

GROUPAUTO

РОССИЯ

NEWS

BUSINESS LOUNGE



PHILIPS: «Наша задача — вооружить СТО знаниями»

ZF

Слияние ZF и TRW — это требование технологического прогресса и развития в автомобильной сфере.

NGK

Уникальное ноу-хау — ключевой элемент успеха компании.

ELRING

Мы имеем большую компетенцию в области разработок и поставок на конвейер.

VENEPORTE

Производитель, имеющий в распоряжении самые передовые технологии.

GROUPAUTO Italy:

«Успешный опыт.
Мы даем СТО все необходимое».



Доктор Штефан Вольф,
председатель правления
компании Elring GmbH

GROUPAUTO является для нас важным консолидирующим звеном, позволяющим точнее учитывать запросы наших потребителей.

Уже 135 лет Elring является синонимом хорошего опыта в технологии уплотнений.





IGNITION
PARTS



VEHICLE
ELECTRONICS

Гэнки Судзуки,
генеральный
директор
NGK Spark Plugs
(Eurasia).

Инновации и традиции —
ключевые постулаты
жизнедеятельности
компании NGK,
отметившей
в прошлом году
свое 80-летие.

НОВОСТИ

Новостной дайджест Группы

5
GROUPAUTO Russia

7
GROUPAUTO International



8
Новости Поставщиков



64
Новости Партнеров

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

GROUPAUTO Italy



46
«Мы даем СТО все необходимое»

СТРАТЕГИЯ РАБОТЫ

Поставщики

14
Олег Молотков:
«Слияние ZF и TRW — это требование рынка, требование технологического прогресса и развития в автомобильной сфере»



32
Brembo — новатор в конструировании тормозных систем



18
Гэнки Судзуки:
«Уникальное ноу-хау — ключевой элемент успеха компании»



34
Абилио Кардозо:
«Компания Veneporte — производитель, имеющий в своем распоряжении самые передовые технологии»



22
Доктор Штефан Вольф:
«Мы имеем большую компетенцию в области разработок и поставок на конвейер»



40
Дэвид Кэллери:
«Компания WAI GLOBAL никогда не шла на компромиссы с качеством»



28
PHILIPS делает ставку на развитие светодиодных технологий



44
Андрей Чернышов:
«Sogefi обладает уникальными возможностями по созданию фильтров в соответствии с требованиями автопроизводителей»



Партнеры



52
Сергей Нескоромных:
«Наша специализация — регламентное техническое обслуживание»



56
Роман Милаев:
«Синергетический эффект, или почему качественная продажа автокомпонентов невозможна без качественных услуг»



60
Эдуард Арамян:
«Наш главный принцип — лояльное отношение к клиентам»

Партнерское соглашение GROUPAUTO Russia и LIQUI MOLY



В начале января **Председатель Совета директоров GROUPAUTO Russia Александр Красный** и **член Совета директоров Сергей Королев** посетили центральный офис компании **LIQUI MOLY** в Ульме (Германия), где провели переговоры с владельцем и управляющим компанией Эрнстом Простом. Главной темой встречи стало обсуждение стратегии сотрудничества.

LIQUI MOLY становится Партнером и Поставщиком **GROUPAUTO Russia**. Бренд **LIQUI MOLY** пополнил портфель Группы в марте 2017 года.

«Контракт с GROUPAUTO Russia станет для нашей компании одним из главных международных соглашений, а GROUPAUTO Russia — одним из ключевых бизнес-партнеров», — отметил Эрнст Прост.

Ежегодное собрание в GROUPAUTO Russia



22 февраля в конференц-зале гостиницы «Ренессанс Москва Монарх Центр» состоялось Общее собрание Партнеров, в котором приняли участие **члены Совета директоров GROUPAUTO Russia** и руководители компаний — Партнеров Группы.

Основной целью встречи стало формирование общей солидарной позиции участников в направлении оптимизации сотрудничества в текущих рыночных условиях. Стратегическим курсом становится работа, направленная на повышение экономической эффективности Партнеров Группы, оптимизацию портфеля брендов и рост клиентской лояльности.

Новые партнеры GROUPAUTO Russia

Сразу четыре компании стали Партнерами **GROUPAUTO Russia** в начале 2017 года.



- Компания **«Фильтр»** (г.Иркутск) работает на рынке с 1995 года. Крупнейший поставщик расходных материалов для автомобилей на территории Восточной Сибири, Якутии, Бурятии и Дальнего Востока.



- Компания **ООО «ОРУМ МЕРКА»** (г.Санкт-Петербург) обладает широкой сетью дистрибуции запасных частей для легкового и грузового транспорта в Северо-Западном регионе РФ. В 2017 году объявлено о расширении сети и начале работы в других регионах РФ.



- Компания **«ТракМоторс»** (г. Москва) работает на рынке более 15 лет. Входит в тройку лидеров по поставкам запасных частей и комплектующих для европейских грузовых автомобилей, автобусов, прицепов. Имеет развитую дистрибуторскую сеть на территории РФ.



- Компания **«Техника»** (г.Самара) основана в 1991 году. Ведущий оптовый поставщик запасных частей для легковых автомобилей региона.

Деятельность в качестве Партнера Группы имеет несомненный интерес. Каждый Партнер приобретает Статус участника международного проекта **GROUPAUTO International**, специальные условия для формирования ассортимента запасных частей оригинального качества, а также возможность участия в совместных сетевых проектах Группы. Вступление новых участников увеличит совокупный оборот Группы.

GROUPAUTO Russia расширят границы

Осенью прошлого года **GROUPAUTO Russia** выступила организатором серии конференций в ряде городов России — Владимире, Иваново, Рязани и Туле. Общей темой стало обсуждение путей повышения экономической эффективности независимых СТО, основанных на идее объединения станций в единую сеть.

По итогам, мероприятия посетили около 450 СТО и более 50 участников выразили желание начать переговоры о присоединении к сетевому проекту.

Следующая серия конференций стартовала в Нижнем Новгороде в марте 2017 года и будет продолжена в других городах Российской Федерации.

Особое внимание оказали четырнадцать Поставщиков-партнеров Группы, приняв участие в мероприятиях. Среди них: **KYB, GATES, FEDERAL MOGUL, HELLA, FILTRON, PHILIPS, VALEO, NTN-SNR, ZF, TMD FRICTION, BOSCH, LIQUI MOLY, VENEPORTE, SOGEFI.**



Новый адрес GROUPAUTO Russia



Генеральный офис GROUPAUTO Russia расположен по новому адресу, в деловом центре на юго-западе столицы. Новый офис обеспечен функциональной внешней и внутренней инфраструктурой, которая позволяет проводить деловые встречи, организовывать конференц-связь и руководить основными бизнес-процессами Группы.

Новый адрес GROUPAUTO Russia:

117246, Москва,
Бизнес-Центр «9 Акрлов»,
Научный проезд, д.17,
8 этаж, офис 8-30.

Новое «лицо» сайта GROUPAUTO Russia

В начале 2017 года **GROUPAUTO Russia** запустила новую версию корпоративного сайта www.groupautorus.ru. Обновленная версия предлагает легкий дизайн, удобную навигацию и поддерживается различными браузерами и устройствами.

В основных разделах сайта представлены:

- деятельность Группы, основные цели и задачи,
- информация о Поставщиках и Партнерах.



GROUPAUTO Italy: 20 лет успеха сети PuntoPro



В конце 2016 года свое двадцатилетие отметила сеть станций технического обслуживания автомобилей **PuntoPro (Италия)**. Сегодня **PuntoPro** является одной из самых динамично развивающихся независимых сетей на рынке постгарантийного обслуживания в Европе.

На торжественном мероприятии, посвященном юбилейной дате, в **Palacongressi di Rimini** собрались более 1000 гостей. Среди приглашенных — участники сетевого проекта, поставщики запасных частей, партнеры.

Президент GROUPAUTO Italy Доменико Де Виво и **генеральный директор Диего Бельмонте** выступили с ответственными речами. В своих выступлениях они отметили, что с самого начала и по настоящее время главным принципом работы **PuntoPro** является высокий уровень предоставляемых услуг и качественные запасные части. Интегрированная работа каждого участника сети: станций, поставщиков, дистрибьюторов — стала залогом как достигнутых результатов, так и предоставляемых сервисных услуг высокого качества. Это позволяет с оптимизмом смотреть на перспективы.

GROUPAUTO Nederland: сразу 7 новых участников



Международная группа является единственной организацией, объединяющей поставщиков и дистрибьюторов запасных частей в Нидерландах. Сейчас она насчитывает около 40 участников. Однако процесс присоединений крупных оптовых компаний в этой средней по европейским меркам стране идет довольно высокими темпами. В январе 2017 года сразу семь компаний выразили желание присоединиться к **GROUPAUTO Nederland**. Тенденция будет продолжаться ввиду текущих сложностей на местном рынке, полагает **Фрек Блекстоун, управляющий директор Группы**.

Сегодня многие компании рассматривают возможность вступления в Группу, поскольку именно в консолидированном объединении выстраивается надежная система взаимодействия между участниками рынка: выгодные контракты и условия работы с производителями запасных частей, организованная дистрибуция товара, ориентированный спрос и растущая лояльность потребителей.

GROUPAUTO Poland: объединение — ключ успеха



В Польше стартовал новый проект по созданию сети автотехцентров по обслуживанию грузовой техники европейских марок.

В конце 2016 года **GROUPAUTO Poland** провела конференцию для независимых сервисов большегрузных автомобилей. Около 30 участников собрались для обсуждения задач и перспектив нового проекта в сфере обслуживания этих транспортных средств. Результатом встречи стало формирование общей стратегии развития, обмен опытом в деле повышения качества услуг в данном секторе. Первым итогом данной конференции стало объединение в единую сеть **TOP TRUCK Poland** семи автотехцентров.



Уплотнение ступичного подшипникового узла SKF снижает трение вдвое



SKF представляет новое внутреннее уплотнение для ступичных подшипниковых узлов, которое обеспечивает сокращение трения на 50 % по сравнению с уплотнениями других производителей. На данный момент это самый низкий уровень трения в уплотнениях SKF такого типа. Специально разработанная инновационная технология сочетает в себе отличные уплотнительные свойства в течение длительного срока службы и способность повышать общую эффективность работы автомобиля, а также обеспечивать значительное сокращение вредных выбросов углекислого газа.

Прочное кассетное уплотнение оснащено современными магнитными кольцами ABS, а также внешней кромкой и модернизированной лабиринтной конструкцией, которая улавливает и перенаправляет поток загрязнений в сторону. Благодаря радиальной кромке и пластичной смазке с низким коэффициентом трения, обеспечивается равномерное прилегание и распределение контактного давления, а также защита в статических условиях. Поскольку контактирует только одна кромка, данная конфигурация создаёт минимальный уровень трения и максимальную защиту, которая не ослабевает с течением времени.

Расширение ассортимента свечей накаливания



Ассортимент свечей накаливания DENSO пополнился девятью новыми наименованиями.

Теперь продавцы автозапчастей и автомеханики имеют возможность предлагать своим клиентам высококачественные запасные части для еще более широкого ряда моделей автомобилей.

Свечи накаливания DENSO оригинального качества обеспечивают быстрое время прогрева и безотказный запуск холодного двигателя, снижают выбросы вредных веществ и уровень шума. Кроме того, они обладают увеличенной эрозионной стойкостью, что делает данные керамические свечи DENSO самыми эффективными и надежными из представленных на рынке послепродажного обслуживания.



Благодаря расширению линейки инновационных свечей накаливания дистрибьюторы получают в свое распоряжение еще более широкий ассортимент этих изделий: общее количество наименований свечей накаливания DENSO уже достигло 158. Новинки предназначены для 261 модели автомобилей основных марок, включая Ford, Nissan, Opel и Mazda. С расширением ассортимента свечей накаливания DENSO линейка этих изделий позволит в совокупности обеспечить более 7700 вариантов применения.

Спортивные команды по всему миру выбирают свечи зажигания Bosch



Задолго до начала очередного сезона мировых гоночных серий инженеры различных команд начинают тестировать новые компоненты для автомобилей. Сезон 2017 года бросает вызовы командам, пилотам и машинам, испытывающим экстремальные нагрузки во время гонок. Инженеры большинства гоночных серий по всему миру выбирают свечи зажигания Bosch. Данный выбор подкреплен более чем столетним опытом сотрудничества компании с ведущими автопроизводителями и гоночными командами. Высочайший

уровень характеристик и непревзойденная надежность — вот причины популярности свечей зажигания Bosch, как в автоспорте, так и в серийных автомобилях.

Компания Bosch добилась такого успеха благодаря технологиям и тому, что многие свечи для автоспорта делаются по индивидуальным заказам. Среди постоянных клиентов компании — команды формульных и кузовных гонок, различных соревнований на выносливость, участники ралли и ралли-рейдов. Для самых крупных мировых серий каждый гоночный сезон проектируются новые свечи зажигания. Инженеры Bosch за год разрабатывают около 400 типов новых свечей специально для гонок.

Различные виды соревнований и экстремальные условия работы — это тестовая лаборатория для новейших разработок. После исследований и тестов «гоночные» разработки переходят в массовое производство.

Широкий ассортимент MONROE®



Согласно результатам последних исследований, компания Tenneco занимает лидирующее положение по охвату собственной продукцией модельного ряда автомобилей. Только амортизаторы Monroe обеспечивают покрытие 95% моделей.

Амортизаторы, пружины, детали подвески и рулевого управления — ассортимент продукции Monroe обеспечивает охват 86 % модельного ряда автомобилей старше четырех лет, что позволяет ему занимать ли-

дирующие позиции на рынке по этому показателю. На долю амортизаторов приходится 95% покрытия, 96% — на компоненты подвески и рулевого управления и 88 % — на пружины.

«Мы всегда знали, что Monroe — это сила, с которой нужно считаться. Но согласно последним исследованиям, мы действительно №1 в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке», — сказал Брюс Роннинг (Bruce Ronning), вице-президент и генеральный директор Tenneco Europe Aftermarket.

Federal-Mogul Powertrain представляет технологию уплотнений для двигателей тяжелой техники



Компания Federal-Mogul Powertrain, подразделение корпорации Federal-Mogul Holdings Corporation (NASDAQ:FDML), представляет MicroTorq® — уплотнение подвижных соединений для производителей двигателей тяжелой техники. Эта технология может использоваться в решениях для двигателей, предназначенных как для магистральной, так и для более требовательной внедорожной техники. Конструкция уплотнений MicroTorq® HD спроектирована специально под требования двигателей тяжелой техники: их применение способствует снижению трения вплоть до 55% по сравнению с используемыми традиционно тефлоновыми уплотнениями. Уникальная конструкция, позволившая MicroTorq успешно выйти на рынок, нашла свое применение, например, в гибких частях двойного шарнирного соединения, неподвижных валиках, гидродинамических приспособлениях и уплотнениях вспомогательных ведомых валов. Чтобы учесть более требовательные условия эксплуатации двигателей тяжелой техники, эта конструкция была модифицирована. Комбинация двух решений — MicroTorq HD и Flat-Install™ — позволила создать гибридное уплотнение, в котором воплощены лучшие качества обеих технологий. Встроенные в Flat-Install лабиринтные бесконтактные уплотнения блокируют проникновение загрязняющих веществ, предотвращая тем самым разрушение основной уплотняющей поверхности.

Радар будущего с круговым обзором



Радары ближнего действия (Short Range Radar, SRR) компании Delphi способны работать на более высокой, по сравнению со стандартными отраслевыми решениями, частоте. Высокопроизводительный радар Delphi — это первый радар ближнего действия, работающий на частоте 76 ГГц. Первоначально он использовался в системах мониторинга боковых «слепых зон». Работа на частоте 76 ГГц позволяет сканировать все пространство вокруг автомобиля, чего не обеспечи-



вают обычно используемые радары ближнего действия, работающие на частоте 24 ГГц. Устройство от Delphi способно обнаруживать объекты в радиусе до 80 м, эффективно распознавать их в условиях перенасыщенности физическими объектами и обеспечивать высокое пространственное разрешение. Чтобы создать и реализовать начальные функции автоматического управления автомобилем, автопроизводителям требуется очень точная, максимально приближенная к реальности информация о положении, размерах и контурах движущихся объектов, а также об обстановке вокруг автомобиля. Радар ближнего действия Delphi дает возможность реализовать сразу три функции: обнаружение объектов в боковых «слепых зонах» и предупреждение о возможности столкновения с автомобилем, движущимся сбоку или впереди, помощь в перестроении из ряда в ряд и экстренное торможение во избежание лобовых столкновений и задних ударов. Таким образом, радар ближнего действия — это ключевое устройство системы автоматического управления автомобилем.

Тормозные диски и барабаны TMD Friction прошли сертификацию ECE-R90

TMD FRICTION
A NISSAN GROUP COMPANY



TMD Friction выполнил все требования европейского стандарта ECE-R90, которые с недавнего времени охватывают не только тормозные колодки, но и тормозные диски и барабаны для рынка вторичной комплектации. Высокий стандарт качества тормозных дисков и барабанов, выпускаемых TMD Friction под маркой Textar, теперь официально подтвержден сертификатами ECE-R90 (ЕЭК-R90). Весь ассортимент данной продукции постепенно получит соответствующую маркировку.

На протяжении многих лет TMD Friction по собственной инициативе проводит большее число сложных экспертиз и испытаний своей продукции, нежели предписывается правилами ECE-R90. Помимо установленных ЕС требований вся продукция компании соответствует повышенным фирменным стандартам комфорта и качества. Так например, тормозные колодки испытываются на предмет чувствительности к влаге, к агрессивной соленой среде, в условиях продолжительного движения на спуске и в ходе других дополнительных тестов.

Для подтверждения высочайшего качества продукции TMD Friction тесно сотрудничает с независимыми испытательными организациями в сфере автотранспорта — в частности, с TÜV Nord, чьи заключения о безопасности продуктов и процессов признаны во всем мире.

MANN+HUMMEL вошел в тройку лучших поставщиков инновационных решений для BMW Group



Немецкий автоконцерн в четвертый раз отмечает лучшие разработки своих партнеров из разных стран. В ходе торжественной церемонии, прошедшей в центре «Мир BMW» в Мюнхене, в присутствии 350 гостей поставщики получили награды в шести различных номинациях: «инновации в области цифровых технологий», «эмоциональный опыт», «эффективная динамика», «стабильность», «производительность» и «качество». Выбор победителей был непростым, поскольку BMW работает с более чем 3200 партнерами, которые поставляют продукцию с 4 500 производственных площадок из 50 стран.

В категории «качество» BMW Group отмечает новаторские продукты, вносящие вклад в усовершенствование производства и качества. MANN+HUMMEL



представил разработку подвижного соединения «AgileJoint» для воздуховода турбоагнетателя, обеспечивающую уменьшение веса узла и снижение затрат на производство. Благодаря нововведению MANN+HUMMEL в двигателях с непрямым охлаждением наддувочного воздуха отпадает необходимость применения эластомерного трубопровода, направляющего поток воздуха от турбоагнетателя к промежуточному охладителю. Производство этого трубопровода подразумевало достаточно сложный технический процесс, включающий серию ручных операций. Подвижное соединение «Agile Joint» позволяет полностью автоматизировать процесс изготовления воздуховода наддува, повысить его качество и надежность.

Компания Gates удостоена награды на международном конгрессе GROUPAUTO по итогам работы в 2016 году



Один из ведущих мировых производителей автокомпонентов компания Gates высоко ценит признание ее достижений. В сфере реализации запчастей еще большее значение приобретает признание ее логистических возможностей.

Компания Gates была удостоена звания «Поставщик года в сфере логистики». Церемония награждения состоялась во время ежегодного трехдневного Конгресса GroupAuto International (GAI), который проходил в городе Фару (Португалия). Премия GAI в сфере логистики является признанием того, что эффективность компании в этой сфере деятельности постоянно превышает



95-процентный уровень качества обслуживания.

«Принимая во внимание, что 35 организаций-членов GROUPAUTO обслуживают 44 поставщика, получение этой премии является важным достижением», — отметил Пьер Сулети, вице-президент Automotive Aftermarket Sales and Marketing for EMEA, принимая награду.

Компания NGK Spark Plug вывела на вторичный рынок свечи зажигания для двух моделей SsangYong



Независимым дистрибьюторам и автомастерским стали доступны свечи зажигания для 3,2-литрового двигателя SsangYong модели M162E32. Этим шестицилиндровым мотором оснащаются минивэны Rodius и представительские седаны Chairman. Модификация силового агрегата, устанавливавшаяся на SsangYong Rodius 2005-2012 г.в., развивает 162 кВт (220 л.с.). Для Chairman, выпуск которого начался в 2007 году, этот же двигатель имеет мощность 165 кВт (224 л.с.).

Свечи NGK BKUR5ETZ-10 для Rodius и Chairman гарантируют высокую надежность воспламенения. Они имеют шестигранную головку под ключ «16» и диаметр резьбы 14 мм. Свеча снабжена тремя никелевыми боковыми электродами, что позволяет равномерно распределить между ними нормальный износ от электроискровой эрозии. Такое решение увеличивает интервал замены свечей до 60 000 километров пробега.

В свече применена технология semi-surface (полуповерхностный тип разряда), которая предотвращает сбой зажигания из-за возникновения нагара на электродах. Свеча зажигания NGK BKUR5ETZ-10 в каталоге NGK Spark Plug проходит под номером 91926 и соответствует оригинальному номеру SsangYong 1621593103.

Новая линейка профессиональных фонарей Osram LEDinspect® PRO




Компания Osram обновила линейку профессиональных инспекционных фонарей LEDInspect® PRO. Пять практичных устройств специально разработаны для ежедневной помощи в проведении сложных ремонтных работ и техосмотра автомобиля.

Инспекционные лампы Osram LEDInspect® PRO гарантируют прекрасную видимость за счет применения современных ярких светодиодов, которые обеспечивают луч белого света с цветовой температурой 6000K. Продуманная конструкция устройств дает возможность «точно» осветить нужную зону. Фонари оснащены магнитными держателями, зажимами, крючками и раздвижными кронштейнами, позволяющими освободить руки для работы. Все модели отличаются исключительной практичностью и выполнены в водонепроницаемом ударопрочном корпусе из нескользящих материалов (класс защиты IP65).

Незаменимым помощником для автомехаников станет фонарь LEDInspect® PRO SLIMLINE 280, обеспечивающий яркое освещение (280 лм). Механизм поворота на 180° позволяет направить свет практически в любую необходимую для освещения точку. Наличие встроенного аккумулятора и возможность длительной работы без подзарядки в течение 4 часов делает фонарь максимально комфортным в использовании. Для освещения подкапотного пространства предназначена стационарная инспекционная лампа с регулируемым кронштейном LEDInspect® PRO BONNET 1400 — это самый большой сервисный инструмент в линейке Osram.

Мобильный сервис Textar для быстрого поиска деталей тормозных систем




Компания TMD Friction, мировой лидер в области фрикционных технологий, расширила возможности мобильного каталога бренда Textar. Для быстрого поиска деталей «в три клика» можно воспользоваться фирменным приложением Textar Brakebook App: в нем используется актуальная информация и учтены все требования, необходимые для идентификации частей тормозной системы.

Приложение Textar Brakebook доступно для бесплатного скачивания в Apple Store и Android Google Play. После обновления сервис получил более дружелюбный для пользователя интерфейс и улучшенную систему поиска детали. Теперь достаточно считать штрих-код на упаковке любого продукта Textar с помощью видеокамеры смартфона или планшета, и Brakebook отобразит исчерпывающие данные о детали: технические спецификации, применимость для моделей автомобилей, код в каталоге оригинальных запчастей автопроизводителя и номер аналога. Можно сфотографировать и саму запчасть: приложение проанализирует загруженный снимок и через пару секунд отправит на мобильное устройство все необходимые данные о детали.

Ассортимент, представленный в приложении Brakebook Textar, обновляется еженедельно — гораздо оперативнее, чем обычные онлайн-каталоги запчастей или платформа TecDoc.

Сайт TRW Aftermarket отмечен престижной наградой



Компания TRW Aftermarket получила престижную премию European Excellence Award 2016 журнала Communication Director, в категории веб-сайтов: за возобновление работы и модернизацию сайта www.trwaftermarket.com. Теперь веб-сайт доступен на 15 языках.



Проект глобального веб-сайта осуществлен в течение одного года командой TRW, занимающейся цифровыми технологиями, в сотрудничестве с агентствами цифровых технологий LAW Creative и Ultimedia. Результатом стало увеличение числа посещений на 56% и увеличение на 41% числа новых пользователей.

Церемония вручения премии European Excellence Award прошла в десятый раз, и в отеле Ritz Carlton в Берлине.

Премия была учреждена для награждения достижений в области маркетинга и коммуникаций. На этот раз было получено около 12000 заявок. Это рекордное количество за всю ее историю. В жюри конкурса входят ведущие европейские специалисты по коммуникациям из разных отраслей экономики. Они оценивали номинантов на звание лучшего веб-сайта в соответствии со следующими критериями: креативность, инновации, стратегия, реализация и результат.

NTN-SNR запускает новую линейку продукции — датчики ABS



Франко-японский альянс NTN-SNR в начале 2017 года начал производство новой линейки продукции датчиков ABS под собственной маркой. Новый сегмент продукции на независимом рынке автозапчастей освоен в момент наступления знакового события для компании — ровно 20 лет назад на заводе в Сино (Франция) был начат выпуск первого подшипника с магнитной лентой ASB®.

Запатентованная компанией NTN-SNR технология ASB® (Active Sensor Bearing) стала общепринятым стандартом при измерении скорости колеса автомобиля и способствовала развитию таких систем активной безопасности, как ABS и ESC. Этот успех привёл NTN-SNR к интенсивному развитию мехатроники — одному из стратегических направлений компании.

