влияет на его способность выдерживать нагрузки. Поэтому в нашем продуктивном портфеле на одни и те же моторы, но с разной степенью наддува и как следствие – разной мощностью, предусмотрены разные поршни. Если в более мощный двигатель поставить поршень подешевле, рассчитанный на меньшую мощность мотора, он очень быстро придет в негодность.

Кроме того, совершенствуются покрытия поршневых колец. Если изначально они были покрыты просто хромом или молибденом, то сейчас активно применяются прогрессивные хромокерамические и керамические покрытия, выдерживающие большие нагрузки и обладающие большим ресурсом. Когда вместо колец с такими покрытиями ставят более дешевые образцы, подходящие по размерам – ресурс значительно сокращается.

Плачевные последствия и критичные причины

Последствия всех этих ошибок могут быть очень печальными.

Эдуард Дигель:

— Самый «безобидный» исход – это рекламация в адрес изготовителя. Хотя причина выхода детали из строя – неправильная установка. Далее могут быть и более плачевные последствия, вплоть до создания аварийной ситуации на дороге.

Алексей Сердюк:

— Многие ошибки приводят к быстрому и даже очень быстрому выходу детали из строя. Например, ресурс неправильно установленной турбины (не заполненной маслом во время установки) километров 200-300.

Если на грузовой автомобиль установить некачественный воздушный фильтр (или вовремя его не поменять), даже при безупречно проведенном капитальном ремонте, идеальном подборе запчастей расчетный ресурс мотора с 700-800 тыс.

км пробега сократится в 20 раз - до 30-40 тыс. км. Понятно, что это влечет массу проблем: простой, недополученная прибыль, невыполненные обязательства и прочее.

Ну, и кроме того, для некоторых двигателей, особенно американских, характерен совершенно отличный от принятого у нас ввод в эксплуатацию. Мы привыкли обкатывать мотор без нагрузки в течение определенного времени. После этого еще километров 300-500 проехать, опять же без нагрузки.

А определенные американские моторы категорически нельзя запускать без нагрузки. В таком режиме они способны проработать максимум минут пять, после чего молниеносно выйдут из строя. Поэтому их нужно обкатывать либо на стенде, либо на автомобиле, но всегда под нагрузкой, то есть совершенно наоборот!

Так почему же происходят все эти банальные ошибки, и в том числе совершенно нелепые? Ведь явно не по злому умыслу механиков, специально вредительствующих в отношении автомобилей своих клиентов!

Причина проблем, по мнению экспертов, кроется главным образом в недостатке информации. Информации технической, касающейся правил, регламентов, технологий, методик ремонта и т.д..

Как считают представители компании Монго, технический персонал дилерского центра имеет свободный доступ ко всему комплексу информации, необходимой ему для проведения качественного ремонта и обслуживания автотехники. Независимые СТО такого доступа лишены. Но и они могут многое узнать – поставщики запчастей премиального качества, и наша компания в том числе, предоставляют необходимые сведения технического плана в отношении своей продукции. Их можно найти в специально издаваемой литературе, на сайтах, в инструкциях по установке и т. д. Главное – не пренебрегать этой информацией и внимательно использовать ее в своей работе.

Эдуард Дигель:

— Причины следует искать в низкой квалификации отдельных работников СТО и в человеческой натуре. Либо механик не знает, что нужно делать, либо знает, но не делает. Поэтому СТО следует внимательнее относиться к уровню квалификации механиков, проводить регулярную аттестацию и повышать квалификацию сотрудников, направляя на тренинги и семинары. Кроме того, должна быть четкая система контроля качества работ, чтобы исключить установочные ошибки, которые происходят по вине механика, а не по незнанию.

Роман Картузов указывает, что данная проблема имеет по большому счету общегосударственный характер – начальное и среднее специальное образование в нашей отрасли сейчас пребывают не в самом лучшем состоянии и не отвечают запросам отрасли:

— Эту проблему в одиночку не решить ни производителям запчастей, ни автопроизводителям, ни сервисным центрам. Подавляющее большинство ошибок связано с незнанием самых базовых вещей, фундаментальных процедур, которые должны закладываться на начальной стадии обучения будущего механика или слесаря. Мы же со своей стороны должны давать уже более конкретную и сложную информацию, знакомить с передовыми технологиями, с нюансами инноваций, с особенностями использования собственной продукции и проч.

Пока у нас нет обязательных требований по сертификации данного вида деятельности, пока нет никакого регулирования отрасли, вряд ли что-то поменяется. Мы можем помочь только тем, кто хочет сам себе помочь, кто стремится к знаниям, кто отвечает на наши приглашения.



