

GROUPAUTO

РОССИЯ

NEWS

Hella – СИНОНИМ СЛОВА «ИННОВАЦИИ»



NRF

На российском рынке нам есть куда расти и развиваться

BOSCH

Устойчивый рост компании отмечается во всех секторах бизнеса, по итогам года мы превысим докризисный уровень оборота

Ajusa

Мы постоянно расширяем номенклатуру продукции и уже работаем над выводом новых товарных групп

Аналитика рынка

Развитие сетевых сервисов – устойчивый тренд 2017 года

Ханс Айснер, GROUPAUTO International:

«Независимым СТО надо осознавать свои преимущества и повышать квалификацию»



Андрей Патерностер,
директор SKF
по маркетингу и продажам
в Восточной Европе

Мы наращиваем долю и обороты.
В России наши позиции
на вторичном рынке выше,
чем в среднем по всей
компании SKF





Благодаря высококачественной продукции наш рост на российском рынке обозначается двузначными цифрами. Как и любой рынок, российский требует качественных деталей в разных ценовых категориях

Фабио Фацио,
старший директор
по продажам Tenneco
в регионах Юг, СНГ и Турция





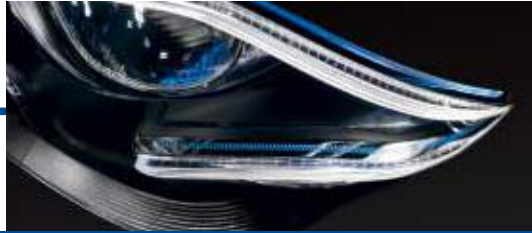
Уважаемые коллеги, партнеры, друзья!

Подводя итоги уходящего 2017 года, мы сравниваем, какие цели ставили и каких результатов достигли. В целом завершающийся год был успешным вопреки многим прогнозам. Группа усилила свои позиции на рынке: росли объемы продаж, открывались новые складские комплексы, расширялась география работы Партнеров. За год Группа значительно выросла: портфель Поставщиков пополнился новыми брендами, расширился состав Партнеров, несколько компаний-дистрибьюторов вошли в состав Группы. Были сформированы основные принципы обновленной организационной структуры. Разработаны направления стратегии развития, сделан серьезный задел на будущее.

Важно, что участники рынка готовы расти и развиваться вместе с нами. В 2017 году Группа, совместно с Поставщиками и Партнерами, провела целый ряд конференций и семинаров для независимых СТО в регионах России – от центральной части и до Восточной Сибири. Мы убедились, что существует огромный интерес к внедрению правильной бизнес-модели СТО, к работе с премиальными запасными частями и проверенными Дистрибьюторами, к развитию в рамках сетевых проектов. Это точки роста, которые способны обеспечить рынку развитие в будущем. Уходящий год подтвердил, что все участники рынка – и Производители, и Дистрибьюторы, и станции технического обслуживания – готовы объединить усилия для работы в нужном направлении. И это в преддверии 2018 года внушает оптимизм.

Уверен, что в наступающем году мы реализуем новые проекты и будем двигаться дальше вместе, к новым результатам. Наступающий 2018 год – юбилейный: GROUPAUTO Россия отметит свое 20-летие. Это наш общий праздник, который мы отметим совместно с вами. Успехов и счастья вам в Новом 2018 году!

Александр Красный,
Президент GROUPAUTO Россия



НОВОСТНОЙ ДАЙДЖЕСТ

4

Лидерство и профессионализм. Участие GROUPAUTO Россия в MIMS Automechanica 2017

8

Рынок автокомпонентов: вызовы, тренды, перспективы

10

Гала-вечер лидеров рынка афтермаркет

ПОСТАВЩИКИ

14

Павел Гладкий: «Hella – синоним слова «инновации»



18

Тенпесо сегодня – это глобальная компания



22

Олег Рябцев: «Мы видим признаки системного роста рынка»



26

Андрей Патерностер: «Глобальный тренд, который мы наблюдаем, – это консолидация рынка»



30

Константин Брезе: «На компромиссы с качеством своей продукции Lesjöfors не идет»



34

Первые среди равных



38

Андрей Титов: «Для нас важен каждый отзыв от каждого клиента»



42

Инжиниринг как конкурентное преимущество



44

Мы всегда открыты к пожеланиям партнеров



ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

46

Ханс Айснер: «В нашей отрасли перемены быстро не происходят»



ПАРТНЕРЫ

50

«КОМТРАНС»: «Мы не просто продаем запчасти – мы помогаем нашим партнерам строить успешный бизнес»

54

Юбилей XX ROSSKO

56

«Авто-Евро»: склад новых возможностей

АНАЛИТИКА РЫНКА

58

GiPA Россия: Развитие сетевых сервисов – устойчивый тренд 2017 года



Журнал GROUPAUTO NEWS

Издатель: ООО «Гарус»
117246, г. Москва, Научный пр-д, д. 17, оф. 8-30
Тел.: +7 (495) 858-52-99
E-mail: info@grouputorus.ru
www.grouputorus.ru

© GROUPAUTO RUSSIA

Все права защищены. Воспроизведение или распространение указанных материалов в любой форме может производиться только с письменного разрешения правообладателя.

Тираж: 10 000 экземпляров
Отпечатано в типографии «Вива Стар»

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ: Петр Левицкий, Михаил Калинин, Григорий Мерлин, Алина Соколова



Лидерство и профессионализм



Более 1000 компаний из 41 страны мира приняли участие в выставке MIMS Automechanika в Экспоцентре, за 4 дня работы выставку посетило примерно 30 тыс. гостей. GROUPAUTO Россия ежегодно принимает участие в MIMS Automechanika. Стенд Группы в павильоне «Форум» стал местом встречи профессионалов автомобильного рынка – на площади 80 м² в течение всех дней работы выставки было проведено более 130 встреч и переговоров, в которых приняли участие руководители компаний-поставщиков и партнеры GROUPAUTO Россия.



Событием этого года стал визит Президента GROUPAUTO International Ханса Айснера в Москву

Участие Группы в MIMS Automechanica в этом году проходило насыщенно – активная работа специалистов GROUPAUTO Россия, проведение деловых встреч и переговоров на стенде Группы, в рамках которых специалисты GROUPAUTO Россия обсудили планы и стратегию сотрудничества с руководителями компаний – поставщиков и партнеров на ближайший период.

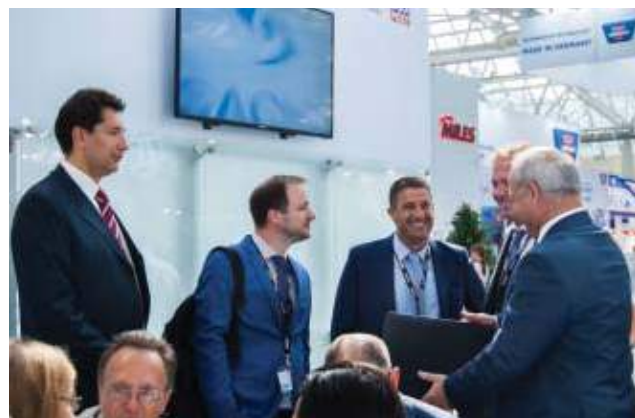
В дни проведения выставки представители GROUPAUTO Россия приняли участие в открытии нового складского комплекса партнера Группы – компании «Авто-Евро», представили проект развития независимых СТО на отраслевой конференции «Автосервис-2017» и вручили награды лидерам рынка автокомпонентов и сервисного обслуживания автомобилей.

Событием этого года стал визит Президента GROUPAUTO International Ханса Айснера в Москву. В рамках визита Ханс Айснер посетил экспозицию GROUPAUTO Россия на выставке MIMS Automechanica, где встретился с Президентом GROUPAUTO Россия Александром Красным, с руководителями Группы и с представителями компаний-партнеров GROUPAUTO Россия.

Ханс Айснер:

– Мы с интересом и вниманием следим за деятельностью GROUPAUTO Россия. Не секрет, что последние годы были непростыми для российского рынка, поэтому особенно отраднo, что деятельность Группы в России стабилизировалась и она демонстрирует хорошие результаты.

Господин Айснер принял участие в мероприятиях GROUPAUTO Россия и в эксклюзивном интервью для журнала Группы рассказал о перспективах развития рынка афтермаркет и постгарантийного сервисного обслуживания (полное интервью читайте на странице 46).





Представители GROUPAUTO Россия приняли участие в мероприятии, посвященном перспективе развития рынка и сетевых концепций. 24 августа 2017 г. в рамках деловой программы выставки MIMS Automechanica в московском Экспоцентре состоялась конференция «Автосервис – 2017».

На конференции собрались более 200 человек – руководители СТО, специалисты автосервисов, представители компаний автобизнеса.

Представитель GROUPAUTO Россия и руководитель сети «Заботливый Сервис» Михаил Голубков оказался в числе ключевых спикеров конференции.

Ключевыми темами конференции стали: текущая ситуация и основные тренды на рынке услуг автосервиса, сетевые объединения независимых СТО и опыт успешных автосервисов.

В начале конференции выступили директор Агентства «Автостат» Сергей Целиков, руководитель Международного маркетингового агентства Wolk Aftersales Experts Зоран Николич, которые представили аналитическую картину рынка сервисного обслуживания в России и в Европе. Так, по оценкам Международного агентства Wolk Aftersales Experts, на европейском рынке объем дилерского сектора продолжит сокращаться,



В настоящий момент сеть СТО «Заботливый Сервис» является единственным в России провайдером европейского опыта сети EUROGARAGE

в то время как в секторе независимых СТО будет наблюдаться динамика возрастания. Сетевые гаражные концепции в Европе сохраняют актуальность. Были представлены данные Топ-10 гаражных концепций, которые имеют широкую сеть в Европе – гаражная концепция Eurogarage (GROUPAUTO International) уже много лет уверенно присутствует в лидирующей тройке.

Руководитель сети «Эврикар – Заботливый Сервис» Михаил Голубков выступил с презентацией о преимуществах и выгодах действующей федеральной гаражной сети «Заботливый Сервис». Подробно было рассказано об истории развитии проекта, используемых технологиях внедрения, ресурсах и команде проекта. В настоящий момент сеть СТО «Заботливый Сервис» является единственным в России провайдером европейского опыта сети EUROGARAGE (GROUPAUTO International), который адаптирован к условиям российского рынка.



Рынок автокомпонентов: вызовы, тренды, перспективы



В рамках выставки 21 августа 2017 г. GROUPAUTO Россия совместно с GiPA Россия организовала конференцию «Рынок автокомпонентов: вызовы, тренды, перспективы». Конференция проходила в рамках деловой программы выставки MIMS Automechanica в московском Экспоцентре. **Участие приняли представители компаний-производителей и дистрибьюторы запасных частей, представители экспертного сообщества и специализированных СМИ.**



В первой части конференции выступил руководитель отдела по работе с поставщиками, аналитике и координации GROUPAUTO Россия Лев Лагранский, который представил выводы аналитического исследования, посвященного общеэкономической ситуации в России. По итогам исследований, за последний год российской экономике удалось избежать опасных сценариев, уровень инфляции остается стабильным, цены на нефть прекратили падение, но говорить об экономической стабильности преждевременно. Снижение благосостояния населения продолжает повышать его ценовую чувствительность, что приводит к смещению спроса в сторону бюджетных сегментов на рынке автокомпонентов. Дистрибьюторы, не имея защищенных каналов сбыта, конкурируют путем снижения цен, тем самым понижая свою доходность.



На рынке постгарантийного обслуживания автомобилей перспективными станут сетевые гаражные концепции, которые окажутся более подготовленными к сложным экономическим условиям

Во второй части конференции директор GIPA Россия Александр Груздев в своем выступлении рассказал о динамике и структуре российского автомобильного парка. Основными выводами стали: российский авторынок не растет уже несколько лет – даже новые автомобили замещают старые, а не увеличивают парк; средний пробег сокращается; наблюдается перетекание спроса в сторону неоригинальных запасных частей – внутри сегмента переток движется в сторону более дешевых.

Общая картина такова, что роста, аналогичного докризисным годам, ожидать не приходится – надо готовиться работать в условиях низкой маржинальности. Даже наблюдаемый рост потребления более связан с отложенным спросом, накопившимся в период 2015–2016 гг.

В заключение конференции вице-президент GROUPAUTO Россия Сергей Королев подвел итоги и рассказал о перспективах развития рынка автокомпонентов в России. Важным выводом является прогноз прекращения роста объема рынка потребления запасных частей ввиду отсутствия роста парка и снижения среднегодового пробега. На фоне отрицательной динамики наценок в оптовых продажах произойдет перераспределение объема от мелких и средних к крупным игрокам. На рынке постгарантийного обслуживания автомобилей перспективными станут сетевые гаражные концепции, которые окажутся более подготовленными к сложным экономическим условиям.

Все основные тезисы выступивших экспертов присутствовали в печатном аналитическом отчете, которые были предоставлены каждому участнику.



Гала-вечер лидеров рынка афтермаркет



22 августа в загородном комплексе Garden hall **GROUPAUTO Россия** собрала своих партнеров на традиционном гала-ужине, где торжественно представила лучших поставщиков и дистрибьюторов российского рынка. Гостями вечера стали партнеры Группы, руководители зарубежных компаний – производителей автокомпонентов и представители их российских офисов, главы российских дистрибьюторских компаний и бизнес-партнеры Группы.



Компания Liqui Moly





Кристоф Ханн, Александр Коноглев, ZF

В этом году награды вручались в семи номинациях. Победителями стали:
«Поставщик года» – ZF;



Пьер Солютье, Энзо Страппаццон, Игорь Граф, GATES

«Стратегия успеха» – GATES;
«Экономика бизнеса» – FILTRON;
«Клиентский сервис» – NGK NTK;



Олег Барабанов, FILTRON
 Александр Красный и Сергей Королев, GROUPAUTO Россия



Гэнки Судзюки, NGK NTK



Ирина Егорова, DOLZ. Максим Легушев, MAHLE. Светлана Костилова, JPGroun. Алексей Щербак, KYB. Илья Соколов, DENSO.
 Игорь Граф, GATES. Максим Юрчук, DENSO



Дмитрий Павлов, компания «КОМТРАНС»



Сергей Кизиев, компания ROSSKO

«Партнер года» – компания ROSSKO;
«Развитие групповых проектов» – компания «КОМТРАНС»;
«Региональное развитие» – компания «ПАРТКОМ».



Соломон Агранович, компания «ПАРТКОМ»



Юрген Стемпа, Дэвид Калери, Наталия Романова, WAI GLOBAL



Паоло Ногара, Андрей Чернышов, SOGEPI



Особенностью этого гала-вечера стали поздравления GROUPAUTO Россия своих «юбилейных» партнеров – [Олега Пухова](#), основателя и владельца компании «Авто-Евро», который отмечает свое 50-летие и 25-летие его компании, а также компании [ROSSKO](#) с 20-летним юбилеем и лично бессменного руководителя и владельца компании [Сергея Кизиева](#).