Специалистам NTN-SNR удалось внедрить на рынок автокомпонентов серию из 214 датчиков ABS, в том числе и для 6500 легковых моделей ведущих автопроизводителей. Диапазон датчиков NTN-SNR включает все типы — активные, пассивные и магнитно-резистивные.

Каждый из этих датчиков проходит испытания на тестовых стендах, а также через систему контроля качества. Помимо прочего, новая продукция компании исключает несогласованность в работе между датчиками и подшипниками NTN-SNR.

Две системы фаркопов Bosal



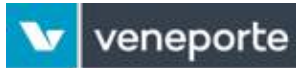
Компания Bosal — один из ведущих мировых производителей тягово-сцепных устройств (ТСУ) и автомобильных багажников — предлагает решения, удовлетворяющие любым требованиям.

Самыми популярными и доступными остаются несъемные и так называемые условно-съемные ТСУ. Несъемное ТСУ — это сварная конструкция: само тяговое устройство (шар) приваривается к субраме, так что снять его не получится. Условно-съемными называют стандартные, устанавливаемые на болтах фаркопы: шар фаркопа может быть снят, но для этого потребуются использование инструмента. При этом опорная рама или пластина остаются прикрепленными.

Использование инструмента для снятия шара фаркопа (на время, пока прицеп не используется) не всегда удобно, при этом сама процедура занимает определенное время. Поэтому производители разработали быстросъемные системы:

шар фаркопа легко устанавливается и снимается одной рукой. К примеру, вертикальная быстросъемная система AK41 благодаря трехшаровому механизму блокировки подходит для самых высоких значений D (вертикальная нагрузка непосредственно на шар). Простота использования и надежность этой системы обусловили ее большую популярность на рынке оригинального оборудования. Более того, после снятия шара сама система становится абсолютно невидимой. Важный момент: электрооборудование современных автомобилей — это очень сложная система, поэтому прямое подключение прицепа к сети недопустимо. Специально для современных автомобилей со сложными бортовыми компьютерами компания Bosal предлагает устройство адаптер smart-connect.

Катализаторы от VENEPORTE: пять факторов успеха



Катализаторы Veneporte отличаются высокими техническими характеристиками в сравнении с аналогичной продукцией, представленной на рынке aftermarket. В основе успеха пять факторов. Катализаторы изготовлены из высококачественного сырья ведущих мировых производителей. Мировой гигант ThyssenKrupp поставляет качественный металл, а компания Umicore поставляет керамические блоки-носители. Катализаторы проходят строгий контроль качества, включающий шесть тестов: на шумовой порог, на противодавление, выбросы ОГ и испытание в сборке. Катализаторы сертифицированы, что отмечается на каждом

изделии индивидуальным идентификационным номером, вне зависимости от того поступает ли изделие на конвейер автопроизводителя или на aftermarket. Также катализаторы Veneporte имеют большую концентрацию, в 2-3 раза превышающую обычную норму для рынка IAM. В катализаторе стандарта Euro-4 используется концентрация драгметаллов в объеме 70 г на каждые 30 см. У других производителей аналогичной продукции для aftermarket показатель не превышает 20-30 г. Несмотря на высокие качественные характеристики продукта, компания Veneporte выбрала средний ценовой сегмент.

ZF Aftermarket — лучший поставщик 2016 года по версии компании «ПартКом»



Компания «ПартКом» отметила успехи ZF Aftermarket в России наградой «Лучший поставщик 2016 года». «ПартКом» — один из ведущих российских дистрибьюторов и член международной организации GROUPAUTO International. Награда вручена представителям компании ZF Aftermarket: Герхарду Кёрберу (Gerhard Koerber), Александру Коноплеву и Максиму Носкову.

Это первая награда в России после объединения ZF Services и TRW Aftermarket в единое подразделение в области послепродажного обслуживания.

«ПартКом» — очень важный бизнес-партнер на рынке автозапчастей в Центральной России и Приволжском федеральном округе. Учитывая высокий уровень конкуренции, для нас большая честь получить эту награду, — сказал Александр Коноплев. — Подобный успех стал итогом упорной работы, тесного сотрудничества и сплоченности новой команды, которая обеспечивает поставки продукции качества поставщика на конвейер и неизменно высокий уровень обслуживания клиентов расширяющейся дилерской сети».

Объединение ZF и TRW в рамках единого подразделения ZF Aftermarket позволит сделать организацию еще более сильным бизнес-партнером.

Подразделение Brembo Aftermarket добавляет специальное вложение



Начиная с января 2017 года во всех коробках с дисками Xtra будут два вложения: наклейка и брелок Brembo. Это приятные подарки для водителей, которые доверяют Brembo Xtra — линейке новых спортивных перфорированных дисков.

Линейка Xtra была разработана отделом R&D Brembo на основе многолетнего опыта сотрудничества с ведущими мировыми автопроизводителями. Отличительной особенностью ассортимента является перфорация на тормозной поверхности, значительно улучшающая эффективность системы. Наряду с привлекательным и спортивным внешним видом диски Xtra обеспечивают максимальную производительность в любых условиях эксплуатации и предлагают проверенные компанией Brembo надежность и безопасность.

Таким образом, чтобы укрепить связи со своими клиентами, Brembo решила выразить конкретное признание тем, кто демонстрирует свою любовь к автомобилям, свою страсть к вождению, а следовательно, и к Brembo, которая больше не воспринимается как просто производитель тормозных систем, а является культовым брендом в автомобильном мире.

Олег Молотков: «Слияние ZF и TRW — это требование рынка, требование технологического прогресса и развития в автомобильной сфере»

В 2015 Г. КОНЦЕРН ZF ПРИОБРЕЛ ХОЛДИНГ TRW И ЗАПУСТИЛ ПРОЦЕСС ИНТЕГРАЦИИ. ОДНИМ ИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭТОЙ ИНТЕГРАЦИИ СТАЛО ОБРАЗОВАНИЕ НОВОГО БИЗНЕС-ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ — ZF AFTERMARKET, КОТОРОЕ С 1 ЯНВАРЯ 2017 Г. ПРИСТУПИЛО К ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ПОСТАВОК КЛИЕНТАМ И ПАРТНЕРАМ ВО ВСЕМ МИРЕ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ ПОД ТОРГОВЫМИ МАРКАМИ ПРЕМИУМ-КЛАССА: SACHS, LEMFÖRDER, TRW И OPENMATIC. О ЦЕЛЯХ ОБЪЕДИНЕНИЯ КОМПАНИЙ, О ПЕРСПЕКТИВАХ ЭТОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ И ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЯХ ZF РАССКАЗЫВАЕТ ОЛЕГ МОЛОТКОВ, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ООО «ЦФ РУССИЯ» (ПАРТНЁР GROUPAUTO RUSSIA).



— Олег Евгеньевич, какие цели преследовало объединение ZF и TRW? С чем оно связано?

— Мы являемся свидетелями серьезных изменений на рынке. Автомобильный мир перестал быть «американским», «немецким» или «японским» — сейчас происходит определенная глобализация всех процессов; чтобы повысить свою конкурентоспособность, производители ищут новые рынки сбыта, новые производственные площадки, новые технологические решения. Все это приводит к слияниям и объединениям различных компаний, и ZF с TRW в этом смысле не стали исключением.

Вот смотрите: если в 90-е гг. срок поставки в полтора месяца удовлетворял всех, в наши дни речь идет о часах. Рынок изменился, и он продолжает меняться — завтра он будет не таким, как сегодня. Данные изменения во многом связаны с повышением требований к автомобилям, к сервису этих автомобилей. В современных машинах очень много электроники (развитие этой тенденции получило название диджитализация) — для нас это уже объективная реальность. Владея автомобилем последней модели, вы сами видите, что очень многие функции в него заложены изначально. Например, при вхождении

На выставке «Автомеханика-2016» во Франкфурте был представлен автомобиль ZF, оснащенный всеми компонентами, которые сейчас концерн ZF предлагает совместно с TRW.



в поворот на большой скорости машина сама начинает подтормаживать, не позволяя уйти в занос. Причем если лет десять назад эти опции были дополнительными, были прерогативой премиальных автомобилей, то теперь системы безопасности, системы курсовой устойчивости и прочее встроены в базу на автомобилях среднего ценового сегмента.

Все эти требования рынка транслируются к изготовителю продукции, поставляемой на конвейер. Создание новой модели транспортного средства занимает у автопроизводителя примерно 24 месяца. Это тот срок, в течение которого разрабатывается концепция, согласовываются компоненты или узлы (сейчас компоненты практически никто не покупает отдельно, у поставщиков приобретают готовые модули), делается прототип, он обкатывается, выясняются и устраняются ошибки, машина дорабатывается и пускается в серию.

ZF в настоящее время является одной из немногих независимых компаний, изготавливающей все механические системы привода и подвески. Учитывая тот факт, что эти системы непосредственно связаны с безопасностью дорожного движения, возникла необходимость в кооперации с поставщиками электронных систем безопасности. Холдинг TRW — безусловный лидер на рынке систем безопасности, около 80% всех технологий в этой области принадлежат ему. В России эта компания больше известна на независимом рынке автокомпонентов, как поставщик узлов и деталей подвески, тормозных систем. Но это лишь небольшая доля в совокупной производственной программе TRW, и в основном решение об интеграции TRW

в ZF было связано именно с тем, что системы безопасности являются основополагающими при выборе поставщика и создании новой концепции автомобиля.

СЕЙЧАС МЫ УЖЕ РАБОТАЕМ НА НЕЗАВИСИМОМ РЫНКЕ ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ СОВМЕСТНО С TRW КАК ЕДИНАЯ КОМАНДА, КОТОРАЯ ИЗ ОДНИХ РУК ПРЕДЛАГАЕТ НЕ ТОЛЬКО ТРАДИЦИОННО НАШУ ПРОДУКЦИЮ (SACHS, LEMFÖRDER), НО И ВСЮ ПРОГРАММУ TRW.



На последней выставке «Автомеханика» во Франкфурте был представлен автомобиль ZF, оснащенный всеми компонентами, которые сейчас концерн ZF предлагает совместно с TRW. Наш «стеклянный» демо-автомобиль объединил решения и технологии, меняющие представление об автомобиле и делающие его «транспортом завтрашнего дня». Это уже не 20%, а скорее 40% всего оборудования автомобиля и, как правило, это наиболее важные системы:

системы привода, системы безопасности и управления автомобилем и прочие, связанные с электроникой автомобиля. Особое внимание было уделено автономности вождения и автоматизации.

То есть, слияние ZF и TRW — это, в общем-то, требование рынка, требование технологического прогресса и развития в автомобильной сфере.



— Как это слияние отразится на рыночных позициях концерна? Что оно сулит потребителям продукции концерна?

— Для потребителей мы стали более привлекательной компанией. Не секрет, что доля OEM-поставок в концерне занимает примерно 90%. Около 10% — это поставки тех же компонентов в качестве запасных частей и сервисных концепций поддержки. **ZF превратился в ведущую компанию, входящую в тройку самых крупных поставщиков в мире.** Мы — высокотехнологичный концерн, уже в настоящее время занимающийся разработками инновационных технических решений, которые будут реализованы через одно поколение, где-то лет через 20-25. Это слияние позволило не только участвовать в перспективных проектах, но и создавать эти технологии силами наших инженеров, наших исследовательских центров и определять концепцию развития автомобильной промышленности в долгосрочной перспективе.



клиент ZF может туда обратиться и выбрать необходимые для себя, посмотреть, где и какие акции проводятся.

Объединение упростит и логистику, что для клиентов будет особенно полезно. В течение текущего года планируется сконцентрировать все заказы в рамках ZF Aftermarket. Это процесс не одного дня, но он чрезвычайно важен для максимально полного удовлетворения потребностей наших клиентов. Клиенту должно стать проще — как я уже сказал, гораздо более широкий ассортимент премиальной продукции он сможет заказывать из одних рук.

— В начале беседы вы сказали о «диджитализации». Как этот процесс отражается на независимом рынке автокомпонентов? Какие решения в этом направлении предлагает ZF?

— Диджитализация — это требование автопроизводителей, это требование рынка, и задача вторичного рынка — обеспечить поставку запасных частей и сервисных услуг, которые будут востребованы автопроизводителем в рамках данной концепции. Сейчас даже тормозные колодки нельзя заменить, не прописав их в электронной системе управления транспортного средства, — автомобиль их просто не воспримет. Поэтому задача поставщика автокомпонентов сегодня — предложить адекватные запасные части, способные корректно функционировать после замены/ремонта и соответствовать всем регламентным процедурам. Более того, **поставщик должен обеспечить независимые СТО надлежащей технической информацией и монтажными инструкциями**, для того чтобы эти запчасти грамотно устанавливались. ZF обладает всеми необходимыми компетенциями, поскольку является разработчиком серийной продукции, и может предоставить своим

ПОСТАВЩИК ДОЛЖЕН ОБЕСПЕЧИТЬ НЕЗАВИСИМЫЕ СТО НАДЛЕЖАЩЕЙ ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ И МОНТАЖНЫМИ ИНСТРУКЦИЯМИ, ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ ЭТИ ЗАПЧАСТИ ГРАМОТНО УСТАНАВЛИВАТЬ.



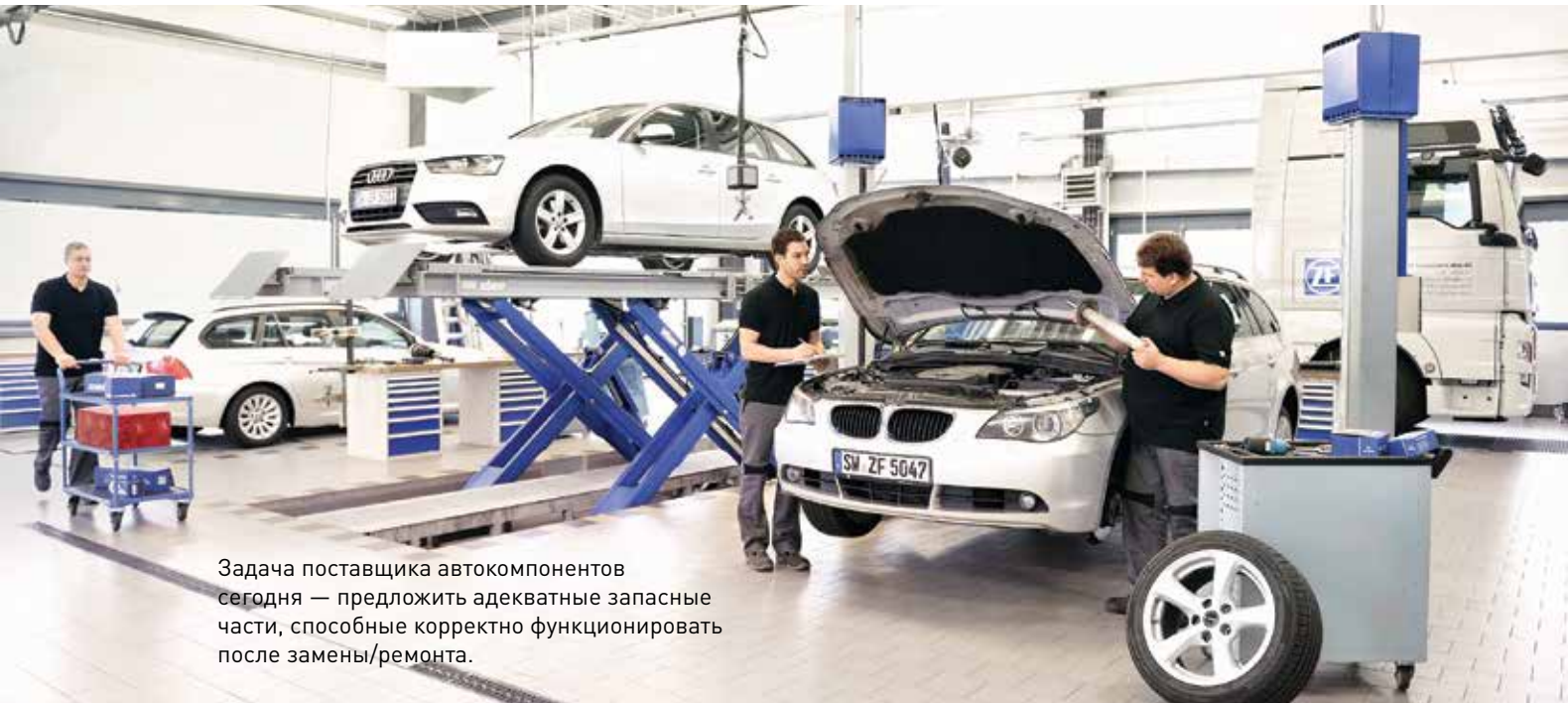
Ну и, конечно же, с точки зрения поставок премиальных запасных частей на вторичный рынок автокомпонентов к брендам ZF (Sachs и Lemförder) добавился бренд TRW, который работает в одном качественном формате с ZF — является премиальной маркой.

— Какие ожидаются изменения в маркетинге этих брендов на российском рынке?

— Сейчас мы уже работаем на независимом рынке запасных частей совместно с TRW как единая команда, которая из одних рук предлагает не только традиционно нашу продукцию (Sachs, Lemförder), но и всю программу TRW. Уже в этом году мы проводим совместные акции с участием TRW, и в будущем планируем эту работу усилить. Наша задача довести до клиентов наши маркетинговые программы в расширенном ассортиментном формате всех трех брендов.

Маркетинг обеспечивает единую концепцию продвижения всей продукции ZF. Все образовательные курсы унифицируются, они будут анонсированы на наших сайтах. Любой





Задача поставщика автокомпонентов сегодня — предложить адекватные запасные части, способные корректно функционировать после замены/ремонта.

клиентам в лице СТО не только запчасти премиального уровня, но и весь необходимый объем информации.

— Каковы, на ваш взгляд, самые ключевые, показательные технологические решения, определяющие вектор развития концерна на будущее?

— Не так давно был представлен прототип беспилотного автомобиля на шасси ZF Intelligent Rolling Chassis (IRC). IRC — это концепт ходовой части для личных автомобилей и общественного транспорта с инновационной подвеской и новейшими системами управления. Новинка предназначена для моделей с электроприводом, интегрированным в мост. Шасси обеспечивает невероятную маневренность, а благодаря технологии интеллектуальных сетей идеально подходит для беспилотного городского транспорта. Первым автомобилем на платформе IRC стал Rinspeed «Oasis». Бескнопочный односпицевый интерактивный руль и активная система защиты пассажиров объединены в единый интерфейс «человек-машина», обеспечивающий тесное взаимодействие между водителем и автомобилем, а также комфортное автономное вождение.

Еще одной очень важной инновацией стало создание новой 8-ступенчатой коробки передач ZF с двойным сцеплением для спортивных автомобилей с интегрируемым модулем для гибридного привода. Она полностью соответствует всем текущим и будущим трендам в области приводов для спортивных автомобилей. Одной из важнейших целей разработки было создание опции с электроприводом. Благодаря новой концепции расположения шестерен удалось интегрировать гибридный модуль мощностью 100 кВт. При этом длина коробки передач осталась такой же, как и у нынешней спортивной версии 7DT.

Надо отметить, что концерн ZF специально разработал невероятно компактный гибридный модуль. Он включает в себя демпфер крутильных колебаний, разделительную муфту вместе с актуаторами, электродвигатель и может быть интегрирован в картер сцепления. Это никак не влияет на габариты коробки передач, но влияет на ее характеристики. Максимальная мощность, как я сказал, 100 кВт, постоянная продолжительная мощность 55 кВт и крутящий момент 400 Нм позволяют автомобилю в полностью электрическом режиме развивать скорость до 140 км/ч. С этой технологией реализуются и все остальные функции гибридного привода, включая рекуперацию энергии торможения и режим поддержания уровня заряда.

ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ МЫ СТАЛИ БОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ КОМПАНИЕЙ. ДОЛЯ ОЕ-ПОСТАВОК В КОНЦЕРНЕ ЗАНИМАЕТ ПРИМЕРНО 90%. ОКОЛО 10% — ЭТО ПОСТАВКИ ТЕХ ЖЕ КОМПОНЕНТОВ В КАЧЕСТВЕ ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ И СЕРВИСНЫХ КОНЦЕПЦИЙ ПОДДЕРЖКИ.



Также была реализована опция со встроенной раздаточной коробкой для полноприводных автомобилей, в которой используется фрикционная муфта для передачи крутящего момента на передний мост при очень умеренном расходе топлива. Новая коробка передач собирается на заводе ZF в Бранденбурге. Первым серийным автомобилем, оснащенным трансмиссией 8DT, стал новый Porsche Panamera.

Гэнки Судзуки: «Уникальное ноу-хау — ключевой элемент успеха компании»

ИННОВАЦИИ И ТРАДИЦИИ — ЭТО, ПОЖАЛУЙ, КЛЮЧЕВЫЕ ПОСТУЛАТЫ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ NGK, ОТМЕТИВШЕЙ В ПРОШЛОМ ГОДУ СВОЕ 80-ЛЕТИЕ. О ГЛАВНЫХ ПРИНЦИПАХ, НА КОТОРЫХ БАЗИРУЕТСЯ УСПЕШНОЕ РАЗВИТИЕ КОМПАНИИ НА МИРОВОМ И РОССИЙСКОМ РЫНКАХ, МЫ БЕСЕДУЕМ С ГЭНКИ СУДЗУКИ, ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ, И ДМИТРИЕМ КАРЛИНЫМ, ДИРЕКТОРОМ ПО ПРОДАЖАМ И МАРКЕТИНГУ NGK SPARK PLUGS (EURASIA).



— За 80 лет своего существования компанией пройден солидный путь. С чего он начинался? Что представляет собой компания сегодня?

Гэнки Судзуки:

— Компания NGK Spark Plug Co., Ltd. была образована в 1936 г. и уже через год на рынке появились первые свечи зажигания нашего производства. С течением времени мы развивали свой бизнес, осваивали новые направления, и на данный момент доля свечей зажигания в нашем производственном портфеле составляет лишь 40%. Остальные 60% приходятся на другие запчасти для двигателей внутреннего сгорания и не только. Среди них свечи накаливания, кислородные датчики, катушки зажигания, техническая керамика и т. д. — все обладает качеством премиального уровня.

Для того чтобы иметь представление о текущем положении компании, хотелось бы привести следующие цифры. Группа предприятий NGK Spark Plug Co., Ltd. представлена в мире 36 дочерними компаниями. За пределами Японии расположено

11 фабрик, 4 центра разработок и более 20 филиалов по сбыту. Сейчас в NGK работает более 13 000 сотрудников по всему миру, а оборот концерна в 2015 финансовом году составил 3,06 млрд долларов.

При этом 2,57 млрд долларов пришлось на самое крупное подразделение предприятия — «Автомобильные компоненты».

Среди японских компаний, представленных на мировом рынке, мы выделяемся высоким уровнем продаж за пределами Японии. Так, лишь 20% наших глобальных продаж приходится на внутренний японский рынок, остальные 80% — на рынок международный. Для японской компании, повторяюсь, это очень примечательно.

— Чему, на ваш взгляд, компания обязана своим успехом на мировых рынках?

Гэнки Судзуки:

— Основной причиной нашего успеха на мировых рынках, безусловно, является керамика. Это наше главное достижение, наша специальность. В производстве керамики мы, безусловно, занимаем лидирующие позиции.



Ноу-хау компании NGK/NTK в области производства технической керамики и на сегодняшний момент остаются ключевой причиной успеха компании. Керамика, этот высокотехнологичный материал, встречается почти в каждом изделии группы предприятий: она применяется для изоляторов свечей зажигания, для свечей накаливания и кислородных датчиков. Также керамика используется в других отраслях, например, в производстве мобильных телефонов, промышленных инструментов и протезов.

И тому есть причина: если существует спрос на износо-

стойкость, жаропрочность, долговечность и хорошие электрические изоляционные свойства, то керамике нет альтернативы. Керамика обладает всеми этими характеристиками, а также она достаточно легкая.

Достигнув высочайшего мастерства в области обработки керамики, мы смогли развить нашу компанию до того уровня, на котором находимся сейчас. И это развитие, причем не только в автомобильной

сфере, продолжается. Исследовательские работы проводятся также в области здравоохранения, энергетики и экологии. **Вся деятельность по исследованию и разработке осуществляется подразделением NGK Engineering Research & Development Group, которое находится в Японии.**

Благодаря такому подходу мы имеем довольно диверсифицированный бизнес, который надежно защищен от экономической нестабильности. Мы постоянно расширяем свой продуктовый портфель. Мы стремимся всегда быть на шаг впереди наших конкурентов, чтобы иметь возможность предложить рынку самые лучшие и современные технологические решения, автозапчасти премиального уровня.

— Как компания пришла на российский рынок?

Дмитрий Карлин:

— В 1979 году появилось подразделение NGK Spark Plug Europe GmbH, таким образом компания вышла на европейский

рынок. В то время японская продукция воспринималась в Европе очень настороженно, европейские производители автомобилей имели в отношении нее определенные опасения, поскольку были с ней плохо знакомы. Но наша компания доказала, что мы умеем производить качественный продукт для автомобилей по всему миру.

В 2003-м на территории России у нас появился первый сотрудник. Поставки в то время осуществлялись только через дистрибьютора, а годовой оборот в 2003-м составил всего 6 тыс. штук свечей зажигания. В 2005 году произошло знаковое событие — открылось представительство в России. В 2006-м штаб-квартира в Японии передала в нашу юрисдикцию восточную часть России (до того момента мы отвечали только за территорию до Новосибирска). В 2006 году были приняты на работу первые региональные представители, а оборот составил уже 12 млн евро. Продажи росли, было принято решение об открытии склада в России, который начал свою работу в 2013 году. На данный момент мы продаем в год более 18 млн штук свечей зажигания плюс свечи накаливания, датчики и прочее.