С Романом нельзя не согласиться. Большое произрастает из малого. Чтобы банальные, нелепые ошибки исчезли, многое должно поменяться в самой отрасли, в профессиональном сообществе. Механики и руководители СТО должны по-другому относиться к своей работе, к своему делу – с большим вниманием, с большей прилежностью.

Алексей Сердюк:

— Проблемы на самом деле две: либо низкий уровень технической компетенции, либо низкий уровень трудовой дисциплины. Механику нужно выполнить конкретную операцию, целью является исправление проблемы с автомобилем и недопущение ее появления в будущем. Поэтому всегда необходимо при замене запчасти разобраться, почему она вышла из строя, устранить эти причины и уже после этого грамотно и технически правильно устанавливать новую деталь. Только при таком условии ремонт будет выполнен качественно и добросовестно.

Простой пример. Турбина вышла из строя, допустим, из-за недостатка

смазки – маслоподающая трубка раскололась. Если в этом случае мы просто поменяем турбину, она тут же снова сломается из-за недостаточности смазки. Поэтому когда мы сняли турбину, надо сразу разобраться в причинах – сняли, осмотрели, увидели задир – значит, проблемы с маслом. Осмотрели трубки, нашли дефектную, заменили ее, заменили турбину – решили проблему. Только так.

Действительно, это уже профессионализм механика, который базируется на технической грамотности и добросовестном отношении к делу. И такое отношение должно прививаться изначально, со школьной скамьи, в техникуме или лицее.

А производители премиальных запчастей делают все, что в их силах, для предотвращения ошибок. Те СТО, где сотрудники хотя бы повысят свою компетентность, всегда могут воспользоваться предлагаемой им помощью.

Эдуард Дигель:

— Все зависит от конкретной СТО. Те центры, для которых важен профессионализм мастеров и механиков, с удовольствием принимают участие в наших программах обучения. В первую очередь мы проводим регулярные тренинги, в рамках которых мы также обсуждаем вопросы, связанные с установкой продукции. Кроме того, технический отдел компании выпускает технические бюллетени, в которых разбираются практические вопросы, связанные с продукцией и ее установкой.

ООО «МАЛЕ РУС», чтобы механики не допускали ошибок, работает по нескольким направлениям. Самое главное – это деятельность: технические семинары, обучение с фотографиями и описаниями самых типичных случаев.

Алексей Сердюк:

— У меня как у тренера есть вышедшие из строя компоненты двигателя (поршни, клапаны), испорченные турбины и прочее. Я все это показываю участникам семинара и объясняю, почему это произошло. И что нужно сделать, чтобы этого не случилось. Все самые популярные повреждения мы свели в достаточно объемные бюллетени: анализ повреждений, диагностика повреждений, как не допустить те или иные дефекты. Это печатные издания, в которых с иллюстрациями представлено полное описание повреждения – из-за чего оно произошло, как развивалось и как его избежать в будущем.

В общем, на производителей автотехники премиального уровня всегда можно положиться – они действительно помогут избежать многих ошибок в процессе работы. Главное – не забывать пользоваться информацией, которую они предоставляют. ■

ТОП-5

ВЫГОДНЫХ ФРАНШИЗ
ПО ВЕРСИИ

Forbes



Франшиза автосервиса

F!T SERVICE

Прибыль от 479 000 рублей в месяц

На все СТО!



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр 4.



Телеграм-чат для руководителей, коммуникационные поединки для сотрудников, мобильное приложение для клиентов, тайные покупатели для контроля процесса и корпоративный блог, разбирающий вопросы мотивации и кросс-продаж – все это элементы стратегии сети FIT SERVICE, уже открывшей по франшизе свыше 140 автосервисов и собирающей через два года довести их число до 500 не только в России, но и странах СНГ. Так, до конца года первый FIT SERVICE откроется в Казахстане.

Автосервисы — та сфера бизнеса, в которой долгое время будто закрывали глаза на существование среднего класса. С одной стороны — станции техобслуживания официальных дилеров с обязательной наценкой за бренд, с другой — гаражи на задворках с запчастями “по знакомству”. Промежуточный вариант — с гарантией, официальными поставками, полным спектром услуг и адекватными ценами — еще 15 лет назад казался скучным и нерентабельным по сравнению с моделью “Бери по максимуму, а завтра не наступит никогда”. Хотя в перспективе именно он и оправдывает себя: именно постоянные клиенты-автоводители, которые регулярно проходят ТО и время от времени нуждаются в услугах ремонта, обеспечивают постоянный и неуклонно растущий уровень дохода. Разумеется, если не принимать их уровень лояльности как должное — и бороться за него.