Павел Гладкий: «Hella – синоним слова «ИННОВАЦИИ»»



У профессионалов автобизнеса и автомобилистов компания Hella ассоциируется с инновациями и передовыми разработками. И недавние события мировой автомобильной отрасли – очередное тому подтверждение: на парижской выставке Equip Auto в этом году компания Hella получила Гран-при за свою инновационную фару головного света.



Павел Гладкий, генеральный директор ООО «Хелла», считает эти награды логичным следствием слаженной работы всей большой команды разработчиков Hella и успешным применением многолетнего опыта компании. По его словам, такого рода победы – отличный индикатор, который дает всему рынку понимание того, в каком направлении движутся новые разработки Hella, да и вся отрасль в целом.

– Павел, новая фара – лишь одно из многих достижений Hella в области инновационных систем за последние годы. Какие свежие разработки можно еще вспомнить?

– Отмечу и совершенно новую фару, которую компания только планирует представить. Это фара, созданная на технологии LCD: более 30 тыс. пикселей дают идеально четкую картинку при проецировании светового пятна на дорожное полотно. То есть мы уже научились управлять потоком фотонов с предельной точностью, создавая зоны освещенности там, где это необходимо, и обеспечивая абсолютно безопасное для встречного потока автомобилей освещение. Но и это только часть огромной работы над технологиями и продуктами Hella. Автомобильная отрасль активно развивается по новым трендам, не последнее место среди которых занимают системы автономного вождения. Эти нововведения должны соответствовать новым технологическим требованиям, к которым Hella уже готова. Более того, Hella – активный участник процесса разработки новых технологий. Мы не только знаем, куда движется автомобильная отрасль, но и сами

вместе с нашим кредо: технологичность, безопасность, защита окружающей среды.

– Hella активно сотрудничает с другими компаниями – производителями автокомпонентов – в формате совместных предприятий. В чем преимущество такого взаимодействия?

– Мы выступаем за партнерства. И видим немалую пользу в совместной работе: она дает большой синергетический эффект. У Hella есть ряд совместных предприятий с партнерскими компаниями (Behr Hella Service, Hella Gutmann Solution, Hella Pagid Brake Systems и пр.). Такой формат работы позволяет фокусировать свои усилия на развитии в тех сегментах рынка, где есть большой потенциал. Для ускорения выхода в новые направления рынка автокомпонентов мы и устанавливаем партнерство с компаниями, уже имеющими опыт работы в том или ином сегменте.

Многие партнеры начали работать с Hella еще в 1990-х гг. и до сих пор остаются нашими клиентами. Свою систему дистрибуции мы адаптируем под актуальные рыночные условия, делаем упор на усиление присутствия в регионах. Мы уважаем доверительные отношения с нашими партнерами, дорожим ими и активно приветствуем их стремление оптимизировать работу в сфере поставок и дистрибуции автокомпонентов. Отрадно, что и в трудные для рынка кризисные времена наши партнеры лояльны к нам. Мы высоко ценим такое отношение, стремимся удовлетворить их запросы

Говоря о нашей работе в России, отмечу два важных момента: качественную продукцию с широким ассортиментом и слаженную работу российской команды Hella, в которую входят профессионалы высокой квалификации

задаем темп ее движения. Такая работа требует от компании постоянных инвестиций. Но эти вложения помогают нам не только выпускать продукцию в соответствии с ожиданиями и требованиями автопроизводителей, но и работать в соответ-

ствии с нашим кредо: технологичность, безопасность, защита окружающей среды. в продукции, предоставляем гибкие условия для сотрудничества и предлагаем новые сервисные функции – например, приложения для мобильных устройств для правильного выбора компонентов.



Вот уже много лет мы работаем с GROUPAUTO Россия и очень довольны этим партнерством. Совместная работа обеспечивает представленность нашей продукции во всех регионах России, а бизнес-процессы, которые GROUPAUTO Россия запустила на рынке, предоставляют нам полезный ресурс для продвижения наших товаров и услуг.

также и в сфере систем термоменеджмента, тормозных систем, оборудования для диагностики и пр. Мы выходим в новые товарные группы, что помогает укреплять позиции на рынке и поддерживать интерес со стороны покупателей и клиентов. Говоря о нашей работе в России, отмечу два важных момента: качественную продукцию с широким ассортиментом и слаженную работу российской команды Hella, в которую входят профессионалы высокой квалификации, предоставляющие максимально полную поддержку нашим клиентам в России.

– Какую долю в продукции Hella занимает сейчас светотехника, а какая доля приходится на остальные товарные группы?

– Еще 15 лет тому назад почти 85 % продукции Hella на независимом рынке автокомпонентов было представлено светотехникой. А сейчас на эту продукцию приходится чуть меньше половины всех продаж. Сейчас активно растут наши показатели на рынке тормозных систем, а также в группе термоменеджмента и в системах электрики и электроники.

– Павел, не будет ошибкой предположить, что у компании много планов и идей для реализации. Не могли бы вы поделиться ими?

– Мы четко понимаем, что за последние несколько лет темпы развития отрасли, а также темпы внедрения новых технологий ускорились. Эти процессы будут нарастать и далее. Например, очевидно, что системы автономного вождения в некоторых странах мира в течение ближайших 5–7 лет займут свое место на рынке. Можно уже сейчас предположить, как это повлияет на всю транспортную систему! Кстати, Hella со своим стратегическим партнером, компанией ZF, в тесном сотрудничестве уже ведет работу над созданием систем безопасности для автономного вождения. Мы отслеживаем

Изделия Hella отличает высокая степень технологичности. Всю продукцию для независимого рынка автокомпонентов мы выпускаем по тем же технологиям, что и продукцию для OEM

– Как компания оценивает свои позиции на глобальном рынке и в России?

– Кривая нашего развития указывает на то, что компания работает с повышающей динамикой. Это заслуга постоянной работы всей команды, которая стремится реализовать по максимуму высокие цели и задачи. Работать на рынке в России трудно по многим причинам, в том числе и потому, что в кризисный период он стал высококонкурентным, сюда вышли многие компании с продукцией бюджетного сегмента, ноунейм-производители, появились линейки продукции под брендами компаний-дистрибьюторов. Однако даже в таких условиях Hella не только удерживает свою долю на рынке, но и увеличивает ее. Мы расширяем ассортимент продукции, предлагая рынку новые высококачественные изделия. Hella начинала в светотехнике, но выросла из этого сегмента и за годы работы стала признанным экспертом

и анализируем все новые тенденции. Говоря о сфере технического обслуживания и ремонта автомобиля, отмечу, что Hella имеет здесь огромный опыт, разнообразные компетенции и обширное портфолио. И мы уделяем особое внимание коммуникациям с участниками рынка: с нашими дистрибьюторами, с их клиентами, взаимодействуем с профессионалами авторынка и ведем информационную работу с автомобилистами. Все это помогает донести важную информацию о нашей продукции всем участникам рынка и получить своевременную обратную связь.

– Как вы считаете, почему профессионалы авторемонта и автосервисные предприятия выбирают продукцию компании Hella?

– Мы не единственные на рынке, но мы стараемся быть лучшими. Изделия Hella отличает высокая степень техно-

логичности. Всю продукцию для независимого рынка автокомпонентов мы выпускаем по тем же технологиям, что и продукцию для OEM. Мы предоставляем комплексную поддержку, не ограничиваемся только продажей продукции, не теряем из виду наших покупателей и стремимся получить от них обратную связь – отзывы о качестве и надежности наших изделий. Современный автомобиль постоянно усложняется, а потому осуществить ремонт без качественной диагностики просто невозможно. Только так можно понять, какая деталь в автомобиле подлежит замене. Благодаря нашей технической поддержке и активной работе по информированию клиентов пользователи продукции Hella получают актуальные сведения, необходимые для качественного ремонта и обслуживания автомобилей.

– Вес автомагазинов в сегменте розничных продаж автозапчастей пока еще высок. Как долго, по вашему мнению, будет сохраняться эта ситуация?

– Магазины автозапчастей еще долго не уступят своих позиций на рынке – многие автомобилисты пока предпочитают самостоятельно выбирать и покупать запчасти. Доля автомагазинов сильна и потому, что в стране по-прежнему наблюдается отсутствие хорошо развитой системы авторизованных автосервисных станций. А уровень доверия к СТО со стороны многих автомобилистов в России по-прежнему недостаточно



высок, чтобы они могли полностью делегировать автосервисам подбор и замену запчастей. Но мы стараемся помочь СТО: сервисные станции, которые работают с продукцией Hella, могут полностью рассчитывать на нашу поддержку, для этого у нас открыта и работает «горячая линия».

Сервисные станции могут полностью рассчитывать на нашу поддержку, для этого у нас открыта и работает «горячая линия»



Теннесо сегодня – это глобальная компания



Бренды Monroe и Walker весьма популярны в России. О компании Tenneco, основных этапах ее истории, сегодняшнем положении на рынке и стратегии развития рассказывает **Фабио Фацио**, старший директор по продажам Tenneco в регионах Юг, СНГ и Турция.



Историю можно начать с событий более чем столетней давности, когда в США были созданы две компании: Walker Manufacturing Company и Monroe Auto Equipment Company. Сорок лет назад они объединились, став частью компании Tenneco, которая сейчас выпускает амортизаторы и стойки под брендом Monroe и детали выхлопной системы под маркой Walker. Tenneco сегодня – это глобальная компания, занимающая ведущие позиции как в поставках на конвейер основных мировых автопроизводителей, так и в обслуживании вторичного рынка. Для вас работают 91 производственная площадка и 15 научно-исследовательских центров по всему миру, которые предоставляют нашим клиентам передовые технологии, высококачественную продукцию, авторитетные бренды и выдающиеся инженерные и производственные возможности.

Для конвейера мы разрабатываем и изготавливаем беспрецедентно широкий ассортимент систем подвески – комфортные, безопасные и устойчивые в движении. Также благодаря продуктам Clean Air, снижающим вредные выбросы

в атмосферу, автомобили становятся менее шумными и более безопасными для окружающей среды, что очень актуально в условиях современного мира. Весь этот ассортимент продукции поставляется и на вторичный рынок: под маркой Monroe вы можете найти амортизаторы и стойки, пружины, а также детали подвески, под брендом Walker – выхлопные системы, и все это – детали OE-качества. Monroe располагает самым широким ассортиментом запчастей для автомобилей, эксплуатирующихся в Европе (TecAlliance в 2016 г. отметил, что продукты Monroe покрывают 92 % моделей легковых автомобилей в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке), а продукция Walker не только представляет собой комплексное решение для выхлопных систем, но и омологирована для применения на каждом конкретном рынке.

Как и любой рынок, российский требует качественных деталей в разных ценовых категориях. Именно поэтому Monroe предлагает линейку продукции, сформированную по принципу Good-better-best («хорошо – лучше – превосходно». – Прим. ред.), которая может удовлетворить потребности



Производство клапанных дисков, завод в Синт-Трейдене, Бельгия



Завод и Инженерно-технический центр, Эрмуа, Испания



практически любого автовладельца. Более того, наша стратегия Good-better-best сопровождается технической поддержкой и программой обучения для профессионалов автосервиса – мы считаем критически важным для успеха в нашем бизнесе доступ мастеров СТО к самым передовым технологическим разработкам и предоставляем им такой доступ. Это делается посредством инновационных решений, как, например, TADIS (Technicians Advanced Digital Information System) – это система, которая обеспечивает профессионалов обучающими материалами на 16 языках, а в числе этих материалов – технические справочники, обучающие видеоролики, диагностические рекомендации, инструкции по установке и 3D-изображения наших продуктов. Tenneco

уже обучила более 360 тыс. человек по программе 4Т (Tenneco Train the Trainers) – это программа не только технического, но и бизнес-обучения.

Благодаря высококачественной продукции и продуманной бизнес-стратегии наш рост на российском рынке обозначается двузначными числами. Клиенты понимают, что Tenneco занимает лидерские позиции как в OE-поставках, так и на вторичном рынке, а значит, покупатель может быть уверен в качестве любого ремонта, сделанного с применением наших деталей. Собственно, именно благодаря этому наши позиции в регионе, в который помимо России входят еще юг Европы и регион Средиземноморья, можно назвать лидерскими.



Лаборатория Инженерно-технического центра, Эрмуа, Испания



Для вас работают 91 производственная площадка и 15 научно-исследовательских центров по всему миру

В этом также есть и заслуга дистрибьюторов. Именно они являются проводниками наших продуктов на национальных рынках, благодаря им оборот Tenneco стабильно растет – этого добиваются наши партнеры, самые сильные дистрибьюторские компании, а мы, в свою очередь, поддерживаем их со своей стороны. Такие продукты, как детали подвески или выхлопные системы, не продают себя сами. Успеха в этом бизнесе можно добиться только сочетанием высококлассной продукции, технического обучения и активной маркетинговой стратегии, адресованной и профессионалам рынка, и автовладельцам. И мы активно работаем в этом направлении: помимо технической поддержки мы также поддерживаем продажи рекламой, печатаем брошюры и плакаты, организуем семинары и акции в местах продаж. На веб-сайте компании можно найти описание продуктов, новости, сведения о гарантии и другую полезную информацию на множестве языков, включая русский. Приятно, что тысячи человек подписаны на наши аккаунты в Facebook, Twitter, LinkedIn и Instagram. Наконец, у нас есть свой онлайн-портал Tenneco TV, где можно посмотреть интересные и полезные видеofilмы.

В России у Tenneco работает отличная профессиональная команда, которая пользуется полной поддержкой европейской и глобальной штаб-квартир. Все маркетинговые и тренинговые программы, о которых говорилось, доступны и для наших российских партнеров. Более того, в планах – расширение такой поддержки: мы планируем внедрить в России программу B-Connected, которая предоставляет специалистам СТО прямой доступ к технической информации и уже отлично зарекомендовала себя в Европе.



Олег Рябцев: «Мы видим признаки системного роста рынка»



Насколько стабилен рост рынка, отмеченный в уходящем году? И когда российский вторичный рынок станет по-настоящему цивилизованным? В ходе московской выставки «МИМС-Автомеханика» мы задали эти вопросы **Олегу Рябцеву**, руководителю автомобильного направления ООО «Роберт Бош» – российского подразделения Bosch GmbH.



Автомобили остаются нашими клиентами дольше, на срок до десяти лет они нуждаются в качественных запчастях

– Многие эксперты российского авторынка отмечают его оживление в текущем году. Насколько эти экспертные оценки обоснованы и можно ли говорить, что рост – это устойчивый тренд?

