

Service and Parts

№ 4 (июль – август) 2019

www.car-pr.com

CAR **pr**



ЖУРНАЛ ДЛЯ СТО

CAR-PR.RU

CAR pr

○ **Event-агентство**
для автобизнеса

○ **Журнал**
Service and Parts

○ **Инфоportal** для СТО

○ **Конференции**
и профессиональные
конкурсы

○ **Продвижение брендов**
в профессиональной
среде

○ **Аналитика рынка**
автокомпонентов и
сервисных услуг

○ **Маркетинговые акции**
для розницы и СТО



Почему мы обращаем внимание на каждую деталь?



Потому что совершенство - это
наша гордость.

Здесь, в Германии, мы стремимся к совершенству. Должны признаться, на LEMFÖRDER мы по-настоящему одержимы этим. Поэтому более 50 автопроизводителей доверяют нашему качеству поставщика на конвейер. Выберите LEMFÖRDER – качество без компромиссов.



ВСЕМИРНО ИЗВЕСТНАЯ  НЕМЕЦКАЯ ТОЧНОСТЬ



Организатор – CAR-PR

КОНФЕРЕНЦИЯ «Грузовые компоненты и сервис» В день выставок «Комтранс» и «Интеравто»!

3 сентября 2019

Приглашаем представителей грузовых автосервисов, розницы и оптовых компаний, специализирующихся на продаже автокомпонентов и ремонте коммерческих автомобилей. Вход бесплатный, по регистрации. Спикеры – ведущие мировые бренды по производству и поставкам автокомпонентов и оборудования. Приглашаем руководителей автосервисных предприятий, розничных и оптовых компаний
Время – 11-00- 16-00, 2 павильон. Конференц-зал L

Программа:

11-00-11-20 – регистрация.

11-20-11-40 – Оксана Демченко, эксперт.

Анализ коммерческого автопарка, основных трендов и тенденций рынка ремонта и автокомпонентов.

Блок – «КОМПОНЕНТЫ».

11-40 – 12-30 - Концерн ZF.

На российском рынке концерн ZF предлагает полный ассортимент продукции в области трансмиссии, рулевого управления и подвески, торговых марок Sachs и Lemförder с качеством поставщика в серию. Проводит планово-предупредительный ремонт, переоснащение и переналадку, обеспечивающие высокий уровень эффективности, безопасности и комфорта, а так же ремонт и промышленное восстановление продукции ZF и других производителей.

12-30-13-20 - Концерн Schaeffler.

Schaeffler Gruppe – мировой поставщик для автомобилестроения и промышленности. Своими высокоточными компонентами и системами в двигателе, коробке передач и ходовой части, а также подшипниками качения и Schaeffler Gruppe вносит вклад в развитие «мобильности завтрашнего дня».

Подразделение Automotive Aftermarket обеспечивает международные поставки автозапчастей для вторичного рынка и предлагает инновационные ремонтные решения качества конвейерного поставщика.

13-20-14-00 – блиц-выступления от ведущих поставщиков автокомпонентов для коммерческих авто.

Блок - «ОБОРУДОВАНИЕ».

14-00 – 15-00 – Обзор новинок автосервисного оборудования для коммерческих авто от ведущих мировых производителей. Анализ рынка.

Блок – «Бизнес-кейсы»

15-00-16-00 – Сергей Чернявский, соучредитель компании Digital Diesel

Интернет-технологии. Привлечение клиентов. Лидогенерация. Продвижение компании. Основные ошибки в рекламных расчетах.

Вход бесплатный.

Для регистрации нужно отправить на car-pr@bk.ru или по тел. 8 (926) 838 1076

1. Название компании.

2. ФИО и телефон.

Организатор - Марина Белоглядова



ВСЕ ПОД РУКОЙ!

LuK GearBOX - не упущено ни одной нужной детали.

Каждый комплект LuK GearBox разработан для определенного типа коробки передач и содержит все необходимые компоненты для профессионального ремонта.

Больше информации:

www.schaeffler.ru/aftermarket

www.rexpert.ru



SCHAEFFLER

Расширение ассортимента FAG



На российском рынке достаточно известны и популярны все четыре бренда Концерна Schaeffler - LuK, INA, FAG и Ruville, которые представляют широкий ассортимент систем сцепления, деталей двигателя и трансмиссии, а также ремонтные решения для шасси.

В 2019 году Концерн Schaeffler сообщил о перепозиционировании бренда FAG, в портфель которого добавляются детали подвески.

На данный момент произошло изменение концепции распределения товарных групп по следующим брендам:

- LuK – детали трансмиссии,
- INA – детали двигателя,
- FAG – шасси.

В рамках новой концепции такая товарная группа, как ступичные подшипники, остаются под брендом FAG, а вот детали подвески и ШРУСы, которые выпускались ранее под брендом Ruville, теперь будут выпускаться только под брендом FAG, а также опоры стоек амортизаторов, вместо бренда INA и Ruville, будут в упаковке FAG.

Уже в сентябре 2019 года компания представит рынку новые продукты расширенного ассортимента под брендом FAG.

Так как FAG – это поставщик более крупных и технологических узлов, а также бренд преми-

ум-сегмента, то было полностью переработано предложение нового ассортимента.

Ценовое позиционирование – премиум-сегмент, но при этом всего на 10% выше среднего.

Например, что касается деталей подвески, то на рынке очень много и упаковщиков и производителей. И конкурировать можно только с высоким качеством.

Ассортимент FAG теперь включает в себя 440 артикулов рулевых наконечников, 970 рычагов, 380 шаровых опор, 750 шаровых соединений, 980 стоек стабилизатора, 450 втулок.

Было закуплено новое оборудование в Гамбурге, произведены испытания всех деталей от поставщиков. И если раньше у бренда Ruville было 70 поставщиков, то для бренда FAG их осталось три. С каждым ведется отдельная

работа по соответствию производственным стандартам Концерна Schaeffler (качество металла, чертежи и разработки, требования по прочности и мн. др).

Если сказать коротко, то за разработку, контроль и упаковку теперь отвечает Schaeffler.

Инженерами компании была проделана титаническая работа - пересмотрено 1 500 (!) ремонтных комплектов для различных моделей авто и узлов автомобилей.

В результате в комплекты были добавлены смазки, болты, аксессуары, в том числе и очень редкие, что отсутствует полностью или частично у всех наших конкурентов. При этом цены остались прежними при премиум-качестве.

Для примера – 2 таблицы, в которых видны конкурентные преимущества наших комплектаций:

Track control arm: 821 0689 10: AUDI A6, A8 / VW Phaeton, 1.0 mn globally

Content	Content Description (Why is it in the box?)	FAG Quality specs
Control arm	Main part	▶ Al 6110A, Thicker Neoprene Boot
Flange bolt	Renew the bolts for knuckle and chassis connection	▶ Zinc flake coating, OE
Nut	Oval safe locking nut	▶ Zinc flake coating, OE
Nut	Damaged of the nylon ring after removal	▶ Zinc flake coating, OE

Competitors offer					
Missing Content	• Bolt (2x) • Nut (2x) • Washer	• Bolt (2x) • Nut (2x) • Washer	• Bolt (2x) • Nut (2x) • Washer	• Bolt (2x) • Nut (2x) • Washer	• Bolt (2x) • Nut (2x) • Washer
Quality	• Al 6110A (OE)	• Al 6082	• Al 6082	• Al 6082	• Al 6082

Ball joint: 825 0224 10: Citroën C2, C3 / PEUGEOT 207, 208, 6.7 mn globally

Content	Content Description (Why is it in the box?)	FAG Quality specs
Ball joint	Main part	▶ TPU boot, zinc flake coating
Bolt (4x)	3 x for control arm, 1 x for knuckle with torx at the bottom Renew all parts to ensure a safe connection	▶ Zinc flake coating, OE
Nut (4x)	3 x Oval safe locking nut, 1 x Nylon ring	▶ Zinc flake coating, OE
Shield	OE conform protection against external influences (Unique) (E.g. protection against heat from brake disc)	▶ OE

Competitors offer					
Missing Content	• 3 x Bolts • Shield	• Shield	• 1 x Bolt • 1 x Nut • 1 x Shield	• 1 x Bolt • 1 x Nut • 1 x Shield	• 1 x Bolt • 1 x Nut • 1 x Shield
Quality	• Zinc flake coating	• E-Coat	• E-Coat	• E-Coat	• Phosphate coat



НИКАКИХ ПОЛУМЕР.

INA FEAD KIT обеспечивает комплексный и надежный ремонт.

Привод вспомогательного оборудования постоянно испытывает все возрастающие нагрузки, что грозит безопасности двигателя автомобиля. INA FEAD KIT позволяет произвести замену всех подверженных износу компонентов в один прием, что обеспечивает комплексный и надежный ремонт.

www.schaeffler.ru/aftermarket

www.repxpert.ru



SCHAEFFLER



Новое поколение сигнальных автоламп OSRAM LEDriving

Компания Osram, ведущий мировой производитель автомобильных систем освещения, обновила ассортимент светодиодных ламп семейства LEDriving®. Ретрофиты нового поколения линеек Premium и Standard предназначены для замены штатных «галогенок» во вспомогательном освещении.



Светодиоды нового поколения LEDriving Premium SL предназначены для замены сигнальных ламп с цоколями W21W и W21/5W*. Эти лампы настолько яркие, что зачастую в их конструкции достаточно всего пары диодов. Оригинально также позиционирование диодов в лампе: они располагаются не по всей поверхности корпуса, как это обычно бывает в аналогичных устройствах, а так, чтобы обеспечивалась строгая направленность испускаемого света – тем самым достигается его более однородное распределение. Нужный для лампы цвет – холодный белый, красный или оранжевый – создается самим кристаллом светодиода, а не крашеным пластиковым колпачком. Это техническое но-

у-хау Osram позволило полностью отказаться от применения привычных колб в светодиодных сигнальных лампах.

Еще одна инновация LEDriving Premium SL – высокоэффективная система охлаждения. Специальный металлический радиатор обеспечивает оптимальный тепловой режим работы светодиодов. Известно, что перегрев светодиодов – основной фактор, снижающий их ресурс, поэтому качественное охлаждение – одно из самых важных требований при конструировании светодиодов. Испытания в реальных условиях убедительно демонстрируют, что благодаря прогрессивной системе охлаждения ни летняя жара, ни городские

пробки существенно не влияют на цвет и яркость LED-ламп Osram. Передовые технологии обеспечивают лампам LEDriving Premium SL срок службы до 5000 часов, высокую устойчивость к ударам и вибрациям и на 80% меньшее потребление энергии. И подтверждение тому – расширенная до 6 лет заводская гарантия Osram на светодиоды линейки Premium.

Второе поколение светодиодов серии LEDriving SL Standard предназначено для замены ламп с цоколями типа W21W, W21/5W, P21W, PY21W, P21/5W, P27/7W*. По мощности светового потока и однородности света новые лампы Standard превосходят предшественников, в том числе благодаря оптимизированному расположению в конструкции светодиодных чипов, обеспечивающих более направленный свет. Как и в более продвинутых лампах линейки Premium, тут тоже применяется металлический радиатор в качестве системы охлаждения. Технические усовершенствования серии LEDriving SL Standard позволили снизить энергопотребление, обеспечить срок службы ламп с более яркими светодиодами на уровне 2500 часов и предоставить на эти лампы 4 года гарантии.

ЛУЧШИЙ ШИНОМОНТАЖНИК



В рамках проекта «ВСЕ СТО НА ИНТЕРАВТО» агентство CAR-PR и журнал Service and Parts организует Конкурс «ЛУЧШИЙ ШИНОМОНТАЖНИК».

Конкурс профессионального мастерства проводится среди специалистов шиномонтажных мастерских.

За звание «Лучший шиномонтажник» и ценные призы от организаторов и партнёров мероприятия могут побороться специалисты шино-монтажных центров РФ.

В обязательную программу соревнований будет входить:

- **демонтаж/ монтаж бескамерной шины и балансировка штампованного и литого диска.**
- **дополнительные задания** (накачивание колеса без манометра, определение бренда шины по рисунку протектора, правильное наложение латки и др).

Компетентное жюри будет оценивать скорость и точность работы, соблюдение технологического процесса. В программе будут также развлекательные номера, и сюрпризы от организаторов, и презентации оборудования и материалов от партнёров конкурса.

НАЧАЛО – 11-00!

Даты проведения: 2, 3 и 4 сентября 2019.

Участие бесплатное!

Партнеры конкурса: ведущие шинные бренды (предоставляют шины для задания), производители шино-монтажных и балансировочных станков, производители инструментов, СМИ, эксперты.

Для участия нужно позвонить по телефону и записаться:

8 926 838 10 76 или отправить письмо на адрес car-pr@bk.ru в котором указать ФИО участника, удобный день и время, название шино-монтажного центра.

НАГРАДЫ И ПРИЗЫ ЖДУТ ПОБЕДИТЕЛЕЙ !

Новые светодиодные лампы головного света Philips X-tremeUltinon

Компания Lumileds расширяет ассортимент выдающихся светодиодных ламп Philips X-tremeUltinon LED — дополнительно вводятся светодиодные лампы головного света **LED-HL [≈H11]** и **LED-HL [≈HIR2]**.



Высококачественные источники света повышенной яркости

Интенсивный и яркий световой поток светодиодных ламп головного света Philips X-tremeUltinon обеспечивает равномерное распределение света, благодаря чему улучшается видимость и контрастность. Движение с высокой скоростью в темное время суток требует особой осторожности и представляет повышенную опасность, а водители вынуждены всецело полагаться на свет фар. Светодиодные

лампы Philips X-tremeUltinon обеспечивают лучшую видимость за счет более яркого — до 200 % — света. В свою очередь, превосходная видимость позволяет быстрее обнаруживать опасность, а значит, у водителя появляется больше времени для реагирования и осуществления маневра.

Лампы LED-HL [≈H11] и LED-HL [≈HIR2] обладают цветовой температурой до 5 800 кельвинов (холодный белый свет), что полностью соответствует стандартам автопроизводителей, обеспечивая оптимальную видимость и комфорт. Многие автолюбители удивятся стремительности преобразования внешнего вида автомобиля за счет холодного белого света фар — одновременно стильного и технологичного.

Неправильное распределение светового потока затрудняет вождение и создает риск ослепления водителей встречных автомобилей и других участников дорожного движения. По этой причине лампы Philips X-tremeUltinon оснащены технологией SafeBeam, обеспечивающей точное направление мощного светового потока именно туда, где он нужен. Высокоточное распределение света улучшает видимость, упрощает вождение в ночное время и делает его более безопасным.

Надежность и долговечность

Светодиодные лампы выделяют тепло, и этот процесс требует контроля. Интеллектуальные системы контроля нагрева Philips AirFlux и AirCool отводят тепло от критически важных компонентов лампы. За счет увеличения термоустойчивости светодиодные лампы головного света Philips X-tremeUltinon способны прослужить до 12 лет. Поскольку большинство автолюбителей, как правило, за этот срок меняют собственный автомобиль на новый, эти лампы буквально служат столько, сколько вы владеете машиной.

Универсальный поперечный рычаг подвески

1 вместо 3 — под таким лозунгом компания MEYLE представила новый вариант применения своего инновационного поперечного рычага подвески MEYLE-HD.



Новый поперечный рычаг подвески MEYLE-HD заменяет сразу три варианта оригинальных рычагов на моделях Land Rover «Range Rover IV» и «Range Rover Sport». Данное сервисное решение упрощает мастерским ранее столь затратный ремонт: благо-

даря бесступенчатой регулировке шарнира поворотного рычага независимой подвески с четкой маркировкой положения новый поперечный рычаг подвески MEYLE-HD может быть использован для трех различных положений регулировки углов установки колёс, что позволяет ему заменять сразу три различных оригинальных варианта. Благодаря этому мастерская не только экономит время, затрачиваемое ранее на поиск деталей и их трудоемкий монтаж, но и расходы на транспортировку и хранение. Вместо 6 наименований для ремонта моделей Land Rover

«Range Rover IV» и «Range Rover Sport» теперь требуется всего лишь два рычага.