Испытательным полигоном стала Сибирь: в начале 2000-х **ROSSKO, крупнейший в России дистрибьютор запчастей**, столкнулся с падением прямых продаж. Формат расположенных буквально на каждом шагу магазинов автозапчастей,



очевидно, уходил в прошлое: клиентам все меньше хотелось рыскать по городу в поисках нужной детали, а затем везти ее знакомым мастерам. Автоводители, число которых на волне экономического подъема росло, транслировали запрос на разумную экономию времени, сил и денег — иными словами, на сервисные станции полного цикла.

FITSERVICE

Откликнувшись на эту потребность, **ROSSKO** запустил собственную сеть сервисных станций **FIT SERVICE**. Отлаживание системы стандартов, внедрение CRM-программ, прокачка колл-центров — к 2013-му в активе **FIT SERVICE** было пять лет опыта и бизнес-показатели, благодаря которым стало возможным развитие по модели франчайзинга. Впрочем, руководство компании установило жесткие требования к соискателям — любая станция **FIT SERVICE** обязана работать по единым стандартам головной компании. Отбор за эти пять лет прошли 300 сервисных центров, половина из которых уже открыта, остальные откроются в самое ближайшее время. Это сделало франшизу крупнейшей из российских в этой сфере. Это подтверждают и крупнейшие рейтинги франшиз в России. **Франшиза FIT SERVICE вошла в ТОП-5 самых выгодных франшиз по версии Forbes**, а крупнейший портал **BeBoss** признал ее самой лучшей франшизой в сфере автосервисов.

«Человек, кто сейчас сидит за ру-



сервисы: онлайн сервисная книжка с историей обслуживания авто, личный кабинет с невыполненными рекомендациями, вызов эвакуатора из мобильного приложения **FIT SERVICE**, а также система напоминаний о проведении требуемых по пробегу работ.

Партнеры, присоединяющиеся по франшизе **FIT SERVICE**, априори имеют те преимущества, которых лишены одиночные независимые автосервисы или на создание которых могут уйти годы и миллионы рублей. К таковым можно отнести собственную систему автоматизации — уникальное программное обеспечение, отвечающее всем требованиям современного автосервиса. Включает в себя: планировщик, интерфейс

клиента, единую автоматизированную базу, складской учет с автоматическим заказом необходимых товаров, чат ботов для каждой станции с ежедневными отчетами работы автосервиса.

Единые стандарты — централизованная система обучения, по-другому это работать не может. Так, открытые в 2014 году собственные центры обучения в Новосибирске, а позже во Владивостоке и Москве — **FIT LAB** — дали возможность самостоятельно обучать персонал, решив таким

образом кадровый голод, характерный для данной отрасли. В России аналогов этому образовательному хабу нет. Автоцентры и автодилеры отправляют на курсы механиков, электриков, мастеров-приемщиков и руководителей со всей страны, и ежегодно сертификаты получают 600 с лишним специалистов. Сотрудникам **FIT SERVICE** базовое обучение и повышение квалификации достаются бесплатно.

Но даже с учетом образовательных программ, франшиза **FIT SERVICE** остается серьезным экзаменом на способность вести бизнес по высоким стандартам. Отбор жесткий, контроль постоянный (в том числе при помощи тайных покупателей) — но и отдача впечатляющая. Так что к концу 2018-го, по словам Данила Соловьева, число станций **FIT SERVICE** планируют довести до 230, а в плане на 2020 год



лем автомобиля, сильно отличается от того, кто сидел за рулем 20 лет назад. Всё, что он хочет знать об автомобиле, — это как его завести и поехать», — без обиняков пишет **Данил Соловьев в корпоративном блоге FIT SERVICE**, начиная разговор об автоматизации. Это данность 2018 года, и на стороне клиента играют программа мобильности, а также фирменное мобильное приложение для iOS и Android.

Мобильное приложение позволяет клиенту в один клик записаться на сервис, выбрав ближайшую к нему станцию, удобное время и необходимую услугу. Помимо возможности онлайн записи для клиентов были разработаны дополнительные полезные



минимум 500 центров по всей России и 3% от общего рынка автосервисных услуг страны. Амбициозно? Да. Реально? Вполне. ■

Подробнее о франшизе FIT SERVICE
на сайте franch.fitauto.ru или по телефону **8 800 7000 136**

Осилит путь только идущий вперед

История Татьяны Павловой (г. Казань)

Много моментов в нашей жизни бывают переходными. Вопрос только, куда и зачем мы переходим. В 2015 году я как раз переходила из состояния «вечно декретной мамы» в обычное состояние «Владелец независимого автосервиса». Вот это состояние плавания меня и не вдохновляло.