Сейчас мы отвечаем не только за территорию России, но и за рынки некоторых других стран. В 2012 году европейский офис передал в наше ведение Беларусь, в 2013-м — Ближневосточное подразделение передало Казахстан, а с 2014 года мы отвечаем и за Украину. С 1 апреля 2017 года к нам присоединятся Армения и Киргизия.

Сейчас практически в каждом федеральном округе России у нас есть региональные менеджеры, с помощью которых мы развиваемся и поддерживаем своих клиентов.

Наша стратегия — локальное присутствие во всех крупных федеральных округах для оперативного решения вопросов с дистрибьюторами и конечными клиентами. Мы должны находиться в авангарде и работать напрямую с потребителями нашей продукции. Это задача, которая стоит перед каждым региональным представителем. Поэтому для нас



важно непосредственное региональное присутствие. Ещё один из немаловажных факторов — доступность нашей продукции повсюду, в любом городе. Продукция NGK должна находиться на полках для того, чтобы клиенты могли ее приобрести.

— В чем, по вашему мнению, основные преимущества компании?

Гэнки Судзуки:

— Первое, что нас выделяет, — это, конечно же, бренд, наше имя, за которым стоит 80-летняя история компании NGK. Плюс безупречное качество, которое на протяжении всех 80 лет каждый день убеждало людей в том, что NGK — это компания номер 1 в области производства премиальных свечей зажигания. При этом у нас есть уникальные решения, которых нет у конкурентов.



ДЛЯ НАС СТО ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ВАЖНЕЙШИХ ЭЛЕМЕНТОВ ПРИСУТСТВИЯ НА РЫНКЕ.

К нашим преимуществам, естественно, относится и развитая дистрибьюторская сеть, позволяющая нашей продукции быть доступной в любых регионах и любых, даже самых небольших, населенных пунктах. **Наша команда тесно сотрудничает со всеми партнерами, начиная от прямых дистрибьюторов и далее по цепочке:** розничными магазинами, СТО, автовладельцами. Благодаря тому, что мы постоянно на связи с рынком, мы имеем возможность гибко реагировать на все происходящие изменения.

Еще очень важный момент: от конкурентов нас отличает то, что мы идем по пути специализации и удовлетворения максимальной потребности клиента в каждом конкретном случае. Мы не ориентированы на универсализацию. Мы хотим целенаправленно обеспечить оптимальную работу двигателя каждого конкретного автомобиля.

Дмитрий Карлин:

— Мы стабильны и, несмотря на постоянные колебания курса национальной валюты, цена на наш продукт меняется очень редко. Последняя коррекция стоимости произошла более года назад — в феврале 2016 года, а еще ранее — в апреле 2015 года. Наши цены зафиксированы в рублях, поэтому валютные колебания не доставляют неудобств нашим клиентам. Это ощутимый плюс для наших партнеров, потому что благодаря этому они могут свободно зарабатывать и быть уверенными в том, что валютные скачки не отразятся на их затратах, а значит, и на здоровье их бизнеса. Мы все делаем в рамках наших договоренностей и никогда не меняем их в одностороннем порядке. Именно за это — за стабильность — во многом и любят нас партнеры. Для нас стабильность — ключевой приоритет.

— Какие механизмы поддержки дистрибуционной сети предусмотрены?

Дмитрий Карлин:

— На регулярной основе мы проводим образовательные мероприятия для наших сотрудников, клиентов и партнеров, для СТО. Это позволяет нам объяснять, чем NGK отличается от других производителей. У нас есть программа сертификации станций техобслуживания.

По большому счету, для нас СТО является одним из важнейших элементов присутствия на рынке. Программа работает с 2007 года, она постоянно совершенствуется с учетом происходящих на рынке изменений. Это программа, в которую мы вкладываемся и от которой мы видим реальную отдачу.



Каждую весну и осень мы традиционно проводим специальные маркетинговые кампании для повышения мотивации всех звеньев цепочки дистрибуции и конечных клиентов. Как компания, которая работает не только на рынке B2B, но и B2C, мы стараемся оперативно реагировать на изменения конъюнктуры и создавать те или иные программы, которые позволяют нам быть успешными.

Основная цель нашего отдела маркетинга — плотная коммуникация с дистрибьюторской сетью и организация соответствующих активностей на локальном уровне в зависимости от актуальных запросов на удовлетворение конкретных потребностей конкретных партнеров.

— Пожалуйста, расскажите подробнее о программе сертификации.

Дмитрий Карлин:

— Еще десять лет назад мы понимали, что развитие российского рынка автозапчастей пойдет по европейскому пути, то есть по пути СТО. Поэтому нашей целью было вовлечение СТО в нашу работу, обеспечение их тесной коммуникации с нашими дистрибьюторами. Эта программа была разработана для того, чтобы помочь станциям менять модель потребительского поведения конечного клиента. Вы наверняка знаете, у нас очень распространено мнение, что свеча зажигания меняется только тогда, когда с запуском и работой двигателя что-то не так. Это неправильно. **Очень важно, особенно на нынешнем уровне развития технологий, менять свечи не в тот момент, когда возникают проблемы, а регулярно.** Именно эту установку мы и доносим до сотрудников СТО, с тем чтобы они в свою очередь акцентировали внимание уже своих клиентов на этом принципиально важном моменте. Существует определенный регламент, который надо соблюдать: даже если сегодня двигатель не троит и продолжает нормально заводиться, необходимо менять свечи зажигания по регламенту, чтобы не столкнуться с проблемой внезапно, в самый неподходящий момент.

Кроме того у нас есть специальный скрипт для работы с конечным потребителем: как правильно мастеру-приемщику объяснить целесообразность данной услуги и сориентировать клиента. Как результат, станция поднимает стоимость чека. Клиент тоже остается доволен: он понимает, что о нем проявляют заботу, он доверяет этой станции и становится лоялен к ней. Поэтому в нашей сертифицированной точке мы очень подробно объясняем персоналу, как работать с автовладельцами.

Глобальная цель программы сертификации — прежде всего, увеличение продаж. Мы предлагаем расширить ассортимент, что повышает оборот торговой точки и служит долгосрочным инструментом для повышения лояльности. **На безвозмездной основе мы предоставляем торговое оборудование для магазинов, для СТО — оборудование для проверки и диагностики свечей зажигания.** Проводится обучение персонала, которое позволит продавцам более грамотно консультировать покупателей и подбирать продукцию. Высокая эффективность персонала повысит авторитет поставщика услуг.

Программа продолжает свое развитие, это живой процесс. Она меняется с учетом изменения ситуации на рынке. Она довольно гибкая — мы заинтересованы в том, чтобы она помогала развивать это направление у клиентов. Мы постоянно ищем новые возможности, чтобы заинтересовать конечного клиента и увеличить трафик на СТО или торговой точке.



— Существуют ли какие-либо программы повышения лояльности СТО?

Дмитрий Карлин:

— Да, существуют. Это программа лояльности для СТО — «NGK Плюс». Она ориентирована на сотрудников станций технического обслуживания автомобилей. Мы сейчас достаточно активно ее продвигаем. Схема в целом достаточно простая: клиент по своим закупкам получает баллы, которые он может обменять на подарочный сертификат. Программа молодая, запущена в 2014 году, мы продолжаем ее дорабатывать, потому что это тоже живой организм, который требует внимания, требует адаптации к текущей ситуации, изменениям, происходящим на рынке.

НАШИ ЦЕНЫ ЗАФИКСИРОВАНЫ В РУБЛЯХ, ВАЛЮТНЫЕ КОЛЕБАНИЯ НАС НЕ КАСАЮТСЯ. ЭТО ПЛЮС ДЛЯ НАШИХ ПАРТНЕРОВ.



Подобная программа под названием Danke («спасибо» по-немецки) достаточно давно работает в Германии. Именно она стала прототипом программы в России. Естественно, российские реалии не позволяли полностью скопировать программу, поэтому нам пришлось вносить определенные изменения для адаптации к потребностям и интересам клиентов в России.

Программа заинтересовала аудиторию, количество запросов на регистрацию в ней постоянно растет.

Я бы хотел особо отметить: наша компания не останавливается в своем развитии: предлагая рынку запчасти премиального качества, мы также предлагаем всем участникам специальные программы поддержки, позволяющие им повышать торговый оборот. Мы используем множество механизмов поддержки, начиная от уже традиционных и привычных и заканчивая собственными оригинальными разработками. Поэтому сотрудничество коммерческой организации с нашей компанией — это всегда верный путь к ее успеху и процветанию.

Доктор Штефан Вольф: «Мы имеем большую компетенцию в области разработок и поставок на конвейер»

ПОЧТИ 140 ЛЕТ ИСТОРИИ,
БОЛЕЕ 30 МЛН.
ПРОКЛАДОВ В ГОД,
1.5 МЛРД ЕВРО ОБОРОТА,
МНОГОЧИСЛЕННЫЕ ЗАЯВКИ
НА ПАТЕНТЫ,
47 ЛОКАЦИЙ В 4 ЧАСТЯХ
СВЕТА, СОТРУДНИЧЕСТВО
С ВЕДУЩИМИ
МИРОВЫМИ ДВИГАТЕЛЕ- И
АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЯМИ
— ЭТО ЛИШЬ МАЛАЯ
ЧАСТЬ БЕССПОРНЫХ
ФАКТОВ, НАГЛЯДНО
ДЕМОНСТРИРУЮЩИХ
МАСШТАБЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КОМПАНИИ ELRINGKLINGER.
НО ЕСТЬ И БОЛЕЕ
ИНТЕРЕСНЫЕ ВЕЩИ.
ЗАИНТРИГОВАНЫ?
ПОДРОБНОСТИ
В БЕСЕДЕ С ДОКТОРОМ
ШТЕФАНОМ ВОЛЬФОМ,
ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ ПРАВЛЕНИЯ
КОМПАНИИ, И ГУНТЕРОМ
ВОЛЬФОМ, ДИРЕКТОРОМ
ПО ПРОДАЖАМ
АВТОЗАПЧАСТЕЙ НА
НЕЗАВИСИМОМ РЫНКЕ
АВТОКОМПОНЕНТОВ
В СЕВЕРНОЙ, ЦЕНТРАЛЬНОЙ
И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ.



— **Ваша компания фактически ровесница мирового автомобилестроения. С чего все начиналось?**

Штефан Вольф:

— Все началось в 1879 г., когда Пауль Лехлер в Штутгарте основал фирму по торговле технической продукцией и прокладками, позже ставшую известной под названием *Elring GmbH*. Спустя несколько лет, в 1885 г., другой предприимчивый коммерсант Ричард Клинггер открыл производственный цех в Вене. Две эти компании развивались много лет абсолютно независимо друг

от друга, пока не наступил 1994 г. — важная веха в нашей истории, когда произошло их объединение. В итоге на мировом рынке автокомпонентов появилась фирма *ElringKlinger GmbH*.

Здесь важно понимать следующее. В сегменте вторичного рынка мы продолжили дистрибуцию нашей продукции под брендом *Elring*, потому что эти две компании долгое время работали в бизнесе автокомпонентов как конкуренты. Обе достигли серьезных успехов в поставках на конвейер. Но фирма *Klinger* не уделяла особого вни-



Штаб-квартира компании и самый большой в мире завод по производству прокладок для двигателей (более 7,5 млн прокладок ежегодно) располагается в г. Деттинген-на-Эрмсе, в окрестностях Штутгарта.

мания вторичному рынку. А Elring, напротив, всегда очень плотно работала в обоих направлениях, и потому ее имя хорошо известно как в сегменте первичной комплектации, так и на независимом рынке автозапчастей. Чтобы не путать, не смущать клиентов и сохранить имеющиеся достижения, было принято закономерное и вполне логичное решение: мы единая компания, однако на вторичном рынке мы представляемся как Elring. Это касается, однако, только двух различных логотипов Elring и ElringKlinger.

Чуть позже ElringKlinger вышла на биржу, соответственно, каждый может стать совладельцем нашей компании.

— Что представляет собой компания сегодня?

Штефан Вольф:

— Сегодня штаб-квартира компании и самый большой в мире завод по производству прокладок для двигателей (более 7,5 млн прокладок ежегодно) располагается в г. Деттинген-на-Эрмсе, в окрестностях Штутгарта. Мы представлены в Европе, Азии, Африке и обеих Америках, имея там производственные базы и торговые офисы (47 предприятий в 21 стране мира). Основу нашего ассортимента составляет широчайшая линейка прокладок для двигателей, КПП, выхлопной системы, сервисных деталей, а также большой набор герметиков.

— Что выделяет вашу компанию среди конкурентов?

Штефан Вольф:

— Во-первых, это, конечно же, наш опыт и компетенция. Почти 140 лет мы специализируемся на производстве различного рода уплотнений. Причем мы являемся поставщиком ведущих мировых автомобилестроительных гиган-

тов (у нас есть сертификат TS 16949). В этом плане очень показательна такая цифра: только около 10% нашего оборота дает подразделение запасных частей

Мы обладаем большой компетенцией в области разработок и поставок на рынок — наш первый серийный продукт стал устанавливаться на автомобили Opel еще в 1924 г.

В последние годы все чаще предпринимаются попытки

скопировать нашу продукцию. Но насколько точно они могут скопировать? Они могут скопировать размеры, геометрию. А материалы? А технологии производства? Конечно, на рынке найдется место всем, но каждый покупатель, каждый дистрибьютор, оптовик должен четко понимать, что он приобретает у своего поставщика и поставляет на свой рынок — оригинальное изделие премиального качества или копию, качество которой по большому счету ничем не подтверждено.

Во-вторых, это наш широчайший ассортимент, который доступен потребителю в любой точке мира, и в том числе в России. Он включает не только отдельные прокладки, но и, что сегодня особенно важно, в зависимости от потребности клиент может заказать и комплект про-

кладок, который во многих случаях окажется для него гораздо выгоднее с экономической точки зрения. И вся эта продукция соответствует качеству оригинала.

Гунтер Вольф:

— Наша конкурентоспособность базируется на Know-how, технологической компетенции, творческом подходе, тщательности и прежде всего на готовности действовать наших сотрудников. Уже более 135 лет Elring является синонимом хорошего опыта в технологии уплотнений. Кроме того, мы имеем компетенцию OE



благодаря нашей основной компании, ElringKlinger AG. Она является серийным поставщиком и лидером в разработке технологий для мировой автомобильной промышленности.

Наша специализация — прокладки для двигателя, и как любой другой компонент такого сложного агрегата, это очень ответственная деталь, и ее выход из строя грозит самыми негативными последствиями. Мы прекрасно осознаем всю ответственность, которая лежит на нас как на производителе, и потому подходим к своей работе, к контролю качества продукции, к разработкам максимально ответственно.

Если говорить о наших особенностях, о том, что нас отличает, что получает наш потребитель, выбирая продукцию Elring, я бы отметил такой важный момент. Прокладка — это компонент технически очень сложного агрегата, и его нельзя просто продавать: необходимо оказывать полную техническую поддержку станциям технического обслуживания, где используется наша продукция. И мы такую поддержку, безусловно, гарантируем. В нашем распоряжении целый комплекс механизмов поддержки, рассчитывать на которые могут все потребители премиальной продукции Elring.



Гунтер ВОЛЬФ,
директор
по продажам
автозапчастей
ELRINGKLINGER

У нас также есть бесплатная горячая линия сервисной поддержки. Недавно была открыта онлайн Академия Elring, которая работает в том числе и в России, на русском языке. Это один из самых новых наших инструментов поддержки. Она содержит базу актуальных знаний, а также учебные программы для самообразования. В обширной библиотеке есть все, что необходимо знать по теме технологии уплотнения. Участники Академии имеют доступ ко всем нашим техническим брошюрам, к сервисной информации и видео по монтажу. Кроме того, каждый автомеханик сможет воспользоваться возможностью обновить свои профессиональные знания по теме технологии двигателей и уплотнений. При выполнении заданий есть перспектива получить соответствующее свидетельство. Для этого после изучения имеющейся информации нужно пройти экзамен. При

положительном результате вы

получите сертификат в формате pdf, который затем можно распечатать. Если механик сдаст несколько экзаменов, он может достигнуть статуса «Эксперт Elring».

Для оптимального хранения прокладок, комплектов прокладок и комплектующих Elring предлагает разнообразные системы складирования. Эти системы обеспечивают чистоту и надлежащие условия хранения, гарантируют сохранность прокладок, помогают организовать хранение наглядно и структурированно, обеспечивают порядок.

И естественно, исчерпывающая информация о нашей продукции, помогающая безошибочно подбирать необходимые позиции, содержится как в нашем собственном каталоге Elring-Online-Katalog, так и системах E-Kat, Tec-Doc. Нас характеризует высокая выполняемость заказов и возможность осуществления заказов через Tec-Com.

**С ПОМОЩЬЮ GROUPAUTO МЫ
СТАНОВИМСЯ БЛИЖЕ К РЫНКУ, БЛИЖЕ
К НАШИМ КЛИЕНТАМ, МЫ НАЧИНАЕМ ЛУЧШЕ
ПОНИМАТЬ ИХ ПОТРЕБНОСТИ И,
КАК СЛЕДСТВИЕ, ПОЛУЧАЕМ ВОЗМОЖНОСТЬ
МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНО
ИХ УДОВЛЕТВОРИТЬ.**



Конечно, мы проводим техническое обучение и тренинги по продажам — как силами нашего локального российского представительства, так и посредством немецких специалистов. Но зачастую механику нужна информация прямо сейчас, что-то может забыться после обучения, некоторые вещи во время тренинга наглядно показать в принципе невозможно, поэтому мы имеем довольно обширную базу видеоматериалов, в которых очень подробно показаны различные виды работ и операций. Все эти видеоролики в полном распоряжении наших клиентов.

— Как поставщик первичной комплектации вы находитесь на самом передовом крае развития автомобилестроения. Какие тенденции определяют сегодня это развитие?

Гунтер Вольф:

— Безусловно, основная тенденция сегодня в двигателестроении — это downsizing. Двигатели становятся меньше по объему, размеру, количество цилиндров сокращается с 4-6 до 3-5, при этом их выходная мощность значительно увеличивается. Это очень сложные



двигатели — высокое давление, высокая температура. Поэтому нагрузка на прокладки увеличивается в разы. Чтобы удовлетворить возрастающие технические требования, необходимо использовать в производстве новые материалы, новые технологические решения. Прокладки становятся многослойными. Очень важно, что в них есть новые конструктивные элементы — «стопперы», которые усиливают конструкцию прокладки, ее надежность. Благодаря этим элементам прокладки отвечают требованиям по уплотнению в современных высоконагруженных двигателях.

Нам пока еще сложно говорить о надежности инновационных двигателей — они довольно молоды, у нас нет достаточной статистики по их обслуживанию, выходу из строя, критичным неисправностям и т.д., но мне кажется, что в целом такие двигатели вполне надежны. Они разрабатывались опытными инженерами, прошли многократное тестирование в процессе разработки и в предсерийном производстве. Все поставщики комплектующих, участвовавшие в их создании и производстве, тоже провели ряд проверочных тестов, поэтому у нас нет никаких поводов говорить о том, что новые двигатели недостаточно стойкие и обладают небольшим ресурсом.

Штефан Вольф:

— Сейчас этих двигателей становится все больше и больше. Укомплектованные ими автомобили продаются и на российском рынке. **Вопрос их надежности — это вопрос долгосрочной эксплуатации, но принципиально важно, на мой взгляд, уметь правильно обслуживать такие двигатели, правильно их ремонтировать.** И я думаю, что для рынка послепродажного обслуживания именно этот вопрос, а не надежность двигателя в целом, является первостепенным. Нужно уметь правильно обращаться с такими двигателями, в том числе и российским механикам, потому что автомобили с высокоэффективными малообъемными двигателями во все больших количествах продаются и в России. Нужно получать новые знания для работы с ними. В противном случае даже самые надежные двигатели быстро придут в негодность.

Для того чтобы обеспечить СТО такими знаниями, мы как раз и создали нашу систему технической поддержки,

включающую Академию Elring, технические тренинги, обучающие видео и т.д.

КОМПАНИИ, КОТОРЫЕ НЕ ПОСТАВЛЯЮТ НА КОНВЕЙЕР, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ ТОЛЬКО НА ВТОРИЧНОМ РЫНКЕ, НЕ ИМЕЮТ ДОСТУПА К САМЫМ ПЕРЕДОВЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ.



— Насколько тесно ваша компания взаимодействует с машиностроителями при разработке нового двигателя?

Гунтер Вольф:

— Двигатель не создается с чистого листа производителем в одиночку. Когда появляется необходимость в создании нового двигателя, с самого начала он обращается к производителям комплектующих, к компаниям, которые выпускают прокладки, поршни, блоки цилиндров, болты и проч. И включает их в совместную работу по конструированию агрегата, отвечающего определенным требованиям и обладающего определенными характеристиками. Это очень кропотливая работа, буквально рука об руку инженеров сразу нескольких компаний, в том числе и нашей. Отмечу, что **наша компания имеет мощный исследовательский центр.**

Современные средства проектирования позволяют нам сначала создать электронную модель будущего изделия. Мы не приступаем к производству опытных образцов до тех пор, пока электронная модель не пройдет все полагающиеся тесты в электронном режиме. Все симуляции: давление, температура, нагрузки, вибрации и прочее — осуществляются в электронном режиме. И только потом изготавливается первый физический прототип, над которым продолжается работа.

Происходит постоянный обмен информацией, корректировки, внесение изменений. Один вариант сменяет другой, и в конечном итоге все компоненты двигателя получают полностью подогнанными друг к другу для обеспечения слаженного функционирования такого сложного агрегата как двигатель.



НУЖНО ПОЛУЧАТЬ НОВЫЕ ЗНАНИЯ ДЛЯ РАБОТЫ С НИМИ. В ПРОТИВНОМ СЛУЧАЕ ДАЖЕ САМЫЕ НАДЕЖНЫЕ ДВИГАТЕЛИ БЫСТРО ПРИДУТ В НЕГОДНОСТЬ.

— Создав первый опытный образец и пустив его в серию, очень важно обеспечить стабильность декларированного качества. Как это достигается в вашей компании?

— Сначала хотелось бы подчеркнуть, что **наша продукция для рынка запчастей имеет то же качество, что и продукция для ОЕ**. Запасные части Elring имеют качество поставщика на конвейер.

Все наши прокладки проходят строгий выходной контроль качества. Один из важнейших тестов — тест на герметичность: посредством воздуха, подающегося под большим давлением, происходит симуляция рабочего режима. Таким способом, проверяется работоспособность прокладки. Кроме того, все прокладки взвешиваются. Существует четкий норматив по массе для каждого артикула. Если прокладка легче или тяжелее, чем это регламентировано, значит, в процессе ее производства была допущена какая-то ошибка, и значит, эта прокладка бракуется.

— Ваша специализация целиком и полностью связана с двигателями внутреннего сгорания, но в последнее время все активнее развиваются альтернативные силовые установки, которые в конечном итоге могут полностью вытеснить ДВС. Предусмотрены ли у вас на этот случай, скажем так, «запасные решения»?

Штефан Вольф:

— Понимая, что век двигателя внутреннего сгорания конечен, и видя, какие технологии приходят ему на смену, мы уже сегодня стремимся в достаточной степени диверсифицировать свой бизнес. Наше новое направление лежит в сфере e-mobility — контактные группы и коммутаторы для электромобилей, используемые в их батареях. Кроме того, пользуются спросом наши разработки в сфере топливных элементов. Мы разрабатываем и производим такие технологически сложные компоненты, как bipolarные пластины и компоненты для литиевых ионных батарей, которые устанавливаются в электромобили.

У нас для этого есть все необходимые компетенции. Прокладка, допустим, ГБЦ работает в очень агрессивной среде: высокое давление, высокие температуры, вибрации. Литий-ионные батареи очень чувствительны к температурным перепадам, к перепадам давления и вибрации. Поэтому при производстве контактных групп и коннекторов, для того чтобы снизить негативные последствия таких воздействий, нужно использовать особые типы стали. Мы знаем эти стали, мы умеем их обрабатывать и изготавливать из них надежную продукцию.

Если бы вы спросили меня года три назад, как быстро мы увидим полностью электрические автомобили, я бы сказал, что их развитие займет минимум лет 20-30. Но теперь, видя, что делают ведущие мировые автомобилестроители, что происходит в конструкторских бюро, понимая, какое давление на технологическое развитие оказывают общественные организации, ратующие за защиту окружающей среды, и политические движения, выбирающие тему экологии одной из основных в своих программах, можно сказать, что процесс значительно форсировался. ElringKlinger хорошо подготовлен к любому сценарию.

Не имеет значения, будут ли это классические двигатели внутреннего сгорания, гибридные или электрические. Мы предлагаем решения для любых видов двигателей.

Мы идем в ногу со временем, развиваем направления топливных элементов, компонентов для электромобилей,



Только 10 процентов выпущенной нами продукции премиального уровня идет на вторичный рынок. Все остальное — это продукция ОЕ и ОЕС.



Для оптимального хранения прокладок, комплектов прокладок и комплектующих Elring предлагает разнообразные системы складирования.

легких кузовных компонентов. Меняются технологии, меняется мир, и потому стараемся, используя весь наш опыт, подстраховывать свой бизнес и бизнес наших партнеров, развивая новые производственные направления. Мы пока только инвестируем, и я бы сказал, что сейчас эти продуктовые линейки пока не приносят нам прибыль, но мы развиваемся, осуществляем разработки, пробуем различные технологии в области производства. И я уверен: если компания дорожит своим будущим, ей нужно задуматься уже сейчас о том, что придет вслед за эпохой углеводородов. Она должна инвестировать в исследования и разработки, в поиск новых решений и оригинальных ноу-хау. Я лично вижу многие компании, которые сейчас имеют определенный успех на рынке, но совершенно не смотрят вперед. Я боюсь, что будущего у таких компаний нет.

Очень интересным оказалось направление облегченных элементов кузова: это различные балки и кронштейны, фронтальные и салонные модули. После некоторых аварий эти балки и кронштейны подвергаются обязательной замене. Поэтому я вижу за этими компонентами большой потенциал на вторичном рынке.