Шарнир независимой подвески, а также усиленные втулки подшипника, также обладающие качеством MEYLE-HD, можно заменить отдельно, благодаря чему поперечный рычаг подвески MEYLE-HD считается долговечным ремонтным решением. Помимо этого, шарнир независимой подвески покрыт качественным антикоррозионным покрытием. Инновационное уплотнение из износостойкой резины, включая защитное кольцо, придают шарниру независимой подвески надежность и долговечность, благодаря чему происходит экономия времени и средств. В дополнение мастерские смогут порадовать своих клиентов 4-х летней гарантией на изделия MEYLE-HD.

ВЕРНЫЙ ВЫБОР.



LuK DMF исключает повреждения, к которым часто приводит установка одномассового маховика.

Двухмассовый маховик LuK DMF - решение, индивидуально рассчитанное для каждой модели автомобиля. Одномассовый маховик ввиду конструктивных особенностей не обеспечивает необходимых характеристик демпфирования, что влечет за собой различные риски - начиная от износа опор двигателя и проблем с коробкой передач, заканчивая повреждением коленчатого вала. Не рискуйте - выбирайте оригинальный двухмассовый маховик LuK DMF!

Больше информации:

www.schaeffler.ru/aftermarket

www.repxpert.ru



FAG

RUVILLE

SCHAEFFLER

Комплекты сцепления Valeo. Решение «все в одном»

Благодаря взаимовыгодному объединению с FTE, компания Valeo значительно расширила линейку комплектов сцеплений с гидравлическими подшипниками. Подобные решения «все в одном» были разработаны с учетом ежедневных практических задач, с которыми сталкиваются автомастерские.

- Упрощенная система идентификации деталей, один артикул соответствует всем 3 компонентам сцепления.
- Снижение риска возникновения рекламаций благодаря полной совместимости всех 3 компонентов.
- Конкурентоспособные цены по сравнению со стоимостью деталей, приобретаемых по отдельности.

Ассортимент сцеплений Valeo с использованием гидравлических выжимных подшипников (CSC) представлен следующими техническими решениями:

- уникальный комплект переоборудования на одномассовый маховик Valeo KIT4P™
- оригинальные комплекты с двухмассовым маховиком Valeo FullPACK DMF™
- стандартные комплекты сцепления KIT3P

Для автомобилей, оснащенных DMF и системами с гидравлическим приводом сцепления, Valeo дополняет свое предложение в сегменте DMF новыми комплектами – FullPACK DMF™ с CSC и комплектом для переоборудования Valeo KIT4P™ с CSC.

- Линейка Valeo FullPACK DMF™ с CSC включает: двухмассовый маховик, комплект сцепления

и CSC производства FTE или Valeo.

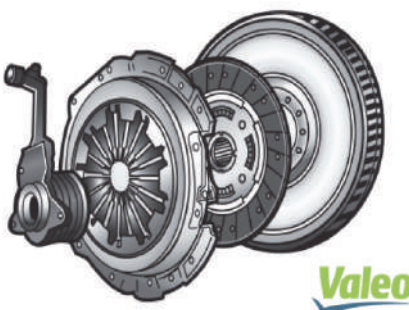
Линейка Valeo FullPackDMF™ с CSC обеспечивает потребности 51 % европейского рынка, с учетом последних разработок для ALFA ROMEO 147, AUDI A3, HYUNDAI i40, Santa Fé, KIA Sportage, OPEL Astra J, Mokka, PEUGEOT 3008, 5008, DS4, RENAULT Master III, ...



Valeo FullPACK DMF™

- Комплекты для переоборудования Valeo KIT4P™ с CSC включают: одномассовый маховик, комплект сцепления, произведенный по запатентованной технологии Valeo Long Travel Damper, CSC производства FTE или Valeo.

Для станций техобслуживания автомобилей доступны 62 типа комплектов Valeo Kit4Ps с CSC, в том числе новые комплекты, введенные в 2018 г., для CITROËN C4 Grand Picasso, FORD Focus,



Valeo KIT4P™



Valeo KIT3P

MERCEDES Vito, OPEL Astra, Corsa и RENAULT Master III.

Совместное использование изделий Valeo и FTE также отразилось на линейке классических сцеплений.

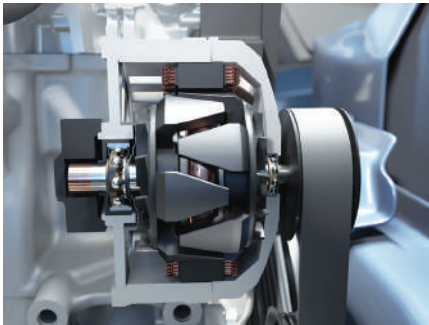
Компания Valeo предлагает широкий выбор комплектов сцеплений с гидравлическими подшипниками (Kit3P CSC). Это позволяет мастерским использовать один артикул при покупке комплекта «все в одном».

- В настоящее время, комплект Valeo KIT3P CSC может использоваться для более чем 70 миллионов европейских транспортных средств, включая последние разработки 2018 г.: FORD Fiesta, Focus C-Max, Galaxy, Mondeo, MERCEDES A-Class, C-Class, OPEL Astra, Zafira, VW Golf, Passat, Polo, Sharan, Tiguan, Transporter и VOLVO S40, XC60, V50, V70.

Удобный электронный каталог и продуманная система добавления новых изделий позволяет мастерским и дистрибьюторам находить требуемые артикулы комплектов «все в одном» Valeo Kit4P™ CSC, Valeo FullPack DMF™ CSC и KIT3P CSC.

SKF представила передовые разработки

На 32-м Международном симпозиуме по электромобилям (EVS 32), состоявшемся в конце мая, компания SKF продемонстрировала свои новейшие разработки в сфере повышения эффективности силовых агрегатов.



Объемы продаж электромобилей стремительно растут. Согласно данным недавнего отчета IHS Markit, к 2040 году доля автомобилей с электрическим приводом составит более 30 % от общего числа новых автомобилей, реализуемых на ключевых рынках, что демонстрирует колоссальный рост по сравнению с показателем 1 % в 2016 г.

Энтони Симонин (Anthony Simonin), руководитель центра SKF по разработке и производству узлов для электромобилей и гибридных автомобилей, отметил: «Для эффективной работы таких автомобилей электродвигатели должны совершать до 30 000 оборотов в минуту. Это втрое выше частоты вращения обычных промышленных двигателей, из-за чего подшипники испытывают высокие нагрузки».

В рамках симпозиума EVS 32 на стенде SKF (E25) были продемонстрированы новейшие разработки, позволяющие справиться с этой задачей. Компания, в частности, представила подшипники и полимерные сепараторы новой

конструкции, способные выдерживать высокую частоту вращения, частые запуски и остановки, и значительные перепады температур, возникающие в электродвигателях, а также смазочные материалы, сохраняющие эффективность в этих условиях.

Кроме того, компания SKF продемонстрировала решения в области изоляции подшипников от

изготовленные из керамики — естественного изолятора. Плотность материала таких подшипников на 40 % меньше, чем стальных аналогов (поэтому они могут работать при более низких температурах), а срок службы в 10 раз дольше. Кроме того, они требуют меньше смазки.

Помимо этого, компания SKF продемонстрировала конические роликовые подшипники с низким коэффициентом трения для использования в автомобильных трансмиссиях. По сравнению с обычными подшипниками аналогичной конструкции, новое решение примерно наполовину снижает потери мощности, вызванные трением.

Резюмируя участие компании SKF в EVS 32, Энтони Симонин сказал: «Будущее — за электромобилями. Несмотря на то, что сейчас их доля на рынке не слишком значительна, обеспечение максимальной эффективности и надежности электромобилей за счет конструкции компонентов, таких как подшипники, будет играть решающую роль по мере роста объемов продаж».

возможной утечки тока и напряжения, от инвертора при работе двигателя на высоких оборотах. Утечка тока может вызвать локальные повреждения на поверхности обычных электропроводящих стальных подшипников, что приведет к преждевременному выходу из строя. Задачу помогают решить гибридные подшипники,



Новые катушки зажигания Delphi

Чтобы удовлетворить растущий спрос на независимом рынке автозапчастей, компания Delphi Technologies, ведущий мировой поставщик передовых систем зажигания, представила две новые оригинальные катушки зажигания, в которых используется доказавшая свою эффективность многоискровая технология. К настоящему времени произведено более 14 миллионов подобных катушек, устанавливаемых на популярные модели Mercedes. А с учетом того, что в течение следующего десятилетия производители оригинального оборудования перейдут на использование данной технологии, открываются отличные бизнес-перспективы как для дистрибьюторов, так и для автомастерских.



Оригинальные катушки зажигания Delphi Technologies устанавливаются на более чем 150 моделей Mercedes, в том числе на A220, C180, C200, E200, GLA200 и Vito. Благодаря появлению новинок ассортимент компонентов систем зажигания компании превысил 500 наименований, обеспечивающих почти 9000 вариантов применений (учитывая марку/модель/объем двигателя), — это автопарк численностью 114 миллионов автомобилей. Предложение Delphi

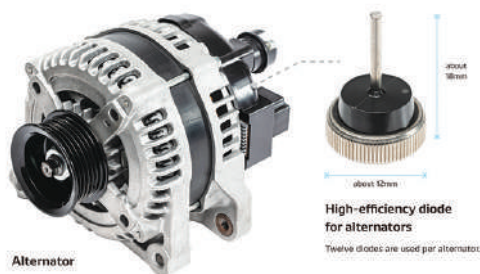
Technologies является одним из самых емких в отрасли.

Во время работы многоискровой катушки зажигания Delphi Technologies за начальной искрой следуют несколько дополнительных для воспламенения топливовоздушной смеси в сложных условиях, таких как высокий уровень рециркуляции отработавших газов и обедненная топливовоздушная смесь. Очень быстро чередующиеся искры позволяют воспламенять топливо в нужный момент. Это позволяет достичь оптимального сгорания и значительно — до 20 % — уменьшить расход топлива, а также снизить количество выбросов по сравнению с системами регулируемого по времени многоискрового зажигания других производителей.

Новые генераторы DENSO

Компания DENSO, второй в мире по величине поставщик компонентов и решений для транспортной отрасли, завершила работы по созданию высокоэффективного диода для генераторов, предназначенных для транспортных средств с бензиновыми и дизельными двигателями. Разработка осуществлялась в сотрудничестве с производителем полупроводниковой продукции компанией Hitachi Power Semiconductor Device, Ltd.

Диод является составляющим компонентом генератора. Его функция заключается в обеспечении движения тока в определенном направлении и превращении генерируемого переменного тока



в постоянный. Новый диод совместной разработки значительно снижает потери при преобразовании энергии за счет большей эффективности данного процесса. Таким образом, эффективность выработки электроэнергии увеличена примерно на 6 % по сравнению с используемыми в настоящее время продуктами, что, в свою очередь, способствует повышению топливной экономично-

сти. Компанией DENSO ежегодно выпускается около 25 миллионов генераторов на предприятиях в 10 странах мира. Замена диодов на новые высокоэффективные решения в таком количестве может снизить объем выбросов углекислого газа на 30 тонн в год.

Конструкция нового диода позволяет устанавливать его в генераторы стандартного образца. DENSO и Hitachi сохранили привычную форму диода и повысили эффективность процесса преобразования энергии, упростив управление микросхемой и применив трехмерный дизайн для оптимизации расположения наконечника микросхемы.



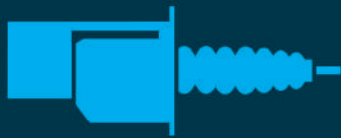
Höttecke®

der Anstrengung wert

Höttecke –
бренд премиум класса
доступный каждому



BREMSNACHSTELLER



HYDRO PNEUMATISCHER KRAFTVERSTÄRKER



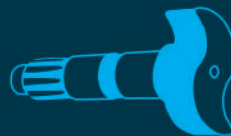
VISCO-KUPPLUNG



LUFTTROCKNER



KRAFTSTOFFFILTER



BREMSNOCKEN



www.hottecke.ru

Амортизаторы TORQUE

Torque – это флагманский бренд финской компании ScanElit, созданный в 2002 году для производства качественных и доступных запасных частей для пост-гарантийного обслуживания автомобилей японского, корейского, европейского и российского производства.

На всех производственных площадках компании ScanElit внедрена единая система менеджмента качества по стандарту ISO 9001 (ISO/TS 16949), а вся продукция, представленная на российском рынке, имеет сертификаты EAC и Росстандарт.

Одна из самых востребованных товарных групп в ассортименте – амортизаторы.

Амортизаторы TORQUE произведены с использованием самых современных технологий, которые вместе с автоматизацией производства позволили существенно увеличить ресурс узла по сравнению с аналогами.

Многослойная окраска корпуса амортизатора, сваренного из бесшовных труб и высококачественное хромированное покрытие штока надежно защищает от коррозии и воздействия окружающей среды.

Потребителю выбрать качественный амортизатор не так уж и сложно.

Конечно же, первый пункт при подборе амортизаторов – стиль вождения и условия эксплуатации подвески автомобиля. Если транспорт постоянно ездит на высокой скорости из города в город – газонаполненные изделия подойдут идеально. Этот тип жесткий и значительно менее инерционный. Если предназначение машины – редкая езда по городу, то лучше установить масляные модели.

Важно обращать внимание на качество сборки. Такие важные элементы конфигурации, как цилиндр и шток, не должны быть

повреждены и обязаны функционировать нормально.

Каждый амортизатор TORQUE проходит проверку на наличие течей и соответствие требуемым для каждого конкретного автомобиля параметрам сжатия и отбоя, чтобы обеспечивать высочайший комфорт в движении.

Потребительские преимущества:

- Стабильно работают в широком диапазоне температур;
- Надёжны и долговечны;
- Улучшают управляемость;
- Обеспечивают комфорт при движении.

Технологические особенности:

- Качественное шлифование штока амортизатора и хромированное покрытие.
- Материал сальников обеспечивает длительный срок службы, даже в условиях частых перепадов температуры.
- Герметичность системы и оптимальное прилегание сальника к поверхности штока.
- Точные настройки клапанов

- Использование специально-амортизаторное масло, исключающего вспенивание даже при длительном движении с высокой скоростью по дорогам плохого качества.
- Бесшовные трубы обеспечивают надежность и долговечность амортизаторов Torque даже в условиях экстремальных нагрузок.

Амортизаторы Torque позволяют машине хорошо держать дорогу в поворотах, обеспечивают наилучшую управляемость при резких перестроениях, торможениях и разгонах, не дают машине излишне крениться, являются незаменимыми помощниками в экстремальных ситуациях на дороге.

Поэтому Torque – это отличный выбор как для частного автовладельца, желающего провести качественный ремонт своего автомобиля по привлекательной цене, так и для предпринимателя или руководителя отдела снабжения, работающих над снижением затрат на содержание автопарка.



Раскрути свой мир!