В 2008 году, овдовев, я стала собственником большого здания, в котором работал автосервис с выручкой не более 200-300 тысяч со всех цехов. Многие позавидовали бы такому «богатству», а мне было стыдно пригласить друзей в такой сервис.

Еще до момента подписания договора франшизы **FIT SERVICE**, я знала, что технический отдел, дизайнеры, группа присоединения абсолютно бесплатно проводят аудит вашего сервиса, готовят проекты, просчитывают бизнес-план, делают расстановку оборудования в ремзоне и многое другое. Получив анализ и прорисовку сервиса, я подумала, что мне этого не осилить, я никто для такой сети. Все взвесила и дала заднюю. Как оказалось потом, зря. Я потеряла год развития и деньги, продолжая бегать по кругу, от проблемы к проблеме.

В 2017 году, выступая спикером на конференции Д. Дубровского, я думала о том, что пришло время действовать. Мне больше нечего сказать этой аудитории, я достигла своего потолка. Меня обходили на всех позициях участники сети. Они обладали другим мышлением и большими знаниями, чем я.

В марте я получила приглашение на День открытых дверей в **FIT SERVICE**, который проходил на следующий день после конференции. Целью был шпионаж — посмотреть, как там у них изнутри все устроено. Буквально переступив порог сервиса на Феодосийской, стало понятно, что мне надо стать такой же. Белой, чистой, культурной, работающей по стандартам. Я больше не слушала выступающих, так как решение было принято. Просто впитывала обстановку и чувствовала себя, как дома у друзей.

Итак, мы подписали договор. Спустя 4 месяца мы открыли первый в Казани

FIT SERVICE. Сказать, что это были самые сложные летние-осенние месяцы в моей жизни, — это ничего не сказать. Такого нон-стопа стройки и ремонта эти стены никогда не видели. Сервис при этом продолжал работать и приносить доход. Благодаря этому мои сбережения в виде миллиона потребовались только в самый последний месяц. Все остальные месяцы расходы велись из прибыли за месяц.

В ноябре 2017 года мы открылись. Все имеющиеся бизнес-процессы сломались сразу же в первый день после открытия. Всё не так, как мы все привыкли, пришлось учиться работать по-новому. Показатели нашего сервиса стали расти и на сегодняшний день удвоились, благодаря тому, что я научилась увольнять и расставаться с людьми-якорями. Приходят новые и работают, потому что их все устраивает. Так же приучились работать по стандартам. Да, это происходит не быстро, да, многие не принимают такую политику. Но только через соблюдение рекомендаций Управляющей компании и стандартов сети происходит планомерный рост.

Еще одно открытие ждало меня в 2018 году. Опять же на конференции «Автомобильный ремонтный бизнес» я поняла, что весь опыт и знания, передаваемые спикерами, или мне уже известны, или не актуальны, так как все эти проблемы решает за нас **УК FIT SERVICE**: подбор кадров, расчет показателей СТО в ежедневном режиме, маркетинг, реклама, трафик клиентов, колл-центр, обучение сотрудников.

Прошел всего год. Что было у меня в сервисе и что имею сейчас — земля и небо. Впереди много дел и планов на будущее. С уверенностью могу сказать, что осилит путь только идущий вперед. ■

FITSERVICE

Устали крутить гайки в своем автосервисе?

Сдайте помещение в аренду федеральной сети автосервисов FIT SERVICE

Что вы получите:

- Надежного арендатора на срок не менее 5 лет;
- Стабильный доход и платежи точно в срок;
- Свободное время, которое сможете потратить на себя или на развитие другого бизнеса.

Требования к помещению:

- Площадь помещения от 200 кв.м;
- Высота потолка от 4м;
- Возможность организации клиентской зоны;
- Первая линия;
- Наличие парковки.

а лучше присоединяйтесь к сети

FITSERVICE



Ждем ваших предложений: franch@fitauto.ru 8-903-049-15-96

Учиться никогда не дорого!

Автосервис – это прежде всего бизнес, напрямую зависящий от квалификации его сотрудников. В 90-х — начале 2000-х годов все выпускники школ думали, что круто быть менеджерами, юристами, экономистами. И 80% из них шли учиться именно на эти специальности. Рабочие профессии потеряли свою престижность в принципе.



Кадровый голод в автосервисном бизнесе проявляется особенно остро. Нет ни одного руководителя, который бы рано или поздно не сталкивался с вопросом, где найти специалиста — хорошего, ответственного, грамотного, толкового. Где та «кузница кадров», из которой выходят действительно профессионалы? Ведь, в конечном итоге, именно мастер ответственен за то, что придет клиент еще раз или нет. Правильно ли он поставил «диагноз» и выполнил работу? Действительно, профессионалы встречаются довольно редко. Но что же делать? Ответ один — воспитать профессионала самому. Как? Ответ напрашивается сам собой – обучить.