– Наверное, это самый важный сейчас вопрос для всей отрасли. Скажу сразу, что у Bosch устойчивый рост отмечается во всех секторах бизнеса, по итогам года мы превысим докризисный уровень оборота. Есть признаки системного роста: увеличиваются продажи новых автомобилей, растет заполнение СТО, и это во многом связано с тем, что прекратились скачковые колебания валютных курсов. Да, падение продаж новых автомобилей в последние два года скажется на рынке через некоторое время, когда эти машины не придут на постгарантийный ремонт, но и в связи с этим я ожидаю не падения сервисного рынка, а небольшого замедления его роста. Современный автомобиль становится все сложнее, даже такая, казалось бы, простая деталь, как свеча, на современном двигателе уже совсем не проста, поэтому автомобили остаются нашими клиентами дольше, на срок до десяти лет они нуждаются в качественных запчастях. Наконец, это уже не первый кризис в нашей истории, мы умеем правильно себя вести в подобных ситуациях.





Мы считаем, что автомобиль должен обслуживаться на СТО, а не самостоятельно

– В кризис люди стремятся экономить – соответственно, растет число самостоятельных ремонтов и количество запчастей, которые автовладельцы покупают сами и привозят на сервис. Как вы оцениваете эту ситуацию?

– Нас это не радует. И дело не в финансовой стороне вопроса – тут мы как раз ничего не теряем, запчасти все равно приобретают. Bosch – системная компания, наша стратегия – запчасти, оборудование и услуги. И мы считаем, что автомобиль должен обслуживаться на СТО, а не самостоятельно, – развитые страны проходили те же этапы развития рынка, и там почти 100 % машин обслуживается на СТО. У нас этот процент растет, но все равно пока не дотягивает до развитых стран. Почему так происходит? Во-первых, у нас низкий уровень доверия к СТО. И во-вторых, зачастую низкое качество работы самих СТО. Но и на повышение числа ремонтов на станциях работают немаловажные факторы: это сложность автомобиля и фактор времени, чем больше человек занят на своей работе, тем меньше у него желания лезть под капот.

– В Европе также значительна доля рынка сетевых СТО, в России же этого пока не происходит. Почему, на ваш взгляд?

– На мой взгляд, сервисы объединяются в сети для того, чтобы им было удобно и выгодно приобретать запчасти, проходить обучение, получать информацию и ряд других сервисов. Соответственно, необходимо также внедрять единые стандарты, общую бухгалтерию – все это требует значительных затрат и времени. Предоставить сегодня в России такие услуги сетям способны единицы компаний. Процесс идет, не так быстро – но все-таки идет, и это хорошо.

– У Bosch собственное производство запчастей в России – насколько это выгодно?

– Завод в Энгельсе загружен, что называется, под завязку, и довольно большой объем выпускаемой продукции идет на экспорт в европейские страны и в США. Это очень эффективно работающее предприятие, производство ведется и для ОЕ-поставок, и для вторичного рынка.



Мы стремимся дать нашим партнерам стабильность, а их задача – продавать дальше наше оборудование и запчасти на рынок

– Удовлетворены ли вы системой дистрибуции своей продукции в России?

– Мы работаем вместе с нашими дистрибьюторами. Это один рынок, и у Bosch нет планов продавать нашу продукцию конечным потребителям, будь то магазины, СТО или частные лица. Мы открыли российское юридическое лицо и собственные склады, но и это делается для удобства наших партнеров, чтобы они могли получать нашу продукцию за рубли. Мы стремимся дать нашим партнерам стабильность, а их задача – продавать дальше наше оборудование и запчасти на рынок. Кстати, наша собственная сеть «Bosch Автосервис» запчасти покупает не у нас, а у тех же самых дистрибьюторов. Сложившаяся система дистрибуции довольно устойчива, и серьезных изменений мы не ждем. Онлайн-бизнес может немного повлиять на ее развитие, но не критично: интернет-торговля, ориентированная на конечного потребителя, – это тот же магазин, просто с меньшими затратами на торговые площади. А поставщики магазинов – дистрибьюторы, а не производители. Правда, сейчас многие участники рынка – и мы в том числе – работают над тем, чтобы облегчить жизнь станциям техобслуживания, и онлайн-заказ – это действительно удобно.



Андрей Патерностер: «Глобальный тренд, который мы наблюдаем, – это консолидация рынка»



Юбилей – отличный повод вспомнить о том, что сделано, и поделиться планами на будущее. В этом году свое 110-летие отмечает компания SKF. Об истории и перспективах нам рассказал **Андрей Патерностер**, директор SKF по маркетингу и продажам в Восточной Европе.



Правильно подобранная и правильно установленная деталь – гарантия того, что клиент останется удовлетворенным

– В юбилейный год не будет лишним вспомнить, с чего начиналась компания и каких результатов добилась. Что стоит упомянуть?

– Годом основания SKF мы считаем 1907-й, когда Свен Линдквист, шведский инженер, работавший до этого в компании Textar, решил открыть собственное производство. Благодаря инженерному таланту и деловой хватке компания развивалась очень быстро и уже к 1910 г. вышла за границы европейского континента. Все 110 лет компания активно росла – сейчас мы насчитываем около 45 тыс. сотрудников, 110 производственных площадок и 140 торговых представительств по всему миру. Разумеется, автомобильный рынок

в том виде, к которому мы привыкли сейчас, сложился несколько позже, но компания всегда оставалась в числе лидеров. Значимые изменения произошли после 1990-х, когда частью свободного рынка стали страны Восточной Европы, и в том числе Россия. И на этом свободном рынке независимого обслуживания автомобилей наши позиции укрепляются год от года, растут обороты, расширяется круг партнеров и клиентов.

Если говорить о технологических решениях – первые подшипники были очень простыми, а сейчас это технологичные сложные продукты, они уже не просто передают вращение, но непосредственно связаны с центральным процессором автомобиля и сообщают



Производственный центр SKF, Италия



Авиакосмическое подразделение SKF, Франция

ему информацию о движении. Может быть, мы сейчас заглядываем в будущее, но сенсоры, которыми оснащаются современные автомобили и которые, в свою очередь, отслеживают работу подшипников, – абсолютно необходимый элемент автономного вождения.

– SKF является мировым лидером в производстве подшипников для промышленности, но на автомобильном рынке, и в частности на независимом

вторичном рынке, позиции компании пока не так сильны. Как планируете изменить ситуацию?

– Действительно, соотношение объемов нашей продукции для промышленности и автопроизводства сейчас составляет 70 на 30. Однако ситуация меняется: еще совсем недавно это соотношение было 75 на 25, т. е. мы наращиваем и долю, и обороты. В первую очередь это касается OE-поставок – мы постоянно предлагаем автопроизводителям новые разработки, а это, в свою очередь, приводит к укреплению наших позиций на вторичном рынке. И это естественно: хотя у нас есть и специальные продукты именно для вторичного рынка, мы гарантируем OE-качество всей линейки и строгое соответствие требованиям автопроизводителей. Должен сказать, что в России наши позиции на вторичном рынке выше, чем в среднем по всей компании SKF, – уверен, что это результат отличной работы той команды, которая отвечает за российский рынок. Но это не значит, что нам некуда развиваться, наоборот – необходимо наращивать наше присутствие в сегменте автомобилей азиатских марок, охватывать модельный ряд машин российского производства, выводить на рынок новые продуктовые линейки, в частности детали подвески. Отдельно скажу о запчастях для коммерческого транспорта – мы активно расширяем эту линейку и уверены, что за этими продуктами большое будущее: требования клиентов к срокам доставки растут во всех отраслях, а значит, возрастают и требования к машинам, которые такую доставку обеспечивают.





Наше преимущество – это OE-качество: наши продукты соответствуют требованиям автопроизводителей, поскольку разработаны по их заказу

– Ожидаете ли вы изменений в цепочке поставок и каналах продаж?

– Мы наблюдаем эволюцию традиционных каналов продаж. Глобальный тренд, который мы наблюдаем также и в России, – консолидация рынка. Соответственно, становится лишним такой участник бизнеса, как дилер: крупные компании-дистрибьюторы вполне могут продавать запчасти непосредственно в СТО. В последние годы в Европе растет также интернет-торговля – здесь, кстати, Россия опередила европейские страны, у вас эти процессы начали развиваться раньше. Нам, в свою очередь, необходимо учитывать эти факторы, в частности улучшать логистику – и это делается, мы открыли собственный склад в России в этом году, что позволяет обеспечивать максимально быструю поставку. Мы не можем и не планируем продавать свою продукцию напрямую в СТО, но осознаем и признаем важность именно этого канала продаж. Автомобили становятся сложнее, соответственно, владельцам машин придется пользоваться услугами сервиса, даже если они привыкли ремонтировать автомобиль самостоятельно.

Наш важнейший партнер – GROUPAUTO: и мы, и они являемся глобальными компаниями и успешно сотрудничаем. Хочу особо отметить активность GROUPAUTO Россия, за последние годы российской Группой проделана огромная работа по установлению контактов с потребителями, со специалистами СТО – это важно и для SKF как производителя, благодаря таким контактам мы развиваем свой бизнес и полностью поддерживаем эти проекты.

– Почему клиент должен покупать продукты SKF? Как мастеру СТО убедить автовладельца платить больше?

– Должен сказать, что мы работаем над решением этого вопроса – в частности, организуем тренинги для СТО, в ходе которых как раз и учим мастеров понимать и правильно объяснять преимущества нашей продукции. В первую очередь, конечно же, наше преимуще-

ство – это OE-качество: наши продукты соответствуют требованиям автопроизводителей, поскольку разработаны по их заказу. Во-вторых, мы предлагаем специальный инструмент для правильной установки наших компонентов, и как раз механики знают, насколько это важно. Мы обеспечиваем информационную и техническую поддержку для СТО: инструкции по установке, рекомендации по обслуживанию и т. д. доступны в разных формах. Правильно подобранная и правильно установленная деталь – гарантия того, что клиент останется удовлетворенным.

– Компания SKF в этом году открыла новое производство деталей для вторичного рынка во Франции. Расскажите об этом подробнее.

– Действительно, мы открыли новую производственную площадку в городе Сен-Сир, ее главная задача – производить продукты для вторичного рынка. Это партии, которые меньше по объему, нежели конвейерные поставки, поэтому подобное производство нуждается в оборудовании, которое можно быстро перенастроить на новую продукцию, и это обеспечивает завод во Франции. Это важный шаг навстречу нашим клиентам на независимом вторичном рынке, им не нужны большие партии и переполненные склады, и мы сможем обеспечивать их нужными запчастями в нужном объеме оперативно и на выгодных условиях.



Завод SKF в Италии, регион Тоскана

Константин Брезе: «На компромиссы с качеством своей продукции *Lesjöfors* не идет»



Компания «Лейшефорс Спрингс» работает уже более 300 лет – ее история началась в 1648 г. в шведском городе Лейшефорс. Изначально это была сталелитейная фирма, к производству пружин она приступила в 1852 г. С тех пор компания выпускает широкий ассортимент пружин различного назначения и самых разнообразных типов. В линейке продукции компании – пружины с проводом диаметром от 0,03 до 45,0 мм.



Lesjöfors – крупнейший в мире производитель винтовых пружин

За столетия работы Lesjöfors внутри компании сформировалась оптимальная структура, в которой каждый руководитель подразделения имеет широкие полномочия и максимальную свободу в принятии решений. Такой подход обеспечивает высокую мотивацию для всех сотрудников, динамичный рост всей компании, способность принимать гибкие и своевременные решения, а также дает широкие возможности для разработки и внедрения в производство инновационных продуктов.

Константин Брезе, генеральный директор «Лейшефорс Спрингс» в России, уверен, что такое децентрализованное управление – во многом уникальная особенность компании и залог ее многолетнего успеха в сфере производства и продажи пружин на рынках, которые различаются и по экономической конъюнктуре, и по составу автопарка.

– Константин, аналитики рынка автокомпонентов говорят о том, что в последние 1–2 года продажи пружин растут. Можете ли вы подтвердить или опровергнуть такое мнение?

– Отмечу, что пружины – это нишевое изделие, в силу продолжительного срока эксплуатации это

продукт с относительно небольшим объемом продаж в сравнении с другими товарными группами на рынке автокомпонентов. Однако бизнес по производству и продаже пружин отличается высокой маржинальностью и имеет лучшую способность выживать в кризисных условиях. А потому, когда у всех на рынке кризис, мы работаем и развиваемся стабильно. Кроме того, рост спроса в сегменте пружин можно объяснить и общерыночными тенденциями. Многие автомобилисты из-за кризиса попали в условия, когда они не могут так же часто, как и прежде, менять автомобили, а вынуждены тратить время и средства на их ремонт и обслуживание. В их интересах сделать выбор в пользу качественных пружин, которые прослужат максимально долгий срок и не будут требовать частой замены. Напомню, что работы по замене пружин стоят дороже самих компонентов, так как зачастую требуется разобрать подвеску, чтобы их поменять.

– Какие еще тенденции определяют развитие рынка пружин?

– Очевидно, что автомобиль эволюционировал в весьма сложный механизм, который содержит много новых, ранее не использовавшихся компонентов.





Ежегодно компания расширяет ассортимент пружин и добавляет в него по меньшей мере 500 новых артикулов

Соответственно, и площади в подкапотном пространстве, а также в задней части автомобиля становится все меньше, в том числе и на подвеску остается совсем немного места. Поэтому одно из главных требований к современным пружинам подвески со стороны автопроизводителей – сделать так, чтобы пружины «вписались» в это ограниченное пространство, работали эффективно и «отходили» нужный срок. Но в таких условиях чаще всего используют

– Есть и другие требования автопроизводителей, например в плане снижения веса конструкции автомобиля. Как компания реагирует на такие тенденции?

– В этих условиях приходится делать их легче и меньше. Другое немаловажное требование, актуальное для автопроизводителей, – снижение стоимости производства пружин. В результате очень часто детали, которые идут на OEM, изначально

Правильно, когда автомобилист выбирает пружины по рекомендации мастера на автосервисе и при этом не покупает их на стороне, а приобретает на той же СТО, где и производят их замену. В интересах автовладельца – сделать выбор в пользу качественных пружин, которые прослужат максимально долгий срок и не будут требовать частой замены. Напомню, что работы по замене пружин стоят дороже самих компонентов

уменьшенные пружины, которые не имеют большого запаса энергоемкости, они быстро «устают», выходят из строя через полтора-два года, и автомобиль в итоге «проседает». Вот и получается, что срок службы оригинальных амортизаторов на современных машинах растет, а срок службы пружин снижается. И эта тенденция влияет и на рост продаж пружин на независимом рынке автокомпонентов.

производятся из более дешевых и легких металлов. Очевидно, что такие компоненты обладают уменьшенным сроком службы. Отмечу, что у нас в компании вопросы использования технологии производства продукции из дешевого сырья даже не рассматриваются. На компромиссы в плане качества выпускаемой продукции Lesjöfors не идет.

– По вашим наблюдениям, в России подбор запчастей – это до сих пор еще забота автомобилистов или они все чаще делегируют эту обязанность автосервису?

– Наша практика показывает, что выбирает автомобилист. И хотя с каждым годом ситуация меняется и все чаще такой выбор становится заботой автосервиса, участие автовладельцев остается весьма заметным. Автомобилисты спрашивают помощи в подборе пружин на различных интернет-ресурсах, многие звонят нам напрямую и просят соответствующих рекомендаций. Но правильной мы считаем ситуацию, когда автомобилист выбирает пружины по рекомендации мастера на автосервисе и при этом не покупает их на стороне, а приобретает на той же СТО, где и производят их замену.