амортизаторы **TORQUE**



ГАРАНТИЯ

1 год или **40 000 км**

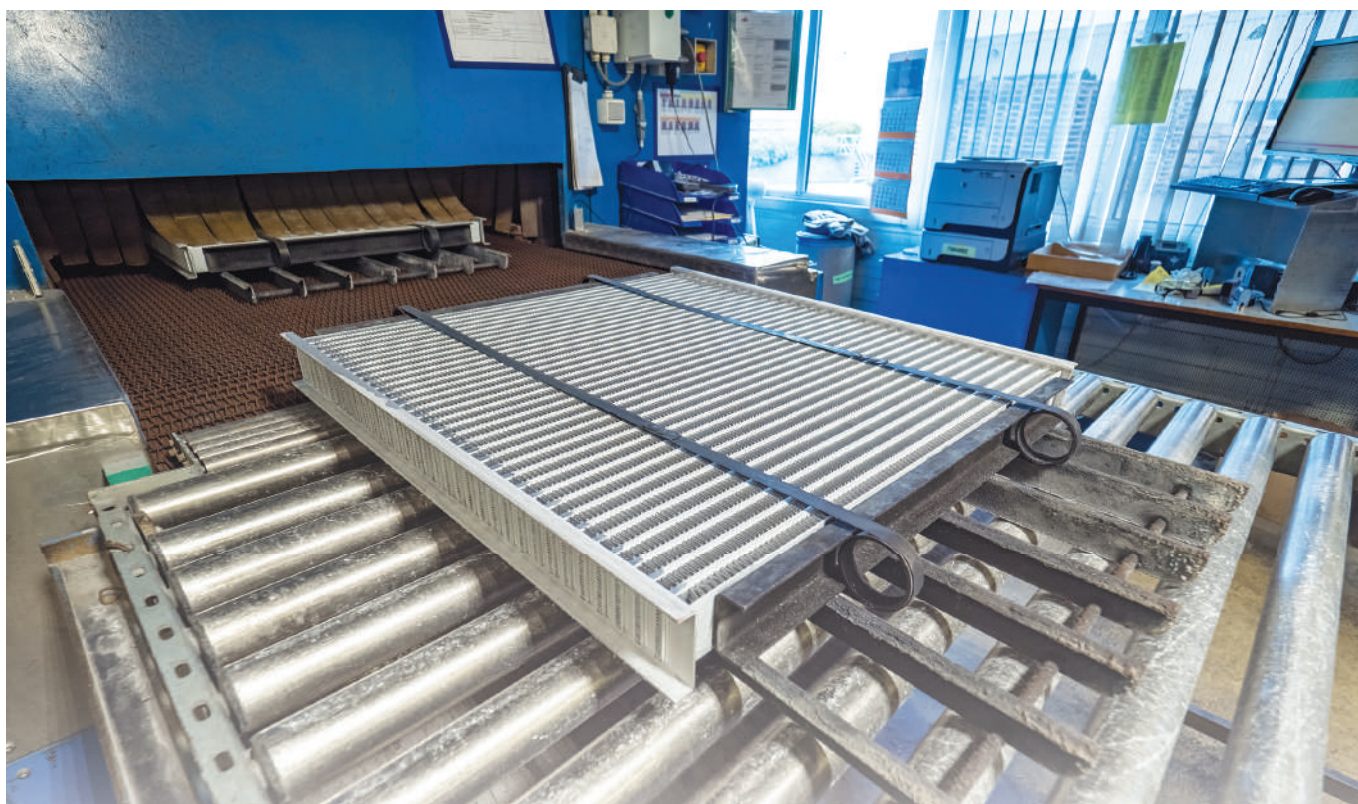
преимущества

- ▶ двойное хромирование штока – толщина более 40 мкм
- ▶ высокая коррозионная стойкость – более 200 часов в солевой среде (испытания по ISO9227)
- ▶ ресурс не менее 50 000 км

WWW.TORQUE.PARTS

Компоненты систем охлаждения и кондиционирования NRF

Компания NRF была основана в 1927 году в Амстердаме, как мастерская по ремонту радиаторов. На сегодняшний день — это крупный производитель компонентов систем охлаждения и кондиционирования, который активно выходит на рынок России.



NRF — это 8 заводов в Европе и в Индии. Каждый завод NRF оснащен высококачественным оборудованием для производства компонентов для системы охлаждения.

На 8 заводах по всему миру компания NRF производит более 2 миллионов теплообменников в год и это не только радиаторы для легковых автомобилей. Продукция NRF устанавливается на железнодорожные локомотивы, морские суда, сельскохозяйственную и специальную строительную технику. В мире существует всего две технологии производства радиаторов, они бывают механической сборки или паяные. Первый

тип проще и дешевле в изготовлении, второй сложнее и дороже, но именно паяные радиаторы обеспечивают максимальную эффективность и производительность системы охлаждения. Радиаторы паянной сборки в два раза лучше охлаждают ваш двигатель чем механически собранные радиаторы. Процесс производства продукции NRF состоит из сложных производственных циклов с постоянным контролем качества. Сырье закупается и перерабатывается в комплектующие из которых NRF производит теплообменники и сердцевины охлаждения. Перед тем как продукт покинет завод NRF он проходит ряд тестов на производительность.

Завод NRF в Mill (Нидерланды) насчитывает более 100 производственных станков для изготовления различных типов теплообменников.

Продукты NRF производятся с огромной точностью и большинство радиаторов NRF изготавливаются вручную. Как только товар готов он еще раз проходит контроль качества. Каждый радиатор перед упаковкой проходит испытания на утечку, если результат тестирования положительный, только тогда продукт идет на упаковку, на склад и на продажу.

Складские площади NRF постоянно расширяются. На данный мо-

мент NRF – это 6 международных складов общей суммарной площадью более 30 000 кв метров. В планах компании - быть ближе к клиентам, поэтому в 2020 году состоится открытие 7-го склада.

В 2018 году NRF инвестировал в научно-испытательное оборудование, которое проверяет любые вязкостные муфты на производительность, имитирую реальные жизненные нагрузки техники. Эта инвестиция направлена на повышение качества наших продуктов и поддержку клиентов с гарантийными случаями. Результаты каждого теста включают в себя подробный отчет об исследованиях, в том числе подробный график с характеристиками тестируемой детали.

В дополнение к новым машинам, техническая команда NRF TECHsupport также расширяется. В настоящее время технический отдел насчитывает 6 техников и 3 тренера, в том числе один из России.

Если говорить о технических семинарах в Москве, то 16 апреля в учебном центре ТЦ «Волин», а 17 апреля в учебном центре «ИЛАРАВТО» на встрече руководителей клуба СТО Инжинирингового центра SMART, специалисты NRF рассказали аудитории о выпускаемой продукции, о своем предприятии, о типах радиаторов и о всех сложностях системы охлаждения и кондиционирования автомобиля.

Большой интерес у аудитории вызвал комплект EASY FIT, когда установочный комплект собран в одну коробку с радиатором, что позволяет экономить деньги и время.

Стоит отметить, что бренд NRF набирает всё большую популярность на российском рынке, благодаря высокому качеству своих продуктов, более подробно о которых можно узнать на сайте www.nrf.eu



Новые разработки концерна ZF

В настоящее время ZF является единственной компанией, которая предоставляет полный спектр интегрированных технологий безопасности транспортных средств, включая сенсорные системы, алгоритмы, блоки управления, а также активные и пассивные исполнительные механизмы.



Внешняя подушка безопасности

ZF продемонстрировал в Меммингене прототип первой в мире предаварийной системы с внешней боковой подушкой безопасности, срабатывающей до столкновения.

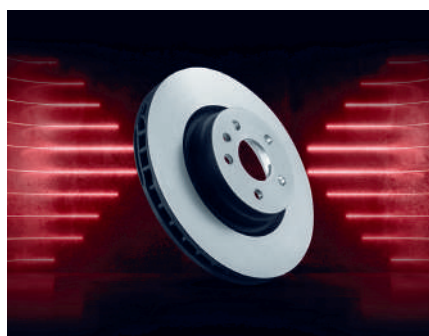
Предаварийная система безопасности ZF может уменьшить глубину повреждения автомобиля на 30%, тем самым помогая значительно снизить возможность получения тяжелых травм.

Самым большим вызовом при разработке этой системы было обеспечить точное распознавание неизбежного столкновения и активирование внешней боковой подушки безопасности до момента столкновения. У системы есть приблизительно 150 миллисекунд, чтобы принять решение о раскрытии и наполнении подушки безопасности газом. Примерно столько времени человек затрачивает на то, чтобы моргнуть.

Сначала датчики транспортного средства должны быстро и точно оценить вероятность столкновения. Это достигается за счет взаимодействия камер, радара и лидара.

При этом подушка безопасности, объем которой в зависимости от транспортного средства оставляет от 280 до 400 литров (это в пять-восемь раз превышает объем внутренней подушки безопасности водителя), раскрывается вверх от порога кузова, образуя дополнительную зону деформации в области дверей между стойками A и C.

Тормозные диски TRW для Tesla Model S.



По оценкам ZF, к 2030 г. примерно одну треть всех произведенных в мире автомобилей будут составлять электрические или гибридные модели. Разработки концерна помогают сделать автомобильный мир лучше и экологичнее. Отвечая потребностям растущего рынка электромобилей, ZF Aftermarket постоянно расширяет ассортимент своей продукции. Недавно линейка тормозных дисков TRW пополнилась предложением для Tesla Model S.

Тормозные диски TRW для электромобиля Tesla Model S производятся из серого чугуна с высоким содержанием углерода стандарта GG15 NC. Этот материал имеет оптимальную теплопроводность, что повышает устойчивость тормозных дисков к деформации. Как следствие, снижается уровень шума и вибрации при торможении, а также пропадают звуки трения или скрежет. Снижение уровня шума компонентов – чрезвычайно важный аспект при разработке узлов и деталей электромобиля, поскольку от них в значительной степени зависит комфорт водителя во время движения.

Высокоуглеродистые тормозные диски защищены от коррозии специальным черным лакокрасочным покрытием, разработанным TRW. Тормозные диски для передней оси доступны уже сейчас, а для задней оси поступят на рынок через несколько месяцев.



AFTERMARKET

sachsprovenperformance.ru



ЛЮБЫЕ УСЛОВИЯ. ЛЮБЫЕ ЗАДАЧИ. СОЗДАНЫ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЙ



**ИСПЫТАНЫ В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ.
ГОТОВЫ К ЭКСПЛУАТАЦИИ.**

КАЖДЫЙ НОВЫЙ ДЕНЬ БРОСАЕТ НАМ ВЫЗОВ. ИСПОЛЬЗУЙТЕ ОПЫТ SACHS И РЕШАЙТЕ ЛЮБЫЕ ЗАДАЧИ В ЛЮБЫХ УСЛОВИЯХ - НА ТРЕКЕ, В ВОЗДУХЕ, НА ЛЬДУ, НА ДОРОГЕ. ПОСЕТИТЕ ВЕБ-САЙТ sachsprovenperformance.ru

ПРОВЕРЕНО В ГОНКАХ


SACHS

Комфорт – это тренд

Автор Оксана Демченко

2 июля концерн ZF провел традиционный глобальный день инноваций, обозначив перед выставкой в Ганновере главные тезисы развития. Кстати, слоган нынешнего сезона – **MobilityLifeBalance**. И это отражает суть перемен: от железных технологий – к комфорту и даже инженерной... психологии!



Тезисы очень коротко таковы. Больше внимания гибридным и электрическим системам привода в смысле R&D; больше системных решений для автоматизированного вождения; новый уровень комплексности систем и решений для безопасности; принципиально новый подход к проектированию шасси.

И, конечно, фокусное понятие – комфорт. Не технологии, а именно комфорт. Субъективные ощущения удобства и простоты, создаваемые невидимыми, спрятанными «за сцену» инженерными и IT усилиями.

Описанный подход явно стал дальнейшим развитием идеи интеграции автомобиля в цифровую среду умного города. Но теперь пора реже использовать понятие автомобиль и чаще – мобильность. Потому что автомобиль предполагает вождение, а мобильность – использование. Почувствуйте разницу.

И вот что важно: при всем внимании к гибридам и электромобилям ZF оценивает долю техники с ДВС (как основным или сопряженным с чем-то еще силовым агрегатом) в весомые 70%. Речь идет о доле по выпуску новых авто с конвейера. При этом электрическая

часть гибридной системы отныне будет ответственная за дальнейшее сокращение выбросов всего силового агрегата в целом – за счет оптимизации режимов и обнуления выброса в «зеленых» зонах вроде центра города или придомных территорий, гаражей. Это важно и ново – сокращать не за счет бесконечного «зажима» характеристик ДВС, а за счет перераспределения внутри систем гибрида.

Тренд 1. Комфорт + модульность

Эту связку свойств реализует новая трансмиссия для гибридов. Фокус инноваций ZF, помимо компактности и модульности – это, повторим, комфорт для водителя и пассажиров: передачи «длинные», при этом суммарное передаточное число КПП составляет 8,6. То есть имеется возможность предложить пользователю и впечатляющую динамику, и медитативную плавность хода.

Новая коробка будет поставлена в серию, как планируется, в 2022 году. Первым клиентом, как объявлено на дне инноваций, станет BMW.

ZF строит трансмиссию, изначально – модульную и рассчитанную на



оптимальное сопряжение с любыми силовыми установками и комплексами. Будь то гибрид самой малой степени «электрификации», средний гибрид или полноценный электромобиль; будь то бортовая сеть 12, 24, 48 В или даже больше. Базис трансмиссии – наиболее современная 8-ступенчатая КПП концерна, способная агрегатироваться в системы от малой (24 кВт) и до солидной мощности – 160 кВт. При доработке стал очень компактен контрольный блок гибридного комплекса, а силовая электроника полностью спряталась в «тело» КПП.

Тренд 2. Смена парадигмы

Новую парадигму реализует двухскоростная модульная система e-drive для электромобилей: обещано, что она создаст совсем иной уровень эффективности. Да, на сей раз речь идет о трансмиссии полностью электрического автомобиля, инновация состоит в поиске способа наилучшего использования заряда батареи и значит, роста запаса хода.

Сложно выделить в подобной системе двигатель и КПП. Силовой блок включает мотор-генератор, батарею, коробку передач, электронику.

Вторая ступень e-drive задействуется на скорости более 70 км/ч и обеспечивает экономию энергии при быстрой езде. Вот что важно: подключенность всей системы e-drive к глобальной инфосети. Автомобиль способен вычислить и применить наилучший алгоритм

потребления заряда батареи, определив расстояние до следующей точки зарядки и характер маршрута – город, трасса по равнине без пробок, горный серпантин и т. д.

Рост эффективности гибрида за счет внедрения e-drive, как ожидается, позволит автопроизводителям выбирать: для данной модели важнее увеличить запас хода – или снизить массу (увеличить объем салона), установив батарею меньшей емкости?

E-drive успешно комбинируется с мощными силовыми установками до 250 кВт.

Тренд 3. Комфорт и автономность



Поведение и запросы обитателей салона автономного (даже при уровне 4, а не 5, то есть полном) автомобиля сильно отличаются от «классических автовладельцев». Вместо желания чувствовать автомобиль, быть с ним единым целым и управлять появляется желание забыть про то, что это – автомобиль! Для чтения, просмотра почты и фильмов не удобны, не комфортны «классические» системы 0 рулевое, подвеска и тормоза.

ZF предпринимает попытку создать новое «шасси» для пользователя систем мобильности. Понятие шасси взято в кавычки, поскольку система Flying Carpet 2.0 объединяет функции амортизации, торможения и рулевого управления единой цифровой контрольно-управляющей надстройкой.

Концепция умного шасси создана, чтобы оптимизировать практиче-

ски все продольные, поперечные и вертикальные движения кузова. Задача – минимизировать

дискомфорт пассажиров из-за выбоин под колесами, крутых поворотов или резких маневров торможения.

Технической основой «ковра-самолета» стало сочетание активных и полуактивных систем и множества датчиков, которые постоянно анализируют и прогностически сглаживают неблагоприятные движения и колебания.

В смысле подвески новый алгоритм реализует система демпфирования sMOTION. В отличие от обычных, ее амортизаторы проактивно реагируют, компенсируя толчки и крены. Например, в повороте они приподнимают/опускают внешнюю/внутреннюю стороны кузова, чтобы автомобиль остается практически горизонтальным. sMOTION компенсирует (или хотя бы смещают в комфортную частоту) вибрации, провоцирующих укачивание; сглаживают крены на подъемах и спусках; смягчает ощущения при разгоне и торможении. Частью системы является и подруливающая задняя ось АКК (Active Kinematics Control) и проактивная тормозная – ИБК (Integrated Brake Control).

Мозгом нового шасси стал блок cubiX, объединяющий все системы и управляющий ими как единым комплексом.