Гунтер Вольф:

— Но только не подумайте, что мы собираемся отказаться от нашего традиционного бизнеса. Да, количество двигателей внутреннего сгорания будет сокращаться с каждым годом, но по миру уже ездит такое огромное количество автомобилей с ДВС, что нам хватит работы минимум еще лет на 25-30 — для того, чтобы обеспечить этот колоссальный парк необходимыми прокладками.

Вторичный рынок автомобилей с ДВС, конечно же, будет иметь выгоду гораздо дольше, чем ОЕ, потому что все автомобили не исчезнут в один день, они не будут быстро заменены на электромобили или автомобили на топливных элементах. Кроме того, останутся страны, в которых ДВС будет использоваться еще 60-70 лет. Именно поэтому я не

боюсь того, что наш бизнес в IAM скоро умрет. Я думаю, что у него есть еще как минимум 100 лет — автомобили с ДВС еще будут производить, и их надо будет как-то обслуживать.

ЕСЛИ КОМПАНИЯ ДОРОЖИТ СВОИМ БУДУЩИМ, ЕЙ НУЖНО ЗАДУМАТЬСЯ УЖЕ СЕЙЧАС О ТОМ, ЧТО ПРИДЕТ ВСЛЕД ЗА ЭПОХОЙ УГЛЕВОДОРОДОВ.



— Действительно, обслуживание необходимо. В сегменте независимого рынка автокомпонентов и пост-продажного обслуживания вы плотно сотрудничаете с GROUPAUTO International в целом и GROUPAUTO Russia в частности. Что дает вам это сотрудничество?

Штефан Вольф:

— Мы специалисты. Мы производим и продаем специфический, технологически довольно сложный продукт, для его правильного использования необходимы определённые знания, навыки и опыт. Не каждый сможет правильно распорядиться ими. У нас они есть, и мы готовы ретранслировать их своим клиентам. Однако нам сложно понять, кому и что в каждой конкретной точке земного шара необходимо. С помощью наших дистрибьюторов мы собираем эту информацию. В этой связи GROUPAUTO является для нас очень важным консолидирующим звеном, позволяющим точнее учитывать запросы наших потребителей, полнее донести им нашу информацию, в том числе и о нашей продуктовой линейке, о новинках. **С помощью GROUPAUTO мы становимся ближе к рынку, ближе к нашим клиентам,** мы начинаем лучше понимать их потребности и, как следствие, получаем возможность максимально эффективно их удовлетворять. Поэтому мы очень надеемся на развитие нашего сотрудничества с GROUPAUTO в будущем.

PHILIPS делает ставку на развитие СВЕТОДИОДНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В КОНЦЕ 2014 PHILIPS ПРОВЕЛА РЕОРГАНИЗАЦИЮ СВОЕЙ СТРУКТУРЫ, ОБЪЕДИНИВ НАПРАВЛЕНИЯ СВЕТОДИОДНЫХ ЛАМП И АВТОМОБИЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В КОМПАНИЮ «ЛЮМИЛЕДС». ПОЭТОМУ С АПРЕЛЯ 2015 ГОДА ИНТЕРЕСЫ МАРКИ PHILIPS НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ АВТОМОБИЛЬНЫХ ИСТОЧНИКОВ СВЕТА ПРЕДСТАВЛЯЕТ КОМПАНИЯ «ЛЮМИЛЕДС ЕВРАЗИЯ» (LLC LUMILEDS EURASIA). МЫ ПОБЕСЕДОВАЛИ С МИКЕЛЕ РОТА, ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ «ЛЮМИЛЕДС ЕВРАЗИЯ», И С МИХАИЛОМ НОВИКОВЫМ, РУКОВОДИТЕЛЕМ ОТДЕЛА ПРОДАЖ, И ВЫЯСНИЛИ, КАК ЭТИ СТРУКТУРНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ОТРАЗИЛИСЬ НА РАБОТЕ КОМПАНИИ В РОССИИ, А ТАКЖЕ УЗНАЛИ, КАК ПРОДВИГАЕТСЯ ПРОДУКЦИЯ ПОД БРЕНДАМИ PHILIPS И NARVA НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ АВТОКОМПОНЕНТОВ.



— Микеле, расскажите, какие позиции компания занимает на рынке автокомпонентов в России? Как организована ее работа?

— В ходе реорганизации наша компания получила максимальную независимость от головного офиса в том, что касается организации продаж, сбыта, логистики и

продвижения брендов в России. Однако на уровне глобальных стратегических решений ООО «Люмиледс Евразия» координируется с головной компанией, расположенной в Париже. Наша компания, в которой работают уже 12 человек, поменяла стратегию своей работы на российском рынке. Во-первых, существенно сократилось время

обработки запросов. Наличие склада готовой продукции в Москве позволило нам максимально сократить время доставки товаров и упростить структуру логистики, а это один из главных компонентов успеха на рынке — сохранять постоянное взаимодействие с клиентами и оперативно отвечать на их запросы. Во-вторых, и это самый важный момент, мы получили от головного офиса «карт бланш» на принятие важных решений, которые определяют стратегию развития компании в России. Таким образом, мы имеем возможность адаптировать глобальную стратегию компании «Люмиледс» к российским особенностям ведения бизнеса в сфере продаж автомобильных ламп.

— Михаил, как отразились эти изменения на показателях работы компании в России?

— Оборот компании «Люмиледс Евразия» в валюте заметно вырос. За последние два года этот показатель стабильно увеличивается. В 2017 году мы также прогнозируем рост оборота. При этом уже за первые два месяца текущего года динамика роста наших показателей опередила динамику всего прошлого года. Особенности нашего бизнеса — быстрая обработка запросов от клиентов, оперативная доставка продукции, наличие максимально широкого ассортимента — работают на улучшение имиджа компании на российском рынке. И это отражается, в том числе, и на увеличении пула наших клиентов. За 2 года количество компаний, с которыми «Люмиледс Евразия» работает в России, стабильно увеличивалось. Выросло и качество самой работы, хотя мы не ставим перед собой задачу увеличить количество дистрибьюторов, ведь наше сотрудничество с дистрибьюторами — живой и динамичный процесс: происходит укрупнение компаний, некоторые игроки и вовсе уходят с рынка из-за экономических сложностей. Все наши торговые партнеры соответствуют критериям, определенным стратегией нашей компании на российском рынке. При этом мы отдаем приоритет компаниям-дистрибьюторам, которые входят в международные группы. Прежде всего, это группа GROUPAUTO Russia — наш крупнейший партнер не только в России, но и в Европе. Мы приветствуем такие качества дистрибьютеров, как масштаб покрытия рынка компанией, а также уровень коммуникации с клиентом, возможность поддерживать позитивный и конструктивный диалог.



КОГДА СПЕЦИАЛИСТ СЕРВИСА ВООРУЖЕН ЗНАНИЯМИ, ОН МОЖЕТ ЯРКО, ТОЧНО И АРГУМЕНТИРОВАННО ОБОСНОВАТЬ ПОТРЕБИТЕЛЮ ВЫБОР БОЛЕЕ ДОРОГИХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ЛАМП. И ВООРУЖИТЬ ЕГО ТАКИМИ ЗНАНИЯМИ — ЭТО НАША ЗАДАЧА.



— Михаил, дайте, пожалуйста, свою оценку состояния рынка автокомпонентов в России в сегменте автомобильных ламп.

— Показатели компании «Люмиледс Евразия» в России красноречиво свидетельствуют о том, что для нас кризиса на рынке нет. Результаты работы в 2016 году намного превосходят результаты 2015 года. Если же рассуждать в общем о рынке, то самая большая проблема в том, что его развитие определяется нестабильностью рубля. Однако мы работаем на российском рынке далеко не первый год, а потому уже научились координировать свою работу с учетом фактора нестабильности и реализовывать оперативные корректировки в рамках установленной и отработанной стратегии. Среди явных тенденций, которые наблюдаются сегодня на рынке автомобильных ламп, стоит отметить изменения в структуре сбыта. Так, с прошлого года отмечается рост продаж инновационной и дорогостоящей продукции. Заметно вырос и рынок ксеноновых ламп. Это можно объяснить, в том числе, и тем, что приобретенные 3-4 года тому назад новые автомобили, оснащенные на конвейере ксеноновым светом, вышли теперь на период замены ламп. Рынок светодиодных ламп также идет в рост. При этом наблюдается рост числа клиентов, которые отказываются от использования дешевых ламп и обращаются к более качественным продуктам. В следствие этого у нас заметно



выросли продажи светодиодных ламп. На вторичном рынке автокомпонентов мы представляем продукцию под брендами Philips и Narva. И хотя обороты растут по двум брендам, но у Philips, более дорогой марки ламп, рост заметно больше. Значит, наши клиенты понимают, что качественная продукция не может стоить дешево. Кроме того, **именно качественные лампы обеспечивают безопасность и комфорт во время езды** и благодаря своей надежности и увеличенному сроку службы оказываются более выгодными.



Если покупатель руководствуется соображениями снижения полных затрат на обслуживание автомобиля, то это потенциальный пользователь ламп Narva. Однако если потребитель хочет значительно улучшить качество освещения, то альтернатив Philips нет, потому что наши лампы самые долговечные и самые яркие, благодаря применению фирменных ноу-хау, таких как, например, технология кварцевого стекла.

КАЧЕСТВО РАБОТЫ С КОМПАНИЯМИ-ДИСТРИБЬЮТОРАМИ В РОССИИ «ЛЮМИЛЕС» ОПРЕДЕЛЯЮТ ТАКИЕ КРИТЕРИИ КАК ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ДИСТРИБУЦИИ, МАКСИМАЛЬНОЕ ПОКРЫТИЕ РЫНКА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ В РАБОТЕ С КОНЕЧНЫМИ КЛИЕНТАМИ, А ТАКЖЕ ЖЕЛАНИЕ ВЕСТИ КОНСТРУКТИВНЫЙ ДИАЛОГ.

— Михаил, как организована ваша работа с торговыми партнерами? Какие дополнительные возможности вы предоставляете своим клиентам?

— В 2016 году мы начали работу с новыми локальными компаниями-дистрибьюторами. Отмечу, что региональная специфика весьма четко проявляет себя на рынке автомобильных источников света, на ассортименте продукции Philips и Narva. В первую очередь, потому что регионы отличаются марочным составом автопарка и его возрастом. К примеру, если год-полтора тому назад мы мало продавали светодиодов для внутреннего освещения, то теперь, наоборот, региональные продажи выросли в разы. Сейчас точками роста продаж автомобильных ламп Philips и Narva являются Урал и Сибирь, где у нас появились новые локальные дистрибьюторы: им интересно работать с нами и продвигать бренды Philips и Narva, ведь мы предлагаем выгодные и гиб-

кие условия работы. Причем они не ограничиваются привлекательными закупочными ценами или отсрочками платежей, сюда входит также и разнообразная маркетинговая поддержка, и активная поддержка продаж.

— Михаил, как организована работа компании в канале автосервисных станций?

— В России рынок автосервисных услуг существенно отличается от европейского. Если в Европе автовладелец почти полностью или всегда передает ремонт и обслуживание своего автомобиля специалистам сервисных станций, то в России около 70-75% автомобилистов самостоятельно покупают и меняют автолампы. Поэтому основной канал сбыта автомобильных источников света в нашей стране до сих пор — это розничные магазины автозапчастей, рынки, интернет-магазины. Но такая ситуация медленно, но меняется. **Усложняется конструкция автомобилей, и для замены даже ламп теперь очень часто просто не обойтись без профессионалов.** Но пока такой дистрибуции ламп, как в Европе, у нас нет. Тем не менее, мы активно работаем с каналом сервисных станций. В качестве примера хочу привести успешный опыт работы с инженеринговым центром Smart, где проводим семинары для сотрудников СТО. После семинаров слушатели получают от нас сертификаты о том, что они прошли соответствующие курсы. На семинарах технические специалисты нашей компании рассказывают об особенностях автомобильного света, о тех технических и эксплуатационных преимуществах, которые отличают лампы Philips и Narva. Значение такой работы трудно переоценить. Когда специалист сервиса вооружен знаниями, он может ярко, точно и аргументированно обосновать потребителю выбор более дорогих и качественных ламп. И вооружить его такими знаниями — это наша задача.

— Микеле, какие технологические инновации под брендом Philips вышли за последние годы на вторичный рынок? Каковы достижения компании в сфере разработки OEM-решений?

— В первую очередь хочу отметить новинки Philips в линейке светодиодных ламп. В 2015 году мы выпустили светодиодную противотуманную лампу (тип H8, H11 и H16), а в 2016 году в нашем ассортименте появилась светодиодная лампа для прямой замены обычных галогеновых ламп под цоколь H4. Эта новая лампа — единственная на рынке, которая правильно распределяет световой поток и укладывается в разрешенные стандарты. В 2017 году мы планируем продолжить работу над расшире-



нием линейки светодиодных ламп головного освещения. Отмечу, что мы поставляем на рынок не только автомобильные лампы, в нашем ассортименте есть также инспекционные светодиодные фонари для профессионального использования, для освещения рабочих мест на автосервисах. В конце 2015 года на рынок вышли и видеорегистраторы под нашим брендом. Кроме того, мы предлагаем также и наборы для полировки фар. Помимо этого, в настоящее время тестируем новый продукт, о выходе которого мы объявим дополнительно. Если говорить о сегменте галогеновых ламп, то и здесь у нас есть весьма заметные достижения. В прошлом году мы выпустили самую яркую на сегодняшний день лампу, Philips X-treme Vision, которая дает +150% света по сравнению с традиционной «галогенкой». Добиться таких показателей удалось благодаря применению специального кварцевого стекла с ультрафиолетовым фильтром, за счет которого можно повышать давление газа внутри колбы, что замедляет испарение вольфрама.

Специалисты компании разрабатывают инновационные решения и для OEM-сферы. Несколько лет тому назад у нас появилась лампа D5S — это штатная ксеноновая лампа для бюджетных автомобилей. Ее особенность заключается в том, что в цоколь такой лампы интегрирован небольшой по размеру блок розжига. Это наша уникальная разработка,

НАБЛЮДАЕТСЯ РОСТ ЧИСЛА КЛИЕНТОВ, КОТОРЫЕ ОТКАЗЫВАЮТСЯ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДЕШЕВЫХ ЛАМП И ОБРАЩАЮТСЯ К БОЛЕЕ КАЧЕСТВЕННЫМ ПРОДУКТАМ. ВСЛЕДСТВИЕ ЭТОГО У НАС ЗАМЕТНО ВЫРОСЛИ ПРОДАЖИ СВЕТОДИОДНЫХ ЛАМП.



и автомобили, оборудованные такими лампами на конвейере, вскоре будут выходить на рынок послепродажного обслуживания. Таким образом, наши конвейерные разработки создали еще один емкий сегмент сбыта для вторичного рынка автокомпонентов. В OEM-области у нас идут разработки светодиодной продукции, ведется также работа по созданию новых типов галогеновых ламп. Отмечу, что подавляющее число автомобилей на конвейере оснащаются галогеновыми лампами. Изменения в структуре типов ламп на рынке есть, но они происходят медленно. И хотя для OEM у нас есть разра-

ботки лазерных источников света, мы все же сделали ставку на развитие светодиодных технологий. Ведь основное достоинство светодиодных ламп заключается в их эффективности (в пять раз больше света, чем у традиционных ламп), в долговечности, а также экономичности.

Brembo — новатор в конструировании тормозных систем

ПОТРЕБИТЕЛИ ВО ВСЕМ МИРЕ АССОЦИИРУЮТ BREMBO С ПРОДУКЦИЕЙ НАИВЫСШЕГО КАЧЕСТВА. ИТАЛЬЯНСКИЙ РАЗРАБОТЧИК И ПРОИЗВОДИТЕЛЬ КОМПОНЕНТОВ ТОРМОЗНОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДЛАГАЕТ РАСШИРЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ ДЛЯ КОМПЛЕКСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ВСЕЙ ТОРМОЗНОЙ СИСТЕМЫ, ФОРМИРУЯ СВОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО ПРИНЦИПУ «ОДИН БРЕНД — МАКСИМАЛЬНАЯ ОТДАЧА». О РАБОТЕ BREMBO С РОССИЙСКИМИ АВТОСЕРВИСАМИ И АВТОМАГАЗИНАМИ, А ТАКЖЕ О ПРЕИМУЩЕСТВАХ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ НАМ РАССКАЗАЛ СЕРГЕЙ ВАСИЛЬКОВ, ВЫЕЗДНОЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖЕР СТРАН СНГ ООО «БРЕМБО РУССИЯ»



— Сергей, продукция Brembo пользуется популярностью во всем мире. Расскажите, в чем ее особенности и преимущества?

— Особенность продукции Brembo следует из нашей приверженности к безопасному вождению. В линейке Brembo есть различные исполнения дисков на один и тот же автомобиль — стандартные, окрашенные, с насечками и перфорацией. Есть диски, выполненные из двух металлов, и на различных дисках может применяться разная система вентиляции. Используя пару диск-колодка Brembo, водитель получает исключительные характеристики торможения без ущерба другим качествам.

— Какие новые технологии применяет компания при производстве своего ассортимента?

— Портфолио Brembo включает сотни патентов в области производства и эксплуатации тормозных систем. Самые значимые: УФ — технология окрашивания дисков

(UV), технология вентиляции PVT (Pillar Venting Technology, столбчатая технология вентиляции), технология производства двухсоставных (плавающих) дисков и т.п. Технология УФ-окрашивания обеспечивает высокую антикоррозионную защиту дисков, придает им привлекательный вид и увеличивает срок службы. Диски Brembo с технологией PVT Plus имеют столбики удлиненной формы (от 30 до 40 шт. в зависимости от диаметра диска), что повышает устойчивость к тепловому растрескиванию и увеличивает срок службы диска. Улучшенный воздушный поток снижает рабочую температуру и положительно сказывается на сроке эксплуатации изделия. Диски отличаются сниженной массой. Легкий вес неподрессоренных масс автомобиля приводит к увеличению производительности, комфорта и управляемости. Плавающие диски Brembo имеют алюминиевую ступицу, обеспечивающую снижение неподрессоренных масс, и особое соединение ступицы диска с тормозной поверхностью. Обе



эти части объединены, но каждая может равномерно расширяться под воздействием температуры. Это предотвращает риск деформации диска при перегреве.

— Сергей, Brembo славится качеством своих компонентов. Что обеспечивает такие характеристики?

— **Качество Brembo основывается на комплексном подходе к выпускаемой продукции.** Brembo — новатор в области конструирования тормозных систем. Весь накопленный за 50 лет опыт сконцентрирован в каждом нашем изделии. Наши заказчики — крупнейшие автопроизводители, известные спортивные команды в легковом и мотосегментах и команды «Формулы-1». Изделия Brembo для независимого рынка полностью соответствуют качеству продукции для OEM.

— Как построена система проверки качества продукции?

— Brembo контролирует качество не только готовой продукции. Контроль осуществляется на каждом этапе производства. Благодаря этому качество Brembo отвечает самым строгим стандартам. Так, контроль качества тормозных дисков осуществляется в несколько этапов — в зависимости от стадии производственного цикла. Специалисты из отдела качества контролируют химический состав руды и расплавленной смеси. После отливки каждый 500-й диск подвергается контролю: образец тестируется на разрушение, проверяется его плотность и вес, диск помещается в рентген-камеру, где можно выявить дефекты отливки и т.п. Если есть отклонение от заданного значения хотя бы по одной из характеристик, то из этой партии проверяются еще четыре диска. При наличии брака как минимум у одного из этих дисков всю партию отправляют на переплавку. Кроме того, при механической обработке диска постоянно измеря-



ются размерные характеристики, и, если выявляются отклонения, останавливается конвейер для калибровки.

— Сергей, как компания организует свою работу в сфере СТО, а также в канале магазинов запчастей в России?

— В нашем пуле есть дистрибьюторы различных типов: федеральные дистрибьюторы с филиалами по всей России, региональные дистрибьюторы, сильные в отдельных регионах, и интернет-площадки с выходом на конечного покупателя. И у магазинов, и у СТО нет проблем с закупками нашей продукции. Учитывая наличие региональных складов, время доставки продукции Brembo зачастую исчисляется не днями, а часами. Мы открыты для СТО и магазинов: отвечаем на вопросы и оказываем помощь. На нашем сайте есть форма связи, через которую можно обратиться к нам напрямую. Мы предоставляем техническую информацию механикам СТО. На сайте www.bremboparts.com можно найти информацию по установке компонентов Brembo. Организован раздел для профессионалов Brembo Expert с видеоматериалами. В 2016 году мы запустили новую версию сайта, упростив поиск. В прошлом году мы провели около 30 семинаров, которые посетили более 1000 человек.

— На ваш взгляд, что помогает вашим российским партнерам продавать продукцию Brembo?

— Говоря о мерах поддержки, отмечу различные скидки для дистрибьюторов. Мы выпускаем новые артикулы вслед за появлением новых автомобилей. Наша статистика помогает дистрибьюторам отслеживать «пробелы» в продажах и заказах. Мы участвуем в индивидуальных акциях продвижения бренда Brembo нашими дистрибьюторами. Стала традиционной акция «Поездка в Италию с Brembo». Но главным помощником является «сарафанное радио». Люди, которые однажды выбрали Brembo, потом не согласны покупать изделия других брендов.

Абилио Кардозо: «Компания Veneporte — производитель, имеющий в своем распоряжении самые передовые технологии»

НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК
КОМПАНИЯ VENERPORTE
ПРИШЛА В ОЧЕНЬ
НЕПРОСТОЕ ДЛЯ НЕЕ
ВРЕМЯ — ПРАКТИЧЕСКИ
В САМЫЙ РАЗГАР
НЕПРОСТОЙ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
СИТУАЦИИ. ОДНАКО
ЭТО ОБСТОЯТЕЛЬСТВО
НИ СКОЛЬКО НЕ СМУЩАЕТ
РУКОВОДСТВО КОМПАНИИ.
БОЛЕЕ ТОГО, В ЭТОМ
РЕШЕНИИ АБИЛИО КАРДОЗО,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
И ВЛАДЕЛЕЦ VENERPORTE,
ВИДИТ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ
ПЕРСПЕКТИВЫ
И ПРЕИМУЩЕСТВО
ДЛЯ СВОЕЙ ФИРМЫ.
ОБ ИСТОРИИ
КОМПАНИИ, ПЕРЕДОВЫХ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ
ИННОВАЦИЯХ И ДЕЙСТВИЯХ
НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ
МЫ БЕСЕДУЕМ
С ГОСПОДИНОМ
КАРДОЗО.



— Текущий год в известном смысле можно назвать юбилейным для компании.

Абилио Кардозо:

— Официально наша компания была зарегистрирована в 1966 г., а вот запуск производства, действительно, состоялся ровно полвека назад — в 1967 г. Сегодня

штаб-квартира и основное производство, общей площадью 42,5 тыс. кв. м, располагаются в португальском городе Агейда. Мы начинали с производства металлических труб общего назначения, автомобильное направление было лишь одним из нескольких, но, благодаря новому закону о защите португальских производителей автомобильной индустрии,



Основное производство, общей площадью 42,5 тыс. кв. м, располагается в португальском городе Агейда.

нам удалось стать поставщиком OEM и OES практически всех автомобильных компаний, представленных в Португалии на тот период.

Этот процесс активизировался после вступления Португалии в ЕС — наш бизнес на основе уже существовавших партнерских отношений становится интернациональным. Нашими клиентами на глобальном уровне становятся Peugeot, Renault, Fiat.

В начале 90-х гг. в компанию пришли новые инвесторы, вложившие много сил и энергии в ее развитие, в направлении автомобильных компонентов. С их появлением связана значительная реструктуризация компании. Компания получает сертификацию в соответствии со стандартом NP EN ISO 9002:1995, по I.P.Q. Позже, в 1998 году, компания проходит сертификацию TÜV. Тогда же компания проводит реорганизацию своей структуры в закрытое акционерное общество.

Сейчас капитал фирмы сконцентрирован в руках, я бы сказал, одной семьи. Наше основное направление производства — выхлопные системы и их компоненты: коллекторы, каталитические конвертеры, сажевые фильтры, резонаторы и глушители. **Мы работаем с клиентами трех целевых групп: OE, OES и IAM. Среди них Fiat, Lancia и Alfa Romeo, Mitsubishi, Toyota, IVECO. Мы являемся официальным поставщиком концерна PSA на OES и в рамках проекта Eurorepar, Renault (OES и Motrio), а также Volkswagen в Германии, по проектам TVP Polo и TVP Golf.**

На независимом рынке автомобильных компонентов, помимо множества дистрибьюторов, с 2009 г. мы сотрудничаем с GROUPAUTO International. Первый контракт был заключен с национальной Группой Франции. Сейчас мы стараемся расширить свое сотрудничество с GROUPAUTO International и приступить к сотрудничеству в тех странах, где мы еще не работаем совместно.

**МЫ ПРОИЗВОДИМ ВСЕ КОМПОНЕНТЫ
ВЫХЛОПНОЙ СИСТЕМЫ: САЖЕВЫЕ ФИЛЬТРЫ,
КАТАЛИЗАТОРЫ, ГЛУШИТЕЛИ, КОЛЛЕКТОРЫ.**



Все производимое нами — это наши собственные разработки.

— Благодаря чему, на ваш взгляд, компании VENEPORTE удалось заручиться доверием крупнейших мировых автолюбителей?