– Как, на ваш взгляд, будет развиваться компания в дальнейшем – с учетом новых тенденций в автомобилестроении и новых веяний в области разработки подвески?

– Говоря о сегменте электромобилей, которые сейчас становятся все более популярными в мире, отмечу, что на таких машинах используется почти такая же подвеска, как и на авто с традиционным ДВС. Если говорить о нововведениях в области подвески, стоит упомянуть, например, новые технологии пневмоподвески, а также применение компонентов, в том числе и пружин, изготовленных из стекловолокна. Но вряд ли стоит ожидать, что эти разработки в бли-



жайшем времени выйдут в массовое производство. Поэтому мы уверены в том, что пружины Lesjöfors долгое время будут востребованы на рынке. Наша задача – работать над постоянным расширением ассортимента продукции. Хочу особо подчеркнуть, что ежегодно компания расширяет ассортимент пружин и добавляет в него по меньшей мере 500 новых артикулов. «Лейсефорс Спрингс» имеет все предпосылки для дальнейшего стабильного роста и развития, и я не вижу причин, которые могут помешать нам достичь поставленных целей.



На компромиссы в плане качества выпускаемой продукции Lesjöfors не идет

Первые среди равных



Компания Ajusa, созданная в 1972 г., входит в испанский концерн HMS. Основное производство – в городе Альбасетте, в Кастилии. Изначально компания специализировалась на выпуске прокладок двигателей для автомобилей различных марок. Со временем производственная программа Ajusa расширилась и теперь включает комплекты прокладок, сальники, толкатели и распределительные валы. Компания также производит болты для головки блока цилиндра и компоненты для турбодвигателей.

Адриан Домингес Руа, директор российского отделения Ajusa Россия, рассказывает о расширении ассортимента и планах по развитию на российском рынке.



В 2018 г. фирменные компоненты для ремонта турбин двигателей будут представлены в России

С самого начала своей работы компания Ajusa делала серьезную ставку на экспортные поставки. Первым направлением экспорта стали страны Латинской Америки. Теперь же свою продукцию Ajusa поставляет более чем в 85 стран мира и осуществляет работу на международном уровне через свои филиалы в США, Великобритании, Мексике, Бразилии, России. В России продукцию марки Ajusa специалисты автомобильного ремонта узнали и оценили задолго до того, как в 2001 г. был открыт филиал компании. Стабильному росту компании Ajusa Россия способствовало и открытие собственного склада в Москве, что позволяет оперативно удовлетворять потребности партнеров в продукции под маркой Ajusa, а также активное развитие сети дилеров и работа с крупнейшими закупочными союзами.

Новым направлением для компании стал выпуск компонентов для турбин двигателей, и в частности трубок для подачи масла в турбину. В этой товарной группе Ajusa планирует усилить свое присутствие, нарастить инвестиции в развитие этой продукции и расширить соответствующую производственную программу.

Ajusa работает на независимом рынке автокомпонентов и поставляет свыше 100 тыс. наименований компонентов для ремонта и обслуживания различных двигателей. По широте ассортимента и разнообразию применимости Ajusa, пожалуй, нет равных на вторичном рынке





Ajusa постоянно расширяет номенклатуру доступной продукции, обеспечивает ее наличие на складе в Москве, а также предлагает своим торговым партнерам максимально гибкие и выгодные условия сотрудничества

России. И новое направление развития – производство компонентов для турбин – призвано усилить позиции компании. Ajusa уже работает над выводом новых то-



варных групп на российский рынок и рассчитывает, что в 2018 г. фирменные компоненты для ремонта турбин двигателей будут представлены в России. Рынок сбыта такой продукции в РФ весьма широк, так как сегмент автомобилей с турбированными двигателями еще не до конца насыщен и здесь продажи компонентов этой товарной группы имеют большой потенциал для роста.

В 2016–2017 гг. мы ощутили, что ситуация на российском рынке стала меняться, – изменились и экономические условия в стране, и поведение потребителей, и принципы работы дистрибьюторов, которые наконец адаптировались к новой реальности. И в кризисный для рынка период, и после него Ajusa прилагала максимум усилий, чтобы дистрибьюторы были заинтересованы в том, чтобы продавать продукцию компании и увеличивать объемы поставок. Для этого Ajusa постоянно расширяет номенклатуру доступной продукции, обеспечивает ее наличие на складе в Москве, а также пред-

лагает своим торговым партнерам максимально гибкие и выгодные условия сотрудничества. Например, взяв на себя риски, связанные с колебанием курса рубля, Ajusa стала продавать свою продукцию в России в рублях, и в кризисных для российского рынка автокомпонентов условиях компания не стала закрывать свой склад, а продолжала своевременно обеспечивать дистрибьюторов продукцией.

Ajusa понимает ценность технической информации для профессионалов авторемонта. На сайте компании в свободном доступе размещены инструкции по подбору и замене компонентов, есть видеоролики с мастер-классами. Кроме того, представители Ajusa регулярно приезжают из Испании в Россию и проводят обучающие занятия для торговых представителей компаний-дистрибьюторов и специалистов авторемонтной отрасли. Многие рекомендации практически важны: так, специалисты Ajusa рекомендуют при замене турбины менять также и трубки для подачи масла. Кроме того, они отмечают, что целесообразнее и выгоднее приобретать прокладки комплектом.

Ajusa высоко ценит плодотворное сотрудничество с GROUPAUTO Россия. В лице Группы мы нашли надежного и опытного партнера: работа, которую ведет GROUPAUTO Россия на рынке автокомпонентов в РФ,



помогает нам продвигать свою продукцию, а также строить сильный и хорошо узнаваемый бренд. Я вижу, что и GROUPAUTO Россия весьма заинтересована в укреплении партнерства с компанией Ajusa как с надежным поставщиком высококлассных изделий, представленных в широком ассортименте.

В кризисных для российского рынка автокомпонентов условиях компания не стала закрывать свой склад, а продолжала своевременно обеспечивать дистрибьюторов продукцией



Ajusa тестирует свою продукцию в более тяжелых условиях эксплуатации

Андрей Титов: «Для нас важен каждый отзыв от каждого клиента»



Компания NRF широко известна в Европе, но на российском рынке представлена сравнительно недавно.

Андрей Титов, руководитель российского подразделения NRF, согласился рассказать о марке, ее преимуществах и перспективах работы в нашей стране.

– Андрей, компания NRF не так давно работает на российском рынке, но хорошо зарекомендовала себя в Европе. Расскажите о развитии компании, ее целях и достижениях.

– Компания NRF – крупный голландский поставщик деталей системы охлаждения для автомобилей, морских судов и промышленности. Она была основана в 1927 г. в Амстердаме, а уже в 1967 г. компания осуществила первую поставку на конвейер. Сегодня продукция компания поставляется для первичной комплектации таким автопроизводителям, как Audi, BMW, DAF, Volvo, Iveco, Ford, FIAT, John Deere, Mercedes, Scania, Neoplan, Caterpillar, Liebherr, Claas, MAN, Porsche и Volkswagen.

точно подобранный установочный набор, необходимый для качественной замены. Так, например, 80 % конденсоров от NRF уже поставляются с фильтром осушителя.

Если говорить о достижениях компании, то можно отметить ее неуклонное развитие – от маленькой «мануфактуры» в пригородах Амстердама до глобальной компании, которая поставляет продукцию по всему миру. Мы присутствуем в обеих Америках, Африке, Австралии, Азии и, конечно, в Европе. По всему миру у нас 8 собственных заводов, 5 из них находятся в Индии.

Компания NRF за последние годы инвестировала огромные средства в развитие: мы расширили товарный ассор-

NRF предлагает продукт, который на 100% соответствует оригинальным характеристикам по размерам и по технической части

Наша продукция делится на две большие категории. Первая – компоненты охлаждения двигателя: это радиаторы, теплообменники различных типов и форм (в том числе мы производим любые теплообменники по заказу), радиаторы печек, масляные радиаторы, интеркулеры, вентиляторы и вискомуфты, моторчики печек. Вторая большая группа продукции – это система кондиционирования воздуха, сюда входят компрессоры кондиционера, запчасти и комплектующие к ним, конденсоры, фильтры, испарители, также недавно появилось масло PAG для компрессоров. Вся продукция может быть поставлена в комплекте Easy Fit – это

тимент, также в головном офисе и в филиалах уже созданы технические лаборатории, оборудованные, в частности, аэродинамическими трубами, и полностью готовы проверять и диагностировать любые поломки систем кондиционирования воздуха.

Цель компании – предоставить не только наилучший продукт на рынке, но и технические знания. Для нас как компании важен каждый отзыв каждого клиента, и если приходит рекламация, наша задача – не только компенсировать затраты клиента, но и тщательно разобраться в причине. Мы всегда представляем клиенту полный технический отчет.





– Как вы оцениваете свое развитие на российском рынке? Чего уже удалось добиться, над чем работаете сейчас?

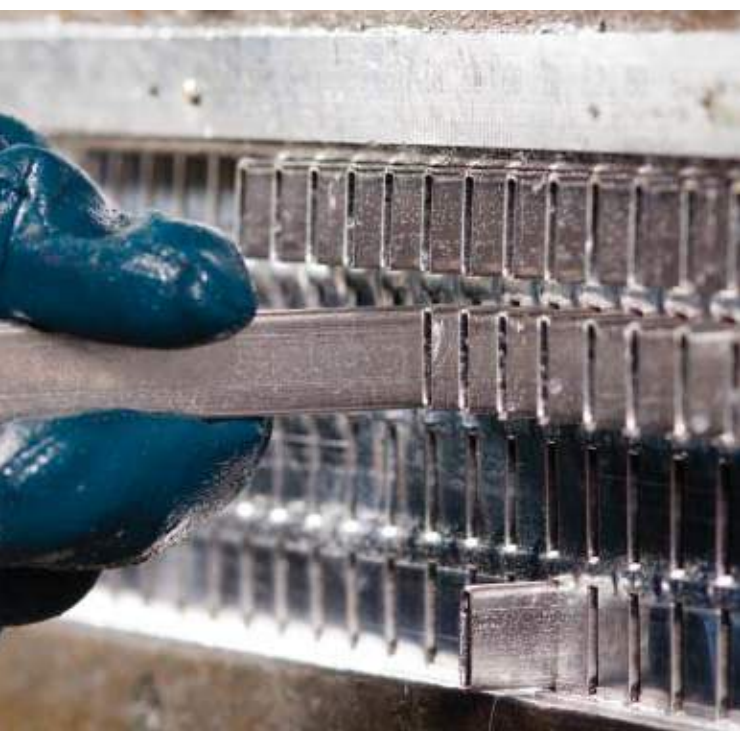
– Это очень хороший вопрос. Наша компания официально вышла на рынок России, Белоруссии, Казахстана и Украины совсем недавно, всего 4 года назад. Так что можно сказать,

что мы в самом начале нашего пути развития. Люди в автобизнесе достаточно консервативны в выборе автозапчастей, тем более если речь заходит о замене систем охлаждения – таких, как радиатор. Это не часто заменяемая деталь, как колодки или фильтры, – такая замена происходит в основном из-за аварии либо когда возраст автомобиля уже переваливает в среднем за 5 лет. В общем, требуется время, чтобы мастера привыкли к нашей продукции. В Европе бренд широко известен, компании уже 90 лет, поэтому узнаваемость бренда на своей территории, так скажем – дома, очень высокая. Что же касается непосредственно доли на российском рынке – нам есть куда расти и развиваться, как я уже сказал, мы совсем недавно официально вышли на рынок с нашим предложением. Нам очень важно найти правильных партнеров и дистрибьюторов. В нашей линейке есть грузовой и легковой сегменты. В грузовом сегменте у нас неплохой рост и, по оценкам экспертов, более 15 % доли рынка. Легковой сегмент пока занимает меньшую долю рынка, но мы видим положительную динамику из года в год.

– Какие каналы продаж вы считаете наиболее перспективными? На чем планируете делать акцент? Как будете поддерживать эти каналы продаж?

– Наиболее перспективный канал сбыта, на наш взгляд, – это работа по следующей схеме: производитель – дистри-

Если говорить о достижениях компании, то можно отметить ее неуклонное развитие – от маленькой «мануфактурки» в пригородах Амстердама до глобальной компании – поставщика на конвейеры



бьютор – СТО/магазин – конечный потребитель. Как я уже говорил, для нас важно вместе с хорошим продуктом также делиться техническими знаниями, и для этого у нас есть техническая поддержка: по телефону, электронной почте и т. д. Мы постоянно добавляем новые видео на YouTube, где любой желающий сможет найти интересные короткие технические видеоролики. Также мы предоставляем технический материал и проводим технические тренинги с клиентами и в СТО. И конечно, в дополнение – рекламное продвижение. Мы производим рекламную продукцию в России и распространяем ее через наших партнеров, проводим различные акции с нашими партнерами, например при покупке радиатора – антифриз в подарок.

– В чем вы видите основные преимущества работы с продуктами вашей компании?

– На самом деле для нас важно получить оценку от клиента, а не хвалить себя самим. Но тем не менее, если сказать в двух словах, наши главные преимущества – набор Easy Fit и продукция европейского качества по конкурентной цене. Если подробнее, то у нас есть линейка продукции с установочным комплектом внутри –



СТО может сэкономить до 20 минут на установку нашего продукта с набором Easy Fit. К каждой продукции мы подобрали индивидуальный набор для установки: это могут быть уплотнения, переходники, зажимы, виброгасители, резьбовая пробка и многое другое... Сейчас это почти 1500 позиций, в планах компании – включить в весь ассортимент набор Easy Fit.

NRF предлагает продукт, который на 100 % соответствует оригинальным характеристикам по размерам и по технической части. Специалисты знают, что радиаторы из алюминия бывают двух типов: паяные в специальной печи или механической сборки. Разница в цене – около 30 %, разница в производительности – более 50 %. Оригинальные запчасти – это на 90 % паяные радиаторы. Многие компании не указывают, что их аналог – механического типа, а просто предоставляют информацию, что это деталь под оригинальный номер ****OE. В результате потребители получают товар на 30 % ниже качеством. Компания NRF предоставляет полную информацию о нашем продукте. Мы также имеем в ассортименте радиаторы механической сборки, но это не очень широкая линейка.

– Мировой опыт показывает, что самое перспективное направление развития бизнеса независимых СТО – это участие в сетевых проектах. Вы согласны с этой точкой зрения?