Все сказанное выводит нас на важный тренд – заключительный: **комплексность предложения первичному рынку.**

Создать новый тип шасси было сильно, в общем-то, только ZF, поскольку для автопроизводителей важно при внедрении таких крупных новаций получить весь комплекс «из одних рук». После приобретения TRW концерн ZF может это сделать, дополнив портфолио технологиями и узлами тормозной и рулевой групп.

Комплексность так же важна и для рынка вторичного. Так что ZF Aftermarket со своей стороны постоянно расширяет предложение для сегмента ремонта и сервиса. Пример – бренд Lemförder с деталями рулевого управления и подвески. Поставляя на конвейер и постоянно работая с автопроизводителями в процессе разработки и испытаний узлов и систем, этот бренд концерна несет тот же уровень ноу-хау и качества для рынка АМ.

Теперь ассортимент активно дополняется резинометаллическими деталями для электрических и гибридных автомобилей.

«Постоянный рост количества гибридных и электрических автомобилей требует обновления ассортимента резинометаллических деталей для рынка послепродажного обслуживания. Это обеспечит рост рынка в данном сегменте. Детали и узлы торговой марки Lemförder обеспечивают оптимальную управляемость и курсовую устойчивость во время движения, а также снижают уровень шума в автомобиле», – комментирует Ричард Эджи, руководитель подразделения продукт-менеджмента ZF Aftermarket.

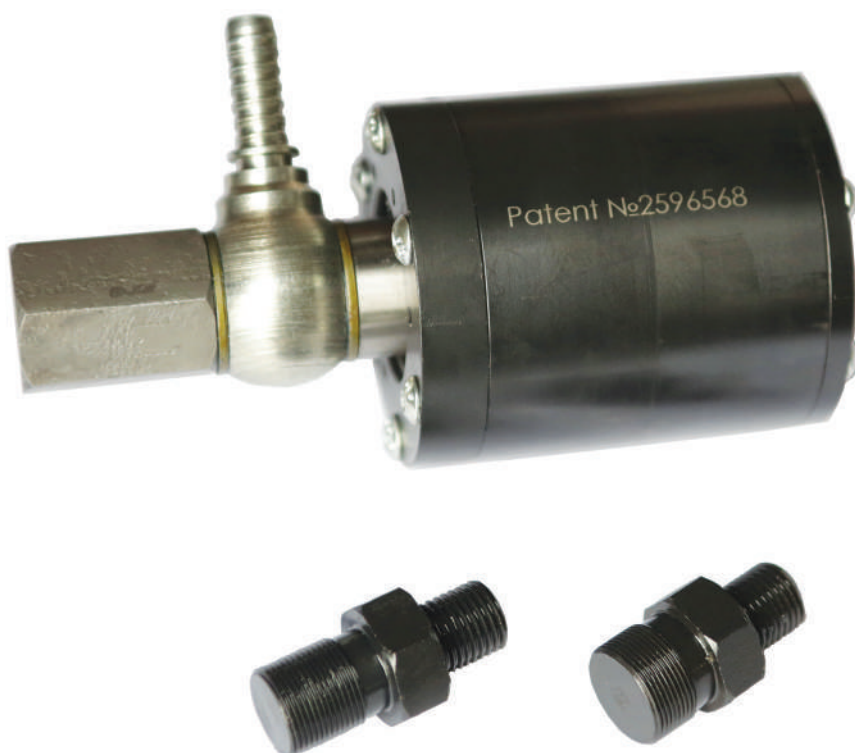
Сейчас линейка «гибридной» продукции включает опоры амортизационной стойки, опоры подвески и двигателя для BMW i8 с гибридной силовой установкой. Для электромобиля VW e-Golf предлагаются опоры подвески, а также ремкомплект опоры амортизационной стойки с подшипником.

В обновленный ассортимент продукции также входят опоры подвески, ремкомплект для опоры амортизационной стойки, а также опора коробки передач для гибридной модели Audi A3 e-tron. ZF Aftermarket в ближайшем будущем представит опоры Lemförder для балки заднего моста электромобиля Renault ZOE.

Новинки от Digital Diesel

Компания Digital Diesel на выставке МИМС/Автомеханика, которая пройдет в Экспоцентре на Красной Пресне с 26 по 29 августа 2019 представит уникальные инструменты – пневматический обратный молоток и пневматический обратный молоток с реверсом, которые предназначены для извлечения плотно сидящих форсунок из колодцев головки блока цилиндра дизельного двигателя.

Пневматический обратный молоток



Для эффективной работы молотка требуется наличие магистрали сжатого воздуха с давлением 8...11 бар и расходом не менее 500 л/мин, а воздух должен быть очищен от воды и конденсата.

Желательно наличие на магистрали сжатого воздуха лубрикатора, не дросселирующего расход. В случае отсутствия лубрикатора возможна смазка внутренних частей молотка путем периодической заливки небольшого количества масла или жидкости WD40 через отверстие в верхней крышке

Внимание! Часть масла после начала работы молотка будет выброшена наружу потоком воздуха.

Порядок работы:

- Пневматический обратный молоток накручивается непосредственно на штуцерную часть извлекаемой форсунки DELPHI (резьба М14х1,5), либо через переходники-адаптеры, имеющиеся в комплекте, на внутреннюю резьбу корпуса форсунок BOSCH или DENSO со снятыми электромагнитами.

- Важно не допускать ослабления крепления инструмента к извлекаемому объекту, периодически контролировать плотность затяжки.

- Штуцер инструмента повернуть в удобное для работы положение, присоединить к нему шланг от магистрали сжатого воздуха.

- При подаче сжатого воздуха приспособление начинает работать в автоматическом режиме, извлекая форсунку из колодца.

Пневматический обратный молоток с реверсом

Порядок работы:

- Пневматический обратный молоток плотно накручивается непосредственно на штуцерную часть извлекаемой форсунки DELPHI (резьба М14х1,5), либо через переходники-адаптеры, имеющиеся в комплекте, на внутреннюю резьбу корпуса форсунок BOSCH или DENSO со снятыми электромагнитами (не допускать ослабления крепления инструмента к извлекаемому объекту, периодически контролировать плотность затяжки).

- Штуцер инструмента повернуть в удобное для работы положение, присоединить к нему шланг от магистрали сжатого воздуха.



Рекомендуется избегать излишне резкой подачи сжатого воздуха во избежание выхода устройства из строя.

Интенсивность ударов и частоту можно контролировать с помощью крана магистрали.

КОНТРОЛИРУЙТЕ ДВИЖЕНИЕ ФОРСУНКИ!

Перекрыть сжатый воздух, не дожидаясь полного выхода форсунки из колодца!

Внимание! При работе с инструментом необходимо соблюдать чистоту для сохранения подвижности заслонок, не допуская их загрязнения!

При соблюдении условий эксплуатации гарантийный срок работы устройства составляет 1 год.

- При подаче сжатого воздуха приспособление начинает работать в автоматическом режиме. Направление усилия задаётся положением заслонок на верхнем и нижнем торцах цилиндра (см. маркировку на боковой поверхности цилиндра).

- При установке обеих заслонок в крайнее левое положение инструмент работает на извлечение объекта.

- При установке обеих заслонок в крайнее правое положение инструмент работает на забивание объекта.

- Установка заслонок в различное положение позволяет инструменту работать в режиме высокочастотной вибрации без чётко направленного усилия.

*В случае возникновения вопросов по работе пневматического обратного молотка, обращаться по адресу: г. Москва ул. Василия Петушкова, д.3 стр.1 ООО «КомАвтоТех» (Digital Diesel).
+7 4957879252, доб. 226
indru@digitaldiesel.ru*



РЕМОНТ ДИЗЕЛЬНОГО ДВИГАТЕЛЯ

С ЭКОНОМИЕЙ ДО 50% ОТ ЦЕНЫ НОВОГО
в сервисе на 40 легковых и грузовых автомобилей



50 АВТОСЕРВИСОВ
ПРИВОЗЯТ К НАМ РЕМОНТИРОВАТЬ
ДИЗЕЛЬНЫЕ АГРЕГАТЫ
ВЫБИРАЯ НАШЕ КАЧЕСТВО

БОЛЕЕ 43000
ОТРЕМОНТИРОВАННЫХ
ДИЗЕЛЬНЫХ АГРЕГАТОВ

МЫ РЕМОНТИРУЕМ
67 ВИДОВ
ТОПЛИВНОЙ АППАРАТУРЫ

+7 499 677 16 24

www.чёрныйдым.рф

МОСКВА, УЛ. В. ПЕТУШКОВА, 3

Конкурс «Лучший Автосервис – 2019»

Марина Белоглядова, член жюри

Генеральный директор CAR-PR

26 августа, в Москве, состоится супер-финал конкурса «Лучший автосервис -2019». Основная цель конкурса – выявить наиболее эффективные автосервисы на рынке; объединить успешные практики достижения успеха и показать их рынку; повысить доверие потребителей к НСТО, поощрить лучшие предприятия и специалистов независимых СТО. Наш журнал Service and Parts и агентство car-pr.com выступили партнером данного мероприятия

В конкурсе приняли участие, как команды автосервисов, так и специалисты в индивидуальных номинациях.

Генеральным партнером конкурса выступила компания KYB

Учредитель специальной номинации «Лучший диагност»: BOSCH

Официальные партнеры: BARD AHL, Gates, febi, SWAG, LAVR SERVICE, MAHLE, NGK NTK, PHILIPS, Valeo.

Официальные спонсоры: NTN SNR, LYNX

Урал

6 июня 2019г. в Екатеринбурге, в Конгресс-центр WTCE состоялась второй региональный финал второго сезона национальной премии «Лучший автосервис 2019» – самого масштабного в России профессионального конкурса для независимых СТО

В этом году в Уральском регионе в конкурсе приняло участие 115 СТО, 42 мини-СТО, 157 руководителей, 189 мастеров-приёмщиков, 198 автомехаников, 32 диагноста.

Шансы на победу были у каждого, так как к участию приглашались все конкурсанты, прошедшие ВСЕ онлайн-задания и приехавшие на место проведения финала.

За звание «лучшего» боролись специалисты не только из Екатеринбурга и Свердловской области, но и из Челябинска, Нижнего Тагила, Кургана, Новоуральска, Перми и других городов региона.



Победителями стали:

Номинация «Лучший диагност»

- 1 место: Гордеев Александр.
«Гибрид-Сервис». Екатеринбург.
- 2 место: Соколов Алексей. DSG96.
Екатеринбург.
- 3 место: Латыпов Виталий.
«Автолаборатория». Тюмень

Номинация «Лучший мастер-консультант»

- 1 место: Боровских Сергей.
Автомастерская «СОК».
Екатеринбург.
- 2 место: Муллаяров Евгений. СТО
№1. Екатеринбург.
- 3 место: Гомбалеvский
Михаил. Автосервис «АВАНТ».
Екатеринбург.

Номинация «Лучший руководитель»

- 1 место: Казанцев Денис.
«АВТОГРАД». Нижний Тагил.
- 2 место: Михайлов Александр.
«Бош Сервис». Кунгур
- 3 место: Игнатьев Виктор.
«Первый Независимый Сервис».
Челябинск.

Номинация «Лучший автомеханик»

- 1 место: Долгов Андрей.
Екатеринбург.
- 2 место: Жур Андрей. Нижний
Тагил.
- 3 место: Подкорытов Александр.
Екатеринбург.

Номинация «Мини-СТО»

- 1 место: «АВТОГРАД». г. Нижний
Тагил.
- 2 место: Автомастерская Foton +.
г. Нижний Тагил.
- 3 место: СТО «Хардкор». Курган.

Номинация «Лучший автосервис»

- 1 место: Автомастерская «СОК».
Екатеринбург.
- 2 место: СТО №1. Екатеринбург.
- 3 место: «Первый Независимый
Сервис». Челябинск.





Юг

27 июня 2019 в Ростове-на-Дону, в конгресс-центре DON PLAZA и на площадке FIT-Service состоялась финал регионального этапа национального конкурса-премии «Лучший автосервис года» в южном регионе.

В Ростове-на-Дону собрались участники, которые уже прошли первые испытания и набрали наибольшее

количество баллов в заочном этапе. Но не менее сложные испытания были подготовлены организаторами для финала регионального этапа.

В ходе первого финального испытания проверялись теоретические знания, участники отвечали на вопросы различной степени сложности — неординарность во-

просов позволила сделать конкурс интересным и одновременно творческим. Второе финальное испытание - практическое.

В региональном этапе ЮФО в конкурсе приняли участие: 138 СТО, 36 мини-СТО, 174 руководителя, 191 мастер-консультантов, 202 механика, 34 диагноста.

Победителями стали:

Номинация «Лучший диагност»

1 место – Шаповал Александр Сергеевич. DAS-MOTORS. Краснодар.

2 место – Куденко Аркадий Викторович. KRavto61. Ростов-на-Дону.

3 место – Гармаш Андрей Борисович. GarMash. Таганрог.

Номинация «Лучший мастер-консультант»

1 место – Кабак Валентин Владимирович, «FIT Service Сормовская», г. Краснодар.

2 место – Залевский Евгений Владимирович, «АМ-Сервис», г. Новороссийск.

3 место – Ширшов Андрей Валерьевич, «РемАвто», с. Ленинградская.



Номинация «Лучший руководитель»:

1 место – Шипулина Ирина Валерьевна. Fit Service Солнечная. Краснодар.

2 место – Садиков Алексей Николаевич. Fit Service на ул. Жлобы. Краснодар.

3 место – Проскурин Андрей Владимирович. Fit Service Ялтинская. Краснодар.



Номинация «Лучшая мини-СТО»:

1 место – ServiceMan Волгоград

2 место – СТО «Автореал». Таганрог.

3 место - DRV. Ставрополь.

Номинация «Лучший механик»

1 место — Панин Александр Сергеевич, «Garage», г. Лабинск

2 место — Чичильняк Николай Николаевич, «AS-MOTORS», г. Краснодар.

3 место — Ширшов Андрей Валерьевич, «РемАвто», с. Ленинградская.

Номинация «Лучший автосервис 2019»

1 место — «FIT Service Солнечная»Ю г. Краснодар, ул. Солнечная, 57/2

2 место — «БиК Авто», г. Ростов-на-Дону, ул. Оганова, 52

3 место — «FIT Service Жлобы», г. Краснодар, ул. Жлобы, 119

Главный приз – установка для обслуживания кондиционеров от компании MАНLE была подарена победителю основной номинации «Лучший автосервис года» региона Юг — «FIT Service Солнечная»Ю г. Краснодар, ул. Солнечная, 57/2

Сервис «ServiceMan», г. Волгоград, занявший 1 место в номинации «Лучшая мини-СТО», стал обладателем установки для слива масла NORDBERG 2380. Такую же установку получила станция «Автореал», г. Таганрог, ставшая 2-й в номинации «Лучшая мини-СТО», «БиК Авто», г. Ростов-на-Дону, ул. Оганова, 52 и «FIT Service Жлобы», г. Краснодар за 2 и 3 места в номинации «Лучший автосервис».

Автосервис «DRV», г. Ставрополь получил в подарок пуско-зарядное устройство Force 620, FUBAG 68838. Специальный приз – 2-х недельный автопробег по Европе получила Шипулина Ирина Валерьевна, «Fit Service Солнечная», г. Краснодар, победившая в номинации «Лучший руководитель».



Победители и призеры получили ценные призы от GROUPAUTO России и партнеров конкурса – инструменты, гаджеты, сертификаты на обучение.





Поволжье

18 июля в Нижнем Новгороде состоялся региональный финал национальной премии «Лучший автосервис – 2019», который определил имена лучших специалистов и СТО Поволжья.

В этом году в регионе Поволжье в конкурсе приняло участие 59 команд СТО, 100 руководителей, 100 мастеров-приёмщиков, 115 автомехаников, 52 диагноста из городов Нижний Новгород, Казань, Уфа, Ижевск, Пермь, Тольятти, Арзамас, Набережные Челны, Йошкар-Ола, Киров, Оренбург, Саратов, Самара и других.