Абилио Кардозо:

— Мы — производственная компания, имеющая в своем распоряжении самые передовые на сегодняшний момент технологии. Мы изготавливаем свою продукцию в режиме полного цикла, получая высококачественное сырье и обра-



батывая его в соответствии со всеми технологическими требованиями OEM. Металл проходит штамповку, вальцовку, резку (в том числе и лазерную), сварку, сборку. Мы используем лучшие технологии, представленные сегодня в секторе металлообработки и производства выхлопных систем. Но, наверное, самым важным процессом я бы назвал исследования и разработки. **Мы как конвейерный поставщик обладаем собственным конструкторским подразделением**, сотрудники которого занимаются созданием новых образцов продукции по заказу автопроизводителей. Все производимое нами — это наши собственные разработки. В основе наших изделий — собственная инженерия. Поэтому мы можем предложить довольно уникальные решения, которые очень сильно отличают нашу продукцию от продукции конкурентов.

Мы подходим к своему делу очень серьезно — создаем продукт с самого начала и предлагаем вторичному рынку тот же самый продукт, что идет на конвейер автопроизводителя или в его фирменную сбытовую сеть, но под собственным брендом VENEPORTE. Это один из основных принципов, которого мы придерживаемся в деятельности компании.

Другой важный принцип: VENEPORTE — комплексный производитель. Компания не производит отдельные части системы выхлопа: например, глушители или каталитические нейтрализаторы. Мы производим все компоненты системы: сажевые фильтры, катализаторы, глушители, коллекторы.



Ну, и третий принцип — развитие. **Несколько лет назад у нас начался процесс обновления производства:** было заменено много единиц оборудования на более современное, были реорганизованы производственные циклы и процессы, автоматизированы важнейшие операции. В ближайшие два-три года компания планирует обновить заводские помещения, увеличить площадь здания, расширить производственную зону. В это будет вложено порядка 4-5 млн евро, что позволит существенно увеличить объемы производства.

— **Говоря об «уникальных решениях», что вы имеете в виду?**

Абилио Кардозо:

— Например, технология SHRINK TO FIT. При этой технологии блок-носитель измеряется по периметру в различных точках вдоль его длины, а корпус — по массе и весу. Оба показателя проверяются на соответствие предельно допустимым значениям. Затем все части соединяются и плотно сжимаются до необходимого размера. Это обеспечивает 100%-ную точность геометрических форм и герметизацию, что, в свою очередь, снижает риск износа и поломки блока-носителя.

Или технология CLAMSHELL: керамический блок-носитель оборачивается в раздвижной корпус для обеспечения большей прочности. Затем вся конструкция помещается в двусторчатую раковину, которая сваривается с помощью соответствующих сварочных деталей. Этот способ широко применяется в керамических катализаторах овальной формы и стандартов EBPO 2 и 3. Среди преимуществ этой технологии то, что концентрация драгоценных



металлов в пропитке блок-носителя используется такая же, как и для конвейерных поставок. Продукция VENEPORTE соответствует европейским стандартам уровня выбросов и превосходит по этому параметру большинство других поставщиков.

В нашем сегменте на вторичном рынке сейчас сформировалась определенная проблема. Многие компании-производители компонентов выхлопной системы — даже очень известные и крупные — для того, чтобы снизить свои издержки и упростить производственную схему, выпускают некие «стандартизированные» или «унифицированные» образцы продукции. То есть, если на нескольких моделях автомобилей выхлопная система выглядит, в принципе, довольно похоже, они производят некий универсальный артикул, который, по их мнению, подходит к каждому из этих автомобилей. И только во время установки механик понимает, насколько каверзна эта «похожесть» — компоненты устанавливаются с огромным трудом, их приходится подгонять, так как что-то не подходит, что-то не соединяется. Люди теряют время, теряют деньги, и их экономия оборачивается прахом.

Мы никогда не идем на подобную «унификацию» — вся наша продукция оригинальна в том смысле, что имеет не только премиальное качество оригинала, но и оригинальную конструкцию в соответствии со спецификацией OEM. На вторичном рынке мы предлагаем столько же артикулов, сколько их присутствует в OE или в OES. Мы не стараемся «улучшить» продукт для вторичного рынка, мы все делаем так же, как и в OE. В частности, все внутренние части резонатора и глушителя полностью идентичны оригинальным. Поэтому у нас столько разных видов перфорации.

Или такой момент. Если оригинальная технология не подразумевает сварки в месте соединения впускной трубы и дна глушителя, сварку, в отличие от наших конкурентов, мы

МЫ СОЗДАЕМ И ПРЕДЛАГАЕМ ВТОРИЧНОМУ РЫНКУ ТОТ ЖЕ САМЫЙ ПРОДУКТ, ЧТО ИДЕТ НА КОНВЕЙЕР АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЯ ИЛИ В ЕГО ФИРМЕННУЮ СБЫТОВУЮ СЕТЬ, НО ПОД СОБСТВЕННЫМ БРЕНДОМ VENEPORTE.



не используем. Сварное соединение в результате вибраций быстро разрушится, и система выйдет из строя гораздо раньше, чем предусмотрено ресурсом, заложенным автопроизводителем. Надежность соединения, исключающего любые утечки без использования герметиков, обеспечивается за счет надлежащего механического воздействия на специальном станке.

То есть, повторюсь, мы не «стандартизируем» продукт, и для каждой модели на вторичный рынок мы изготавливаем глушитель или любой другой компонент выхлопной системы точно такой, как для OE. Только **цена продукции под нашим брендом, безусловно, значительно ниже «оригинала».**

— Имея передовые технологии, востребованные множеством клиентов в разных странах мира продукцию, вы выходите на российский рынок, мягко говоря, в не самый благоприятный для него период. С чем связано это довольно смелое решение?

Абилио Кардозо:

— Кризисы происходят по всему миру. Россия — часть глобальной экономической системы. Сейчас она испытывает определенные трудности. Но нас это не пугает. Мы пришли на российский рынок в самый разгар экономической стагнации. Пришли с продукцией, имеющей прекрасное соотношение цены и качества. Конечно, многим кажется, что разумнее подождать окончания такого непростого периода и прийти после него, и таких, кто ждет его окончания, кто не



решается на ответственные шаги, огромное количество. И когда экономический спад закончится, все они пойдут в Россию. А мы уже здесь! Как раз наш вход во время кризиса — это наше стратегическое преимущество! За это время мы отработаем все процессы, наладим эффективную систему снабжения и таможенного оформления. А это важное преимущество для наших клиентов. **Уже сейчас мы доставляем заказы клиентам в России дважды в день — утром и вечером. У нас есть собственный склад в Московской области, достаточно большой.** Оформление заказа происходит в нашей системе автоматически. Цены зафиксированы в рублях и не зависят от колебаний валютного курса. Поэтому некоторые поставки мы осуществляем даже без прибыли, но, тем не менее, цены не меняем, чтобы показать серьезность наших намерений, стабильность нашей компании.

При этом в России мы сотрудничаем с глобальными проектами — Eurorepar (PSA) и Motrio (Renault).

— Бытует мнение, что в кризисный период клиенты в большей степени отдадут предпочтение дешевой и потому недостаточно качественной продукции. Вы предлагаете премиальный продукт по привлекательной цене. Насколько это сложно? Насколько сложно продвигать такой продукт в текущих условиях?

Абилио Кардозо:

— Если кто-то и покупает продукцию лоукост-сегмента — это большая ошибка. Такая продукция не обеспечивает надлежащего качества. Она быстро выйдет из

строя и ее снова потребуется менять — это снова затраты, причем не только на саму деталь или узел, но и на операции по их замене.

Российский рынок — новый для нас. Мы начали в прошлом году. В общем-то, это определенный вызов для обеих сторон — и для нас, и для наших партнеров в России. Однако мы верим в то, что российский рынок потенциально дает много возможностей для роста наших продаж. Хотя, с другой стороны, и вы тоже это наверняка прекрасно понимаете, выходя на такой огромный рынок, как российский, надо действовать очень аккуратно, двигаясь постепенно.

Мы настроены позитивно, так как видим по своей статистике, что рынок восстанавливается и растет с каждым месяцем. Мы начали продажи в прошлом январе и четко придерживаемся стратегии: **в России мы продаем по очень выгодной цене тот же самый премиальный товар, что и на всех остальных рынках, такого же качества,** легко устанавливаемый, изготовленный с применением самых современных технологий, полностью соответствующий стандартам, принятым в Евросоюзе.

Мы понимаем, что быстрого результата не получим, но он обязательно будет. Как я и сказал, с каждым месяцем наши результаты лучше. Мы станем хорошо известными на рынке — для этого есть все предпосылки, это вопрос времени.

Я вспоминаю, как 8 лет назад мы пришли во Францию. Как сейчас, сотрудничая с GROUPAUTO Russia, так и 8 лет на-





зад, начав сотрудничество с GROUPAUTO France, мы каждый год увеличивали свой оборот. И сегодня мы очень популярны на французском рынке.

Конечно, нам пришлось развиваться постепенно, рынок не «выстрелил» сразу, примерно три года мы приучали клиентов к новому для них бренду, шли постепенно, настойчиво продвигали нашу продукцию, и, повторюсь, каждый год мы вырастали в продажах. Мы рассказывали о том, что такое наша продукция, как мы ее улучшаем, какой сервис предоставляем.

Да, мы, может быть, не вкладываем много денег в промоушн, но, на мой взгляд, **лучший «промоушн» — это качество предоставляемой продукции.** Качество, которое подтверждено контрактами с автопроизводителями на конвейерные поставки, качество, за которым мы неуклонно следим в процессе производства и которому придаем огромное значение. Должно пройти время, чтобы наши новые клиенты на новом для нас российском рынке поняли, что собой представляет наше качество. Они должны ближе познакомиться с нашей продукцией. И мы готовы дать им на это время.

— Какой политики вы придерживаетесь в вопросах дистрибуции?

Абилио Кардозо:

— В вопросах дистрибуции мы придерживаемся традиционных взглядов. Классическая схема, по моему мнению, вполне жизнеспособна и имеет целый ряд неоспоримых преимуществ. Мы стараемся развивать каналы поставки в рамках этой классической схемы. Нашими клиентами могут быть успешные сетевые СТО. Например, нашими клиентами являются ATU и Norauto. Поэтому нам так интересны гаражные проекты GROUPAUTO International и GROUPAUTO Russia.

Выхлопная система не относится к системам и запчастям регламентного обслуживания, однако это высоко маржинальный продукт, на котором сервисы могут неплохо зарабатывать при правильной организации дела.

Главное, чтобы этим занимались профессионалы, имеющие необходимые компетенции и разбирающиеся в технологиях.

Автовладелец в любом случае поедет на СТО, он не сможет поменять катализатор или глушитель самостоятельно, ему нужна профессиональная услуга.

МЫ КАК КОНВЕЙЕРНЫЙ ПОСТАВЩИК ОБЛАДАЕМ СОБСТВЕННЫМ КОНСТРУКТОРСКИМ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕМ.



— Компания уверенно смотрит в будущее. Какие основные задачи вы ставите перед собой на ближайшую перспективу?

Абилио Кардозо:

— Как я уже говорил, наша первоочередная задача — провести реновацию нашего производства. Мы меняем оборудование, ставим более современное и производительное. Не так давно мы заменили линию резки. Новая линия стоимостью около 700 тыс. евро нарезает 15-тонную катушку металла за 12 минут. Это более чем в три раза быстрее, чем ее предшественница. Мы расширяем площади: текущий склад при фабрике содержит 165 тыс. единиц хранения, не включая крепежные элементы. К концу года его площадь должна увеличиться вдвое, мы приобретем автоматические штабелеры. Мы изменим внутреннюю логистику, внедрим лин-процессы. В общем, уже в очень скором времени объемы выпуска нашей продукции должны значительно увеличиться, что позволит удовлетворить всевозрастающий спрос на нее во всех регионах присутствия компании VENEPORTE.

Дэвид Кэллери: «Компания WAI GLOBAL никогда не шла на компромиссы с качеством»

WAI – СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ КОМПАНИЯ, ИМЕЮЩАЯ ЧЕТКОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НА РЫНКЕ. ЧУТЬ БОЛЕЕ ГОДА НАЗАД ОНА ВОШЛА В ПЛЕЯДУ ПРЕМИАЛЬНЫХ БРЕНДОВ АВТОЗАПЧАСТЕЙ, ПОДДЕРЖИВАЕМЫХ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ GROUPAUTO RUSSIA. В БЕСЕДЕ С НАШИМ ЖУРНАЛИСТОМ КОМПАНИЮ ПРЕДСТАВЛЯЮТ ДЭВИД КЭЛЛЕРИ, ДИРЕКТОР ПО ПРОДАЖАМ WAI GLOBAL В ЕВРОПЕ, И НАТАЛИЯ РОМАНОВА, ДИРЕКТОР ПО РАЗВИТИЮ, РОССИЯ И СТРАНЫ СНГ, WAI GLOBAL.



— Пожалуйста, расскажите об истории компании.

Дэвид Кэллери:

— WAI Global — это американская компания, головной офис которой находится в Майами. Свою деятельность она начала в 1978 г., в США, с поставок восстановленных генераторов, стартеров и запасных частей к ним на североамериканский рынок. Эта деятельность оказалась весьма успешной, активно росла клиентская база, поэтому мы приступили к ее расширению, выходя в Европу и Азию.

Сегодня WAI Global — это глобальная компания с оборотом более 200 млн. долларов. Компания имеет представительства и дистрибьюторские центры в 14 странах мира, при том что выпускаемая продукция реализуется более чем в 100 странах. Мы сотрудничаем с такими широко известными компаниями как Valeo, Delphi, Hitachi, Beru.

На Американском континенте наша дистрибьюторская сеть покрывает США, Канаду, Бразилию, Аргентину, Мексику, Чили и еще несколько стран Южной Америки.

Дистрибьюторский центр региона EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка) располагается в Нидерландах. Его площадь около 8 тысяч кв. м, на которых содержится более 17 тыс. артикулов хранения. Кроме того, в Великобритании у нас есть небольшой склад, обслуживающий в первую очередь рынки Британии и Ирландии, и небольшая фабрика по восстановлению стартеров и генераторов. Она работает на удовлетворение потребностей британских заказчиков в восстановленных агрегатах, поскольку в Великобритании спрос на восстановленную продукцию достаточно высок.

Также у нас есть дистрибьюторский центр в Польше. Азиатский дистрибьюторский центр расположен в 70 км от



Качество очень важно для нас, поэтому инженерный персонал очень внимательно следит за соблюдением всех стандартов и спецификаций.

Шанхая, его площадь 20 тыс. кв. метров. Он обслуживает потребности внутреннего китайского рынка и клиентов в тихоокеанском регионе. Кроме того, недалеко от Шанхая находится наш собственный завод, на котором изготавливаются все детали электроники. Вся продукция сертифицирована в соответствии с ISO/TS 16949, ISO9001 и ISO14001.

Таким образом, на данный момент я могу с полной уверенностью назвать WAI Global лидирующей мировой компанией по производству стартеров и генераторов, автоэлектрики, стеклоподъемников, моторов стеклоочистителя, систем зажигания и систем управления работой двигателя, подшипников и MAP/MAF сенсоров высочайшего качества оригинальной продукции.

Наталья Романова:

— Для лучшего понимания нашей специфики хочу отметить следующее. Разница между новыми и восстановленными стартерами и генераторами не велика, но мы очень внимательно относимся к запросам рынка, российского в том числе, и, видя, что рынок предпочитает новые агрегаты, поставляем в Россию только новые стартеры и генераторы.

— Как вы строите свою работу на российском рынке?

Наталья Романова:

— На российском рынке мы работаем уже около 10 лет. Мы сотрудничаем как с компаниями, специализирующимися на поставках стартеров и генераторов, так и с дистрибьюторами широкого профиля, имеющими в своем портфеле несколько продуктовых линеек, включающих самый широкий спектр автомобильных компонентов. Года два назад в своей стратегии развития на российском рынке мы решили сделать акцент как раз на дистрибьюторах широкого профиля.

Россия очень важный рынок для нас, мы рассчитываем на долгую и успешную работу здесь. Мы стараемся строить долгосрочные и взаимовыгодные отношения с нашими дистрибьюторами.

Дэвид Кэллери:

— Мы не собираемся иметь десятки дистрибьюторов, как многие другие компании. Мы уверены, что работа с небольшим количеством партнеров принесет гораздо большее удовлетворение и выгоду обеим сторонам. Мы



**ПРИНЦИПИАЛЬНО ВАЖНЫЙ МОМЕНТ
СОСТОИТ В ТОМ, ЧТОБЫ НАШИ
ДИСТРИБЬЮТОРЫ ЗАРАБАТЫВАЛИ
ХОРОШИЕ ДЕНЬГИ, СОТРУДНИЧАЯ С НАМИ.**



сможем обеспечить им наиболее сильную поддержку и тем самым гораздо быстрее достигнуть стоящих перед нами целей. Мы предлагаем, в известном смысле, не «массовый сервис», а предельно индивидуализированный подход к каждому дистрибьютору, тем самым добиваясь их лояльности и доверия. Это чрезвычайно важно, ведь когда дистрибьюторы уверены в своем поставщике, они смелее инвестируют в развитие бренда (и речь здесь идет не только о финансах), потому что они видят потенциал этого бренда.

Мы вполне довольны развитием нашей дистрибуции в России, потому что уверенно растем, даже опережая рынок, марка получает все более и более широкую известность в стране. Но мы не останавливаемся на достигнутом и ставим перед собой весьма амбициозную задачу — стать брендом номер один на рынке стартеров и генераторов в России.

— Вас не пугает экономическая нестабильность на российском рынке?

Дэвид Кэллери:

— Экономический кризис — это не новость в современном мире. Многие наши клиенты в разное время испытывали экономические трудности, связанные с кризисами на локальных рынках. Но мы вместе с ними всегда находили эффективные способы противостояния ситуации и благополучного выхода из нее.



WAI поставляет в Россию только новые стартеры и генераторы. У нас самый широкий ассортимент этой продукции — более 7500 артикулов

При этом мы не останавливаемся на достигнутом и постоянно расширяем свой модельный ряд: хотим стать поставщиком, который «из одних рук» может предложить операторам независимого рынка автокомпонентов полную линейку премиальных электрокомпонентов по выгодной цене.

— В чем, по вашему мнению, основные преимущества WAI?

Дэвид Кэллери:

— Особой гордостью и ключевым преимуществом WAI я бы назвал нашу основную линейку стартеров и генераторов, поставляемую на независимый рынок автокомпонентов. Сегодня у нас самый широкий ассортимент этой продукции на рынке — мы имеем более 7500 артикулов.

Сюда входит продукция для легковых автомобилей, грузовой и коммерческой техники, сельскохозяйственных и промышленных машин, а также морского транспорта.

Вся эта продукция имеет премиальное качество оригинальных автозапчастей. Во-первых, вся продукция разработана в соответствии со спецификациями OE. Во-вторых, она проходит тройную проверку: при производстве и после производства на заводах, а также по прибытии в центральный дистрибьюторский центр в Голландии мы проводим подробное тестирование и испытания изготовленных агрегатов.

На нашем предприятии в Шанхае занято около 400 человек — на производстве и разработках. Качество очень важно для нас, поэтому инженерный персонал очень внимательно следит за соблюдением всех стандартов и спецификаций.

Сегодня WAI существует на трех рынках — американском, европейском и азиатском. Поэтому наш производственный охват широчайший — **мы можем предложить продукцию фактически для любого автомобиля, представленного на этих рынках.**



— В чем главные технологические вызовы современного автомобилестроения применительно к выпускаемой вами продукции? Как ваша компания отвечает на них?

Дэвид Кэллери:

— Вне всякого сомнения — это ужесточение экологических нормативов в отношении автотранспортных средств. Данная тенденция открывает большое будущее перед технологиями «старт-стоп», и мы предлагаем адекватные технологические решения в полном соответствии с ней, проводим широкие исследования в этом направлении.

Такие системы предъявляют значительно более высокие требования к стартерам и генераторам, потому что количество запусков автомобиля увеличивается в разы, при этом на заглушенном автомобиле должны исправно и бесперебойно работать все системы, начиная от систем комфорта (радио, климат) и кончая функциональными модулями, обеспечивающими работу двигателя, тормозной системы и проч. Поэтому на генераторы и стартеры в автомобилях с системами «старт-стоп» ложится несравненно большая нагрузка, и они должны быть более надежными и износостойкими.



У нас есть два научно-исследовательских центра, один в США, другой в Китае. Прогресс развивается очень стремительно, меняя лицо рынка. Мы стараемся предлагать самые современные решения для возникающих вызовов.

— Какие программы поддержки клиентов и партнеров предлагает WAI?

Наталья Романова:

— Мы используем все современные инструменты технической и маркетинговой поддержки ответственного поставщика. Среди наших программ поддержки и стимулирования продаж всевозможные бонусные программы, различные схемы оплаты и т.д. Мы также проводим тренинги и семинары как по техническим, так и по коммерческим вопросам, предоставляем нашим партнерам полную техническую информацию, всевозможные брошюры, каталоги и проч. печатную продукцию. Кроме того, у нас есть он-лайн каталог, используя который очень просто выбрать интересующие заказчика позиции.

Мы подходим индивидуально к каждому нашему партнеру, стараясь сделать наиболее адекватное предложение. Мы понимаем, что экономическая ситуация в стране довольно напряженная, денег у авто владельцев не так много, и они подходят к покупкам очень вдумчиво, выбирая наилучшее соотношение цена/качество. Поэтому мы предлагаем исчерпывающий прайс-лист, более конкурентоспособный, чем прежде.

В ситуации кризиса **многие авто владельцы жертвуют качеством автокомпонентов в угоду более низкой цене, но это тупиковый путь. В итоге они будут вынуждены переплачивать, потому что низкокачественные детали быстро выйдут из строя.** Наша компания никогда не шла на компромиссы с качеством, мы всегда предлагали и будем предлагать высокосортный товар по приемлемой цене.



МЫ ПРЕДЛАГАЕМ НЕ «МАССОВЫЙ СЕРВИС», А ПРЕДЕЛЬНО ИНДИВИДУАЛИЗИРОВАННЫЙ ПОДХОД К КАЖДОМУ ДИСТРИБЬЮТОРУ, ТЕМ САМЫМ ДОБИВАЯСЬ ИХ ЛОЯЛЬНОСТИ И ДОВЕРИЯ.



Таким путем мы надеемся завоевать популярность и убедить конечных клиентов в том, что нужно отдавать предпочтение именно качественной продукции, которая никогда их не подведет.

— Ваши планы на будущее? Чего ждать российским клиентам WAI?

Наталья Романова:

— WAI Global разрабатывает маркетинговую стратегию на будущее. Собираемся особое внимание уделить в ней социальным медиа, планируем развивать деятельность по популяризации нашей продукции в среде автомобилистов.

Мы предлагаем отличный продукт по привлекательной цене, а конечные потребители не всегда о нем знают. Компания собирается изменить эту ситуацию — работать для популяризации марки среди потребителей. Мы хотим, чтобы они узнали о технических особенностях и преимуществах нашей продукции. О том, что WAI Global является производителем премиального качества, мировым лидером в сегменте стартеров и генераторов.

Андрей Чернышов: «Sogefi обладает уникальными возможностями по созданию фильтров в соответствии с требованиями автопроизводителей»

АВТОМОБИЛЬНЫЕ ФИЛЬТРЫ ПРОИЗВОДСТВА SOGEFI GROUP ХОРОШО ИЗВЕСТНЫ НА НЕЗАВИСИМОМ РЫНКЕ АВТОКОМПОНЕНТОВ ПОД БРЕНДАМИ PURFLUX, FRAM, COOPERSFIAAM И SOGEFI PRO. ПОКРЫВАЯ 95% ЕВРОПЕЙСКОГО ПАРКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ, КОМПАНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ ВЕДУЩИМ ПОСТАВЩИКОМ КАК НА КОНВЕЙЕРЫ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЕЙ, ТАК И НА IAM. ОБ ИННОВАЦИОННЫХ ФИРМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ, НОВИНКАХ ПРОДУКТОВОЙ ЛИНЕЙКИ И РАБОТЕ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ РАССКАЗЫВАЕТ АНДРЕЙ ЧЕРНЫШОВ, РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ПО РОССИИ И СТРАНАМ СНГ, SOGEFI GROUP.



— На независимом рынке автокомпонентов продукция Sogefi Group представлена только в сегменте автомобильных фильтров, но ведь это не единственное направление деятельности фирмы?

— Действительно. У нас несколько структурных подразделений. Например, подразделение *Suspension Components* входит в тройку поставщиков компонентов подвесок во всем мире. Группа также включает подразделение по производству воздухозаборных систем и систем охлаждения двигателя. В целом, Sogefi Group является одним из лидеров по поставке на конвейер не только систем фильтрации, но и, кроме перечисленного выше, стабилизаторов поперечной устойчивости, рессор, торсионов, воздухопроводов, крышек двигателей, термостатов и проч. Однако на вторичный рынок поставляются только фильтры — полный ассортимент масляных, воздушных, топливных фильтров премиального качества,

воздушных фильтров для салонов любых американских, европейских и азиатских марок автомобилей.

При годовом объеме продаж 1,5 млрд евро компания располагает 42 производственными площадками и 16 коммерческими офисами в 21 стране по всему миру, на которых занято примерно 6700 человек.

Sogefi Group известна в первую очередь как поставщик на конвейеры французских автопроизводителей, потому что изначально компания была франко-итальянской. Если вы открываете оригинальную упаковку с фильтрами, например, Renault (и соответственно Nissan), Peugeot или Citroen — там всегда лежит наша продукция. Помимо этого, фильтры, произведенные Sogefi Group, находятся в оригинальных упаковках VAG, Honda, Ford (1,6-литровый двигатель, бензиновый турбированный и атмосферный — Focus II и III, Kuga).

— Какие наиболее интересные разработки были представлены Sogefi Group в последнее время?