– Вы задали важный вопрос. В первую очередь все зависит от самой СТО – каких успехов на рынке она уже достигла и насколько хочет развиваться дальше. Часто я вижу СТО, где работают действительно хорошие мастера, но станция не предоставляет полного спектра услуг для клиентов, – например, нет специального оборудования, или запчастей в наличии, или они дорогие – и т. д. Иногда даже нет рекламы, и люди просто не знают о существовании этой станции! Поэтому я согласен с точкой зрения,

что сетевые проекты – будущее независимых СТО. Если станция участвует в сетевых проектах, то можно сказать, что она идет в ногу со временем. Также сетевые проекты – я говорю о «Заботливом Сервисе» от GROUPAUTO Россия, – проводят регулярные семинары для сотрудников СТО с участием поставщиков. Все эти действия делают рынок и его участников более цивилизованными. Наконец, все понимают, что бренд – это залог соблюдения стандартов качества.



Инжиниринг как конкурентное преимущество



Немецкий производитель запчастей Febest выпускает продукцию для независимого рынка компонентов. Компания сосредоточила свои усилия на отдельных товарных группах, что позволило ей накопить большой запас знаний и стать настоящим экспертом в области производства и инжиниринга важнейших автокомпонентов. **Александр Пеньков**, глава российского представительства Febest, рассказал о том, как компания работает в России и чего стремится достичь.

Компания Febest была основана в 1999 г. в немецком городе Франкфурте. Ее основателями были опытные инженеры Марк Бартфельд и Отто Шрумер. С 2007 г. Febest работает на независимом рынке автокомпонентов в России.

Александр Пеньков:

– Изначально компания ориентировалась на инженеринговую разработку автокомпонентов, которые предлагала как альтернативу OEM-продукции. И по сей день основной своей задачей Febest видит производство изделий высококачественного уровня, доступных на рынке по оптимальной цене.

Febest разрабатывает и производит подшипники, компоненты для системы подвески, а также для системы привода автомобиля и тормозной системы. Однако наибольший опыт и наиболее глубокие компетенции компания накопила в сфере производства резинометаллических изделий.

На независимом рынке автокомпонентов изделия Febest позиционируются в сегменте среднеценовой продукции, т. е. в одном из самых высококонкурентных. Конкурировать здесь можно в первую очередь за счет стабильно высокого качества и наиболее развитого ассортимента.



заработать на сбыте нашей продукции. Кроме того, мы снижаем их издержки. Благодаря развитой логистической системе компании Febest в России у наших партнеров нет необходимости держать большие запасы нашей продукции у себя на складах. Мы сами обеспечиваем ее оперативную доставку.

По мнению Александра, самые состоятельные концепции на рынке послепродажного обслуживания автомобилей – это сети, которые предлагают клиентам наиболее уникальный комплекс услуг.

Мы видим большой потенциал в сетевых автосервисах на российском рынке

Александр Пеньков:

– Очевидно, что большой потенциал для роста и развития на рынке автозапчастей имеют те компании, которые могут дать максимально широкое продуктовое предложение. Уже сейчас лидеры рынка предлагают сотни тысяч наименований изделий в различных торговых группах. Преимущество Febest заключается в том, что мы сосредоточиваем максимум своих усилий в некоторых продуктовых линейках и совершенствуем свое предложение.

По его словам, за прошедший период 2017 г. линейка продукции Febest пополнилась 500 новыми наименованиями. Все изделия Febest сертифицированы по стандарту ISO9001. В компании применяется многоступенчатая система проверки качества производимой продукции, от входного контроля сырья до проверки нескольких единиц изделий из выпускаемой партии продукции. В России компания начала свою работу с рынка Дальнего Востока. Это объясняется тем, что изначально Febest активно развивала продуктовую линейку, предназначенную для ремонта японских праворульных машин. В настоящее время в России у Febest открыты и работают 12 складов, включая и центральный склад в Москве.

Александр Пеньков:

– За годы работы в России мы смогли выстроить оптимальную систему дистрибуции. Наши клиенты уверены в качестве нашей продукции, и мы высоко ценим такое доверие. Со своей стороны, мы даем им возможность хорошо

Александр Пеньков:

– Уверен, что по мере развития рынка послепродажного обслуживания в России будет укрепляться и формироваться базис для эффективного роста сетевых сервисов, будет также расти и профессионализм бизнесменов, которые занимаются формированием и развитием таких бизнес-моделей.

Работа в рамках подобных программ, нацеленных на усиление доли продукции Febest на рынке России, – это один из многих шагов, которые компания планирует сделать и уже делает в рамках своей стратегии развития в нашей стране.

Александр Пеньков:

– Для Febest Россия – один из ключевых рынков во всем мире. Мы также планируем усилить работу в маркетинговом направлении. Намерены и дальше предпринимать шаги, которые помогут максимально широкой аудитории узнать особенности и преимущества изделий марки Febest, а позже получить возможность приобрести их в удобном месте.



Мы всегда открыты к пожеланиям партнеров



В довольно специфичном, но очень важном сегменте рынка автокомпонентов – речь идет о запчастях для кузовного ремонта – уверенные позиции занимает компания Klokkerholm. О стратегии компании и ее перспективах в России рассказывает глава российского представительства Klokkerholm **Александра Карасина**.

Компания Klokkerholm хорошо известна в Европе и мире как поставщик высококачественных деталей кузова. Можно сказать, что в производстве колесных арок и дверей мы являемся мировым лидером – ни у кого из других производителей кузовных деталей нет такого широкого ассортимента продукции для моделей автомобилей разных лет выпуска. Наше производство расположено в Дании и на данный момент полностью загружено. При этом спрос на продукцию Klokkerholm постоянно растет, поэтому и мы наращиваем свои производственные возможности – сейчас активно внедряются технологии, когда вся работа делается автоматически, роботами. Наша цель в данном случае – не заместить сотрудников, но расширить производственные мощности – роботы работают по 24 часа в сутки 7 дней в неделю, без выходных и праздников.

И в России бренд Klokkerholm знают и ценят, особенно специалисты сервисных станций. Они знают, в частности, что наши детали всегда подходят по размеру и обладают гарантированным качеством. И самое лучшее подтверждение этому – наш постоянно растущий оборот в России. При этом мы не ставим перед собой цели охватить рынок любой ценой, на оборот – очень тщательно и придирчиво выбираем партнеров,



их, давать информацию о продукте, чтобы они могли, в свою очередь, доносить эту информацию до конечного потребителя. В этой подготовке мы сотрудничаем с нашими дистрибьюторами и с их помощью организуем тренинги и семинары для их клиентов. Такая работа всегда приносит хороший результат.

Также мы стараемся поддерживать своих партнеров и друзьями возможными способами: обеспечиваем их печатными и видеоматериалами, у нас есть русскоязычные сотрудники в главном офисе и люди, работающие в самой России, – и мы

Бренд Klokkerholm знают и ценят, особенно специалисты сервисных станций

поскольку настроены на долговременное и взаимовыгодное сотрудничество, которое невозможно без взаимопонимания. Однако рынок для наших деталей еще есть, переговоры с новыми партнерами ведутся – мы не стоим на месте. Тем более что продавать детали Klokkerholm выгодно, наши дистрибьюторы имеют возможность хорошо зарабатывать на этих продажах и при этом не мешать друг другу.

К сожалению, сейчас российский рынок переживает не лучшие времена. Но в компании Klokkerholm верят в потенциал этого рынка: Россия – огромная страна с большим будущим. Кстати, мы сейчас даже зарабатываем на экономическом кризисе в России: покупательная способность населения падает, люди не приобретают новые машины и дольше пользуются имеющимися, а они в условиях российского климата ржавеют – соответственно, растет спрос на наши детали.

Наша продукция – выгодная альтернатива бывшим в употреблении деталям. Дело в том, что основное – арки и пороги – используется тогда, когда «родные» элементы ржавеют, гниют. Если клиент обращается к бывшим в употреблении деталям, он неизбежно получает уже «усталую» запчасть, срок службы которой значительно меньше нашей. Кроме того, к деталям «с разборок» обычно прибегают для экономии бюджета, но стоимость оригинальной б/у детали и детали Klokkerholm или сопоставима, или наши детали даже дешевле.

Важно отметить, что наша продукция хорошо продается через все каналы продаж – по каналам дистрибуции, в магазинах запчастей, через Интернет и напрямую в СТО. Но очень важно обращать внимание на подготовку продавцов, обучать

всегда открыты к пожеланиям партнеров, готовы слушать их и вместе двигаться дальше.

Отмечу также, что все наши клиенты в России обеспечены равными условиями – у нас единый прайс-лист, и мы знаем, что наши отпускные цены дают возможность хорошо зарабатывать на продажах продукции Klokkerholm всем участникам рынка. Именно поэтому мы считаем те десять лет, которые компания работает на российском рынке, очень успешными и готовы к новым победам.



Ханс Айснер: «В нашей отрасли перемены быстро не происходят»



Имя **Ханса Айснера**, Президента GROUPAUTO International, пользуется заслуженным авторитетом во всем автомобильном мире: под его руководством международная Группа добилась лидерских позиций. Именно поэтому мы воспользовались визитом г-на Айснера в Москву, чтобы получить его экспертную оценку состояния дел в отрасли и ближайших перспектив рынка.



На меняющемся рынке нельзя работать так, как привычно, – надо повышать свою квалификацию

– Г-н Айснер, автомобильная отрасль меняется буквально на наших глазах: растет популярность идеи альтернативных источников энергии, гибридных машин и электромобилей и т. д. Как это повлияет на рынок обслуживания автомобилей?

– Изменения действительно происходят, и можно назвать их значительными, но хочу сказать, что в нашей отрасли, в том, что касается рынка вторичного обслуживания автомобилей, перемены не происходят быстро. Достаточно вспомнить, что сейчас по дорогам мира движутся 250–260 млн «традиционных» машин с двигателями внутреннего сгорания, и по моим оценкам, понадобится не менее 20 лет, чтобы заместить этот парк автомобилями с новыми двигателями, даже если эта работа будет вестись очень настойчиво. А скорее всего, пройдет еще больше, около 30 лет – сейчас просто нет достаточных ресурсов, чтобы полностью перейти на электромобили, не хватит материала для батарей. Есть вопросы и к экологической составляющей: ряд исследований утверждают, что электромобили вовсе не так безопасны для окружающей среды, как часто говорят. В общем, политическое решение о переходе на новые технологии есть, но практически до реализации этого решения еще далеко и многое может поменяться. Соответственно, и наш рынок, рынок запасных частей и автокомпонентов, еще долго будет существовать в привычном виде.

– Что вы думаете о «Дизельгейте»? Приведет ли это к полному вытеснению дизельных двигателей с европейского и американского рынков?

– Нет, я не думаю, что это случится. Во-первых, технические проблемы, связанные с дизельным скандалом, уже решены. А во-вторых, во всей этой истории велика коммерческая составляющая: и раньше говорили, что дизельные двигатели не так безопасны для окружающей среды, но тогда политики

закрыли на это глаза. Сейчас, когда выбросы стало возможно дополнительно очищать, выгода от использования дизеля тем более перевесит негатив. Я не ожидаю существенных перемен в ближайшие 10–15 лет в этом вопросе.

– А что может изменить отрасль в ближайшем будущем?

– Я считаю существенными изменения, которые, может быть, не столь активно представлены в средствах массовой информации, но могут оказать непосредственное влияние именно на наш бизнес уже в ближайшее время. Возьмем, например, большие города: мы видим, что молодые люди не хотят покупать автомобили, у них нет на это денег. Люди старшего возраста сейчас более серьезно задумываются о стоимости владения автомобилем – дорогое топливо и т. д. Все это приводит к тому, что количество автомобилей в частном владении будет уменьшаться, а расти, наоборот, прокат, такси и другие технологии временного использования машин, вроде каршеринга.

– Острой темой для профессионального сообщества становится давление автопроизводителей на независимый вторичный рынок. Какова ваша позиция по этому вопросу?

– Мы чувствуем это давление. А последние несколько лет автопроизводители стараются освоить рынок вторичного обслуживания постгарантийных машин, в том числе и старых. Они выпускают дополнительные линейки запчастей и даже открывают собственные сервисные сети. Однако у независимых СТО все равно есть значительные преимущества – по охвату рынка и по уровню технической подготовленности к обслуживанию старых автомашин. Поэтому поводов для паники нет, надо просто умело использовать свои преимущества.



– А телематика? По вопросу подключения к этим данным независимых СТО в Европе идет нешуточная борьба...

– Это правда, – мы, как представители рынка независимого обслуживания, считаем, что к данным телематических устройств должен быть обеспечен равный доступ. Сейчас для машин, которые подключаются к системе телематики, единственный путь обслуживания – обращаться к дилеру, поскольку основные технические данные недоступны независимым станциям технического обслуживания. На данный момент в Европе отсутствует норматив, согласно которому такие данные должны предоставляться всем участникам рынка,

Оговорюсь: это пока не острая проблема, новые машины, уже оснащенные системами телематики, пока еще даже не прошли гарантийный срок, но это проблема близкого будущего, буквально ближайшего года-двух.

– И что в связи с этим делать независимым СТО? Как готовиться к переменам – в ближайшем и отдаленном будущем?

– Во-первых, надо осознать свои преимущества – а они у нас, как я уже говорил, в большом охвате, как географическом (независимых СТО гораздо больше, чем дилерских), так и в клиентской базе. Благодаря этому у игроков независимого

Современная дистрибьюторская компания должна активно участвовать в маркетинговой деятельности – совместно с производителями

и автопроизводители этим пользуются. Решение должно быть политическим, и сейчас мы добиваемся этого в Европейской комиссии. Автоконцерны утверждают, что техническая информация есть на их сайтах и, в принципе, доступна независимым СТО, но данных телематики это не касается. Здесь возникает непонимание, с которым мы боремся. И делаем немало: удалось найти взаимопонимание с поставщиками, производителями автокомпонентов, которые поддерживают нас в этом вопросе. Мы стимулируем свои национальные группы, а они, в свою очередь, стимулируют независимые СТО осваивать телематику, пока на образцах независимых производителей.

рынка больше опыта в разных областях, богаче модельный ряд, с которым приходилось иметь дело. Однако, и это во-вторых, на меняющемся рынке нельзя работать так, как привычно, – надо повышать свою квалификацию. В случае с независимыми СТО совершенно необходимо осваивать маркетинговые инструменты, становиться более, если можно так сказать, «коммерциализованными» компаниями, не полагаясь только на сложившийся круг клиентуры, – активно использовать новые каналы коммуникаций, Интернет, рекламу и т. д. Также необходимо повышать и свою техническую квалификацию – информации сейчас много, ее надо отслеживать и применять.

– А как вести себя компаниям-дистрибьюторам?

– Современный автосервис не готов ждать поставки несколько дней, а тем, кто готов ждать, не нужны дистрибьюторские компании, они могут приобрести запасные части где угодно. Поэтому компаниям в нашей отрасли необходимо сделать акцент, во-первых, на логистике и, во-вторых, на том, что называется product management: помощи клиентам в освоении новых технологий и новинок продукции поставщиков. Что касается традиционной трехуровневой системы «производитель – дистрибьютор – клиент» – не думаю, что она будет меняться. Однако на некоторых рынках, и на российском в том числе, присутствует четырехуровневая система, когда между клиентом и дистрибьютором находится компания-дилер, – вот это может оказаться ненужным. Возможно, в будущем наши поставщики – производители запчастей попробуют продавать свою продукцию напрямую СТО, такие примеры уже есть в Германии, но я не думаю, что это явление приобретет массовый характер. Повторюсь: сейчас дистрибьюторская компания должна быть не перепродавцом, а в первую очередь логистической и маркетинговой компанией – именно так, одной логистики тоже недостаточно для успеха бизнеса.