Но тут перед собственником возникает другой вопрос: как не потерять обученного специалиста и вместе с ним деньги потраченные на его обучение. Замкнутый круг – собственник не вкладывается в обучение сотрудника, сотрудник некачественно выполняет свою работу, а в конечном счете страдает клиент. Всё, круг замкнулся.

Обучить сотрудника и потом его потерять — меньшее из зол. Гораздо страшнее не обучить его и оставить работать в своем автосервисе. Конечно, ни один руководитель не застрахован от того, что квалифицированный работник рано или поздно уйдет, однако сделать этот процесс максимально безболезненным возможно. Сегодня на рынке появилось предложение, которое позволяет обучать сотрудников автосервиса не только выгодно, но и удобно.

Новый формат безлимитного обучения, как спасательную палочку, предложил центр обучения **FITLAB**. Он существует с 2014 года, и сейчас его филиалы работают в 3 городах России – Новосибирске, Владивостоке и Москве. Ежегодно центр выпускает свыше 1000 специалистов, которые успешно меняют рынок в лучшую сторону и ломают сложившийся стереотип «непрестижной» профессии.



Что это за зверь - «безлимит», и почему его выгодно приобретать?

Безлимитное обучение — это:

- Все курсы (кроме руководителя) и мастер-классы от экспертов и успешных практиков автосервисного бизнеса.
- Возможность обучать неограниченное число сотрудников в течение года.
- Выбор удобного времени, курсы имеют повторяющийся характер.
- Очное или удаленное участие.
- Запись вебинаров, доступных к просмотру в течение 5 дней.
- Стоимость участия в 1 вебинаре через пакет — всего 97 рублей.

Уже более 150 автосервисов оценили новый формат обучения и пользуются всеми его возможностями. Присоединяйтесь и вы! ■

FITLAB в цифрах

(по состоянию на 1.08.2018)

- Дата открытия **2014** год
- Филиалы в **3-х** городах: Новосибирске, Москве, Владивостоке
- **500 000** евро инвестировано в оснащение и оборудование
- **28** курсов для специалистов и руководителей автосервисов
- Ежегодный выпуск более **1 000** специалистов

FITLAB

СВЯЖИТЕСЬ С НАШИМ МЕНЕДЖЕРОМ ПО ТЕЛЕФОНУ **8 800 700 09 56** И УЗНАЙТЕ ПОДРОБНОСТИ.

НАЗОВИТЕ ПРОМОКОД «АВТОБИЗНЕС» И ПОЛУЧИТЕ СКИДКУ 1000 РУБЛЕЙ НА ЛЮБОЙ МАСТЕР-КЛАСС FITLAB.



БОЛЬШОЙ БЕЗЛИМИТ

86 000 РУБЛЕЙ

В БОЛЬШОЙ БЕЗЛИМИТ FITLAB входят все очные курсы, в том числе комплексные курсы, вебинары, мастер-классы от экспертов в автосервисном бизнесе и тренинги от производителей автокомпонентов.*

- 📍 Новосибирск
- 📍 Москва
- 📍 Владивосток

*Кроме курса для руководителя автосервиса

Стоимость курса по отдельности:

Комплексный
курс

**МАСТЕРА-
ПРИЕМЩИКА**

СТОИМОСТЬ
36 000
РУБЛЕЙ

Комплексный
курс

АВТОМЕХАНИКА

СТОИМОСТЬ
36 000
РУБЛЕЙ

Комплексный
курс

**ДИАГНОСТА
ЭЛЕКТРОННЫХ
СИСТЕМ**

СТОИМОСТЬ
45 000
РУБЛЕЙ

При покупке Большого Безлимита вы экономите 31 000 рублей

На любой курс вы можете отправлять до 2-х сотрудников.
Полный список доступных курсов и вебинаров доступен на fitautolab.ru



Расписание ближайших курсов FITLAB

Евгений Литвинов, технический тренер по направлению «Автоэлектрика»

17-23 сентября
15-21 октября
10-16 декабря

 Москва
Новосибирск
Новосибирск

**Курс диагноста
электронных систем**

Олег Болгов, технический тренер по направлению «Автомеханика»

8-13 октября
26 ноября-
1 декабря

 Москва
Новосибирск

**Курс для
автомеханика**

Светлана Соловьева, бизнес-тренер, руководитель FITLAB

10-14 сентября
24-28 сентября
22-26 октября
19-23 ноября
3-7 декабря

 Москва
Новосибирск
Москва
Новосибирск
Москва

**Курс для
руководителя
автосервиса**

Ирина Кулиева, бизнес-тренер по направлению «Мастер-консультант»