Победителями стали:

Номинация «Лучший автосервис 2019»

1 место — «FitService Дементьева», г. Казань, ул. Дементьева, 18

2 место — Автосервис «ГАРАНТ АВТО», г. Йошкар-Ола, Сернурский тракт, 23

3 место — Автотехцентр «Авторитет», г. Чебоксары, проезд Машиностроителей, 1 «Ч»

Номинация «Лучшее мини-СТО»

1 место — «BEST SERVICE», г. Саратов, ул. Перспективная, д. 36

2 место — «Маслénка», г. Урень, ул. Механизаторов, 33



3 место — «Zipdoc», р.п. Красные Баки, ул. Нижегородская, д. 90а

Номинация «Лучший руководитель»

1 место — Павлова Татьяна Анатольевна, «FitService Дементьева», Казань

2 место — Шукман Денис Сергеевич, «BEST SERVICE», Саратов

3 место — Ширшова Татьяна Андреевна, Автосервис «ГАРАНТ АВТО», Йошкар-Ола

Номинация «Лучший мастер-консультант»

1 место — Валиуллин Разыл, «FitService Дементьева», Казань

2 место — Васильев Сергей Владимирович, Автотехцентр «Авторитет», Чебоксары

3 место — Гичкин Павел Александрович, Автосервис «ГАРАНТ АВТО», Йошкар-Ола

Номинация «Лучший механик»

1 место — Салатов Максим, «FitService Дементьева», Казань

2 место — Ханин Дмитрий Александрович, «BEST SERVICE», Саратов

3 место — Латынский Андрей Степанович, Потребительский кооператив «Автоклад», Уфа

Номинация «Лучший диагност»

1 место — Свистунов Игорь Владимирович, Гараж «Шайтан Motors», Саратов

2 место — Пащенко Виталий Владимирович, «Cybermotors», Уфа

3 место — Камардин Владимир Владимирович, ООО АвтоТехЦентр «ФАВОРИТ», Саратов

Победители и призеры получили ценные призы от GROUPAUTO России и партнеров конкурса – инструменты, гаджеты, сертификаты на обучение.

Главный приз – установка для обслуживания кондиционеров от компании MАНЕ была подарена победителю основной номинации «Лучший автосервис года».





Северо-Запад

1 августа 2019 в г. Санкт-Петербурге, в конференц-зале отеля «Полюстрово» прошёл пятый финал конкурса по региону Северо-Запад. В очных испытаниях участвовали специалисты из Санкт-Петербурга, Сыктывкара, Великого Новгорода, Петрозаводска, Мурманска и Пскова.

По итогам всех этапов конкурса были названы победители и призеры регионального этапа:

Номинация «Лучший автосервис 2019»

1 место — «Winauto-Express», Санкт-Петербург, Лесной проспект, д. 78

2 место — «Крас и Ко», Санкт-Петербург, Херсонская 39, лит А

3 место — «Джем-Авто», Псков, Труда, 796

Номинация «Лучшее мини-СТО»

1 место — «DM Garage», Санкт-Петербург, пр. Народного Ополчения, д. 151

2 место — «Jimny-Rig», Санкт-Петербург, Октябрьская наб., д. 12

3 место — «Руки из плеч», Псков

Номинация «Лучший руководитель»

1 место — Котов Павел Викторович, «Winauto-Express», Санкт-Петербург

2 место — Шкуров Максим Викторович, «АвтоПорт», Санкт-Петербург

3 место — Павлов Максим Евгеньевич, «DM Garage», Санкт-Петербург

Номинация «Лучший мастер-консультант»

1 место — Чесноков Дмитрий Андреевич, «DM Garage», Санкт-Петербург

2 место — Чижов Константин, «FitService», Псков

3 место — Шорин Сергей, «Winauto-Express», Санкт-Петербург

Номинация «Лучший механик»

1 место — Мельников Игорь Игоревич, «Крас и Ко», Санкт-Петербург

2 место — Бойков Антон, «Winauto-Express», Санкт-Петербург

3 место — Васильев Сергей, «Крафт Сервис», Великий Новгород



Номинация «Лучший диагност»

1 место — Моисеенко Иван Игоревич, «Руки из плеч», Псков

2 место — Мальцев Елисей, «Квета Авто», Сыктывкар

3 место — Газукин Дмитрий, «Евроавто», Санкт-Петербург

Победители и призеры получили ценные призы от GROUPAUTO России и партнеров конкурса — инструменты, гаджеты, сертификаты на обучение.



Центральный регион

15 августа 2019 в Москве, в отеле «КОСМОС» и на базе СТО «Заботливый сервис» состоялся финальный этап конкурса «Лучший автосервис-2019» по центральному региону. Представители СТО Москвы, Орла, Тулы, Твери и других городов боролись за звание лучшего в шести номинациях.

По итогам всех этапов конкурса были названы победители и призеры регионального этапа:

Номинация «Лучший автосервис - 2019»

1 место — «Заботливый сервис ФОКУС» г.Тула

2 место — FIT Service на ул. Феодосийская. Москва

3 место — СТО «Механикус». Сергиев Посад

«Лучший руководитель»

1 место – Есипов Денис, Тула

2 место – Яценюк Андрей,
Москва

3 место – Манохин Алексей,
Щёлково

Номинация «Лучший диагност»

1 место – Улуханов
Курбанисмаил, Техцентр
«Адмирал». Москва

2 место – Граф Александр, FIT
Service, Щёлково

3 место – Синенко Руслан, «Авто-
Драйв», Москва

**Номинация «Лучший мастер-
консультант»**

1 место – автосервис
«Механикус», Сергиев Посад

2 место – Жадан Владимир,
Заботливый Сервис-Фокус, Тула

3 место – Мамаев Александр,
БАРС-Авто, Орёл

Номинация «Лучший механик»

1 место – Сабуров Денис,
Заботливый Сервис-Фокус, Тула

2 место – Захаров Максим,
Компания Фильтр, Москва

3 место – Комков Игорь, Мамонт-
Мастер, Тверь

Лучшая «мини-СТО»

1 место – СТО «Фокус-Экспресс».
Тула

2 место – Автосервис «У Гнома»

3 место – BRO BRO Service

Все победители и финалисты по-
борются за звание «лучший» в су-
пер-финале, который состоится 26
августа 2019 в Москве.





Стань лучшим
- регистрируйся
и участвуй!

лучший-автосервис.рф

КОНКУРС ДЛЯ СТО

Организатор:



Генеральный партнер:



Учредитель
специальной номинации
«Лучший диагност»:



Официальные партнеры:



Официальные спонсоры: NTN, SNR, LYNX, SIDEM



**ВЫИГРАЙ
ЦЕННЫЕ
ПРИЗЫ**



Оборудование
и инструменты
для автосервиса



Программное
обеспечение



Поездки в Европу



Обучающие
программы для
руководителей
и специалистов
автосервиса



Участие в 2х недельном
автопробеге по Европе

НОМИНАЦИИ:



Лучший автосервис



**Лучшая
мини-СТО**



**Лучший
руководитель**



**Лучший
механик**



**Лучший
мастер-консультант**



**Лучший
диагност**



Информационные партнеры: PROAVTOBIZNES.PP

Автобизнес

SERVICE PARTS

HIA

Dbugkor

DRIVE2.RU

Кадры в «рамке»

Автор Оксана Демченко

Сообщество автобизнеса переполнено сетованиями об отсутствии нужных специалистов, особенно молодых, и тем более – подготовленных системой государственного профессионального образования. По этому поводу многие предлагают ставить в жесткие рамки оценку компетентности техникумов и их выпускников. О рамках, кадрах и прочем подобном говорили на клубе руководителей автобизнеса в Санкт-Петербурге.

Питерский клуб собственников автосервисного бизнеса традиционно собирается раз в два месяца. Летняя встреча пришлось на июнь, участников было чуть меньше, но у пришедших не наблюдалось ленивого отпускного настроения. Кадры – тема, способная «разбудить» любого профи!

Стоит сразу сказать, что подбор спикеров и гостей удался. Высказались более или менее полно в общем-то все стороны, вовлеченные в тему.

О проблемах и возможностях системы государственного технического образования говорил *Валерий Копнин*, директор известного в городе и регионе 110-го техникума, где серьезно подходят к подготовке по автосервисным профилям. Было отмечено, что сейчас госпрограмма фокусируется на двух группах по возрасту, поскольку открыт и активно развивается блок тренингов для категории 50+, то есть – переобучение и смена профессии для людей среднего возраста. Техникум располагает всеми ресурсами и готовит слесарей по ремонту ав-



томобиля. Есть богатая база оборудования, автомобилей, агрегатов; есть аккредитация и право обучать по заказу центра занятости; значит, есть возможность получать компенсацию затрат с их стороны. Почти идеальные условия: СТО может востребовать специалиста и при этом понести минимальные затраты.

Конечно, имеются и свои «но», как без них! Так, с 2021 года из списка профессий в госпрограмме обучения исчезнет «автомеханик» и вместо него появится «автомехатроник». Это не только смущает и путает поступающих молодых людей и их родителей, но и меняет формат обучения – часы, тематику, да всю программу! Идея правильная, современный специалист СТО – уже давно не слесарь, а скорее инженер базового уровня, способный ставить и решать задачи системного поиска неисправности и ее устранения. Однако перемены создают много «водворотов», и пройти их трудно.

С 2021 года из техникумов уйдет и еще одна привычная профессия – «механик по техобслуживанию». Близкий функционал будет реализован в компетенции «мастер по обслуживанию двигателя». Увы, это словосочетание поступающим еще менее привычно и понятно, чем «мехатроник». Переименование для них сокращает мотивацию и создаёт непонимание перспектив.

Перемены усугубляются тем, что идёт перестройка структуры обучения по всему городу. Автосервисные профессии будут убраны

из непрофильных колледжей и сконцентрированы в двух специализированных: «юг» города охватит 110-й техникум, а «север» – 80-й технический колледж. Концентрация, вроде бы, должна дать позитивный эффект... но и проблемы она поменяет, обновит. Теперь только два центра учат и, значит, пытаются дать рынку «свежую кровь». Им же придется взять на себя сложные и не вполне свойственные функции по определению потребности рынка в кадрах, провести исследование или каким-то иным способом отстоять число мест для студентов – 300, 500 или сколько-то еще? Обосновать запрос будет сложно: бизнес, особенно вне дилерского сегмента, практически не организован в ассоциации и иные объединения. И такой, разрозненный, он «безмолвствует» в худших российских традициях. Нет отлаженного взаимодействия с техникумами и колледжами: нет потока запросов на специалистов, нет и иной конструктивной активности от профессионалов рынка, вроде участия в опросах. Зато есть критика уровня подготовки выпускников – хотя это и поздно, и неконструктивно...

Итогом дефицита общения сторон можно считать идею «центров оценки квалификации» выпускников в ее нынешнем сыром виде. Совсем не ясно, кто и по каким критериям будет подтверждать или отрицать право молодого специалиста работать в профессии, изучению которой он отдал 3 года и по их итогам уже получил госдиплом. И – дополнение от автора этой статьи



– совсем уж непонятна ценность диплома, если некая комиссия может его аннулировать одним росчерком пера.

Мнение поставщиков обучающих программ нового времени высказал основной докладчик дня – *Андрей Бракоренко*, основатель и руководитель компании и программы SenSys.

Он говорил о том, как можно и нужно дополнить программы классического обучения за счет цифровых реалий. Речь шла не просто о видео, интерактивных и иных программах онлайн обучения. Главная ценность, которую SenSys старается донести до практиков рынка – это система мониторинга учебного процесса, комплект его планирования и непрерывной коррекции в процессе «движения».

Все начинается с первичного контроля уровня знаний и выявления «белых пятен» в образовании, будь то основы физики, электротехники или какие-то более узкие и специальные темы практического авторемонта.

SenSys – модульный конструктор во всех смыслах и применениях. Он позволяет настроить тестовые блоки для выявления уровня. Он предлагает учебные программы и тренинги для устранения пробелов в знаниях. Он постоянно контролирует, как ученик проходит обучение: затраты времени, где именно произошли задерж-

ки, как активно и системно велась учеба. Он предлагает возможность подстроить программу под индивидуальные способности и временные ресурсы каждого ученика. Он, наконец, дает всю аналитику по обучению и «приборную панель» контроля и регулирования тому, кто обучение заказал или организовал.

То есть у преподавателя появляется доступ к самым современным технологиям и знаниям, собранным в цифровой учебной среде на глобальном уровне: это единая база знаний и тренинг-блоков, созданная огромным и непрерывным трудом многих центров во многих странах. Накопить и, тем более, постоянно обновлять, актуализировать такую базу знаний не способен ни одиночный техник, ни вся система образования страны в целом, поскольку для этого надо иметь доступ к ноу-хау и инженерным решениям, просто не имеющим локализации на том или ином рынке.

В то же время управляющая надстройка учебного комплекса позволяет сократить до минимума число «необучаемых», «плохих» студентов. Упомянем и косвенные ее особенности: тесты не проходят люди с наркотической, алкогольной зависимостью, эти скрытые пороки сразу делаются явными.

Комментируя сотрудничество образовательных центров и бизнеса, Андрей Бракоренко отметил, что задача учебного заведения в его понимании состоит в том, чтобы дать студенту базу, а не конкретный навык по конкретной марке/модели. И странно требовать от выпускника сразу и без «тонкой настройки» годности под запросы конкретного СТО.

«И пора забыть термин «работодатель», перейдя к более верному и точному – термину «наниматель». Потому что найм предполагает и поиск нужного кандидата, и его подготовку, и далее – повышение его квалифи-



кации. Это гораздо больше, чем «дать работу». И это – совсем иное!»

Александр Пахомов, руководитель ТЦ «Дилижанс» выступил со стороны практиков бизнеса и рассказал о том, как настроил комплекс опросов и далее провел оценку сотрудников и их дообучение на базе возможностей SenSys. Стало понятно, что при всей оцифрованности среды и полноте опций «контрольной панели» все начинается (а чаще и заканчивается, увы) на уровне человеческого фактора. Это – желание руководителя, собственника, реализовать идею тестов и обучения. Это его готовность инвестировать в обучение ресурсы – свое время, свою энергию и средства. Это готовность системно контролировать процесс, мотивировать сотрудников, общаться – в общем, внедрять и «вживлять» цифровое – в плоть и кровь реального бизнеса.

Только так онлайн может дать то, что в нем заложено, ведь, увы, видеоролик позволяет усвоить не более 15% заложенной в него информации. И только комплексный интерактив дает при хорошей технологии – до 80% усвоения материала!

Дистанционное обучение по сути – оцифрованный учебник, не более. Дополнить этот учебник – учителем, дать ему энергию в виде мотивации людей – вот то, что всегда неоцифруемо и всегда – личная работа руководителя.

12 лет интеллектуального анализа

Татьяна Акимова

Как изменился автомобильный рынок России, а также сфера автомобильных исследований за последние 12 лет? Об этом мы поговорили с Александром Груздевым, ныне независимым экспертом по авторынку.



Последние 12 лет Александр работал в должности генерального директора международной маркетинговой компании «GiPA Россия». По сути, он создал и развил компанию, которая стала значимым игроком рынка маркетинговых исследований и даже вошла в ТОП-10 исследовательских ком-

паний России в 2014 году. Все это при очень узкой специализации – послепродажное обслуживание автомобилей в России. Александр известен также как лектор ведущих экономических ВУЗов страны и как спикер, он выступал на различных конференциях, провел много семинаров и веби-

наров, опубликовал множество статей в профессиональных изданиях, в России и за рубежом. Он написал книгу «Интеллектуальный анализ», в которой поделился уникальными, собранными за многие годы работы в автомобильной сфере знаниями об исследованиях и сборе аналитической информации в автобизнесе. Создал уникальный и не имеющий аналогов во всем мире онлайн-инструмент для расчета полной стоимости владения автомобилем — AUTO TCO.