– Сейчас говорят, что клиент больше не приобретает продукты – он хочет получать решения. Вы согласны с этой точкой зрения?

– Полностью согласен. Посмотрите: производители автокомпонентов все чаще предлагают не просто запчасти, а ремонтные комплекты. Но клиент будет разочарован, если вместе с запчастью или ремкомплектом не получит соответствующей информационной и технической поддержки. Именно поэтому я утверждаю, что современная дистрибьюторская компания должна активно участвовать в маркетинговой деятельности – совместно с производителями.



но отличается от азиатского, а тот, в свою очередь, не похож на американский. Во-вторых, мы продолжаем делать акцент на развитии собственной концепции сети СТО, которую можно назвать Eurogarage в глобальном масштабе, хотя в разных странах эта сеть может называться по-разному (в России – сеть «Эврикар – Заботливый сервис». – Прим. ред.). Сеть СТО гарантирует качество для клиентов, и она же обеспечивает защищенные продажи нашим поставщикам. Сейчас в 12 странах сеть не представлена – мы работаем над этим: в Мексике, например, сеть заработает уже в этом году. Наконец, третья задача, которую мы решаем, о чем уже говорилось выше, – это

GROUPAUTO Россия входит в пятерку крупнейших в международной Группе, и это отличный результат!

– В последнее годы GROUPAUTO International демонстрирует активный рост. Что в планах международной Группы?

– Рост можно понимать по-разному. Напомню, что GROUPAUTO International была создана 27 лет назад во Франции. Потом возникали группы в Германии, Испании, Италии, но мы оставались европейской компанией. В последние 9 лет мы перешагнули европейские границы: теперь нами практически полностью охвачен американский континент, от севера до юга. Недавно начали работать в Китае – там в Группе уже 36 компаний-дистрибьюторов. Должен сказать, что для GROUPAUTO International это своего рода вызов: нас в центральном офисе всего 8 человек. И такая небольшая команда координирует деятельность 35 национальных групп, работающих на 55 рынках и предлагающих продукцию 54 компаний-поставщиков! Наша основная задача – продолжать поддерживать развитие GROUPAUTO International в ее нынешнем виде. На практике для нас это означает поддержку единого уровня, а это не так просто: европейский рынок силь-

лоббистская работа: мы защищаем интересы независимого вторичного рынка на международном уровне, как это сейчас делается в связи с темой телематики. Должен отметить, что в этой работе мы сотрудничаем с другими торгово-закупочными группами: в остальном мы конкуренты, но здесь выступаем единым фронтом.

– Какое место на мировой карте GROUPAUTO International занимает российская Группа?

– Российская Группа успешно пережила все трудности, которые случались раньше, и сейчас результаты говорят сами за себя: мы видим, что GROUPAUTO Россия успешно работает с поставщиками и партнерами, проводит активную маркетинговую политику, развивает сетевые проекты. Это может быть образцом для других стран – из всех национальных групп только 5–6 могут работать на таком уровне. Кстати, GROUPAUTO Россия входит в пятерку крупнейших в международной Группе, и это отличный результат.

«КОМТРАНС»: «Мы не просто продаем запчасти – мы помогаем нашим партнерам строить успешный бизнес»



Челябинская компания «КОМТРАНС», не изменяя родному городу, в своей деятельности давно перешагнула региональные границы, став одной из ведущих компаний-поставщиков запасных частей для коммерческого транспорта в России. Помимо этого «КОМТРАНС» развивает сеть специализированных магазинов и сервисных центров TRUCK-LDC, организует обучение специалистов компаний-клиентов и проводит уникальное по масштабу отраслевое мероприятие – ежегодный «Уральский форум». О развитии и сегодняшнем дне компании мы попросили рассказать генерального директора компании «КОМТРАНС» **Дмитрия Павлова**.



Компания «КОМТРАНС» является одним из лидеров рынка продажи запасных частей для европейских грузовых автомобилей и прицепов в России

На сегодняшний день компания «КОМТРАНС» является одним из лидеров на рынке продажи запасных частей для европейских грузовых автомобилей и прицепов в России. Головной офис, а также центральный склад площадью более 4000 м² находятся в Челябинске – крупном транзитном центре, расположенном в самом сердце России. Это обеспечивает клиентам по всей России и северной части Казахстана оперативные поставки и максимально удобный сервис.

Клиентами «КОМТРАНСа» являются оптово-розничные компании по продаже запасных частей для европейского грузового транспорта, магазины и сервисные центры, занимающиеся ремонтом и обслуживанием европейских грузовых автомобилей; компании, работающие в сфере транспортных услуг и грузоперевозок, а также компании с крупными корпоративными грузовыми автопарками.

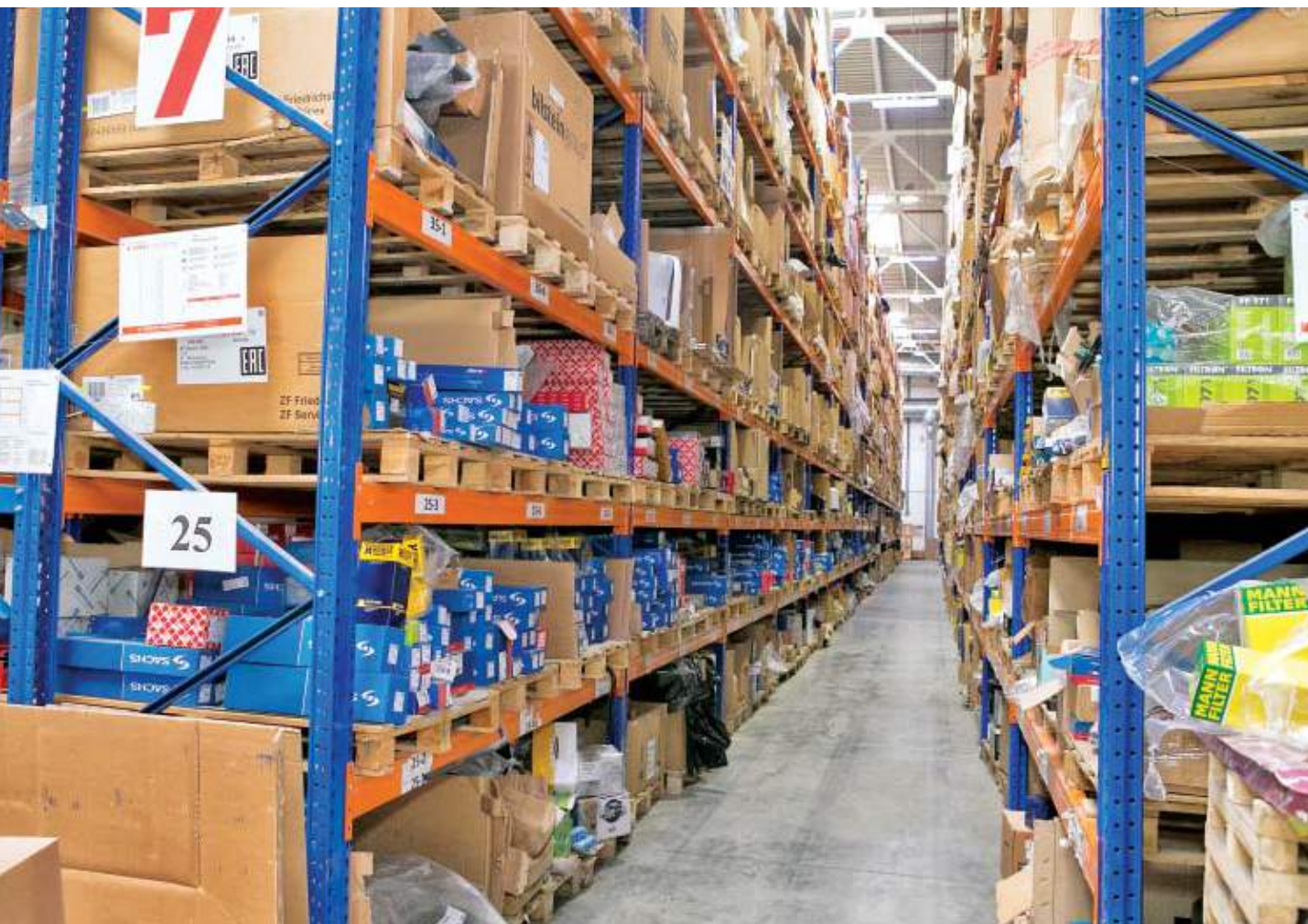
Компания работает на рынке с 2002 г. За это время «КОМТРАНС» вырос в Группу компаний, которая является дистрибьютором большинства ведущих производителей автозапчастей, обеспечивает удобную логистику благодаря собственному автопарку и логистическим центрам в ключевых регионах России и Казахстана, является основным поставщиком для крупных розничных торговых точек и автосервисных центров по всей территории страны, а также имеет собственную розничную сеть (5 магазинов и сервисный центр) в Челябинске.

«КОМТРАНС» видит будущее в партнерстве с локальными компаниями, сила которых – в знании региональной

специфики спроса. «КОМТРАНС», со своей стороны, будет прилагать все усилия для развития своего бизнеса через развитие бизнеса своих клиентов. Мы стремимся войти в Топ-5 крупнейших дистрибьюторов запчастей для европейского коммерческого транспорта в России – и обязательно добьемся этого при помощи развития логистики, сервиса и маркетинговых программ для наших региональных партнеров.

Совместно с нашими ключевыми партнерами мы развиваем проект TRUCK-LDC при поддержке GROUPAUTO Россия. Также мы запускаем проект «Служба помощи на трассе», в рамках которого будем предоставлять круглосуточный сервис по эвакуации, ремонту и обслуживанию грузовых автомобилей для компаний с корпоративными парками через нашу партнерскую сеть СТО и магазинов. Для наших ключевых партнеров действует специальная программа поддержки.

Мы специализируемся на рынке запчастей для европейских грузовиков и прицепов. Данный рынок достаточно узок: на нем ограниченное количество клиентов и достаточно высокий уровень информированности всех представителей розничного сектора об оптовых поставщиках (дистрибьюторах), производителях. Кроме того, все участники рынка – профессионалы, те, кто постоянно работают с продукцией, знают ее особенности. На нашем рынке заметную роль играют не только ассортимент, цена, логистика, коммерческие условия, но и репутация. Поэтому мы строим свой бизнес так, чтобы наши клиенты оставались



довольны сотрудничеством с нами, чтобы каждый новый клиент становился нашим постоянным партнером. Мы не просто продаем запчасти – мы помогаем нашим партнерам строить успешный бизнес.

После экономических потрясений в конце 2014 г. спрос заметно сместился в сторону более дешевых аналогов, на рынок поступило много продукции достаточно низкого качества. Поэтому появилось много предложений для

местным усилиям производителей и дистрибьюторов проблема дешевых низкокачественных запчастей и контрафакта станет менее значимой.

Сейчас важными факторами являются гарантия, качество, цена и сервис. Поэтому производителям важно оперативно отслеживать ситуацию и реагировать на изменения. Кроме того, важным моментом является общение с представителями розничного сектора. Мы регулярно

В сеть G-TRUCK/TOP-TRUCK входят только те магазины и СТО, которые реализуют качественные запчасти от проверенных европейских производителей и оказывают сервис на высоком уровне, предоставляя гарантию на запчасти и услуги

удовлетворения подобного спроса. Но постепенно приходит осознание того, что дешевые низкокачественные запчасти приводят к дополнительным затратам в будущем. Этому способствуют не только личный опыт водителей и механиков, но и регулярные семинары и тренинги, которые проводят производители и мы, дистрибьюторы. Поэтому постепенно ситуация стабилизируется, и благодаря сов-

проводим для сотрудников наших клиентов, продавцов и сервисменов, обучающие семинары с привлечением технических специалистов производителей, где производители могут получить обратную связь о своем продукте и сервисе, а представители магазинов и СТО – получить напрямую от производителей ответы на все вопросы о продукте и особенностях установки и использования. Кроме



того, мы ежегодно проводим Уральский форум «Запчасти и сервис для европейского коммерческого транспорта». Это уникальное мероприятие, не имеющее аналогов в России, где на одной площадке собираются представители производителей, дистрибьюторов, СТО, магазинов, компаний с корпоративными парками и на протяжении двух дней в различных форматах обсуждают актуальные вопросы рынка, поставок, качества, гарантии и др.

Как руководитель компании-дистрибьютора могу сказать, что GROUPAUTO Россия дает возможность более открытого и плодотворного общения с европейскими производителями запчастей. В рамках Группы существует возможность реализации дополнительных проектов и интересных идей. Так, 20–24 ноября при поддержке GROUPAUTO Россия мы организовали поездку для наших ключевых партнеров на завод ведущего европейского производителя – компании Schaeffler. В прошлом году мы также организовывали подобную поездку на заводы Mann-Hummel и Mahle. Наши партнеры отмечают высокую значимость подобных мероприятий, так как для них от-

крывается возможность не только напрямую пообщаться с производителем и задать наиболее важные вопросы, но и понять процесс и особенности производства запчастей, что важно при работе с конечными покупателями.

Мы вместе с GROUPAUTO Россия развиваем проекты G-TRUCK/TOP-TRUCK. Я вижу огромный потенциал данных проектов, учитывая, что постепенно рынок запчастей для коммерческого транспорта приобретает цивилизованную оболочку, и компании с корпоративными парками и водители грузовых автомобилей начинают отдавать предпочтение проверенным магазинам и СТО. А в сеть G-TRUCK/TOP-TRUCK входят только те магазины и СТО, которые реализуют качественные запчасти от проверенных европейских производителей и оказывают сервис на высоком уровне, предоставляя гарантию на запчасти и услуги.

В любом бизнесе важно быть уверенным в том продукте, который ты предлагаешь своим клиентам. Поэтому я посоветовал бы выбирать правильных партнеров, поставляющих запчасти. И «КОМТРАНС» является таким партнером!

Юбилей XX ROSSKO



9–10 сентября 2017 г. в Новосибирске компания ROSSKO отметила важную дату в своей истории – 20-летие компании. Гостями праздника стали поставщики и партнеры компании, а главными героями события – сотрудники ROSSKO во главе с основателем и владельцем компании **Сергеем Борисовичем Кизиевым**.

В зале новосибирского отеля «Домина» компания ROSSKO встречала приглашенных гостей – друзей и партнеров. Среди гостей были представители от KYB, DENSO, GATES, NTN-SNR, TENNECO, febi, OSRAM, MANN+HUMMEL, NGK NTK, PHILIPS, BREMBO, JP Group, AJUSA, MAHLE, ZF, SHAEFFLER, SKF, FILTRON, TMD Friction, VALEO, Lesjofors, LYNX и многие другие.