— Из последних достижений Sogefi Group как конвейерного поставщика я бы выделил модуль масляного фильтра для ведущей в своем классе линейки двигателей Audi и Porsche — V6-V8 TFSI. Другой пример. Ford выбрал Sogefi в качестве поставщика дизельного фильтра для нового поколения 2-литрового двигателя Panther Diesel, устанавливаемого на грузовые малотоннажные автомобили Ford Transit. Sogefi Group разработала и первый в мире панельный фильтр дизельного топлива. Он будет устанавливаться на двигатели Power Stroke объемом 6,7 л производства Ford, США. И это лишь малая часть наших передовых технологических инноваций.

Наши фильтры включены в состав оригинального оборудования для 8 из 10 самых популярных автомобилей, проданных в Европе в 2015 году, в том числе моделей Volkswagen Golf, Polo и Passat, Renault Clio, Ford Fiesta и Focus, Opel Corsa, Peugeot 208.

— Немецкие автопроизводители очень щепетильно относятся к выбору поставщиков и стараются отдавать предпочтение национальным компаниям. А в Германии серьезных и очень уважаемых производителей фильтров немало. Как Sogefi Group удалось попасть на конвейеры немецких автоконцернов?

— В первую очередь благодаря нашим технологиям. У нас, например, есть фирменная патентованная технология укладки бумаги chevron, позволяющая увеличить уровень фильтрации на 20%. Другая патентованная технология — Diesel 3Tech+ для дизельных фильтров, она позволяет отделять до 99% воды.

Плюс, будучи компанией, входящей в ТОП-3 производителей фильтров в Европе, мы имеем отличные возможности по созданию фильтров в соответствии с установленными автопроизводителями требованиями. Чтобы разработать такой фильтр, нужно иметь достаточно серьезное R&D-подразделение. У Sogefi Group такое есть.

То есть мы имеем возможность со своими технологиями обеспечивать наилучшее качество и цену, которые требуются производителю.

— У компании много заводов. Как распределяется производство между ними?

— Основные производства расположены во Франции, Великобритании, Италии, Испании, США, Индии, Китае, Южной Америке. В этой связи клиенту надо понимать: на какой бы площадке ни производились наши фильтры, между ними нет никакой разницы в качестве, потому что стандарты качества



внутри Sogefi Group едины для всех предприятий. Более того, все фильтры, идущие и в OE, и в OES, и на IAM, производятся на одной линии.

— Каковы преимущества Sogefi Group, формирующие лояльность конечного потребителя?

— Мы стараемся неизменно поддерживать высокое качество продукции, которую мы поставляем на независимый рынок автокомпонентов, предоставляем достаточно выгодные условия сотрудничества с нами как с поставщиком. Кроме того, для конечного потребителя предусмотрена достаточно серьезная сервисная поддержка — свои гарантийные обязательства мы всегда исполняем.

Плюс к этому, не секрет, что автовладельцы очень часто отдают предпочтение тем фильтрам, которые на их машине стоят изначально, и если фильтр в автомобиле имеет нашу маркировку, человек придет за таким же фильтром.

Тем, кто продает нашу продукцию, предлагается достаточно обширная программа обучения и тренингов. Мы стараемся активно участвовать на нескольких интернет-площадках, донося до автовладельцев наши подходы к разработке продукции и к ее применению.

Мы все-таки поставщик продукции премиального уровня, обеспечивающий надлежащее качество в соответствии с требованиями производителей автомобилей. У нас широчайшее покрытие по европейскому парку — одно из самых больших предложений из всех европейских брендов. До 95% европейского парка поддерживается в нашей продуктовой линейке. Мы полностью поставляем фильтры во всех категориях: масляные, топливные (бензин/дизель), воздушные, салонные.

Хочу особо выделить то, что нам очень нравится подход GROUPAUTO Russia к продвижению брендов и предлагаемые ими программы. В частности, программа «ЗАБОТЛИВЫЙ СЕРВИС», которую мы готовы поддерживать всеми имеющимися в нашем распоряжении средствами.

В этом году мы произвели небольшое изменение в логистической системе — с января месяца для существующих дистрибьюторов на определенных условиях мы возим товар до таможенных терминалов в Москве и Санкт-Петербурге.



Штаб-квартира Sogefi Filtrator Франция, Гуянкур.

Мы даем СТО все необходимое

СЕТЬ СТО
GROUPAUTO ITALY —
КРУПНЕЙШАЯ
НАЦИОНАЛЬНАЯ СЕТЬ
В СТРУКТУРЕ
GROUPAUTO INTERNATIONAL.
ОНА ВКЛЮЧАЕТ
4 ГАРАЖНЫХ КОНЦЕПЦИИ
С ОБЩИМ ЧИСЛОМ
УЧАСТНИКОВ ОКОЛО 2500
БРЕНДИРОВАННЫХ СТАНЦИЙ
И ФОРМИРУЮЩУЮСЯ
СЕТЬ КУЗОВНЫХ
МАСТЕРСКИХ. О ТОМ, КАК
ИТАЛЬЯНСКИМ КОЛЛЕГАМ
УДАЛОСЬ ДОБИТЬСЯ
СТОЛЬ ВПЕЧАТЛЯЮЩИХ
РЕЗУЛЬТАТОВ, КАК
СТРОИТСЯ РАБОТА ТАКОЙ
ГРАНДИОЗНОЙ СЕТИ, НАШ
КОРРЕСПОНДЕНТ БЕСЕДУЕТ
С ДИЕГО БЕЛЬМОНТЕ,
ГЕНЕРАЛЬНЫМ
ДИРЕКТОРОМ,
И ЭРНЕСТО КАРБОНЕРА,
КООРДИНАТОРОМ
СЕТЕВОГО ПРОЕКТА,
GROUPAUTO ITALY.



— Размах вашей сети действительно впечатляет. Кто сегодня входит в нее?

Диего Бельмонте:

— GROUPAUTO Italy — первая независимая организация подобного плана в Италии. Сегодня это одна из наиболее больших и динамично развивающихся национальных Групп. В ее состав входит 32 дистрибьютора. Мы продаем только премиальные бренды — в этом одно из основных наших преимуществ. Наш оборот в прошлом году составил около 380 млн евро.

20 лет назад мы запустили первую гаражную концепцию — PUNTOPRO. Это непосредственное воплощение в Италии глобальной концепции GROUPAUTO International — EUROGARAGE. В настоящий момент под нашей эгидой функционирует 4 сети независимых СТО, включающих около 2 400 станций:

PUNTOCARS — около 1400 станций, MULTIMARCA — около 300, AUTO CHECK-UP — примерно 500, TOP TRUCK — 170. Плюс, сейчас формируется сеть центров кузовного ремонта PUNTOCARS — это наш самый молодой проект, находящийся пока в начальной стадии развития. В совокупности мы представляем собой крупнейшую в Италии сеть независимых СТО, существенно опережая наших ближайших конкурентов по количеству участников и сфере деятельности.

Наши конкуренты, кстати сказать, в последнее время испытывают серьезные трудности, потеряв существенную часть своих СТО и клиентов. Они не смогли обеспечить участников проектов надлежащим сервисом, поэтому станции разрывают с ними отношения, не видя для себя никаких преимуществ в продолжении сотрудничества. Это и понятно. Сервис, транс-



лируемый оператором сети (в нашем случае Группой), — принципиально важная вещь. СТО не будут с тобой сотрудничать, если они не получают то, чего им обещал, и что им жизненно необходимо.

— Что же отличает вашу сеть от сетей конкурентов? Что вы даете своим участникам, чего не могут дать другие?

Диего Бельмонте:

— Наша сеть в Италии во многом является знаковой. Мы были первыми. Мы задали определенные стандарты, на которые теперь равняется вся отрасль независимого послепродажного обслуживания автомобилей, все гаражные объединения в целом. В настоящее время независимые гаражи работают на рынке фактически в одиночку, в отличие от сетей авторизованных дилеров, поэтому им сложнее выдерживать конкурентную борьбу. По большому счету, в текущих условиях, а точнее, в ближайшей перспективе, у СТО-одиночек нет никаких шансов на будущее, потому что у них нет такой поддержки, как у авторизованных дилеров. У них нет технической поддержки, они ограничены в своих финансах, они не имеют достаточно полномасштабной рекламы и т. д. Если говорить вкратце — мы даем СТО все необходимое: и запчасти премиальных брендов по выгодным ценам, и рекламу, и техподдержку, и обучение. Этот арсенал укрепляет их позиции, с ним они могут безбоязненно смотреть в будущее и, развиваясь, эффективно конкурировать с дилерами. И вот каков результат наших усилий: рост и развитие сети оказались весьма впечатляющими — в 2014 году сеть выросла на 14 процентов, в 2015 — на 15.

Эрнесто Карбонера:

— Я расскажу подробнее. У нас три концепции для легковых автомобилей: PUNTOPRO, MULTIMARCA и AUTO CHECK-UP. PUNTOPRO, как сказал мой коллега, — старейшая сеть, ей в прошлом году исполнилось 20 лет. Это самая большая национальная сеть в рамках глобального проекта EUROGARAGE. Это наша лидирующая концепция. Ее название происходит от сокращения словосочетания «профессиональная точка обслуживания». Участники PUNTOPRO получают в свое распоряжение все предлагаемые нами инструменты поддержки.

MULTIMARCA — сеть для дилерских станций. Это уникальная для Италии и GROUPAUTO International программа по орга-

низации мультибрендового сервиса и поставке премиальных автозапчастей в рамках дилерского предприятия.

В настоящее время большинство дилерских предприятий в Италии загружены своим титульным брендом не более чем на 50%. Чтобы производственные мощности не простаивали, мы предлагаем загрузить их обслуживанием остальных автомобилей. Для этого они должны присоединиться к сети MULTIMARCA. Участвуя в ней, они получают премиальные запчасти качества оригинала, необходимый инструмент, технические рекомендации, всю совокупность технической поддержки (тренинги, обучение, выход на горячие линии наших поставщиков и проч.) и рекламу.

АВТОПРОИЗВОДИТЕЛИ ВСЕМИ СИЛАМИ ПЛАНОМЕРНО ПЫТАЮТСЯ ВЫДАВИТЬ НЕЗАВИСИМЫЕ СТО С РЫНКА. GROUPAUTO INTERNATIONAL ВПЛОТНУЮ ЗАНЯЛАСЬ ЭТИМ ВОПРОСОМ И СОЗДАЛА АЛЬТЕРНАТИВНОЕ РЕШЕНИЕ.



Они не могут стать частью PUNTOPRO, потому что для этого необходимо обеспечить соответствующую визуальную идентификацию станции, а автопроизводитель запрещает любую другую идентификацию, кроме его собственной. Чтобы решить эту проблему, мы как раз и создали сеть MULTIMARCA. Она не требует такой же всеобъемлющей идентификации как PUNTOPRO, дилер не нарушает требований автопроизводителей, вся символика титульной автомарки сохраняется, но на своих площадях дилер получает от нас возможность проводить ремонт и обслуживание всех остальных машин. Мы вносим его в наш реестр, он участвует во всех наших акциях и т. д.

AUTO CHECK-UP — для совсем маленьких СТО. На таких станциях в ремзоне может работать только 1 человек (PUNTOPRO — минимум 3 сотрудника: 2 механика и 1 администратор), скромнее требования к оборудованию (PUNTOPRO — минимум 2 подъемника и наличие диагностического оборудования) и площади помещения (PUNTOPRO — минимум 80 кв. м и 6 кв. м — клиентская зона). Если станция пока не отвечает стандартам PUNTOPRO, но хочет развиваться, хочет иметь

нашу техподдержку, наше программное обеспечение и надеется вырасти до полноценного PUNTOPRO, она начинает с AUTO CHECK-UP.

Кроме того, у нас работает проект для грузовой автотехники TOP TRUCK. Это опять первая независимая сеть в грузомоторном сегменте, которая полностью соответствует уровню дилерских предприятий по качеству обслуживания, но дешевле. Только она значительно моложе PUNTOPRO — ей около 5 лет. Здесь мы также используем исключительно запчасти премиальных брендов для поддержания заданного высокого уровня качества обслуживания.

— Какие еще требования предъявляются к потенциальным участникам сети?

Диего Бельмонте:

— Наши требования к потенциальным участникам сети очевидны и понятны. Эти станции представляют лицо всей гаражной концепции и GROUPAUTO Italy в целом, поэтому они

должны соответствовать нашим стандартам. У них должны быть чистые помещения, вся необходимая идентификация (в зависимости от конкретного проекта — баннеры, стелы, растяжки, входная группа и проч.), они должны соблюдать регламентированные процессы, достаточно внимательно относиться к клиентам и их автомобилям, быть вежливыми и обходительными и проч.

Для поддержания должного уровня квалификации персонала, сотрудники станций должны посещать наши обучающие курсы, касающиеся технологий, коммерции и маркетинга.

Эрнесто Карбонера:

— В отношении PUNTOPRO стандарты наиболее всеобъемлющие. Станции должны быть окрашены в наши цвета, персонал одет в нашу фирменную спецодежду. Должен присутствовать паркинг для клиентских машин, отопление в зимнее время и кондиционирование в летнее. Необходимо использовать специальные защитные чехлы для кресел, рулевого колеса, коробки передач и коврики, чтобы механик не испачкал салон автомобиля. Также мы рекомендуем, но не требуем предлагать клиентам кофе во время ожидания окончания работ, иметь подменный клиентский автомобиль на случай долгосрочного ремонта, эвакуатор и проводить бесплатную эвакуацию в



Эрнесто Карбонера,
координатором сетевого проекта,
GROUPAUTO Italy

радиусе 15 км от СТО, бесплатную автомойку для клиентов, выполнять выезд к клиенту в радиусе 15 км от СТО. Время работы станции — минимум 44 часа в неделю.

Как правило, для диагностики мы рекомендуем сервисам использовать сканеры BOSCH, TEXA или HELLA.

Опять же мы рекомендуем, но не требуем наличие стенда контроля и регулировки углов установки колес, станков для шиномонтажа и балансировки.

Стоимость рабочего времени нами не регламентируется, каждый сервис-участник сети устанавливает ее в зависимости от своей экономики. Соотношение «работа-запчасти» везде примерно идентично: 1 к 4.

— А что получает СТО, участвующая в сети?

Диего Бельмонте:

— Список наших сервисов достаточно обширен. Я бы выделил три ключевых пункта. Во-первых, это премиальные запчасти и полномасштабная техподдержка от ведущих мировых производителей автокомпонентов — поставщиков автосборочных конвейеров в совокупности с нашими собственными программами обучения. Во-вторых, активная рекламная поддержка в основных средствах массовой информации на общегосударственном и локальном уровне, организация разнообразных маркетинговых акций, направленных на продвижение услуг и запчастей. В-третьих, наш уникальный фирменный программный продукт автоматизации деятельности СТО — ProMEK.

— Реклама — это очень важная составляющая поддержки независимой СТО. Какие акции/программы были наиболее успешными?

Диего Бельмонте:

— Промоушн и развитие сети очень важны для нас. В узнаваемость наших марок автозапчастей, нашей сети, в увеличение клиентского трафика мы вкладываем довольно много сил и средств. У нас регулярно проводятся всевозможные розыгрыши среди клиентов-автовладельцев, в которых они получают ценные призы, купоны на скидки





или возможность бесплатной проверки/диагностики определенных систем и узлов в рамках традиционной весенней или осенней кампании.

Очень успешна наша ставшая уже традиционной акция «Check-up & Win». Акция связана с сезонной проверкой таких агрегатов и компонентов как внешнее освещение, щетки стеклоочистителей, генератор-аккумулятор и проч. Для увеличения трафика на СТО в преддверии акции мы разослали тысячам автомобилистов письма с предложением пройти такую проверку и принять участие в розыгрыше iPhone 6 и iWatch.

Вообще, мы придаем огромное значение регламентному техническому обслуживанию автотехники и регулярным проверкам исправности автомобильных систем и рекомендуем всем нашим СТО обращать на это внимание своих клиентов. У каждого приезжающего автомобиля им следует проверять состояние тормозных колодок, приводных ремней, выхлопной системы, шин и внутренних/внешних осветительных приборов, а также проверять наличие воды в фильтре дизельного топлива и уровень технических жидкостей (масла в двигателе, охлаждающей жидкости, тормозной жидкости, жидкости для очистки стекол). Это объективная технологическая необходимость, причем важность ТО для исправного функционирования транспортного средства сегодня сложно переоценить. Если своевременно менять все регламентированные детали, в соответствии с программой ТО в отношении пробега или временного интервала, если вовремя проводить диагностику и контроль работоспособности основных агрегатов, то можно избежать возникновения серьезных неисправностей в будущем. Такая профилактика просто не даст этим неисправностям внезапно возникнуть в самый неподходящий момент. Для клиента — это экономия значительных средств на дорогостоящих ремонтах, для сер-

виса — стабильный источник прибыли. Я уверен: если бы все автомобилисты вовремя проходили ТО, то большинства проблем с их машинами удалось бы избежать.

Для того, чтобы напомнить автомобилистам о важности правильного и своевременного технического обслуживания автомобилей с целью обеспечения безопасности дорожного движения, мы подготовили календарь на 2017 г. Он рассылается по СТО, которые затем дарят их своим клиентам. Это очень интересное, на мой взгляд, решение, которое сопровождает автомобилиста в течение всего года, день за днем, и содержит рекомендации по ТО. Там указаны сроки замены «расходников», рекомендации по проверке основных элементов управления, советы о том, как заботиться о машине, а также есть место для того, чтобы добавить любые личные заметки, например, информацию о визите на СТО.

Кроме того, мы присоединились к проекту QTagliando, организованному очень популярным в Италии, да и вообще в Европе, автомобильным журналом Quattroruote. QTagliando — это новый веб-сервис Quattroruote, позволяющий водителям сравнивать стоимость технического обслуживания в различных мастерских и в том числе в дилерских центрах. Таким образом, наша сеть демонстрирует своим клиентам, что идет в ногу со временем и может предложить им мощный инструмент по наиболее оптимальному выбору мастерской.

Зайдя в соответствующий раздел сайта, пользователи вводят данные о своем автомобиле, чтобы выяснить,

какие услуги предлагают те или иные мастерские и какова ориентировочная стоимость операций в дилерской сети и станциях нашей сети. После ввода информации об автомобиле клиент получит онлайн-отчет, который содержит: официальные рекомендации автопроизводителя для регламентного ТО его автомобиля в зависимости от возраста и пробега; прогнозируемые сроки выхода из строя определенных узлов и агрегатов в соответствии с их ресурсом; список оригинальных запасных частей, предусмотренных автопроизводителем; список технических жидкостей и их количество.



Диего Бельмонте,
генеральный директор
GROUPAUTO Italy

В свою очередь мы, получив информацию об автовладельце, сразу отправляем ему письмо, в котором, во-первых, напоминаем ему о том, что в соответствии с Постановлением Европейского Союза CE 461/2010 он имеет право проходить регламентное ТО без потери гарантии в любой официально зарегистрированной автомастерской, а не только в дилерском центре. Во-вторых, приглашаем посетить наиболее удобную ему станцию нашей сети и даем возможность еще раз предварительно рассчитать примерную стоимость предстоящих услуг. В-третьих, особо выделяем тот факт, что мы используем запчасти только премиального качества.



В нашей базе сегодня около 70 000 автовладельцев. Они получают нашу рассылку, информацию о наших коммерческих предложениях, акциях, участвуют в наших конкурсах. Это активные пользователи и клиенты сети. В зависимости от своей активности они могут выиграть разнообразные бонусы, подарки и скидки. В течение следующих 3 лет мы планируем довести нашу базу до 200 тыс. таких клиентов.

Наши предложения очень выгодны автовладельцам, поэтому они с удовольствием приезжают на наши СТО.

— Вы упомянули некий программный продукт. Что он представляет собой?

Эрнесто Карбонера:

— Это уникальный и очень популярный в Италии программный продукт нашей разработки — ProMEK. Его используют сегодня 5000 пользователей. Это, как вы понимаете, не только участники нашей гаражной концепции, но и все другие СТО, так или иначе сотрудничающие с GROUPAUTO Italy. Не так давно вышла его обновленная версия — ProMEK Evolution.

Основная инновация обновленной версии в том, что ProMEK, изначально в чистом виде компьютерная система (в том смысле, что он работал только на стационарных компьютерах), теперь стал мультиплатформенной. Это значит, что им можно пользоваться на любом устройстве, с любой операционной системой — iOS, Android, Windows или Linux. Доступ осуществляется

через запрос авторизации на безопасное соединение, что позволяет управлять ProMEK Evolution в многопользовательском режиме и в любом месте. Таким образом, мастер при приемке автомобиля может использовать приложение даже с планшета или своего смартфона без необходимости использовать проводной ПК.

Чтобы обеспечить надежную сохранность документов, вся информация записывается на разных серверах (синхронизированы друг с другом в режиме реального времени), что исключает необходимость прибегать к созданию резервных копий вручную. Все данные зашифрованы: только тот, кто имеет



**СТАНЦИИ ПРЕДСТАВЛЯЮТ ЛИЦО
ВСЕЙ ГАРАЖНОЙ КОНЦЕПЦИИ
И GROUPAUTO ITALY В ЦЕЛОМ, ПОЭТОМУ
ОНИ ДОЛЖНЫ СООТВЕТСТВОВАТЬ
НАШИМ СТАНДАРТАМ.**

— А какие еще интересные акции вы проводили?

Диего Бельмонте:

— В этом году мы потратили довольно много денег на рекламу в гонках Формула-1, она будет транслироваться во время гоночных этапов по уикендам. Кроме того, мы рекламируемся в интернете, для этого мы привлекли одну очень популярную в Италии персону — Джанкарло Физикелла, итальянского автогонщика, известного по выступлениям в чемпионате Формула-1. Мы создадим некий сериал из небольших видеороликов для демонстрации в интернете.

Наша реклама идет на первом канале итальянского телевидения RAI-1, на национальном радио. Кроме того, у нас идет реклама в автомобильных журналах, общественно-политических газетах и прочей деловой прессе.

Мы работаем с поисковыми системами и Google-картами. По запросам «техобслуживание», «авторемонт» и другим станции нашей сети выходят на первых позициях, причем с точной геолокацией.

Интернет-коммуникация сейчас наиболее сильна по соотношению цена-результативность, она хорошо работает при анонсировании текущих акций и активностей. Традиционные каналы — телевидение и радио — могут охватить большую аудиторию и сделать бренд более известным, узнаваемым.

Это что касается работы на общегосударственном уровне. Особое внимание популяризации сети мы уделяем на локальном уровне. Если СТО достигает определенных показателей в отчетный период, мы готовы выделить некоторые средства на его маркетинговую поддержку непосредственно в его регионе.





доступ к этой программе, может просматривать и редактировать документы, находящиеся на ProMEK Evolution.

В Италии нет аналогов этого программного продукта. Им могут пользоваться только гаражи нашей сети и наши клиенты — станции, покупающие запчасти у наших дистрибьюторов. Многие наши конкуренты хотели бы иметь такой же, но пока не смогли разработать ничего подобного. Этот продукт является нашим важным конкурентным преимуществом, во многом благодаря ему развивается и растет наша сеть.

Диего Бельмонте:

— Тренинги, горячая линия, обучение — сегодня это уже стандартные механизмы поддержки, используемые многими структурами на рынке, а вот такая программа — это уникальное решение, по крайней мере, в Италии, и это привлекает к нам потенциальных клиентов и участников сети. Это важный аргумент для СТО.

ProMEK позволяет управлять мастерской: содержит базу клиентов, осуществляет документооборот, к нему подключаются онлайн-каталоги и складское наличие наших дистрибьюторов, при этом СТО видит все остатки, видит свою статистику. ProMEK удовлетворяет все потребности небольших гаражей, которые не могут себе позволить масштабное IT-решение, каким пользуются автодилеры. ProMEK ведет все администрирование: клиенты, поставщики, анализ и планирование. Через него можно заказывать запчасти у наших дистрибьюторов.

— Ваш арсенал текущих средств и инструментов поддержки СТО сети действительно обширен. Но может быть, есть какие-то решения, которые вы планируете внедрить в дальнейшем? Решения, которые могут быть реализованы также и вашими российскими коллегами?

Диего Бельмонте:

— Безусловно, есть. Технологический прогресс определяет появление и внедрение таких решений. **Будущее, несомненно, за телематикой.** Уже сегодня автопроизводители контролируют огромный объем информации, касающейся функционирования систем и состояния автомобиля. С каждым годом этот массив данных расширяется. Таким образом, они стремятся сделать невозможным ремонт и техническое обслуживание

транспортных средств в независимых СТО, подчинив своему монопольному контролю весь информационный поток.

Есть проблема, которая касается авторемонтников во всех развитых странах и в том числе в России: автопроизводители всеми силами планомерно пытаются выдавить независимые СТО с рынка. GROUPAUTO International вплотную занялась этим вопросом и создала альтернативное решение. GROUPAUTO Italy станет, по всей видимости, одной из первых национальных Групп, которая внедрит это решение в своей сети. Это высокотехнологичный инструмент, который даст возможность независимым мастерским, так же как и официальным автомобильным дилерам, подключаться к электронным системам автомобиля, для того чтобы проводить его техническое обслуживание и ремонт в полном объеме.

МЫ ПРИДАЕМ ОГРОМНОЕ ЗНАЧЕНИЕ РЕГЛАМЕНТНОМУ ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ. ДЛЯ КЛИЕНТА — ЭТО ЭКОНОМИЯ ЗНАЧИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ НА ДОРОГОСТОЯЩИХ РЕМОНТАХ, ДЛЯ СЕРВИСА — СТАБИЛЬНЫЙ ИСТОЧНИК ПРИБЫЛИ.



Это новый проект, готовящийся к глобальному внедрению в рамках гаражной концепции GROUPAUTO International. Как только ему будет дан зеленый свет, мы сразу предложим его участникам нашей сети. И я уверен, что участники сети СТО GROUPAUTO Russia также в самое ближайшее время получат в свои руки этот эффективный и очень действенный механизм. Телематическое устройство не является запасной частью или услугой, это настоящий рабочий инструмент для того, чтобы предложить клиентам лучший опыт и привести в мастерские нашей сети как можно больше автовладельцев, оставаясь конкурентоспособными на рынке.