Недавно Александр оставил свой пост в компании и пока выступает в качестве независимого эксперта по авторынку. В беседе с журналом он рассказал о том, каким был и каким стал рынок послепродажного обслуживания автомобилей в России.

— Александр, каким вы вспоминаете 2007 год. Чем он примечателен для вас?

— В 2007 году я впервые проводил исследование для автомобильной компании. Это было небольшое исследование по мотоциклам BMW. До этого я в основном работал с производителями потребительских товаров, моими основными клиентами были Colgate-Palmolive и British American Tobacco. В середине года прилетел президент компании «GiPA» Франсуа Пассага (Francois Passaga), и после нескольких дней переговоров мы заключили партнерское соглашение. После чего автомобильного

бизнеса в моей жизни стало намного больше. В этот год рынок продаж автомобилей в России был уже сформирован. Продажи новых автомобилей были очень и очень высоки, а перспективы рисовали еще более радужные. В стране уже работало много дилерских центров. Свои представительства в России открыли все крупнейшие автомобильные бренды. Весь автомобильный рынок страны был ориентирован, в первую очередь, на продажу новых автомобилей. О том, чтобы развивать сервисное обслуживание, дилеры почти и не задумывались или делали это в качестве формальности. Ведь только на таком рынке могли существовать дилерские предприятия, которые занимались только продажами автомобилей, а сервисного обслуживания не оказывали совсем.

— Почему же сервисное направление не интересовало топ-менеджмент дилерских компаний и какие последствия это имело?

— Сервисное обслуживание было на вторых и даже третьих ролях, потому что продавать новые автомобили — это проще, интереснее, и это приносит хорошие обороты, под которые легко кредитуют банки. Это сейчас от наценок на новые автомобили ничего практически не осталось, а тогда доходило и до двухзначных цифр. Все положение дел в те годы описал мне на встрече директор одного иностранного автомобильного бренда, которому я приехал рассказывать об исследованиях моей компании в области послепродажного обслуживания автомобилей. Он сказал: «Александр, это, конечно, все очень интересно, но мы машины отгружать не успеваем, какое там послепродажное обслуживание!»

На одной дилерской конференции в 2008 году я слушал высту-

пление директора сервисного направления, который, нисколько не стесняясь, рассказывал о том, как надо «накручивать» клиентов. Создавалось впечатление, что он гордился тем, как его компании удается «ободрать» клиента, который даже и отказаться от навязываемых услуг не мог. А если и захотел бы это сделать, то ему светило «слететь с гарантии» — и этим надо «активно пугать». И списком рекомендованных операций для ТО мастера-приемщики на дилерской станции пользовались как подсказкой: за что можно взять с клиента денег. Брали и считали «по максимуму», и никто особо не стеснялся.

А о последствиях несложно догадаться. Не стоит удивляться, почему 12 лет спустя именно дилерские сервисы имеют устойчивый имидж «дороже чем в любом другом канале обслуживания», а в результате лояльность к дилерским центрам очень низка. И почему средний срок лояльности сильно меньше даже среднего срока гарантии. Да потому что к дилеру едут просто, если хотят что-то сделать по гарантии. Ни о какой лояльности тут речи не идет.

А ведь такое пренебрежительное отношение было не только у российских дилеров. Припоминаю одного экспата из автомобильного представительства, который в личной беседе хвалился тем, что свою немаленькую зарплату он получает за то, что руководит варварами.

— За прошедшие годы многое поменялось на рынке. Какие изменения вы еще можете назвать?

— Да, безусловно, за последние 12 лет изменилось очень многое. Все мы постарели на 12 лет, и я сейчас не столько про возраст, сколько про опыт. Появилось много людей с большим практическим опытом работы в ав-

торынке, они прошли огромный путь с низов до самых топовых позиций, и конечно же, именно такие люди укрепили наш рынок. Многие из них пережили два, а многие и три кризиса, и прошли суровую школу жизни. Сам рынок изменился очень значительно: появились игроки независимого сегмента, как производители запчастей, так и крупные оптовики, сети и независимые сервисы известные не только в своем микрорайоне, а в целом по федеральным округам. Родились и развились ассоциации. В целом бизнес стал более «взрослым» и цивилизованным. Практики автобизнеса стали больше понимать, зачем нужны исследования авторынка. Поэтому многие стали обращаться ко мне не только за исследованиями, но и за тем, чтобы я помог им правильно интерпретировать полученные результаты.

— А как вообще сформировалась сфера исследований послепродажного обслуживания в России?

— Если разобраться, то до того, как я начал заниматься этой сферой исследований, в России ее попросту не существовало. Никто из аналитических агентств прежде до меня не интересовался этим направлением, никто серьезно и профессионально не анализировал рынок послепродажного обслуживания. Были агентства, занимавшиеся продажами автомобилей, но моя компания была первой, профессионально занимавшейся послепродажным обслуживанием. На моей памяти было как минимум четыре компании, которые начинали работать в сфере послепродажного обслуживания и весьма быстро уходили. Ведь просто даже разобраться с темой и грамотно организовать исследования в «послепродажке» — очень не просто.

Несколько раз в моей практике мне приходилось переделывать исследования за горе-аналитиками. Особенно запомнился один случай. Руководитель отдела аксессуаров одного автомобильного представительства предоставил мне результаты исследования «аналитического агентства», посвященные защите картера — некоторое время назад это был один из наиболее востребованных «допов».

В результатах исследования я обнаружил слайд, где речь шла о долях рынка по типам (металлическая или пластиковая) и толщинам. По информации «аналитического агентства», 12% рынка приходилось на металлические защиты толщиной от 12 до 36 мм. А теперь представьте себе, как выглядит лист металла толщиной 36 мм и сколько должна весить такая защита! (для более простого понимания толщина танковой брони Т34 – 40-45 мм). Любой здравомыслящий человек, который вникает в то, что он делает, такого не напишет. И конечно, уже по этой детали это исследование нельзя было считать профессиональным. На деле оказалось, что агентство выиграло тендер на исследование, так как предложило самую низкую цену. В итоге результат заказчика не устроил, и мне пришлось исправлять эту работу.

— Но получается, что в таких случаях причина была не только в том, что агентства стремились любой ценой заполучить тендеры? Заказчики также стремились сэкономить.

— Если рассмотреть сам процесс отношений исследовательских агентств и заказчиков, то все начиналось с того, что исследования заказывали конкретно те сотрудники, которые ими и пользовались. И это был наиболее

продуктивный формат работы. В таком формате можно было доходчиво объяснить самому заказчику, почему исследования — это весьма затратная работа. Почему нужно проводить качественную работу и получать качественные и достоверные результаты. Однако очень быстро такие взаимоотношения перешли в категорию «распил и откат». И такие схемы работы были очень распространены, поэтому на стороне заказчика стал работать отдел закупок, который, как раз и должен исключать всякие мошеннические схемы. Доступ к самим заказчикам исследований в процессе переговоров был закрыт, все переговоры велись исключительно с отделом закупок, а с маркетологами мы встречались уже только на представлении результатов. А это привело к другому перекосу: на протяжении нескольких лет исследования закупались по схеме «кто даст низкую цену, то и выиграл тендер».

К счастью, и эти времена постепенно уходят. И теперь на стороне заказчика исследования, и сами маркетологи, и отдел послепродажного обслуживания стали участвовать во всех вопросах, связанных с организациями исследований. А отделу закупок поручается в таком формате только решение финансового вопроса. И всем стало проще. У руководителей компаний появилось четкое понимание, зачем процесс нужно организовывать именно так, привлекать маркетологов, платить за качественные исследования и получать правдивый результат. И это хороший тренд для всей исследовательской отрасли.

— Александр, недавно вы покинули компанию, которую создали и руководили долгие годы, пожалуй, на данный момент нет человека в России, который бы был большим экспертом в

послепродажном обслуживании автомобилей, чем Вы, расскажите, что ждет отрасль в ближайшие годы?

— Мой комментарий будет с учетом эволюционного развития, т.е. если не будет ни революций, ни глобальных кризисов или войн. При таком раскладе в ближайшие пару лет нас ждет стагнация, без государственной помощи, к примеру, в сфере кредитования, продажи новых автомобилей будут снижаться до 1,3-1,5 млн в год. И этого будет недостаточно для замещения выбывающих из парка автомобилей, что будет приводить пусть и к очень медленному, но все же уменьшению автопарка.

Пробеги после посткризисного восстановления снова вернутся к эволюционному снижению. Таким образом, рынок послепродажного обслуживания потеряет оба фактора органического роста. Уже сейчас можно точно сказать, что для того, чтобы продавать столько же, сколько вы продавали вчера (и это относится к продажам машин, запчастей, услуг сервиса и т.д.) придется работать значительно больше, отрывая долю рынка у конкурентов.

Если раньше на растущем рынке, можно было особо ничего не делать и расти, пирог рос сам, а с ним росла и доля каждого из игроков, то теперь пирог не только не растет, но и даже уменьшается, а значит продавать столько же и тем более больше, можно только, если кто-то продаст сильно меньше. Нас ждут очень интересные годы, когда маркетинг выйдет из тени и станет доминирующим инструментом.

Take a Brake

SB

SANGSIN BRAKE



**ВСЕГДА
НАДЕЖНОЕ ТОРМОЖЕНИЕ**

WWW.SANGSIN.RU

ТОРМОЗНЫЕ КОЛОДКИ И ДИСКИ ДЛЯ ЛЮБОГО АВТОМОБИЛЯ. КАЧЕСТВО ГАРАНТИРОВАННО

Стратегия на падающем рынке

Демченко Оксана

Эта тема стала главной на клубе руководителей «Автобосс» в июле. Конечно, в первую очередь, имелся в виду взгляд автомобильных дилеров на ситуацию и их место в рынке. Но были оценки и мнения, актуальные для любой компании.

Этот клуб стал во многом экспериментом Татьяны Григорьевой, бессменного руководителя и модератора клуба. Говорить с дилерами о дилерском «наболевшем», глубоко зная тему – значит, замыкаться в довольно узком круге проблем и привычных, по-своему комфортных «болей» и «волшебных таблеток» для их излечения. Июльский клуб стал, если продолжать медицинские аналогии, не комфортным сеансом групповой психотерапии, а стрессовым и радикальным лечением.

Ярким событием дня стало возвращение в публичный автобизнес одного из ярких его лиц. Сергей Баранов теперь – аналитик авторынка JATO Dynamics, и значит, мы все снова будем иметь возможность регулярно слушать его точные и тонкие замечания по многим темам и получать его экспертизу по сложным, спорным вопросам рынка.

На клубе Сергей представил глубокую и емкую презентацию по причинам падения рынка (в первую речь здесь говорим о продажах новых авто).

Начал он с того, что падение – тренд глобальный и затронул он большую часть развивающихся рынков, хотя это слабое утешение типа «Не только наша корова сдохла, у соседей та же беда»... И беда эта системная: происходят структурные изменения в отрасли. Ужесточаются экологические нормы, что трансформирует про-

дуктовые линейки автобрендов и раздувает R&D (исследования и разработки). Для потребителей тоже все меняется – ментальность, ценности, схемы мобильности, особенно в больших городах.

В итоге падают продажи новых авто по всему миру. Например, Китай падает двузначно! Но даже на этом падающем рынке можно выигрывать. Иногда в объеме, иногда в доле продаж. Так, в РФ позитив показывает ряд люксовых брендов.

А теперь о контурном и близком. Господдержка – анализ Сергея четко показал: эффект подобных мер себя исчерпал, он теперь минимален. При этом рынок снова готов показать расхождение в данных по регистрации и продажам, как было уже много раз в кризис. Уже имеем зазор порядка 6%, к концу года он станет выше, и это заложит свежую бомбу – «желтые» авто придется реализовать со скидками.

А теперь самое страшное, при том, что общеизвестное.

За 10 лет средняя цена авто (нового) в РФ выросла ВТРОЕ – с 550 тыс. до 1,5 млн.

Вот она, главная причина падения рынка. Автомобиль стал не-

доступен. Если 10 лет назад 60% новых машин предлагалось в бюджетном сегменте до 600 тыс. рублей, то именно они и находили свои почти 2 млн массовых покупателей, которые теперь ушли с рынка новых авто!

Еще добавим горечи в пилюлю: растёт весь круг затрат «около» авто – владение, сервис, ремонт, страховка...

Итого: перекося в спросе и вымывание дешевого сегмента приводят к росту роли сегмента SUV и стабилизируют премиальный сегмент с ценами 4млн рублей и выше. Все это видят автоконцерны – и реагируют сокращением числа брендов и моделей на рынке РФ.

После подробного анализа на «вскрытые раны» стали применять свои методы лечения практики от автобизнеса. Из всех – их презентации есть на сайте «Автобосс» – выделю два доклада. Оба – яркие, трендовые. И в то же время в оценках и идеях очень часто – диаметрально противоположные! Что не делает каждого из спикеров неправым. Ведь в поле автобизнеса много дорог.

Итак, **Алексей Голубятников**, генеральный директор «Рольф Ясенево».

«Верь клиенту, слушай клиента, будь на стороне клиента» - если коротко, вот таков его рецепт. Вполне все в рамках Дао «Тойота». Но, что особенно ценно – это

российский, наш опыт! Это уже прижилось на нашей специфической почве и дало свои плоды – настоящую лояльность, подлинную приверженность к автоцентру, доверие к его сотрудникам и даже дружбу.

Опыт изложен на базе конкретной локации, которой и управляет Алексей. Там сосредоточены в основном премиальный и бизнес-бренды авторынка.

Теперь по тезисам

Надо ли сокращаться на падающем рынке? Да. И важно – как и в чем. В первую очередь в расходах, начиная с нормативов. И дальше изучить и штатное расписание... включив на полную мощность здравый смысл.

Кассовый разрыв – классика падающего рынка. Опасная практика – привыкать к его наличию. Но отделы продаж это охотно делают.

За последние 7 лет месячная выработка продавца авто снизилась до 15-18 сделок в масс- и 10+ в премиум-сегментах. Но зарплаты средние по рынку держатся, да и дистрибьютор не ослабляет давление: плитка на полу, обновление интерьеров и т.д. и т.п. – затраты огромны.

Идея «Тойота» – считать затраты с секундомером и не допускать того, чтобы продажи падали, и этот тренд маскировали, раздувая штат. Нормативы нельзя считать по плановым объемам, закрыв глаза на реальность!

В автоцентре принято решение (общее для «Рольф») нормировать загрузку кадров по реальности их рабочего дня. Нетрудно понять, сколько времени требуется для презентации автомобиля. Именно из этого норматива считается число продавцов. 13 сделок в масс- и 8-10 в премиум-сегменте ежемесячно на про-

давца – вот что сейчас на взгляд «Рольфа» нормально. И, если продавец недогружен (не обязательно по его вине), в кризис за это нет смысла платить!

Следствие сказанного – необходимость честно ответить на вопрос: *«Когда продажа зависит от продавца? Когда мы платим за его реальные усилия, а когда компенсируем то, что сделано не им, а иными подразделениями?»*.

Второй важный вопрос – *оценка реального функционала по должностям, но штатным единицам*. Можно убрать должность или поменять ее суть, наполнение рабочего дня. Если компания не сделает этого, сотрудник сам всегда найдет, чем занять «рабочее» время.

Еще один важный вопрос – *стресс-анализ*. Регулярно: переоценка вложений, использования ресурсов и т. д.

Второй важный тезис

Поиск в «самосознаниях» барьеров при обслуживании клиента. Пример: оценка затрат времени на приём в сервис. Надо ли осматривать авто? Времени уходит много. А процесс не всегда полезен клиенту. Снова к честным вопросам: *«Что реализует осмотр – недоверие дилера к клиенту? Желание строить отношения – или разрушать их?»*.

В «Рольф Ясенево» принято решение для постоянных клиентов отказаться от осмотра при приеме: дешевле покрасить поцарапанный элемент, чем объявить такого клиента мошенником или просто «выбить» из зоны комфорта, – а именно это и делает тотальный осмотр.