После приветственного фуршета торжественная часть мероприятия началась с приветственного слова Сергея Борисовича Кизиева гостям и вручения почетных золотых значков лучшим сотрудникам команды ROSSKO.

Гости, в свою очередь, вручали подарки, делились воспоминаниями о сотрудничестве с ROSSKO и высказывали пожелания на будущее.

OSRAM, Кристиан Прель, директор по продажам в Европе, Латинской Америке и на Ближнем Востоке:

– В ROSSKO особенно впечатляет, что компания никогда не отступает и всегда реализует свои планы даже в кризисных ситуациях. Я хотел бы пожелать ROSSKO сохранить свое стратегическое видение и продолжить реализацию своей стратегии.

M+H, Томас Шермули, генеральный директор MANN+HUNNEL Россия:



– ROSSKO постоянно развивается и никогда не стоит на месте, и драйвером всего этого, безусловно, является Сергей Борисович Кизиев.

Tenneco, **Антон Куликов**, директор представительства в России и СНГ:

– Мы сотрудничаем с ROSSKO меньше чем 20 лет, но за то время, которое работаем вместе, успели заметить, какие значительные, а в последние годы даже феноменальные успехи компания демонстрирует. У С. Б. Кизиева есть репутация требовательного переговорщика, но его требования к поставщикам всегда оправданны и аргументированы.

febi, **Владимир Муравьев**, коммерческий директор ООО «Фердинанд Бильштайн РУС»:

– Во взаимоотношениях с ROSSKO всегда ощущается конструктивный подход и видение будущего. Хочется пожелать ROSSKO сохранить этот настрой и лидерский подход к работе – мы многому учимся друг у друга.



Представители GROUPAUTO Россия стали гостями торжества: президент Группы Александр Красный, вице-президент Сергей Королев и руководитель отдела по работе с поставщиками, аналитике и координации Лев Лагранский.

Компания ROSSKO – один из основных партнеров GROUPAUTO Россия на протяжении многих лет. Руководителей Группы и ROSSKO связывают не только деловые, но и крепкие дружеские отношения.

Участие представителей руководства Группы в юбилейном торжестве стало продолжением церемонии, состоявшейся ранее в Москве, когда ROSSKO и С.Б. Кизиева чествовали в ходе торжественного гала-ужина GROUPAUTO Россия.

NTN-SNR, **Леонид Нерезов**, директор Департамента автомобильных запчастей СНГ, Прибалтики и Грузии:

– Наше партнерство с ROSSKO началось не так давно, но уже сегодня видно, что уже на старте мы превзошли ожидания друг друга. У нас есть совместные среднесрочные и долгосрочные планы. Нашей компании уже сто лет, и мы отлично понимаем, как важен потенциал развития, заложенный в начале, – у ROSSKO это прошедшие 20 лет, желаем им безоблачного неба и неуклонного роста!



Склад новых возможностей



22 августа 2017 г. состоялось торжественное открытие нового склада компании «Авто-Евро», ведущего дистрибьютора автокомпонентов для легкового и коммерческого транспорта. Мероприятие было организовано совместно компанией «**Авто-Евро**» и **GROUPAUTO Россия**.



Новый складской комплекс «Авто-Евро» – значительной площади (45 тыс. м² с возможностью расширения) и оборудован в соответствии с самыми современными требованиями. Уже сейчас «Авто-Евро» обеспечивает своим клиентам самую быструю и аккуратную по комплектации доставку в Москве. Новый комплекс позволит расширить номенклатуру поставляемых продуктов и оперативность сервиса компании.

Олег Пухов, основатель и владелец компании «Авто-Евро»:

– Строительство комплекса такого размера и уровня – огромная комплексная задача. До сих пор иногда не верится, что мы с ней справились и сегодня торжественно открываем наш новый склад. Но эта цель достигнута, теперь мы сможем еще лучше обслуживать наших клиентов. А в планах – продолжать развиваться: теперь надо строить такие же комплексы в других городах и регионах.



Новый комплекс позволит расширить номенклатуру
поставляемых продуктов и оперативность сервиса компании



Развитие сетевых сервисов – устойчивый тренд 2017 года

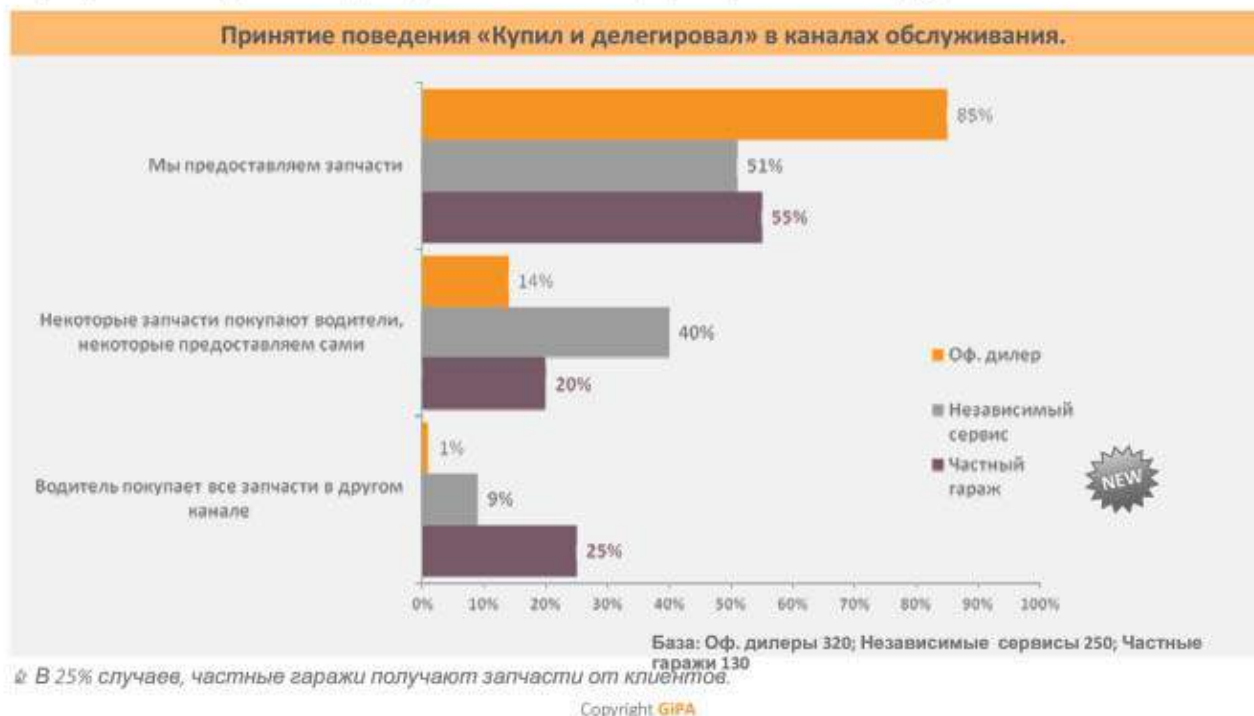


Итоги уходящего года в цифрах и комментариях по традиции будут подведены только весной 2018 г., но определенные тренды уже очевидны. О них рассказывает генеральный директор GiPA Россия, эксперт автомобильного рынка **Александр Груздев**.

Продажи запчастей Принятие поведения «Купил и делегировал»



⇒ «Купил и делегировал» очень важное явление в России, даже официальные дилеры разрешают водителям приходить с запчастями, приобретенными в другом канале.



На рынке обслуживания и ремонта автомобилей в уходящем году происходили структурные изменения – отметим их, поскольку это важная тенденция: число новых СТО не растет, зато меняются характер их деятельности, взаимоотношения с потребителем и сопутствующие активности. Полной статистики пока нет, итоги года традиционно подводятся, начиная с январской конференции Комитета автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), но уже можно сделать первые выводы по итогам работы отрасли в 2017 г.

ку, то сейчас автовладельцы экономят и приезжают со своими, заранее купленными деталями. С одной стороны, это не очень положительная тенденция: подобное поведение потребителя отбирает у СТО возможность заработать на продаже запасных частей. Но, с другой стороны, автовладельцы не хотят тратить время на ремонт «своими силами» – при росте экономики и доходов граждан функция продажи запасных частей также снова будет делегироваться сервисам.

Еще одна наметившаяся тенденция – изменение характера деятельности таких субъектов авторемонта, как

Автовладельцы не хотят тратить время на ремонт «своими силами» – при росте экономики и доходов граждан функция продажи запасных частей также снова будет делегироваться сервисам

К сожалению, сохраняется тенденция «переключения» автовладельцев с принципа «делегировал» на морально устаревший, но вновь набирающий популярность в условиях сокращения свободных средств принцип «купил и делегировал». Фактически если раньше рос процент водителей, которые приезжали на СТО и доверяли станции и покупке запчастей, и их установ-

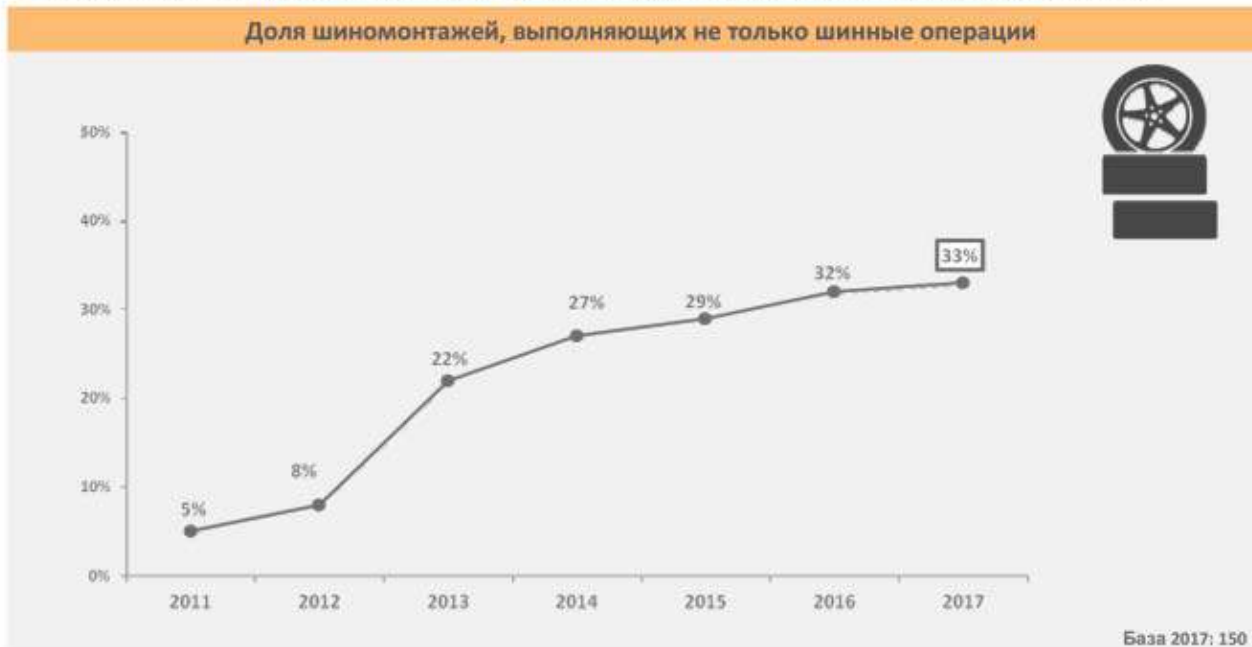
всем известные «гаражи» и «шиномонтажки». Частные гаражи перестают быть «низшим звеном» отрасли – точками, где делают все по низкой цене и с соответствующим невысоким качеством. Все больше мелких частных мастерских (по нашим оценкам – до 30 %) начинают отдавать предпочтение специализации: например, хороший мастер-моторист в собственном гараже делает

Ситуация на рынке и эволюция Доля шиномонтажей, выполняющих не только шинные работы



- Доля шиномонтажей, выполняющих не только шинные работы достигает почти 1/3.
- Рост за 5 лет почти в 6 раз, раньше таким шиномонтажом был каждый 20-ый, теперь каждый третий.

Доля шиномонтажей, выполняющих не только шинные операции



➤ В 2017 году 33% шиномонтажей заявляют, что выполняют не только операции с шинами.

Июнь 2017

Copyright GIPA

только ремонт двигателей. Можно ожидать перетока части клиентуры именно к таким специалистам – например, в США таких мастеров называют specialists, и их услуги весьма востребованы, например в случае ремонта АКПП. Аналогичный процесс происходит с шиномонтажными мастерскими: примерно 1/3 таковых уже не ограничиваются собственно шиномонтажом и активно развивают параллельные услуги, например замену масла или свечей – это быстро и просто, кроме того, есть

Уходящий год показал, что стремление крупных игроков рынка к созданию сетей федерального уровня и значения необратимо, а значит, развитие существующих сетей продолжится. И это не только важный, но и положительный тренд: большинство автовладельцев пока не до конца осознали ценность сетевых СТО, но, как показывает зарубежный опыт, понимая преимущества такого обслуживания, клиенты становятся лояльными именно сетям. Второй положительный момент – раз-

Уходящий год показал, что стремление крупных игроков рынка к созданию сетей федерального уровня и значения необратимо, а значит, развитие существующих сетей продолжится

необходимые возможности (помещение, оборудование, персонал и пр.). Необходимо учитывать, что компании – производители шин развивают собственные сетевые программы, поэтому «шиномонтажки» нового поколения могут составить конкуренцию даже сетевым СТО.

Позитивным итогом 2017 г. можно назвать тренд развития сетевых концепций. Еще два года назад этот сегмент рынка был практически никем не охвачен, в прошлом году началось развитие сетевых проектов, но не было уверенности, что этот процесс необратим.