GROUPAUTO International идет в ногу со временем, предлагая решения, адекватные вызовам, встающим перед отраслью, и передовые услуги. Члены нашей сети в любой точке мира, где присутствуют гаражные концепции Группы, могут всегда быть уверены в том, что они обладают надежной поддержкой в лице национального подразделения GROUPAUTO.

Сергей Нескоромных: «Наша специализация — регламентное техническое обслуживание»

**ДИСТРИБЬЮТОРЫ
АВТОКОМПОНЕНТОВ
ПО-РАЗНОМУ РАЗВИВАЮТ
СВОЙ БИЗНЕС. КОМПАНИЯ
«ФИЛЬТР» ВЫБРАЛА
ВО МНОГОМ УНИКАЛЬНЫЙ
ПУТЬ, СДЕЛАВ СТАВКУ
НА РАЗВИТИЕ НЕ ПРОСТО
СЕТИ СТО, А СТО,
ОРИЕНТИРОВАННЫХ
ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО
НА ПРОВЕДЕНИЕ
РЕГЛАМЕНТНОГО
ТЕХНИЧЕСКОГО
ОБСЛУЖИВАНИЯ.
И ДОБИЛАСЬ НА ЭТОМ
ПОПРИЩЕ СЕРЬЕЗНЫХ
УСПЕХОВ. О ТОМ, КАК
СТРОИТСЯ ПОДОБНЫЙ
БИЗНЕС, МЫ БЕСЕДУЕМ
С СЕРГЕЕМ НЕСКОРОМНЫХ,
ГЕНЕРАЛЬНЫМ
ДИРЕКТОРОМ
КОМПАНИИ «ФИЛЬТР».**



— Сергей, компания «ФИЛЬТР» — одна из старейших на российском рынке послепродажного обслуживания автотехники. С чего все начиналось? Как развивалась компания?

— Свою деятельность компания «ФИЛЬТР» начала более 20 лет назад, в 1995 г. За это время мы стали одним из крупнейших поставщиков расходных материалов для автомобилей в регионы Восточной Сибири, Республику Бурятия и Забайкальский край.

В 1998 г. после дефолта стало ясно, что для успешного развития оптово-розничной деятельности нужно придумать и внедрить более эффективную модель взаимодействия с клиентами. У многих автовладельцев возникли серьезные финансовые проблемы, значит, им нужно было предложить сервис, максимально отвечающий их потребностям и возможностям. По нашему мнению, такая модель — это организация сети фирменных СТО, ориентированных исключительно на регламентное техническое обслуживание автотехники. Первую станцию мы открыли в 2003 г.



Солидная поддержка профессиональной отраслевой структуры — это дополнительное преимущество.

в Иркутске. Сегодня сеть обслуживает более 30 % автотранспорта Иркутской области. Она расширяет свой охват: наши станции есть в городах Ангарск, Усолье-Сибирское, поселке Залари. В 2014 г., как раз в кризис, открылась СТО в Москве. Это довольно большая станция на 22 поста, 5 из которых готовы принять грузовые автомобили высотой до 4.5 метра. Она оснащена современным оборудованием, необходимым для оказания качественных услуг.

Кто-то может подумать, что открытие такой станции в период непростой экономической обстановки — рискованный шаг, но я так не считаю. Это был очень взвешенный и продуманный поступок. Именно для станции, специализирующейся на техническом обслуживании автомобилей, как раз данный период достаточно благоприятен. Мы в принципе не занимаемся ремонтом: как я уже сказал, мы выполняем только регламентные работы, связанные с периодическим техническим обслуживанием.

Регламентное ТО чрезвычайно важно для автотранспорта: это своего рода профилактика, посредством которой в дальнейшем удастся избежать серьезных проблем с машиной. Этот посыл несложно донести клиентам, автовладельцы обычно хорошо это понимают. Кроме того, в кризисный период, в сложной экономической обстановке количество денег у людей ограничено. Поэтому они вынуждены отказываться от многих услуг, однако от ТО они отказаться не могут — например, автомобиль со стертymi тормозными колодками просто опасно эксплуатировать.

То есть, что-то может подождать, какие-то работы всегда можно отложить до лучших времен, но ТО — ни в коем случае. Особенно в кризис, когда каждая копейка на счету, не проведенное сегодня ТО завтра оборачивается дорогостоящим ремонтом или аварией.

На сегодня в общей сложности уже 12 СТО работает по нашей франшизе, и сеть продолжает развиваться. Мы собираемся открываться в Новосибирске, усиливать

наше присутствие в Московском регионе. Но мы не формируем события и не ставим перед собой какие-либо грандиозные планы из серии «100-200-500 станций к такому-то году». Для нас в первую очередь важно качество обслуживания, которое ни в коем случае не должно ухудшиться в процессе нашего расширения. У нас уже есть определенная репутация, и она не должна пострадать: бренд «ФИЛЬТР» хорошо известен клиентам.

МЫ ХОТИМ ЗАРАБАТЫВАТЬ, НО ДЛЯ НАС ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ — ЭТО ПРОДАЖА ЗАПЧАСТЕЙ. МЫ ХОТИМ И УМЕЕМ ЗАРАБАТЫВАТЬ НА ЗАПЧАСТЯХ.



Сразу хочу отметить: наша франшиза бесплатна для партнеров. Конечно, существует определенный перечень условий ее получения, но платить за нее не нужно. Почему? Мы видим эту франшизу как именно взаимовыгодное сотрудничество, помогающее нам и нашим партнерам. И на условиях такого сотрудничества мы и строим сеть СТО «ФИЛЬТР». Поэтому-то наша франшиза бесплатна.

— Развивая свой бизнес, на определенном этапе вы присоединились к GROUPAUTO Russia. Почему вы приняли такое решение?

— GROUPAUTO International — крупное международное объединение, авторитетное и уважаемое. GROUPAUTO Russia — одна из его составных частей, придерживающаяся в своей деятельности глобальных принципов Группы. Наше сотрудничество мы видим в форме взаимовыгодного партнерства. Я уверен, объединив наш опыт и опыт Группы, мы сможем выйти на новые направления и усилить свои по-

зиции. Солидная поддержка профессиональной отраслевой структуры — это дополнительное преимущество.

— Многие работы при условии покупки запчастей на СТО сети «ФИЛЬТР» выполняются бесплатно. Оправданы ли потери заработка в данном случае?

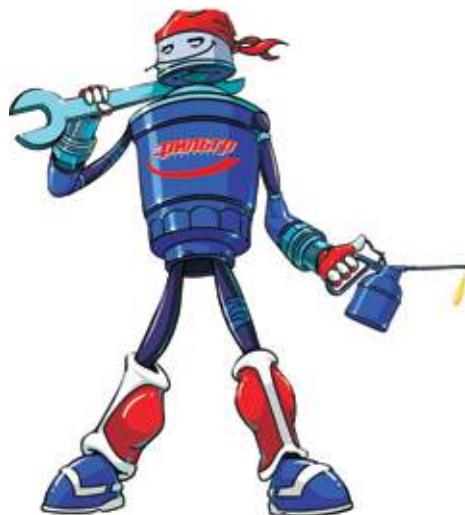
— Я не считаю, что таким образом мы теряем заработок. Объясню. Да, очень многие работы мы проводим бесплатно, если запчасти для их выполнения приобретаются у нас, но это не потому, что мы не хотим зарабатывать на работах. Напротив, мы хотим зарабатывать, но для нас основная цель — это продажа запчастей. Мы хотим и умеем зарабатывать на запчастях. Такая организация бизнеса позволяет нам решать основную задачу, стоящую перед компанией, привлекая новых клиентов и повышая лояльность уже имеющихся. Продавая больше запчастей за счет привлечения клиентов обязательством выполнить определенные работы бесплатно, мы гораздо существенно увеличиваем свою прибыльность в целом.



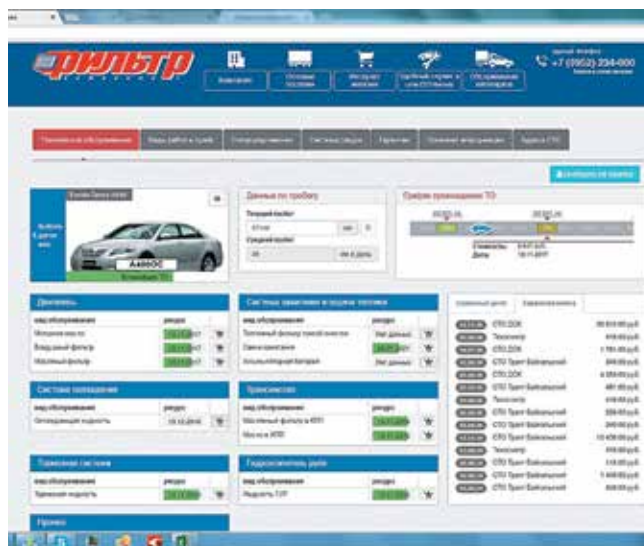
НА СЕГОДНЯ В ОБЩЕЙ СЛОЖНОСТИ УЖЕ 12 СТО РАБОТАЕТ ПО НАШЕЙ ФРАНШИЗЕ, И СЕТЬ ПРОДОЛЖАЕТ РАЗВИВАТЬСЯ.

— При этом вы вообще не проводите ремонт?

— Да, не проводим, даже мелко-срочный. Мы выполняем только техническое обслуживание автомобиля и проводим работы, исключительно связанные с ним. Если клиент нуждается в каком-либо ремонте, мы рекомендуем ему другие сервисы. Для кого-то это может звучать удивительно, но вы сами знаете, сколько сейчас автомастерских, которые, стараясь заработать как можно больше, берутся абсолютно за все, и в итоге происходят ошибки, так что клиент остается недовольным. Для нас важна своя репутация на рынке. Наши клиенты полностью нам доверяют.



— Вы добились впечатляющих результатов. Но насколько сложно в наше непростое время предлагать клиентам запчасти премиального качества? Как вам удается убеждать автолюбителей в том, что необходимо приобрести недешевые запчасти премиального качества?



— В нашем арсенале есть целый ряд маркетинговых механизмов, позволяющих успешно продавать запчасти премиального качества. Как раз именно наша специализация на техническом обслуживании во многом этому способствует. Ведь в общей стоимости услуги цена самой запчасти занимает не слишком большую долю и не так заметна клиенту. Судите сами: в счете на 4-5 тыс. руб. клиенту уже не важно, стоит, допустим, фильтр 300 рублей или 500 рублей.

К тому же нередко автолюбители превышают установленный регламентный пробег между очередными ТО. В этой связи применение премиальных запчастей, обладающих,

я бы сказал, дополнительным запасом прочности, позволяет нивелировать негативные последствия этого перепробега.

Ну и, естественно, премиальные запчасти — это гарантированное качество, благодаря которому мы можем давать нашим клиентам весьма привлекательную гарантию. Если автолюбитель регулярно у нас обслуживается, эту гарантию в принципе можно назвать пожизненной, поскольку она покрывает эксплуатацию автомобиля между регламентными ТО. На каждый автомобиль мы заводим сервисную книжку, в которой отображены произведенные у нас работы, подтвержденные подписями, печатями и всеми необходимыми документами. При продаже автомобиля мы заверяем сервисные книжки, что наверняка увеличивает его стоимость.

Ну, а остальное уже дело техники. Маркетинговых механизмов действительно довольно много, и, в общем-то они хорошо всем известны: разнообразные спецпредложения,



В 2014 г., как раз в кризис, открылась СТО в Москве, на 22 поста, 5 из которых готовы принять грузовые автомобили.

прогрессивная система скидок, бонусные программы и проч. Главное, уметь правильно и точно их применять.

— Одной из характерных особенностей российского рынка является привычка клиентов приезжать, особенно на регламентное ТО, со «своими», то есть приобретенными где-то на стороне, запчастями. Много ли таких клиентов приезжает к вам?

— Там, где мы работаем уже давно, — в Иркутске, Ангарске, Усолье — лишь 5–10% клиентов все еще приезжают со своими запчастями. Все остальные приобретают запчасти у нас вместе с работами. Люди поняли, что это удобно и выгодно, что нет никакого смысла заранее в магазине покупать детали и расходные материалы, а потом ехать к нам. Проводя ТО у нас с нашими деталями, они получают комплексную гарантию, при этом, как уже было отмечено, определенные виды работ выполняются бесплатно при условии покупки необходимых компонентов. Это вполне логично. Зачем, спрашивается, тратить время на поиски деталей подешевле, тем более что найти дешевле, чем у нас, не так-то и просто? Зачем тратить время на поездку в магазин? Все это совершенно ни к чему, когда ты можешь в одном месте получить весь необходимый сервис по очень хорошей цене. Так что логика и расчёт показывают, что приобретение деталей на стороне абсолютно не выгодно автовладельцу.

— К сожалению, еще не все автовладельцы так считают. Может быть, просто потребительское поведение автовладельцев в разных регионах различается? И то, что клиентами ценится, например, на Дальнем Востоке, в Центральной России не имеет значения? Что вы думаете по этому поводу? СТО «ФИЛЬТР» работают в разных регионах. Как различается поведение клиентов?

— В Москве люди больше ценят свое время и имеют больше финансовых возможностей сразу заказать весь комплекс необходимых работ. Поэтому в Москве средний чек на СТО «ФИЛЬТР» выше. Но он выше не потому, что в Москве мы продаем запчасти или работы дороже — наша

ценовая политика декларирует идентичность цен во всех СТО «ФИЛЬТР» по всей стране. Он выше как раз потому, что московские клиенты стараются ограничиться одним визитом и сразу сделать все, что им нужно. А в регионах у людей денег меньше, поэтому они сначала меняют тормоза, потом масло, потом еще что-то и в результате чаще приезжают на СТО, но оставляют там меньшие суммы за один визит.

А в том, что касается приобретения запчастей на стороне, я думаю, и в новых регионах присутствия СТО «ФИЛЬТР» со временем мы сможем объяснить людям, что не надо приезжать на ТО со своими деталями. Мы покажем им преимущества нашей концепции, и они изменят свою привычку.

**РЕГЛАМЕНТНОЕ ТО ЧРЕЗВЫЧАЙНО ВАЖНО
ДЛЯ АВТОТРАНСПОРТА: ЭТО СВОЕГО РОДА
ПРОФИЛАКТИКА, ПОСРЕДСТВОМ КОТОРОЙ
В ДАЛЬНЕЙШЕМ УДАЕТСЯ ИЗБЕЖАТЬ
СЕРЬЕЗНЫХ ПРОБЛЕМ С МАШИНОЙ.**



— Это было бы прекрасно. У вас есть отличный опыт работы с клиентами, и то, что вы достигнете поставленных результатов, не вызывает сомнения. Что еще, по вашему мнению, помимо эффективной бизнес-модели, обеспечивает успех компании?

— Вне всякого сомнения — это наша команда. Это не красивые традиционные слова. Я знаю, что многие так говорят в ответ на подобные вопросы, но важно четко понимать, что вкладывается в эти слова. Для меня команда — это весь наш коллектив, начиная от механика и заканчивая представителями топ-менеджмента. В их слаженной работе, в их эффективной коммуникации, прекрасной профессиональной подготовке, я считаю, кроется основной успех нашей компании. Нам удалось выстроить очень эффективную команду, которая позволяет успешно развиваться нашей компании вот уже столько лет, ставить новые цели и достигать их.

Роман Миляев: «Синергетический эффект, или Почему качественная продажа автокомпонентов невозможна без качественных услуг»

ВРЯД ЛИ КТО-ТО ПОСПОРИТ С УТВЕРЖДЕНИЕМ, ЧТО ДОВЕРЯТЬ РЕМОНТ ДВИГАТЕЛЯ СТОИТ ТОЛЬКО ПРОФЕССИОНАЛАМ. СТАВКА НА ВЫСОКИЙ УРОВЕНЬ ИНЖЕНЕРНЫХ ЗНАНИЙ И БЕЗУПРЕЧНОЕ КАЧЕСТВО РАБОТЫ ПОЗВОЛИЛО ГК «МЕХАНИКА» НЕ ТОЛЬКО ВЫРАСТИ В МНОГОПРОФИЛЬНУЮ КОМПАНИЮ, НО И ПРАКТИЧЕСКИ ЗАНОВО СФОРМИРОВАТЬ РАЗРУШЕННЫЙ В ПОСТСОВЕТСКОЕ ВРЕМЯ РЫНОК АВТОРЕМОНТНЫХ ЗАВОДОВ. ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГК «МЕХАНИКА» МЫ ОБСУДИЛИ В РАЗГОВОРЕ С КОММЕРЧЕСКИМ ДИРЕКТОРОМ РОМАНОМ МИЛЯЕВЫМ. НАША ВСТРЕЧА СОСТОЯЛАСЬ НА ОДНОЙ ИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПЛОЩАДОК КОМПАНИИ В ЦЕХАХ НА ИЖОРСКОЙ УЛИЦЕ, В МОСКВЕ.



— Роман, «Механика» — компания, которая не нуждается в дополнительных представлениях. И всё-таки расскажите, чем вы отличаетесь от «коллег по цеху» и на чём специализируетесь.

— Прежде всего, ГК «Механика» — инженерно-технологическая компания с собственными производственными площадками, полностью оснащёнными необходимым оборудованием для ремонта двигателей. На одной из них мы с Вами сейчас и находимся. По сложившейся у нас традиции «территория» — как мы называем наши офисы — представляет собой интегрированный комплекс из приёмки, магазина

автокомплектующих и цеха. Впрочем, сейчас есть и территории, на которых работают только приёмка и магазин, а непосредственно ремонт узлов осуществляется на ближайшей производственной площадке компании, что продиктовано требованиями времени.

Основная специализация — капитальный ремонт двигателей внутреннего сгорания, восстановление деталей двигателя как для легковых и грузовых автомобилей, так и для спецтехники, а также поставка автокомплектующих. Автосервисы и ремонтные предприятия доверяют нам сложные технологические задачи, с которыми не могут справиться



Мастера-приёмщики ГК «Механика», получая заказы от клиентов, собирают важную для производителя информацию по надежности тех или иных компонентов.

самостоятельно. С большинством клиентов мы работаем уже многие годы. Они с нами, потому что «Механика» для них — это гарант качества оказанных услуг, которое контролируется в компании на всех этапах с любым из узлов или агрегатов, взятых нами в работу на приёмке.

— Приёмка — один из важнейших этапов в процессе ремонта. Расскажите, как вы принимаете в работу двигателя?

— Сотрудники на приёмке проводят первичный осмотр двигателя, осуществляют проверку его компонентов, измеряют и дефектуют их и фиксируют фронт работ, которые необходимо провести. Одновременно определяется список компонентов, которые потребуются при ремонте. На приёмке работают инженеры-приемщики разных категорий, так что при необходимости — в зависимости от степени сложности ремонта — приёмку двигателя может выполнить сотрудник более высокой квалификации.

Приёмщик — это универсальный солдат, который должен не только обладать техническими знаниями, позволяющими поставить верный «диагноз» при приёмке двигателя или другого узла, но и выстраивать комфортную коммуникацию с клиентом. Наконец, приёмщик благодаря богатому опыту может рекомендовать и конкретные автокомплектующие.

В связке с приёмкой работает и магазин. Он функционирует также как канал розничной и мелкооптовой торговли.

— И с приёмки узлы и агрегаты, требующие ремонта, попадают в цех механообработки?

— Да, все компоненты двигателя с приёмки поступают в цех, где они проходят необходимые этапы технологической цепочки.

— Оснастка производственных площадок ГК «Механика» сформирована по единому стандарту или же каждая из них специализируется на определенном виде работ?

— Большую часть операций по ремонту и восстановлению деталей двигателя — расточку и хонингование блока

цилиндров, гильзовку, финишную обработку цилиндров, шлифовку коленчатых валов, ремонт клапанного механизма или шатунов — можно провести на любой из производственных площадок компании. Это касается и других видов работ: ремонта и изготовления карданных передач, ремонта и обслуживания гидроцилиндров, ремонта турбокомпрессоров, узлов и агрегатов трансмиссии. Если «перевести в цифры», то на собственных производственных площадках ГК «Механика» ремонтируется до 3 000 двигателей в месяц, причем по всей сети это количество может достигать 4 500, ремонтируется и производится около 4 000 карданных валов... Но у некоторых территорий есть и своя специализация. Например, на производственной площадке в Нижнем Новгороде мы ремонтируем в том числе и судовые двигатели. На территории «Ижорская» работает собственное конструкторское бюро. Накопленный опыт и высокая квалификация сотрудников нашего КБ позволяют спроектировать практически любое оборудование. На самом деле любое. Буквально на днях конструкторское бюро закончило работу над ходовым макетом механической части излучающей антенны космического аппарата!

МЫ ПРИВЛЕКАЕМ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ, РАЗВИВАЕМ ОБУЧЕНИЕ ПО МЕТОДУ НАСТАВНИЧЕСТВА.



— Впечатляет. Но антенны космического аппарата не основная специализация, не так ли?

— Очевидно (смеётся). Помимо внешних проектов, конструкторское бюро работает в тесном контакте с компаниями Terstal и «Лотган», которые входят в Группу Компаний «Механика». Terstal специализируется на производстве, продаже и установке различных альтернативных водонагревательных и отопительных систем. «Лотган» — лаборатория оружейного тюнинга — занимается разработкой и производством стальных мишеней и

тунингом оружия. Мишени компании «Лотган» используются для практической стрельбы при подготовке личного состава силовых структур.

И конечно, одно из ключевых направлений работы конструкторского бюро — это проектирование и производство станочного оборудования под маркой «Механика».



ПРИЁМЩИК — ЭТО УНИВЕРСАЛЬНЫЙ СОЛДАТ, КОТОРЫЙ ДОЛЖЕН НЕ ТОЛЬКО ОБЛАДАТЬ ТЕХНИЧЕСКИМИ ЗНАНИЯМИ, ПОЗВОЛЯЮЩИМИ ПОСТАВИТЬ ВЕРНЫЙ «ДИАГНОЗ» ПРИ ПРИЁМКЕ ДВИГАТЕЛЯ ИЛИ ДРУГОГО УЗЛА, НО И ВЫСТРАИВАТЬ КОМФОРТНУЮ КОММУНИКАЦИЮ С КЛИЕНТОМ.

— Станки марки «Механика» используются только на собственных производственных площадках?

— Конечно, мы используем свои станки в том числе и на собственных производственных площадках. Каждый из них — воплощение многолетнего практического опыта ремонта моторов. Но объёмы производства хонинговальных станков, моечного оборудования, а также оснастки для ремонта и восстановления деталей двигателя позволяют компании поставлять оборудование и нашим партнёрам, и на открытый рынок.

— Наверняка не ошибусь, если скажу, что собственные производственные площадки ГК «Механика», проектирование и производство станков — всё это требует сотрудников высокой квалификации. Кто ваши специалисты? Каков возрастной состав?

— В целом в компании работает более 1 000 сотрудников. Если говорить о производственных площадках, то, например, штат работников на «Ижорской» составляет около 150 человек, это и сотрудники цехов и менеджеры. Это не самый большой цех, и здесь, кстати, в основном молодой кадровый состав.

Но не открою большого секрета, если скажу, что найти квалифицированных специалистов, особенно для работы в цехе, очень непросто. Мы привлекаем молодых специалистов, развиваем обучение по методу наставничества, ведём работу с ведущими техническими вузами страны в поисках молодых и талантливых инженеров, даём им возможность развиваться и работать над живыми инте-



ресными проектами. За годы работы в сфере ремонта и восстановления деталей двигателей мы накопили солидный опыт и весьма обширные знания. Нам есть чем поделиться, мы можем многому научить, так что направление подготовки кадров в сложившейся ситуации на рынке труда для нас становится одним из приоритетных.

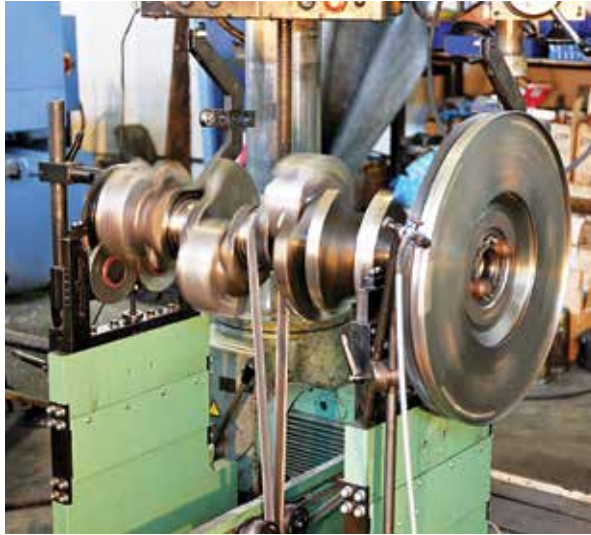
— Роман, ГК «Механика» сотрудничает с GROUPAUTO Russia уже около двух лет. Довольны ли вы этим партнёрством?

— Сотрудничество с GROUPAUTO Russia даёт нам немало преимуществ. GROUPAUTO Russia активно развивает автосервисное направление и направление G-Track. И они нам, безусловно, интересны. Работа с GROUPAUTO Russia не только в плане расширения товаропроводящих потоков, но и в контексте развития сервисной составляющей бизнеса открывает для нас новые возможности для роста.

— Какую поддержку от поставщиков компонентов ГК «Механика» получает в своей работе?

— Для нас, безусловно, важна техническая поддержка со стороны поставщиков и производителей автокомпонентов. Мы профессионалы и делаем ставку на знания и опыт, которые позволяют нам уверенно чувствовать себя на рынке. **Совместно с поставщиками мы регулярно проводим семинары и тренинги, которые посещают наши сотрудники.** Кстати, ряд семинаров мы проводим на площадках технических вузов, такие мероприятия открыты для студентов.