Не менее ценна клиенту просто экономия времени. В премиальных брендах («Ягуар», допустим)

на простую замену масла тратится у дилера 3 часа – это же кошмар для клиента, потеря целого дня. Если точно оценить процессы, то уложиться в 55 мин – реально. И сейчас это уже сделано.

Третий тезис - о доходах

Большинство отделов продаж продаёт автомобили. А верно ли это? Для компании гораздо важнее реализовать некий набор, оптимальный микс моделей, комплектаций, марок! Иначе все для продавцов опять пойдёт по пути наименьшего сопротивления и каждый постарается продать «горячие пирожки», не тратя сил на что-то более сложное.

К доходам относится и вовлечение линейного персонала в решения, умение слушать своих людей. Если у сотрудника «тупит» ноутбук или принтер, нельзя требовать быстрой работы – это бесполезно. Но, если условия созданы - требовать можно и сотрудник это внутренне принимает.

Сюда же в тему и внутренний NPS – персонал сам оценивает коллег. И некоторые должности, неудобные и неинтегрированные в общий процесс, могут быть удалены из отделов.

К управлению кадрами относится и метод составления риск-листов. Они формируются на основании поведения сотрудников (опоздания, выполнение плана, инициативность, больничные и отгулы и т. д.). Важно понимать: кто может оказаться кандидатом на увольнение или неэффективным сотрудником? Причины разные – здоровье, усталость и выгорание, либо это утрата мотивации и домашние проблемы.

Риск-листы делят персонал на три категории. Важно мониторить категории 2 (есть риск, эффективность падает) и 3 (все признаки скорого увольнения). Так можно

резко и эффективно сократить текучку, а значит, траты на обучение и поиск кадров.

Продолжение кадровой темы – блок поиска и найма. В «Рольф» существует очередь соискателей по большей части вакансий. И эта очередь – знакомые компании люди, эффективные и понятные. Их часто рекомендуют работники нынешние и бывшие.

«Мы верим в практику «Риц Карлтон»: бесполезно учить, надо сразу искать людей с предрасположенностью. Опыт – ничто, личные качества важнее. Мы охотно берём людей без опыта, из иных бизнесов. Будь то крупье казино или бортпроводник – рассмотрим. Мы верим в людей, у которых есть план роста в жизни и цели.»

Тезис по клиентам

«Мысли, как клиент» – понимаю его потребности. Иногда это трудно и первый ответ персонала на меры для клиента – «невозможно!».

В «Рольф Ясенево» есть онлайн группа-чат «Надо исправить». Любой клиент и сотрудник может сделать фото проблемной зоны и отправить в группу, куда подключён главный инженер и иные службы. По простым запросам о проблемах в клиентской зоне «заблокировали ворота», «отклеился кондиционер в зоне отдыха» и т. д. срок реакции – час.

В этот же блок идет и работа с жалобами клиентов, их комментариями в опросах.

Важно находить системные претензии! Они качественно и мгновенно меняют отношение клиента. Книга «Жалоба как подарок» – это правда, это работает.

Лишь 4% клиентов пишут жалобы, прочие уходят молча. И это – беда!

Говорящий, жалующийся клиент – для компании благо, а не проблема. Готовность клиента быть вовлечённым – это уже неравнодушные

Если в каком-то подразделении за месяц нет никаких жалоб – это не признак идеальной работы. Это признак проблемы – тут молчат. У клиента нет чувства защищённости и комфорта, он тут не «свой».

Как помните, было обещано два пути роста на падающем рынке. Второй представил Юрий Зорин, заместитель исполнительного директора Ключ-Авто.

И в подаче презентации – от оформления до наполнения – и в манере изложения спикера, и в самом подходе по сути не было ничего общего с идеями «Рольфа».

Если там – много мягкого, психологического и почти интуитивного, то здесь – сухие цифры, матрицы, аналитика. Все это ровным довольно тихим голосом настоящего профессора. Вернее, специалиста с четырьмя профилями высшего образования и степенью доктора!

«Я не дам конкретных рецептов того, что можно сделать здесь и немедленно, я лишь настраиваю стратегические системы. Мой опыт в автобизнесе 5 лет и прежде я не имел дел с автобизнесом», – говорил господин Зорин, представляя аналитический ме-

ханизм оценки высшего кадрового состава растущего холдинга.

Суть проблемы роста была так и поставлена: есть предел возможностям «ручного управления» со стороны самого энергичного и профессионального собственника. В «Ключ-Авто» он был уже близок на момент начала построения новой системы. 28 автоцентров, вернее – автокомплексов, часто многобрендовых и многопрофильных. Это 28 топ-менеджеров, и каждого собственник знал лично.

А если стратегия роста – увеличить число локаций за 10 лет до 100? Если настолько амбициозные цели и высокие темпы развития, как полагаться на субъективные оценки и личное общение, имея сотню «топов»? Не получится помнить каждого, знать внутренние и скрытые проблемы его подразделения, или что гораздо чаще происходит в таком случае – верить на слово, полагаясь на репутацию, прежние заслуги, контакты вне работы и иные столь же косвенные факторы.

Хочется объективности в оценке. Хочется точного понимания работы бизнеса в каждой точке. Хочется данных, которые позволяют базироваться на твердой почве цифр, а не на эмоциях и иллюзиях.

Практика четырех лет работы показала: получается. Рост по числу дилерских центров – с 28 в 2014 году до почти 70 сейчас, в 2019-м. При этом стали уходить острые и казавшиеся неразрешимыми проблемы того, 2014 года: забытые каналы коммуникации, неэффективная система управления, приоритет личных отношений с директорами ДЦ при обсуждении того или иного проекта.

Как строилась новая система?

1. Было сформулировано стратегическое видение на

10 лет вперед – 100 ДЦ. Ведь, если не знаешь, куда бежишь, скорость бега не имеет значения.

2. Был выбран *способ роста*. Рассматривался вариант быстрого старта с привлечением «звезд» – топ-менеджеров, которые уже состоялись и что-то могут. Но число таких звезд в отрасли исчерпаемо, потому подобный метод роста ограничивает сам рост. Поэтому опорой и «топливом» роста стала система. Управленческий ресурс как таковой. И методика, которая

позволяет постоянно вести мониторинг и понимать, какие способности надо развивать в руководителях компании, как «прокачивать» топ-кадры.

Требования к объективной модели управления были сформулированы так: справедливая, прозрачная, объективная; она сохраняет единство сети; она заточена под максимальную автоматизацию и должна опираться на данные, а не мнения.

3. После формирования видения и выбора способа роста начались технические этапы

реализации. И первый, важнейший – распределение системы управления на 5 уровней с подробным и кропотливым прописыванием структуры иерархии должностей.

Сейчас система стабильно работает уже два года. «Матрица компетенций» остается стабильной, изменения внутри – минимальны. Данные объективного контроля – доходность, темпы развития, положение на локальных рынках, отношение клиентов и т. д. показывают, что системный подход эффективен.

 **19 сентября**

МАСТЕР-КЛАСС

НЕ ЧИСЛОМ, А УМЕНИЕМ! КАК ОПТИМИЗИРОВАТЬ ФОТ, ВЫПОЛНЯЯ ПЛАНЫ

 **20 сентября**

188 ЗАСЕДАНИЕ КЛУБА
РУКОВОДИТЕЛЕЙ АВТОБОСС



БЮДЖЕТИРОВАНИЕ-2020

 **25 сентября**

МАСТЕР-КЛАСС

ДЕНЬ ЖЕСТЯНЩИКА. ЛАЙФХАКИ ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ КУЗОВНОГО ПРОИЗВОДСТВА.

ЗАПИСЫВАЙТЕСЬ И ПРИХОДИТЕ!

8 (495) 989-11-26



Тормозные колодки Textar

В ассортименте Textar появились передние тормозные колодки и аксессуары для обслуживания Lada Vesta и Lada Vesta SW всех годов выпуска и оснащенных всеми модификациями силовых установок рабочим объемом 1,6 и 1,8 л.



Для Lada XRAY в фирменном каталоге Textar теперь предлагаются не только передние тормозные колодки, но и тормозные диски, а также аксессуары в виде крепежных болтов, пружин и пр. Вся продукция для машин российского автомобильного бренда производится на европейских заводах

TMD Friction и характеризуется высочайшим качеством, подтвержденным, в частности, сертификатами ECE.

«Появление в ассортименте Textar комплектующих для самых современных и крайне популярных моделей Lada Vesta и XRAY позволя-

ет нам говорить о существенном расширении охвата рынка автозапчастей для отечественных автомобилей нашей продукцией, – комментирует Евгений Сушилин, руководитель отдела маркетинга ООО «ТМД Фрикшн Евразия».

Подробную техническую информацию о тормозных колодках для современных моделей Lada можно найти в фирменном онлайн-каталоге.

Передние тормозные колодки для Vesta и Vesta SV идут под артикулом 2387301, артикул для XRAY – 2252501. Тормозные диски для XRAY имеют артикулы 92255200 и 92255203».

Качество Textar и Nisshinbo подкреплено двухлетней гарантией



Еще одна новость – компания TMD Friction объявляет о запуске гарантийной программы на продукцию своих премиум-брендов – Textar и Nisshinbo.

С 1 августа 2019 года на тормозные колодки этих марок на территории Российской Федерации действует гарантия сроком до 2 лет.

Согласно условиям гарантийной политики TMD Friction, расширенная гарантия на тормозные колодки действует с момента их установки на легковой автомобиль на станции техобслуживания. Срок

гарантии составит 24 месяца или 40 000 километров пробега (в зависимости от того, что наступит раньше). При наступлении гарантийного случая автовладельцу необходимо будет предъявить документы, подтверждающие покупку и установку колодок на СТО, а также заключение о браке от СТО. Для автовладельцев, осуществляющих самостоятельную замену колодок, гарантийный период составит 12 месяцев с момента покупки, что должно быть подтверждено кассовым чеком. В обоих случаях владельцам будет достаточно обратиться напрямую в российский офис TMD Friction.

Под гарантийное покрытие тормозных колодок Textar и Nisshinbo попадают любые случаи, связанные с производственным браком изделия: отслоение фрикционной

накладки, механические дефекты, некачественная покраска, недостача сопутствующих аксессуаров в комплекте поставки колодок и т.п.

«Предоставляя двухлетнюю гарантию на всю линейку тормозных колодок Textar и Nisshinbo, компания TMD Friction подтверждает высочайшее качество и надежность своей продукции, – комментирует Евгений Сушилин, руководитель отдела маркетинга ООО «ТМД Фрикшн Евразия». – Актуальный ассортимент включает в общей сложности около трех тысяч позиций тормозных колодок наших премиум-брендов и обеспечивает широчайшее покрытие парка европейских, японских и корейских машин различных марок и годов выпуска».

TEXTAR[®]
BRAKE TECHNOLOGY



ИННОВАЦИИ. ВЫСОКАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ. БЕЗОПАСНОСТЬ. ВЧЕРА. СЕГОДНЯ. **ЗАВТРА.**

TEXTAR ВЧЕРА – Лучшие технологии и решения для тормозных систем уже более 100 лет.
TEXTAR СЕГОДНЯ – Премиум-бренд одного из крупнейших в мире производителей О.Е., предоставляющий полный ассортимент продукции для тормозных систем пассажирского и коммерческого транспорта.

TEXTAR ЗАВТРА – берет свое начало СЕГОДНЯ, потому что уже сейчас мы разрабатываем оптимальные решения для тормозных систем автомобилей будущего.



www.textar.com

О скрипе колодок и способах его устранения

Материал предоставлен компанией МК Kashiya Corp

1. Механизм возникновения скрипа:

При нажатии на педаль тормоза колодки с двух сторон сдавливают вращающийся тормозной диск и останавливают его. При этом возникает вибрация, которая усиливается пропорционально силе нажатия. Звук вибрации усиливается суппортом и, отражаясь от колёсной арки, достигает диапазона, различаемого человеческим ухом.

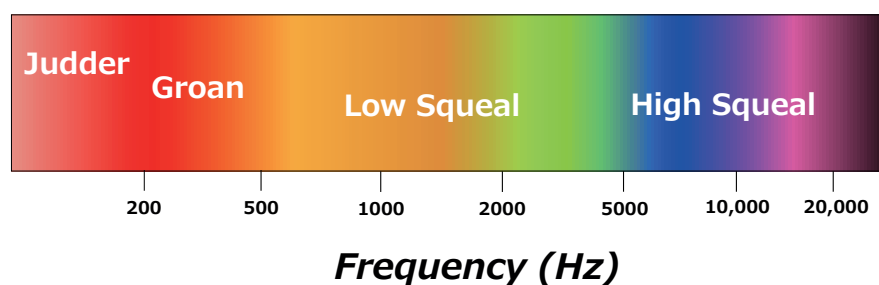
Смазка наносится на внешнюю сторону тормозной колодки и те её части, которые находятся в контакте с суппортом. Наличие смазки уменьшает вибрацию тормозных колодок и предотвращает возникновение шума при торможении.

Использование такой смазки позволяет снизить уровень шума примерно до 1/3.

Установка противоскрипных пластин на колодки позволяет снизить интенсивность шума примерно до 1/5.

4. Совместное использование смазки и противоскрипных пластин:

Как видно из графика ниже, совместное использование пластин и смазки позволяет снизить скрип примерно до 1/10.



Рассмотрим приведенную ниже общую классификацию этих звуков:

Звук	Частота звука	Классификация
Скрип	15 ~ 100 Hz	Слышимый диапазон
Гул	200 ~ 400 Hz	Низкие частоты
Визг	600 ~ 15,000 Hz	Высокие частоты

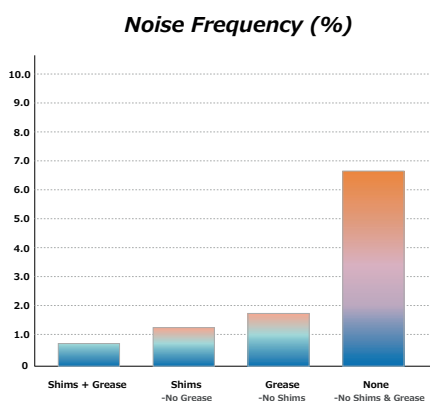
2. Что такое тормозная смазка:

Тормозная смазка изготавливается из силиконового или синтетического термостойкого масла. Некоторые производители добавляют в нее медный порошок.

3. Что такое противоскрипная пластина:

Противоскрипные тормозные пластины — это изделия, изготовленные путем нанесения резины, клея и прочих материалов на металлическую пластину.

Такая пластина крепится к внешней стороне тормозной колодки и служит своего рода демпфером между колодкой и суппортом, уменьшая тем самым частоту вибрации. Существует два типа крепления таких пластин: при помощи клея либо при помощи зажимов.



В будущем году МК Kashiya Corp. планирует комплектовать все производимые для Российского рынка дисковые тормозные колодки противоскрипными пластинами.



MK KASHIYAMA CORP.

Кашияма – превосходное торможение



LEARN MORE >

<http://www.mkg.co.jp/global/ru/>

Вся энергия движения

Закройте глаза и освободите сознание. Представьте, что именно от вас зависит скорость гоночных болидов и роскошных спорткаров. Что вы оберегаете покой и безопасность каждого пассажира и пешехода, и потому ваше имя знают не только профессионалы автобизнеса, но буквально все. Ваше имя для них – знак качества, символ престижа и надежности...

Откройте глаза. Что вы видите? О да - BREMBO.



Новый центр мира

Будет вполне правильно сказать: для современного автопрома тормозная система становится важнейшим, стержневым узлом. Конечно, она и прежде имела существенную роль. Но ее значимость выросла многократно!

Скорость – от гоночного трека и до городских режимов «разгон-торможение» - всегда именно уверенность в работе тормозов позволяет активно нажимать на педаль газа.

Комфорт – тут и спорить не о чем. Плавность торможения, точность реакции на педаль, отсутствие шумов и вибраций – все это важно потребителю.