4-7 сентября
24-28 сентября
8-12 октября
29 октября-
2 ноября
12-16 ноября
10-14 декабря
17-21 декабря

 Краснодар
Москва
Новосибирск
Москва

Новосибирск
Москва
Новосибирск

**Курс
мастера-
приемщика**



КОМПАНИЯ TENNECO ОПУБЛИКОВАЛА НОВЫЙ КАТАЛОГ АМОРТИЗАТОРОВ MONROE® ДЛЯ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Компания Tenneco Inc. (NYSE:TEN) (Брюссель, Бельгия) — глобальный поставщик решений для систем подвески и выхлопных систем на конвейер автопроизводителей и на вторичный рынок — опубликовала новый каталог амортизаторов Monroe® для легковых автомобилей. В каталог добавлено более 800 новых единиц продукции, которые увеличили его охват на 25 миллионов легковых автомобилей, фургонов и других транспортных средств. Теперь количество продуктов под маркой Monroe® превышает 3400 наименований.



Помимо запасных частей, в новом каталоге представлен полный спектр амортизаторов и стоек премиум-класса Monroe® OESpectrum®. Благодаря запатентованной технологии Monroe R-TECH2® Rebound Valving™, амортизаторы OESpectrum практически мгновенно реагируют на действия водителя, обеспечивая высокую маневренность, быстроту реакции, курсовую устойчивость и другие преимущества. Также в новом каталоге появились 60 дополнительных комплектов пыльников и 33

новых комплекта опор амортизаторов и стоек.

И наконец, в новый каталог Monroe® добавлен раздел с подробной информацией о запчастях, где объясняется важность своевременной замены амортизаторов и поддержания их в надлежащем состоянии.

Цифровая версия каталога доступна в формате PDF и электронной книги на сайте www.monroecatalogue.eu на 10 языках: английском, испанском, итальянском, немецком, нидерландском, польском, португальском, русском, турецком и французском. В интерактивной версии каталога предусмотрена возможность просмотра детали под любым углом для быстрого и точного подбора необходимых запчастей. Кроме того, для загрузки доступна PDF-версия каталога в высоком разрешении.

Помимо поставки продукции из каталога, Tenneco поддерживает дистрибьюторов запчастей и сервисные компании, предоставляя обучение и

информацию о ремонте автомобилей по телефонной линии Techline, через онлайн-платформу Technicians Advanced Digital Information System (TADIS) и с помощью других полезных ресурсов на сайте www.training.tenneco.com.



О компании Теннеко. Это международная производственная компания с годовым оборотом \$9.3 млрд., штаб-квартира которой находится в г. Лейк Форест, шт. Иллинойс, США. В компании работает около 32,000 сотрудников по всему миру. Теннеко является одним из крупнейших в мире разработчиков, производителей и поставщиков выхлопных систем, амортизаторов и систем подвески для легковых и коммерческих автомобилей — как на конвейер автопроизводителей, так и на рынок автозапчастей. На рынке России и СНГ Tenneco предлагает свою продукцию под торговыми марками Monroe®, Walker®, XNOx™ и Clevite®Elastomer. ■



Launch X-931. Touchless или назад в будущее



Итак, расскажем по порядку о тех новинках, которые компания LAUNCH приготовила для своих клиентов в 2018 году.

Главная новость – **LAUNCH** возвращается в ряды поставщиков полного спектра автосервисного оборудования. Надо думать, связано это с тем, что технология Sharing Repair Station (SRS), о которой нам впервые рассказали в июне этого года на конференции дилеров, может охватывать все операции полного цикла на СТО, поэтому у компании возникло вполне естественное желание иметь в своей продуктовой линейке как можно более широкую номенклатуру оборудования.

О самой технологии SRS мы еще поговорим, она достойна отдельной публикации, а сейчас более подробно остановимся на главных новинках сезона: двух моделях стандов развал-схождения, которые должны стать базовыми элементами станций системы «самообслуживания».

Начнем, пожалуй, с традиционного **3D-станда X-861**, который является логическим продолжением предыдущей модели X-712, снятой с производства в 2015 г. К сожалению, увидеть все прелести нового 3D-станда Launch в работе нам не довелось, поэтому мы можем поделиться только общим впечатлением от внешнего вида и привести некоторые технические данные.

Станд спроектирован по уже привычной схеме: прочная алюминиевая несущая колонна и регулируемая по высоте поперечная профиль-балка с механизмом перемещения и камерами.