Одно из ключевых направлений работы конструкторского бюро ГК «Механика» — проектирование и производство станочного оборудования под собственной торговой маркой.

Ежегодно на площадке Делового форума участников рынка автокомпонентов и ремонтных предприятий, который проходит на Азовском море на курорте «Казачий Берег», ГК «Механика» собирает более 300 партнёров, клиентов и поставщиков из России, Германии, Финляндии, Израиля и других стран. Форум объединяет предприятия, специализирующиеся на ремонте компонентов, узлов и агрегатов, а также продаже запчастей. Деловая программа мероприятия готовится как специалистами и экспертами ГК «Механика», так и нашими ключевыми поставщиками и партнёрами.

Для поставщиков мы тоже выступаем в роли своего рода «копилки знаний», обеспечивающей необходимую обратную связь. Наши мастера-приёмщики, получая заказы от клиентов, собирают важную для производителя информацию по надёжности тех или иных компонентов, фиксируют их сильные и слабые места. Понимая это, ответственные поставщики сами иницируют диалог, стремятся узнать, какие двигатели сейчас находятся у нас в ремонте, какие сложные случаи мы разбираем. И это не удивительно, так как на своих площадках мы аккумулируем реальную информацию с рынка.

— Что предлагает ГК «Механика» своим партнерам, о которых Вы несколько раз упомянули в разговоре?

— Наша партнёрская программа — это не франшиза, а полноценное и равноправное сотрудничество. Мы на практике помогаем открыть свой бизнес в сфере ремонта двигателей.

Своим партнёрам и коллегам мы даем инструменты, технологии и готовые решения для организации эффективного бизнеса, регулярно проводим обучение. Мы предлагаем несколько вариантов взаимодействия — от торгового представительства до торгово-технического представительства и организации полноценного производственного участка. На данный момент у нас 46 партнеров по всей стране, и количество желающих присоединиться к партнерству с «Механикой» продолжает расти.

РАБОТА С GROUPAUTO RUSSIA НЕ ТОЛЬКО В ПЛАНЕ РАСШИРЕНИЯ ТОВАРОПРОВОДЯЩИХ ПОТОКОВ, НО И В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ БИЗНЕСА ОТКРЫВАЕТ ДЛЯ НАС НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РОСТА.



— Роман, какие планы ГК «Механика» ставит перед собой в ближайшей перспективе?

— Планов много. Конечно, мы будем работать над дальнейшим развитием нашей партнерской сети и подключать к ней новые компании. При этом и сама «Механика» будет расширяться, а с учетом новых возможностей компании будет меняться и её структура. И несмотря на то, что все сейчас говорят о затяжном кризисе, мы воспринимаем этот период, как время возможностей для развития нашего бизнеса и его диверсификации. Например, пару лет тому назад мы открыли литейный цех, который изначально должен был выпускать продукцию для нужд компании. Но со временем мы стали получать заказы на литье изделий от сторонних заказчиков, и теперь будем расширять литейное производство. Мы стараемся использовать с полной отдачей все ресурсы, которые есть в нашем распоряжении.

Эдуард Арамян: «Наш главный принцип — лояльное отношение к клиентам»

**КОМПАНИЯ «АВТОРУСЬ»
РАЗВИВАЕТ РОЗНИЧНОЕ
НАПРАВЛЕНИЕ
С 1992 Г.,
ЗА ЧЕТВЕРТЬ ВЕКА ЕЙ
УДАЛОСЬ ДОВЕСТИ ЧИСЛО
ПОКУПАТЕЛЕЙ, В ТОРГОВО-
СЕРВИСНЫХ ЦЕНТРАХ
ФИРМЕННОЙ СЕТИ ДО
6,5 МЛН ЧЕЛОВЕК В ГОД.
О ТОМ, КАК КОМПАНИЯ
СМОГЛА ДОСТИЧЬ
НАСТОЛЬКО
ОШЕЛОМЛЯЮЩЕГО
РЕЗУЛЬТАТА, НА ЧЕМ
БАЗИРУЕТСЯ УСПЕХ
РОЗНИЦЫ «АВТОРУСЬ»,
НАМ РАССКАЗЫВАЕТ
РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА
РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ
ЭДУАРД АРАМЯН.**



— Эдуард, за плечами розничного направления ГК «АВТОРУСЬ» колоссальный опыт. С чего все началось, и к чему вы в итоге пришли?

— Первый розничный магазин будущей сети открылся в конце 1992 г. С самого начала руководство компании сформулировало для себя несколько ключевых принципов, в соответствии с которыми старалось развивать розничное направление. Первый и самый главный принцип — лояльное отношение к покупателю. Сотрудники компании стараются решать все вопросы, возникающие в связи с покупкой товара, максимально быстро и по максимуму удовлетворяя интересы клиента. Если вдруг покупателю не понадобился товар, его всегда быстро примут обратно. Этим неизменно славилась «АВТОРУСЬ» — возврат товара можно было сделать без каких бы то ни было проблем.

Второй принцип — это альтернатива. У покупателя всегда должен быть выбор. Покупателю всегда предлагается несколько вариантов на выбор. Выбор будет между разными производителями и ценовыми сегментами, на любой вкус и кошелек.

Третий принцип — конкурентоспособная, рыночная цена. Хотя в своей работе «АВТОРУСЬ» использует самые высокие стандарты работы, оформления и содержания магазинов, компания всегда старается держать свои цены на уровне рыночных. То есть, представлять премиальный продукт по рыночной цене. Каждый клиент твердо знает: найти такой же товар с сопоставимым уровнем сервиса дешевле, чем в «АВТОРУСЬ», практически невозможно.

Сейчас под брендом «АВТОРУСЬ» работают 12 магазинов, 13-й откроется летом. Это будет для «АВТОРУСЬ» новое направление — восток Москвы. Исторически так сложилось, что центральный офис компании и первые магазины были на юго-западе столицы, и в этом районе сеть представлена лучше всего. Сейчас в планах компании расширение сети в рамках всего города. У «АВТОРУСЬ» нет планов по развитию розничного направления в других городах и даже за пределами Новой Москвы. Есть задача локализоваться в столице, потому что этот город по количеству клиентов, по их трафику всегда несопоставимо выше, чем Подмосковье и другие регионы.



«АВТОРУСЬ» дает на сегодняшний день лучшие условия по доставке запчастей в Москве.



С 2013 г. на базе розничных магазинов был запущен проект поставки товаров в автосервисы. Это оперативная логистика. На сегодняшний день каждый магазин, помимо розничных клиентов, обслуживает еще порядка 400-500 автосервисов, находящихся в радиусе оперативной доставки. Площадь покрытия оперативной доставки — Москва, в пределах Малого Бетонного Кольца. Оперативная, потому что доставка до 4 раз в день в одну точку осуществляемая парком в 110 автомобилей. Это коммерческий транспорт — либо легкий, либо средней грузоподъемности. В городе нет необходимости возить вместительными машинами. Более важна маневренность транспорта, нежели его грузоподъемность, чтобы он мог спокойно передвигаться по Москве.

Клиентам в B2B сегменте — автосервисам — очень важна оперативная логистика. Здесь используется то конкурентное преимущество, которого нет у конкурентов. У «АВТОРУСЬ» в Москве сейчас помимо центрального фактически 12 складов, — на базе каждого магазина, со складом наличия более 65 тыс. наименований. Плюс широкий ассортимент. Помимо запчастей компания еще специализируется на аккумуляторах, смазочных материалах, шинах, дисках, аксессуарах, и фактически мы можем закрыть всю потребность автосервиса и магазина в кратчайшие сроки.

Кроме того, «АВТОРУСЬ» за последние несколько лет реформировала розничные магазины в Торгово-Сервисные Центры (ТСЦ). На сегодняшний день на базе каждого ТСЦ действует большая ремонтная зона, оснащенная всем необходимым современным оборудованием (от 10 до 40 подъемников).

— 65 тыс. наименований — не слишком ли большой товарный запас для розничного магазина с точки зрения инвестиций?

— В магазинах поддерживается большой ассортимент, но с небольшой глубиной, основанный на статистике продаж. Основная глубина лежит на центральном складе, с ко-

торого ежедневно пополняются оперативные склады при магазинах.

— Используете ли вы различные маркетинговые программы для увеличения продаж?

— Активно внедряются различные маркетинговые и промо-программы. Например, при покупке запчастей предусмотрены скидки на установку и обратная схема: если человек ремонтируется в ТСЦ, у него есть скидка на запчасти. Получается синергия двух направлений, развивающих друг друга.

МЫ ГОТОВЫ ПРИНИМАТЬ ЛЮБЫХ ПАРТНЕРОВ В НАШУ СИСТЕМУ ДОСТАВКИ. МЫ ДАЕМ ОЧЕНЬ ХОРОШИЕ УСЛОВИЯ, У НАС НЕТ ОГРАНИЧЕНИЯ ПО МИНИМАЛЬНОМУ ЗАКАЗУ, ПО СУММЕ ЗАКАЗА, РАЗМЕРАМ ИЛИ ПРОПУСКНОЙ СПОСОБНОСТИ СТО.



Здесь «АВТОРУСЬ» использует опыт, полученный в автобизнесе. У ГК «АВТОРУСЬ» более 20 автосалонов, в которых представлено 10 брендов автомобилей. Зная стандарты качества, которые предъявляют автопроизводители к своим официальным дилерским центрам, «АВТОРУСЬ» использует этот опыт в своих независимых сервисах. Беря оттуда определенные вещи, адаптирует их под свой формат. Большое количество людей, купивших автомобили и обслуживавших их у официальных дилеров, сейчас в связи с экономической ситуацией в стране не в состоянии продолжать обслуживаться у официалов. У многих клиентов заканчивается гарантия, а поменять машину не все имеют возможность. Но люди за время обслуживания у официального дилера привыкли к определенным стандартам качества, и несмотря на то, что денег становится меньше, хотели бы их сохранить. Здесь же, в неавторизованной рознице, «АВТОРУСЬ» может давать привлекательные цены и на услуги, и на все необходимые запасные части. Мы

стареемся при сохранении рыночного ценообразования на работы и запчасти, обеспечивать более высокие стандарты обслуживания клиентов: это, например, современная техническая часть со всеми необходимыми расходниками в наличии и комфортные зоны ожидания с бесплатным Wi-Fi. Концепция «АВТОРУСЬ» такова: людям, привыкшим к уровню официального дилера, предоставлять аналогичный сервис, но без ограничения по маркам автомобилей и по гораздо привлекательной, чем у официалов, цене. Эта концепция себя хорошо реализовала, сервисные мощности загружены, и есть намерение все будущие площадки делать тоже в формате полноценных торгово-сервисных центров, где доля сервисной составляющей будет только расти.



Под брендом «АВТОРУСЬ» работают 12 магазинов, 13-й откроется летом.

ПОРЯДКА 92% ТОВАРОВ, КОТОРЫЕ ПРОДАЮТСЯ В НАШИХ МАГАЗИНАХ, ЗАКУПАЕТСЯ ПО ПРЯМЫМ КОНТРАКТАМ У ВЕДУЩИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРЕМИАЛЬНОГО УРОВНЯ.



В ближайшие 3 года планируется довести количество ТСЦ «АВТОРУСЬ» в Москве до 20. Этот формат успешен и доказал свою жизнеспособность. Конечно, открытие каждого нового ТСЦ требует больших инвестиций. Если «АВТОРУСЬ» приходит на новую площадку, то, как правило, возводит новый объект с нуля — в соответствии с высокими внутренними стандартами. Если это готовое помещение, то его максимально адаптируют под нужды торгово-сервисного обслуживания. Обязательным условием является удобная парковка, потому что если человек приехал и не смог припарковаться, он больше не вернется.

Возвращаясь к розничной торговле. Сейчас в качестве эксперимента на двух площадках запущен новый формат торговли — самообслуживание. Если раньше товар лежал на витринах, то теперь он в открытом доступе, клиент может его «пощупать», замерить, прочитать аннотацию. Это касается в основном аксессуаров, смазочных материалов и тех запчастей, которые возможно представить в таком формате. Расчет на то, что это повлечет за собой увеличение продаж в розничном сегменте на 30%. Эксперимент был признан успешным, и до конца года планируется всю розницу перевести в формат самообслуживания.

Для конечных клиентов-автоладельцев постоянно проводятся всевозможные промоакции. Совместно с производителями через «АВТОРУСЬ» реализуются маркетинговые

программы. Регулярно проводятся акции со скидками на работы сервиса. Например, бесплатный масляный сервис при покупке масла и фильтров. Крулый год в ТСЦ «АВТОРУСЬ» бесплатный шиномонтаж при покупке шин или дисков. Это привлекает, это актуально, это нравится клиентам.

Или вот свежий пример: бесплатная проверка аккумуляторной батареи. Практика показывает, что после такой проверки клиенты часто покупают новую, если АКБ не в порядке.

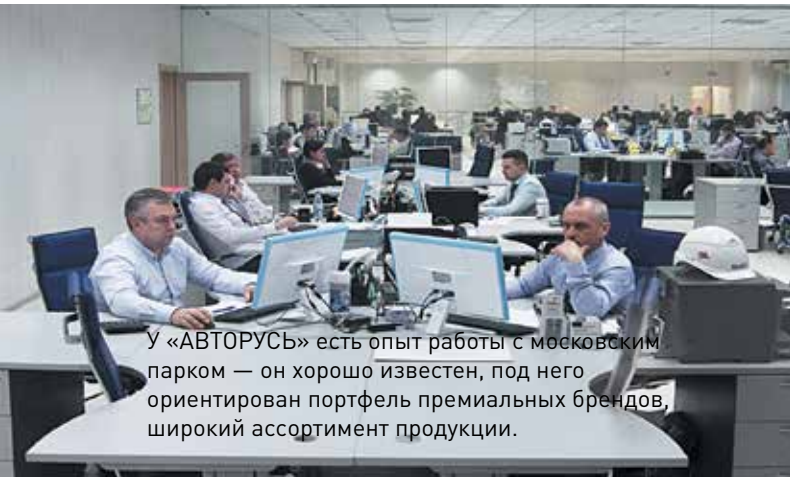
Покупатель стал очень разборчив: считает деньги и, если есть возможность сэкономить, старается это сделать и выбрать экономически более выгодное предложение при прочих равных условиях.



— Почему вы не выходите за пределы Москвы и не открываете склады в других регионах? Московский рынок, конечно, огромен, но он конечен.

— Ни один город, ни один регион России по своему трафику и покупательской способности не сопоставим с Москвой. Один район Москвы — это размер крупного областного центра. Плюс к этому, покупательская способность населения в столице гораздо выше, чем в регионах, автопарк — от региона к региону он специфичен.

У «АВТОРУСЬ» есть опыт работы с московским парком — он хорошо известен, под него ориентирован портфель премиальных брендов, широкий ассортимент продукции. Порядка 92% товаров, которые продаются в собственной рознице, закупается по прямым контрактам у ведущих мировых производителей. Таким образом, «АВТОРУСЬ» может гарантировать качество товара и его подлинность. Плюс, **работа с производителями дает возможность закупать товар по минимальной цене**, и, таким образом, можно гарантировать своим клиентам оригинальный товар по приемлемой рыночной цене.



У «АВТОРУСЬ» есть опыт работы с московским парком — он хорошо известен, под него ориентирован портфель премиальных брендов, широкий ассортимент продукции.



В Москве сейчас фактически 12 складов — на базе каждого магазина

По оценкам экспертов, порядка 25% российского автомобильного парка локализовано в Москве и Подмосковье. Поэтому решено концентрироваться на том, что рядом, что можно и нужно развивать.

— Розница — это довольно сложное направление. Не каждый осмелится развивать его.

— Бизнес ГК «АВТОРУСЬ» 25 лет назад начинался с розницы, поэтому накоплен огромный опыт, который позволяет чувствовать себя уверенно. Все остальное — оптовая торговля, автосалоны — пришло потом. Розничная сеть ГК «АВТОРУСЬ» неоднократно признавалась лучшей в стране в своем сегменте. Более 6,5 млн покупателей в год подтверждают, что она востребована рынком.

В рамках магазина 2/3 запасных частей покупают автосервисы и 1/3 — автовладельцы. Приблизительно 25% проданных автозапчастей тут же устанавливаются в собственной сервисной зоне.

— Это не мало?

— Ну, во-первых, уже сформировалась большая группа сервисов, которые своих клиентов отправляют в «АВТОРУСЬ» за запчастями. Во-вторых, ТСЦ продают запчастей гораздо больше, чем могут установить на собственных сервисных мощностях. В среднем около 2000 покупателей на одной розничной площадке в день. Вы представляете, каким должен быть сервис, чтобы обслужить столько людей?

В сервисной зоне при магазине только «быстрый сервис». В ТСЦ пока нет кузовного и сложного агрегатного ремонта. Все рассчитано на увеличение клиентского трафика.

— Когда вы говорили о доставке, я правильно вас понял — вы можете доставлять товар любым СТО?

— «АВТОРУСЬ» дает на сегодняшний день лучшие среди конкурентов условия по доставке в Москве. В один автосервис доставка осуществляется до 4-х раз в день. В планах увеличить частоту доставок до 6 раз в день. Нет ограничения по сумме заказа, размерам или пропускной способно-

сти СТО. Все это для клиентов абсолютно бесплатно. Изначально важно понять реальную потребность сервиса. Доставка автоматизирована. Используется специализированное программное обеспечение, адаптированное под текущие потребности ТСЦ «АВТОРУСЬ». В программу загружаются все заказы, и она выдает оптимальный маршрут. В соответствии с ним машины выходят на линию. Логисты контролируют каждый автомобиль, где бы он ни находился, и статус каждого заказа.

МЫ СТАРАЕМСЯ ПРИ СОХРАНЕНИИ РЫНОЧНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РАБОТЫ И ЗАПЧАСТИ ОБЕСПЕЧИВАТЬ БОЛЕЕ ВЫСОКИЕ СТАНДАРТЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ.



— Как вам удалось наладить такую систему доставки?

— На начальном этапе в каждом магазине работали несколько торговых представителей, которые объезжали все близлежащие СТО и подключали их к системе. Когда они озвучивали мастерам условия, у них просто не было оснований отказываться. Многие не верили в то, что существуют такие возможности, но, попробовав, поверили и теперь пользуются ими постоянно, и практически все остаются работать с «АВТОРУСЬ».

— Буквально в двух словах для наших читателей — в чем секрет успешного развития розницы «АВТОРУСЬ»?

— Секрет успешного развития компании в желании ее руководства и всех сотрудников, каждого на своем участке, делать все для того, чтобы клиенты ушли удовлетворенными. Когда люди удовлетворены услугой и товаром, то они гораздо легче расстаются с деньгами. Все это является гарантией того, что они вернуться за новыми покупками и будут рекомендовать «АВТОРУСЬ» своим близким и знакомым. Понимание того, что твоя работа нужна людям, помогает нам каждый день стараться делать ее лучше и лучше.

Новый филиал ГК «АВТОРУСЬ»

В марте 2017 года один из ведущих поставщиков **Группа компаний «АВТОРУСЬ»** открыла новый филиал в Нижнем Новгороде. Сегодня у компании четыре действующих филиала, расположенных в Воронеже, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и теперь в столице Приволжского федерального округа. **Группа компаний «АВТОРУСЬ»** сегодня динамично развивается — со дня открытия предыдущего филиала прошло менее года.

Опыт работы на авторынке, насчитывающий более 25 лет, налаженные деловые связи с производителями автокомпонентов, создание обширной партнерской сети позволяют компании смотреть в будущее и строить планы по дальнейшей экспансии на территории Российской Федерации. В настоящее время территориальный охват логистикой включает ряд ключевых региональных авторынков Центра и Северо-Запада, таких



как Санкт-Петербург и Ленинградская область, Ростовская, Брянская, Калужская, Орловская, Рязанская, Тульская, Смоленская, Ярославская, Владимирская области. Открытие нового подразделения в Нижнем Новгороде расширит географию деятельности **ГК АВТОРУСЬ**.

Сегодня товары с мультибрендового оптового склада, насчитывающего в наличии более 80 тыс позиций, в кратчайшие сроки доставляются до торговых точек Нижнего Новгорода и близлежащих территорий.

Новый дистрибуционный центр «ПартКом» в Саратове



Весна для компании «**ПартКом**» и ее Клиентов в Саратове началась с открытия Регионального дистрибуционного центра (RDC).

Официальное открытие прошло 3 марта, традиционно на территории склада. Гостями мероприятия стали локальные СТО и магазины, а также представители мировых брендов запчастей. Теперь для СТО и магазинов Саратова всегда в наличии **более 25 000 наименований запчастей**, сбалансированных с учетом автопарка региона. Кроме того, к услугам Клиентов:

- Быстрый и профессиональный подбор запчастей.
- Доставка в течение 1 часа.
- Только качественный товар, с гарантией.
- Возврат без объяснения причин.
- Программы сертификации, развития.

Благодарим всех Гостей и Партнёров за высокий интерес к проекту и вклад в его развитие!

«Rossko» расширяет ассортимент премиум-брендов

С начала года крупный региональный дистрибьютор автозапчастей компания «**Rossko**» пополнила свой ассортимент новыми брендами премиум качества — **ELRING, FILTRON**. Расширилась линейка свечей накаливания **DENSO**.

Компания входит в состав **GROUPAUTO Russia** с 2003 года и предлагает продукцию мировых производителей автокомпонентов, являясь лидером по продаже брендов: **KYB, DENSO, GATES, MANN-FILTER, OSRAM, LUK**, ассортимент которых обновляется в короткий срок после выхода с конвейера.

Широкий региональный охват, более 30 региональных центров на территории России, оперативная система доставки. С декабря 2016 года компания открыла новые подразделения в Санкт-Петербурге, Великом Новгороде и в Мурманске.



Новая сессия технических семинаров ГК «Коммерческий транспорт»

ГК «Коммерческий транспорт» является крупной компанией по дистрибуции запасных частей для европейских грузовиков в России.

ГК «Коммерческий транспорт» при поддержке GROUPAUTO Russia провела ряд мероприятий, направленных на повышение уровня технической квалификации региональных Партнеров и сотрудников компании.

В конце 2016 года прошла сессия технических семинаров на тему «Запчасти и сервис для европейского коммерческого транспорта».

Тренерами и ведущими технических семинаров стали представители крупнейших компании, поставляющих качественные запасные части и компоненты для грузового транспорта на российский рынок: **MANN+HUMMEL**, **HELLA**, **SCHAEFFLER**.

В течение пяти дней проходили встречи участников семинаров со специалистами-тренерами и велись активные обсуждения вопросов по подбору и установке запасных частей для коммерческого транспорта.

Последний день сессии завершился тренингом по эффективной работе с клиентом.

По приглашению двух крупнейших конвейерных производителей — **MANN+HUMMEL** и **MAHLE** — представители и партнеры ГК «Коммерческий транспорт» посетили заводы в Германии:

- **MANN+HUMMEL** завод в г. Маркклофен,



- **MAHLE** завод в г. Людвигсбург.

Встреча с технологическими специалистами и руководителями производств дала дополнительные знания по специфике и особенностям продукции компаний и системе контроля за качеством производств.

В феврале 2017 года состоялась новая сессия технических семинаров для сотрудников партнерской сети.

Семинары были нацелены на повышение знаний участников в области систем термоменеджмента и решение вопросов, возникающих при продаже автокомпонентов.

В технических семинарах приняли участие представители ведущих европейских производителей качественных запасных частей:

HELLA, VALEO, MAHLE, SOGEFI, BOSCH.

Все участники отметили ценность проекта, который дает реальные знания, применяемые на практике.

Новый партнер компании SKF в Сибирском федеральном округе



G'Parts Import стала официальным дистрибьютором еще одного ведущего мирового производителя — компании **SKF**.

Весь ассортимент **SKF**: подшипники и подшипниковые узлы, уплотнения, мехатроника, сервис и системы смазывания — доступен для заказа в онлайн каталоге на сайте www.gpi24.ru.

Компания **G'PARTS IMPORT** на сегодняшний день является одним из самых перспективных и динамично развивающихся дистрибьюторов на территории Сибирского федерального округа РФ, поставляя запасные части и компоненты для легковых автомобилей и специального транспорта.



Уральский форум соберет Партнеров

С 17 по 20 мая на оз. Тургояк (г. Миасс) пройдет VII Уральский форум «Запчасти и сервис для европейского коммерческого транспорта», организатором которого является **ГК «Коммерческий транспорт»**. Мероприятие проводится при поддержке **GROUPAUTO Russia**.

Уральский форум — это уникальная площадка для общения и установления контактов с ведущими Поставщиками запасных частей для европейского грузового транспорта на российском рынке. Аудитория форума представлена компаниями производителями запасных частей, владельцами бизнеса и руководителями транспортно-логистических компаний, дистрибьюторами запасных частей, специалистами розничных магазинов и автосервисов.



На фото справа налево:
Абилио Кардозо,
генеральный директор и владелец компании VENEPORTE;
Сергей Литовченко,
коммерческий директор VENEPORTE Россия;
Луиш Ваз,
директор по развитию компании VENEPORTE.

В России мы продаем по очень выгодной цене тот же самый премиальный товар, что и на всех остальных рынках, такого же качества, легко устанавливаемый, изготовленный с применением самых современных технологий, полностью соответствующий стандартам, принятым в Евросоюзе.

Уже сейчас мы доставляем заказы клиентам в России дважды в день — утром и вечером. У нас есть собственный склад в Московской области, достаточно большой.



Потребители во всем мире
ассоциируют BREMBO
с продукцией
наивысшего качества.

Сергей Васильков,
выездной территориальный
менеджер стран СНГ
ООО «Брембо Россия»



ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ: ВЫБИРАЙ ПРАВИЛЬНО! РЕКОМЕНДАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛОВ!



G **GROUPAUTO**
Russia

www.groupautorussia.ru