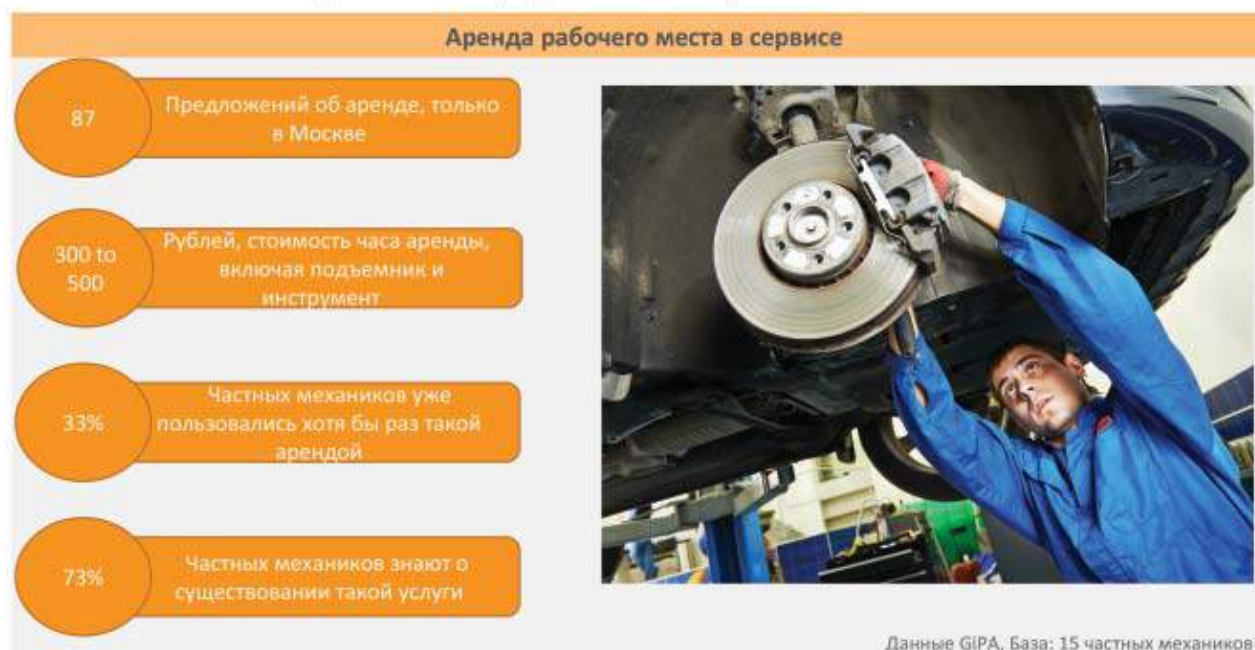
витие сетевых сервисов ведет к росту использования автозапчастей премиального уровня, который альтернативен «оригиналу». Пострадают от этой тенденции в первую очередь дилерские СТО: если сети независимых сервисов будут развиваться быстро и успешно, то дилеры, которые и сейчас не очень хорошо умеют работать с постгарантийными машинами, могут никогда этому не научиться и потерять таких клиентов навсегда.

Наконец, яркий тренд уходящего года – разного рода ИТ-решения и онлайн-платформы. В жизнь автомобиль-

Новые тренды и игроки Аренда рабочего места в сервисе



⇒ Высокий уровень самостоятельного выполнения работ и частные механики привели к появлению нового вида бизнеса – аренды места обслуживания.



Copyright GIPA

ного сообщества вошли всевозможные агрегаторы, частные автомеханики с выездом к заказчику (так называемый бытовой фриланс через Интернет), виртуальные доски объявлений, интернет-сервисы технической помощи и даже услуги водителя-консьержа, который отвезет автомобиль на СТО или исполнит другие поручения. Каждый из этих механизмов – это и возможность, и риск. Агрегаторы могут многое, они имеют возможность привлечь дополнительный клиентский трафик

В заключение еще раз подчеркну, что к изменениям на рынке надо относиться очень внимательно. Часть наметившихся трендов является значимой и может привести к изменениям рынка в целом, в первую очередь это касается роста сетевых проектов и внедрения онлайн-технологий. Вторая часть – ситуативная, зависящая от положения в экономике в целом, как, например, рост тенденции к поведению клиентов СТО «купил и делегировал». Хотелось бы надеяться, что это

Часть наметившихся трендов является значимой и может привести к изменениям рынка в целом, в первую очередь это касается роста сетевых проектов и внедрения онлайн-технологий

и монополизировать имеющийся. Это риск, потому что бизнес СТО попадает в зависимость от сторонней структуры. В этой ситуации станция должна сама решать – берет она клиента или нет, поскольку мобильное приложение все равно получит свои комиссионные, а прибыльность СТО его абсолютно не волнует. Впрочем, рано судить, насколько успешными будут эти передовые решения: обычно с модными тенденциями все происходит одинаково, яркий старт вовсе не означает, что у новых компаний хватит ресурсов для устойчивого развития.

временное явление. Наконец, третья часть трендов, зачастую самая яркая, вроде роста популярности многочисленных сайтов-агрегаторов, – это, если можно так выразиться, тренды-однодневки: сегодня они на пике популярности, но уже завтра мода пройдет, сильные игроки останутся и станут еще сильнее, «пустышки» покинут рынок навсегда.

GiPA Россия всегда внимательно следит за изменениями на рынке и готова делиться этой информацией с участниками рынка.

С НОВЫМ ГОДОМ!



Уважаемые партнеры! Примите наши искренние и душевные поздравления с наступающим Новым годом! Пусть новый год станет годом удачи и растущего финансового благополучия. Мы желаем вам вдохновения и силы в работе, реализации задуманных планов и крепкого партнерства.

С благодарностью за ваше надежное партнерство, компания **Ajusa**



Уважаемые партнеры и коллеги! Компания BOSAL поздравляет вас с Новым годом и Рождеством! Желаем вам в наступившем новом году успешного бизнеса и роста доходов. Не забывайте, что в лице компании BOSAL вы всегда найдете надежного партнера, получите качественный продукт и поддержку во всех вопросах.

Вместе у нас все получится! Успехов вам и удачи!



В конце года принято подводить итоги. Для компании Brembo уходящий год был насыщенным, плодотворным и весьма успешным. О результатах работы нашей российской команды лучше всего свидетельствует высокий рост продаж – как в России, так и в странах СНГ. Мы хотим поблагодарить наших дистрибьюторов, которые давно сотрудничают с нашим брендом, а также тех, кто стали нашими партнерами в 2017 г. Также мы признательны специалистам розничной торговли и сервисного сегмента, которые, понимая важность качества тормозных компонентов с точки зрения безопасности, предлагают потребителям продукцию, гарантирующую эффективное торможение. И конечно, мы говорим «спасибо» нашим преданным поклонникам, которые предпочитают Brembo всем другим брендам, представленным на рынке. Удачи и процветания в Новом году!

Борис Кормилицин, территориальный менеджер в странах СНГ, ООО «Брембо Россия»



Новый год – прекрасный момент для прогрессивных начинаний и успешных продолжений. Мы от всей души поздравляем наших коллег, партнеров и участников рынка автозапчастей с Новым 2018 годом! Пусть новый год принесет вам развитие во всех областях. Желаем, чтобы все задуманное осуществилось и у вас появилось больше возможностей для развития и реализации поставленных задач. Удачи вам, оптимизма, крепкого здоровья и благополучия!

Компания **Dayco**



Уважаемые партнеры! Мы искренне верим, что Новый 2018 год принесет всем нам блестящие возможности, интересные проекты, новые встречи и, разумеется, успех. Хотим поблагодарить вас за новые идеи, реализованные проекты – за наше сотрудничество в целом и темп, который мы держали весь текущий год. Желаем вам успехов, благополучия и много радости в Новом году!

Искренне ваши, **Delphi**



Дорогие партнеры! Наша совместная работа с вами в уходящем году принесла отличные результаты! Мы верим, что наши партнерские связи стали серьезной ступенью для достижения поставленных целей. От лица всей команды DENSO поздравляем вас с Новым 2018 годом и желаем вашим сотрудникам профессиональных успехов, а компании – развития, процветания и реализации самых грандиозных планов! Благодарим вас за оказанное нам доверие и надеемся на дальнейшее сотрудничество в наступившем 2018 году.

Илья Соколов, региональный менеджер, **DENSO Russia**



Уважаемые коллеги! В канун новогодних праздников мы подводим итоги и строим планы на будущее. Оставляя за плечами эмоции, трудности и достижения уходящего года, хочется, чтобы все предстоящие события приносили только душевную радость, моральное удовлетворение и финансовый успех. От лица компании «Авто-мс» сердечно поздравляю партнеров и коллег с Новым годом! Пусть поставленные цели будут достигнуты, а вершины покорены. Желаю вам и вашим родным крепкого здоровья, любви и семейного благополучия!

Уважаемые друзья и партнеры! Сердечно поздравляем вас с Новым годом и Рождеством! Желаем в Новом 2018 году здоровья, счастья, благополучия вам, вашим семьям и всем близким! Желаем дальнейшего успешного развития вашим компаниям, роста и процветания. Мы рады, что продукция Elring есть в вашей торговой программе и надеемся, что качество нашей продукции будет способствовать продолжению сотрудничества, будет приносить радость, удовлетворение от работы и прибыль.



Уважаемые партнеры! Мы благодарим вас за сотрудничество и желаем вам и вашим семьям счастливого Рождества, здоровья и успехов в Новом 2018 году!

Команда **ООО «Фердинанд Бильштайн Рус»**



В наступающем новом году от имени компании Gates желаем всем участникам рынка добра, успехов в бизнесе, вдохновения и достижения амбициозных целей! Удача сопутствует смелым и решительным, и пусть эти качества будут с вами весь 2018 год!

Компания **Gates**



Российское представительство компании HELLA поздравляет всех с Новым годом и Рождеством! Пусть год грядущий принесет успешные проекты, радостные моменты, благополучие в ваши дома, счастье и удачу. Пусть то, что не всегда удается, дает бесценный опыт, а то, что удается, дарит радость и удовольствие. Пусть вдохновение, любовь и волшебство сделают жизнь прекраснее в Новом году!



Дорогие друзья! Новый год – это время новых планов и надежд. Мы заканчиваем 2017-й с хорошими результатами, поэтому и в будущий год смотрим с большими ожиданиями. Пусть каждый новый день несет новые возможности, цели и достижения. Пусть сделки будут выгодными, а проекты – успешными.

Коллектив **КУВ Евразия**



В Новый 2018 год – вместе с LESJÖFORS! Дорогие наши клиенты! Поздравляем вас с наступающими праздниками! Желаем вам благополучия и процветания! Пусть стабильность и уверенность будут вашими верными путеводителями в Новом году, а пружины компании LESJÖFORS позаботятся о вашем комфортном и безопасном движении!

Константин Брезе, генеральный директор **ООО «Лейшефорс Спрингс»**



Коллектив компании LIQUI MOLY от всей души поздравляет всех автолюбителей с наступающим Новым годом! Провожая 2017 год, хотим поблагодарить всех клиентов и партнеров нашей компании за оказанное доверие и верность нашим дружеским отношениям. Мы уверены, что 2018 год будет еще более радостным и удачным для всех нас. Желаем всем, чтоб автомобиль был надежно защищен, желания исполнялись с немецкой педантичностью, а уровень жизни можно было сравнивать с качеством LIQUI MOLY. С Новым годом, друзья!



Дорогие друзья! Поздравляем вас с наступающим Новым годом и Рождеством! Пусть Новый год будет насыщен новыми планами, творческими идеями и финансовым успехом! Желаем вам и вашим семьям крепкого здоровья и огромного счастья! Компания KLOKKERHOLM благодарит вас за успешный год и желает хороших праздников!



Уважаемые коллеги и партнеры GROUPAUTO! Компания «ПартКом» от всей души поздравляет вас с наступающим Новым 2018 годом! Пусть наступающий год принесет нам всем много хороших новостей, ярких моментов и, конечно же, рост! Мы верим, что он будет удачным и счастливым для всех! С Новым годом!



Дорогие наши друзья, коллеги и партнеры! Коллектив российского офиса TMD Friction от всей души поздравляет вас с Новым годом и Рождеством! В наступающем году мы желаем вам успеха и благополучия, реализации ваших самых смелых и амбициозных планов и проектов, а мы, со своей стороны, вас поддержим и поможем вовремя остановиться! Счастливого Нового года и Рождества!

Ваши **Textar, Mintex, DON**





Уважаемые партнеры, коллеги и друзья! Заканчивается еще один год в нашей жизни, – скоро он станет историей, оставшись в наших воспоминаниях как одна из ступенек, которые мы преодолеваем, поднимаясь по лестнице под названием «жизнь». Для каждого этот путь свой, и мы желаем вам, чтобы каждая новая ступенька, озаренная солнечными лучами, была выше предыдущей и ваш жизненный путь никогда не пересекался, но соприкасался с другими, дополняя, радуя и делая вас сильнее и счастливее. И конечно, желаем каждому иметь крепкий фундамент по жизни – здоровье – для реализации любых желаний! С Новым 2018 годом!



Уважаемые клиенты и партнеры! Спешим поздравить вас с Новым 2018 годом! Благодаря нашим совместным усилиям реализуются новые проекты и планы на высоком, качественном уровне. Мы благодарим за доверие, оказанное нашей компании, и надеемся, что наше сотрудничество продолжится в новом году. Желаем вам и вашим близким здоровья и благополучия! Пусть Новый год станет годом новых свершений, достижений и радостных событий, творческих идей и финансовых успехов. Наши искренние поздравления!

Компания «Вольтаж»



Друзья, с наступающим годом Собаки!
Пусть в прошлом останутся все передрыги,
Все беды, невзгоды, проколы и трудности.
Желаем вам творческой жилки и мудрости!
Пусть в Новом году вам живется безоблачно!
На сердце всегда будет мирно и солнечно.
Работайте дружно и с полной отдачей.
Успехов в карьере, любви и удачи!



Сердечно поздравляем наших партнеров и участников автомобильного рынка с Новым 2018 годом! Желаем вам всегда делать правильный и взвешенный выбор, который, возможно, не сулит легкой дороги или быстрой отдачи, но обязательно приведет к успеху! Удачи, благодарных клиентов и успешного бизнеса!

Андрей Алексюк, MANN+HUMMEL Россия



Команда NRF желает вам счастливого Нового года и Рождества Христова! Встреча Нового года – особенное время, наполненное душевным теплом и новыми надеждами. Каждый из нас подводит итоги и строит планы на будущее. Желаем всем в новом 2018 году вдохновения и уверенности в собственных силах, которые помогут вам реализовать творческий и профессиональный потенциал. Пусть наступающий год будет полон интересных идей, больших побед, радостных событий и незабываемых мгновений!

Команда NRF



Уважаемые коллеги и партнеры, компания Philips в первую очередь хотела бы поблагодарить вас за ту работу, которую мы проделали вместе с вами в 2017 году. Мы поздравляем вас с Новым годом! Мы хотим пожелать вам светлого и яркого 2018 года. Пусть этот год принесет вам много новых высот и достижений в ваших проектах, а компания Philips будет освещать вашу дорогу к новым победам и по-прежнему оставаться надежным партнером.

Компания Philips



От лица Sogefi Filtration и FRAM сердечно поздравляем коллег с наступающим Новым годом! Примите самые искренние поздравления с наступающим Новым годом! Пусть Новый год подарит вам только самые светлые и добрые воспоминания. Надеемся, что в 2018 году мы все добьемся небывалых высот, роста доходов, удивительных открытий и незабываемых встреч! Пусть успех сопутствует всем вашим начинаниям всегда и во всем. Желаем вам мира, согласия, терпения, добра, счастья и, конечно же, удачи!

Sogefi Filtration и FRAM



Счастливого Нового года и Рождества вам и вашим близким!



С Новым 2018 годом и Рождеством!



Коллектив GROUPAUTO Russia желает
Вам счастья, здоровья и процветания в Новом 2018 году!
С Новым 2018 Годом и Рождеством!

ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ: ВЫБИРАЙ ПРАВИЛЬНО! ПРЕМИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ – ОРИГИНАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО



www.groupautorus.ru