Компьютер, все причиндалы и навесы колесных зажимов с мишенями вмонтированы в удобный шкаф на колесиках. Качество используемых в конструкции станда материалов и комплектующих, покраска элементов и культура сборки достаточно высокого уровня. Так же как и заявленная точность измерения углов установки колес, которая без сомнения должна удовлетворить потребности любого независимого автосервиса, а при проведении омологации — и многих дилерских автотехцентров китайско-корейского бренд уровня.

Перечислим кратко основные преимущества 3D технологии перед инфракрасной, которые позволяют существенно повысить надежность оборудования, скорость и точность его работы.

- Отсутствие такой «болезни», как «уход» нуля и необходимости регулярной калибровки измерительной системы;

ПАРАМЕТРЫ 3D-СТАНДА LAUNCH X-861		
Параметры	Диапазон измерения	Точность измерения
Общее схождение передних колес	±20°	±0.02°
Индивидуальное схождение	±20°	±0.02°
Развал	±12°	±0.02°
Кастер	±25°	±0.05°
Поперечный угол наклона шкворня	±25°	±0.05°
Flinch Angle	±10°	±0.01°
Угол разворота заднего моста	±10°	±0.01°

LAUNCH



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр 4.

- Отсутствие сложных и очень «нежных» электронных измерительных датчиков, требующих особой аккуратности при работе. В случае случайного удара или падения такого датчика обычно требуется его калибровка или ремонт – в отличие от простой и дешевой мишени-отражателя, как правило, не страдающей от таких коллизий;
- Отсутствие электропитания датчиков-мишеней и, как следствие, избавление системы от не слишком надежных в эксплуатации аккумуляторов, кабелей и разъемов;
- Отсутствие длинной «прокатки» при компенсации биения. Достаточно прокатить автомобиль всего на 20-30 см, при этом все четыре колеса компенсируются одновременно.

Перейдем теперь к более интересному экземпляру – **бесконтактной модели X-931**. Это абсолютная инновация для китайского рынка, поскольку сейчас даже у BOSCH таких действующих стендов в Европе всего 2.



Думается, что идея хорошая, и Launch тоже может использовать ее для маркетинга своего нового продукта.

X-931 позволяет максимально быстро и точно измерить углы установки колес без необходимости монтировать какие-либо мишени или датчики на диски.

Для получения отчета достаточно просто прокатить автомобиль мимо системы измерения.

Стенд позволяет измерять углы установки колес с точностью, не уступающей современным 3D-стендам, использующим мишени.

X-931 поставляется в виде готового комплекта, включающего в себя все необходимые элементы:

- Четырехстоечный подъемник Launch TLT-440WF, оборудованный специальными адаптерами для установки блоков бесконтактного измерения;
- 4 блока системы бесконтактного измерения и анализа данных, включающих: модуль лазерной проекции, измерительные камеры, а также систему камер для взаимного позиционирования самих измерительных блоков;
- Мобильную стойку с PC на базе ОС Windows и лицензионным ПО Launch X-931, принтер;
- Комплект для фиксации руля и педали тормоза.

Перечислим основные особенности и преимущества бесконтактного стенда X-931:

- Простота измерения, уникальное быстрое действие, исключение ошибки оператора;
- Безопасность работы – исключена сама возможность повредить диск или систему измерения в результате неаккуратной работы, т.к. никаких

компонентов на диск больше не устанавливается;

- Измерение данных в реальном времени с использованием уникальной технологии проекции и анализа лазерного рисунка на колесо автомобиля;
- Уникальный опыт для клиента вашего СТО;
- Значительное ускорение работы – процесс не требует ни установки каких-либо конструкций на диск, ни проведения компенсации перед быстрым измерением.

Программное обеспечение системы беспроводного измерения развала-схождения Launch X-931 сделано на высоком уровне!

ПАРАМЕТРЫ 3D-СТЕНДА LAUNCH X-931	
Параметр	Диапазон измерения
Общее схождение передних колес	±20°
Индивидуальное схождение	±10°
Развал	±10°
Кастер	±20°
Поперечный угол наклона шкворня	±20°
Угол разворота заднего моста	±5°

Пока производитель еще официально не озвучил конечную цену X-931, но по информации из надежных источников она будет существенно ниже, чем у конкурентов.

Надеемся, что программное обеспечение и техподдержка будут также соответствовать высокому статусу нового продукта, и Launch сможет потеснить Bosch и Hunter не только ценой, но качеством.

В следующих публикациях мы обязательно продолжим знакомить наших читателей с новинками Launch, а в заключение хотим пригласить всех на выставку Интеравто 2018, которая пройдет в Москве на Крокус Экспо 28-31 августа. Приходите на наш стенд (К310, Павильон 1, зал 3), где можно будет не только увидеть и протестировать «живое» оборудование, но и пообщаться со специалистами и коллегами по цеху. ■



Интересно, что Bosch рекомендует свой бесконтактный и очень недорогой стенд в качестве 2-го стенда в СТО. Идея состоит в том, что любая машина, заезжая в автосервис, проходит через него бесплатный экспресс-тест, при этом стенд не используется для выполнения регулировки. Сервис как-бы не зарабатывает напрямую на самом бесконтактном сход-развале, но в итоге выигрывает за счет увеличения проходимости и привлечения дополнительных потенциальных клиентов при выявлении неисправностей на этапе экспресс-тестирования.



1 **Бесконтактный измерительный модуль**



1 **Система камер для взаимного позиционирования измерительных блоков**



1 **Адаптеры для установки системы на подъемник. Позволяют проводить измерения на автомобилях с базой любой длины.**



1 **Лазерная система**

MIMS automechanika MOSCOW

22-я Международная выставка запасных частей,
автокомпонентов, оборудования и товаров
для технического обслуживания автомобиля

27 – 30 августа 2018

ЦВК «Экспоцентр»
Москва



Получите бесплатный билет!
www.mims.ru

Организатор
ITEMF
EXPO

www.navedi.info



Территория дополненной реальности,
или как в 4 шага сделать метку интерактивной



Поиск: Наведи



1 шаг — зайдите на сайт navedi.info

2 шаг — зарегистрируйтесь

3 шаг — загрузите метку и контент

Через пять минут Ваша метка станет интерактивной для использования в приложении «Наведи»*!

4 шаг — скачайте бесплатное приложение «Наведи» и смотрите то что скрыто!



Наведи!

- Скачайте бесплатное приложение «Наведи!» из App Store или Google Play и запустите его.
- Наведите мобильное устройство на эту страницу, и вы увидите то, что скрыто!

*Бесплатное приложение «Наведи» доступно в App Store и Google Play



для типографий



для товаров
массового спроса



для упаковок
и этикеток



для форумов
и выставок



для газет
и журналов

СКАЧАТЬ

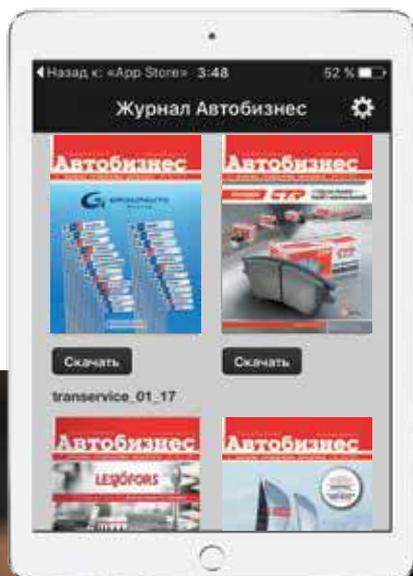


КОММУНИКАЦИОННОЕ
АГЕНТСТВО
ПОЛНОГО ЦИКЛА

Автобизнес
МЕДИА



Мобильное приложение – «Журнал АВТОБИЗНЕС»



Удобный и современный способ читать журналы на своем мобильном устройстве!

Появление номера происходит в день сдачи журнала в типографию.

Скачать в Google Play, App Store бесплатно



Мобильное приложение «Журнал АВТОБИЗНЕС» можно скачать в Google Play, App Store бесплатно

PARTS-MALL

*Поставщик автозапчастей
качества мирового уровня
Лауреат премии*



РМБ

Прорывной бренд!
Теперь включает детали на японцев
и европейцев

**ЖДЕМ ВАС
НА НАШЕМ
СТЕНДЕ F 331**



**MIMS2018/
Automechanika**

с 27 по 30 августа

в Экспоцентре
на Красной Пресне
в Москве

PARTS-MALL
CORPORATION

Developed by
World-class Quality
Automotive Parts supplier



ТесДок
сертификат DATA ВЕРИФИ

ТесДок
Поставщик А класса
- Сертифицированный
поставщик данных

kotra
KOTRA

Экспертное Качество
Высокий Технологичный
и Масштабный



ВАШ ОТВЕТСТВЕННЫЙ
И НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР



Deutsche Handelsallianz



Наведи!
+ видеоматериал.
Инструкция на стр 4.



ПОДРОБНЕЕ
НА **стр.50**

Михаил Роммель,
основатель и директор компании
DHA DEUTSCHE HANDELSALLIANZ GMBH:

«Вы определяете цель —
мы находим пути решения!»

www.deuha.com