Но добавим и то новое, что составляет суть «цифрового» автомобиля: **системы его пассивной и активной безопасности, рекуперацию энергии**. И, заново осмыслив этот комплекс, мы обнаружим, что силовой агрегат и тормозная система – срослись неразрывно! Уже бессмысленно говорить о хороших колодках или «крутых» дисках. Потому что тормозная си-

стема – это комплекс огромной сложности, включающий мощную электронную составляющую, массу датчиков и алгоритмов, связей и взаимных влияний. Так, весь блок автономности вождения любого уровня, все ADAS-опции помощи водителю и обеспечения дорожной безопасности базируются на «подключенности» тормозной системы и ее безупречной работе.

Так что, если силовой агрегат был изначально и по-прежнему остается сердцем автомобиля, то тор-

мозная система во многом стала его рассудком. Трезвым, хладнокровным, всегда готовым к принятию мгновенных и единственно верных решений.

Если тормоза так важны, если их роль настолько выросла, что изменилось для компании, чье имя является синонимом этого узла – для Brembo? Возможность увидеть ответ своими глазами получила группа российских журналистов, приглашенная в Италию, в главный офис концерна, расположенный в непосредственной близости от крупнейших его производственных площадок.

Сразу – короткий, тезисный ответ на поставленный вопрос.

- **Комплексность, или «все из одних рук»**. За минувшие 10 лет стало окончательно очевидным качественное изменение в программе и концепции концерна. Это переход от поставки первич-





ному и вторичному рынку отдельных элементов тормозной системы – к поставке готовых узлов, модулей и сопутствующих им полноформатных решений.

- **Непрерывность развития.** Постоянное движение вперед по пути инноваций и разработок. 5% и более от оборота (еще раз, внимательно – оборота, а не прибыли!) ежегодно инвестируются в инжиниринг. Каждый 10-й сотрудник концерна занят именно в исследовании и разработке (R&D), а не в непосредственном производстве.

- **Постоянное повышение эффективности производства.** Сюда входит и уровень бездефектности продукции, и методы совершенствования: уж конечно не старомодная потогонная система! Концерн внедряет философию и практику Industry 4.0 – а это, как анонсирует релиз Brembo, «автоматизация процессов и личный рост». То есть изменение роли человека в цепочке производства, позитивный взгляд на понятие «человеческого фактора» как творческой, активной составляющей, как драйвера роста бизнеса.

- **Внимание к спорту.** Вот это – неизменно много лет! Именно в спорте тормозные системы работают в самых жёстких условиях. И такой приоритет вдвойне важен для концерна, чья родина – это «домашний» рынок Maserati, Lamborghini, Ferrari – и иных громких брендов-соотечественников и неизменных клиентов...

- **Растущее внимание к теме электромобилей и гибридного**

транспорта. Кстати, наша группа оказалась первой, посетившей новый, только что открытый, интерактивный презентационный центр Brembo. И там в числе экспонатов мы увидели городской автомобиль компакт-класса с мотор-колесами. Их отличала смелая концепция «внешней» тормозной системы – и это еще одно напоминание об актуальности R&D по эко-транспорту.

А теперь чуть подробнее о некоторых обозначенных здесь тезисах.

Комплекс «все из одних рук»

Экскурсия для нашей группы началась с литейного производства. И это важно, ведь именно так, создавая и постоянно совершенствуя рецептуру, отвечая за каждый сплав от момента его рождения, можно быть настоящим лидером и поставщиком комплексных решений.

Владея всеми возможностями по выбору и корректировке рецептур Brembo полностью программирует свойства итогового продукта. Кстати, на момент нашей экскурсии в зале контроля (весь процесс литья автоматизирован) в производстве были 4 типа чугуна. По каждому сплаву постоянно контролировались все значимые компоненты, а их, опять же в эту смену, было в рецептах до 25.

Вообще контроль, как на любом действительно современном производстве, «вшит» в систему и является постоянным, что не отменяет наличия особых зон, где продукты разной степени готовности обследуются досконально.

Важно понимать: система контроля не просто отсекает брак или определяет его причины, цель иная. Брак при литье неизбежен. И брак обработки – тоже не опасен сам по себе. Конечно, если сумма контрольных методов включает возможность выхода с конвейера готовых продуктов,

имеющих даже не сам брак, но всего лишь значимую вероятность его наличия.

Сумма методов – это непрерывный контроль базовых параметров; регулярная инспекция всех заготовок на специальных участках и выборочный глубокий контроль части образцов из каждой партии – на прочность и твердость, на адекватность структуры материала и т. д. Коридор заводских допусков, который отделяет брак - от годного изделия гораздо уже, чем аналогичный OEM-коридор самых взыскательных клиентов Brembo. И это еще одна особенность данного концерна и иных равных ему лидеров в других сегментах рынка автокомпонентов: нет разницы в «первичном» и «вторичном» качестве. Есть единый конвейер и единые внутренние стандарты качества, которые по сути не сможет «имитировать» любой, кто меньшими усилиями создает дешевый аналог. Да, при нынешних способах 3D-измерений вовсе не трудно снять геометрические параметры досконально, а вот «снять» всю систему контроля, все стандарты качества внутри производства и саму философию бизнеса – это невозможно.

И еще одна особенность, хорошо заметная в цехах Brembo. При всей открытости и дружелюбности к прессе мы снова и снова получали строгое предупреждение: «Здесь нельзя делать фото», «Вот эти станки / пресс-формы / детали не могут попасть на фото».

Производственные цеха Brembo – это полноценная, постоянно действующая лаборатория новых продуктов и идей. Наличие своей литейки, своей полной цепочки производства от материала, через все этапы обработки до финишного окрашивания, плюс уникальная гибкость производственного процесса – все это позволяет заниматься инжинирингом, разрабатывать продукты и изготавливать их прямо на производственных



линиях. Значит, нет двух каст инженеров: «дешевые», которые только берут базовые параметры и по сути просто копируют чужие разработки, и «премиум», которые где-то в особенных центрах проектируют что-то, для другой «элитной» программы производства.

Так работает Industry 4.0, совершенно новая, «бесшовная» система производства, действительно объединяющая растущую автоматизацию – и личный рост персонала.

Мы смогли увидеть ряд ключевых для концерна цехов и производственных линий: литейное производство, последующую полную механическую обработку и контроль (непрерывный и выборочный) для тормозных дисков; зону испытаний готовой продукции; цеха сборки и контроля тормозных систем для поставки на конвейеры автопроизводителей; линию по выпуску тормозных колодок и уже упомянутый ранее уникальный, только что открытый, шоу-рум в технологическом парке Kilometro Rosso.

Маркетинг от Brembo

Несколько цифр и ярких образов из блестящей презентации Марко Моретти, директора по маркетингу глобального подразделения концерна Brembo Aftermarket.

Рост на протяжении многих лет – мы смотрели этот рост на про-

тяжении последнего десятилетия – стабилен и не теряет темпа вопреки кризисам, глобальным и локальным. Рост с 2014 года только на вторичном рынке – четырехкратный! Ассортимент превышает 15 тыс. артикулов. В их числе растущий ассортимент фирменных тормозных колодок, которые выпускаются концерном уже 10 лет и для OE конвейеров, и для вторичного рынка.

Выставка в Болонье – она завершилась перед нашим визитом на завод – продемонстрировала сполна новые подходы компании к рынку. Были представлены не только базовые продукты и узлы в сборе, но и широкая программа дополнительных и расходных материалов, монтажных китов.

Теперь Brembo выпускает или представляет все, что можно назвать «мечтой автомеханика» – смазку, используемую при монтаже, датчики износа, противоскрипные пластины, технические жидкости... Потому что безупречное качество – это не только сами диски, суппорты и колодки, но и ассортимент деталей, материалов и даже специального инструмента для безупречного сервиса.

Не могу не упомянуть мечту многих ведущих СТО, в том числе российских, работающих с брендом – алый демо-суппорт, который сейчас является уникальным выставочным образцом. Но клиенты надеются заказать такой в шоу-румы своих сервисов... И тем привлечь еще большее внимание к бренду.

Выставка в Москве каждый раз дает нам понимание того, как внимательно концерн относится к российскому рынку. Новинки, яркая презентация бренда, расширение ассортимента – мы видим что-то подобное каждый раз. В 2019 году тоже будет «горячо».

Приедут колодки, ведь не только журналистам их надо показывать! К началу выставки они уже появятся в торговом предложении российских дилеров и поступят на рынок. Будут и иные приятные сюрпризы и новости.

Лично я болею «за наших» и очень надеюсь, что демо-стенд с бесценным суппортом после выставки не покинет Россию, ведь любовь к быстрой езде и надежным тормозам – это у нас давно и надолго...

А пока – небольшая галерея бесподобных суппортов, украшающих головной офис и центр R&D. Эти шедевры дизайна и эффективности больше похожи на музейные экспонаты галереи современного техно-искусства, чем на штатные, заводские детали...

Функциональность и надежность – лишь часть их реальной ценности. Эстетика и даже цвет – вот что также важно. Кстати, для взыскательных клиентов концерн производит сверхнадежную окраску в различные цвета, используя собственные запатентованные технологии. В производственной программе цветовая гамма очень широка.

Есть и возможность нанесения логотипов из нескольких цветов (например, из четырех цветов, как для одной из серий известного немецкого бренда). И есть особые программы, выделенные в том числе именно цветом – например, гибридные тормозные системы для другого немецкого автопроизводителя.

Просто не припомню, чтобы посещение завода автокомпонентов давало такое необычное ощущение – когда уважение к высокому инжинирингу дополняется преклонением перед тонким вкусом и пониманием стиля...

Тормозные диски с защитным покрытием от Delphi Technologies

Delphi Technologies, мировой поставщик решений для послепродажного обслуживания автомобилей, вновь продемонстрировала качество своей продукции. В ходе независимых испытаний тормозные диски с защитным покрытием превзошли всех конкурентов, продержавшись в солевом тумане более 720 часов, в то время как черные диски премиум-класса и простые оригинальные диски не выдержали и 24 часов. Дополнительная защита обеспечивает высокое качество и долговечность диска, благодаря чему специалисты автосервисов могут смело рекомендовать данный продукт в качестве качественной и ресурсной замены. Эти диски не нужно очищать от масла, а значит для их установки требуется гораздо меньше времени и трудозатрат.

«Мы знаем, что быстрый и правильный монтаж компонентов является залогом рентабельности услуги по ремонту тормозной системы автомобиля, — говорит Нил Фрайер, вице-президент Delphi Technologies Aftermarket по глобальному маркетингу, продуктам и стратегии. — Наши тормозные диски с защитным покрытием спроектированы таким образом, что их можно устанавливать сразу же после извлечения из коробки, экономя тем самым драгоценное время и деньги. Мы также понимаем, что дистрибьюторы и автомастерские хотят предоставлять своим клиентам лучшие продукты. Сравнительные испытания доказывают то, что мы и так давно знаем: наши тормозные диски с защитным покрытием обладают всеми нужными им качествами. Будучи продуктом, который не стыдно рекомендовать своим клиентам, они обеспечивают качественный и рентабельный ремонт».

Независимая лаборатория, специализирующаяся на испытаниях

материалов, провела непосредственное тестирование продукта на автомобиле популярной модели концерна PSA. В соответствии с правилами ASTM B117-16, лаборатория поместила тормозные диски Delphi Technologies, оригинальные и окрашенные диски пяти ведущих производителей автокомпонентов для независимого рынка автозапчастей на 720 часов в соляную камеру, где было симитировано интенсивное воздействие солевого тумана. Через 24 часа на тормозном диске с защитным покрытием Delphi Technologies появились лишь умеренные следы коррозии в нескольких местах. Он держался отлично на протяжении всего теста. В отличие от него, оригинальные и окрашенные диски премиум-класса за 24 часа полностью покрылись ржавчиной и были сняты с тестового стенда. Эти результаты подчеркивают принципиальную разницу между дисками, полностью покрытыми защитным слоем, окрашенными дисками и дисками простыми.

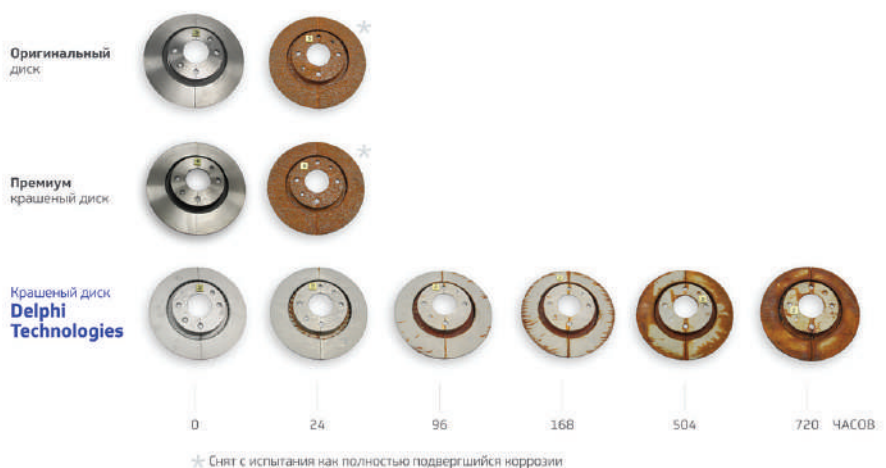
«Чугунные тормозные диски подвержены коррозии из-за воздействия дорожной соли, грязи и воды, — объясняет Фрайер. — Именно поэтому мы полностью

покрываем наши диски, включая цилиндр, наружный обод, внутренние каналы и фрикционные поверхности, экологически чистым покрытием Geomet на водно-цинковой основе, которое, как показывают эти испытания, значительно улучшает защиту изделия».

И хотя окрашенные диски или диски с частично нанесенным покрытием могут выглядеть так же хорошо при установке, их преимущества недолговечны. Загрязняющие вещества, особенно зимой, могут быстро и легко проникать под краску или попадать на незащищенные поверхности, приводя к коррозии и ускоренному износу. В дополнение к повышенной защите тормозные диски с покрытием Delphi Technologies также обладают значительными преимуществами, которые оценят работники СТО. Поскольку на диски не наносится масло, их можно устанавливать сразу же после извлечения из коробки. Прочное покрытие Geomet на монтажной поверхности ступицы также облегчает снятие тормозного диска, поскольку в этом месте будет гораздо меньше коррозии, а значит сам диск не будет так сильно прикипать

Крашенные тормозные диски Delphi Technologies:

Высокоэффективная защита от коррозии



Замена передних тормозных колодок FINWHALE

Тормозные колодки – рабочий элемент тормозной системы, который тормозным моментом замедляет скорость вращения колес за счет трения о поверхность колеса или тормозной диск. Замена тормозных колодок — процедура не сложная и по плечу начинающему автолюбителю даже без опыта подобной процедуры, но, тем не менее, имеет свои тонкости.



Каждая деталь автомобиля имеет свой рабочий ресурс, который снижается со временем. Износ тормозных колодок зависит от множества факторов и в каждом отдельном случае менять тормозные колодки придется по истечению разного времени.

Поэтому мы решили провести **ресурсный тест с брендом FINWHALE и посмотреть на состояние колодки после эксплуатации.**

Причинами износа тормозных колодок являются:

- качество дорог, на которых эксплуатируется машина;
- стиль вождения;
- температурные условия на протяжении года;

Производители советуют проводить проверку тормозной системы **каждые 10-15 тысяч километров.** При этом акцент делается на поведение колодок при торможении, насколько плавно происхо-

дит торможение, нет ли скрипов или других посторонних шумов.

Кардинально отличается пробег эксплуатации колодок для внедорожников, которые эксплуатируются по бездорожью. Сложные дорожные условия (песок, грязь, вода) способствуют тому, что колодки приходят в негодность намного раньше нужного пробега.

Износ передних колодок происходит быстрее потому, что большая часть инерционной силы, которую гасят тормоза, приходится именно на перед автомобиля. Так передние колодки стоит менять в два-три раза чаще, чем задние.

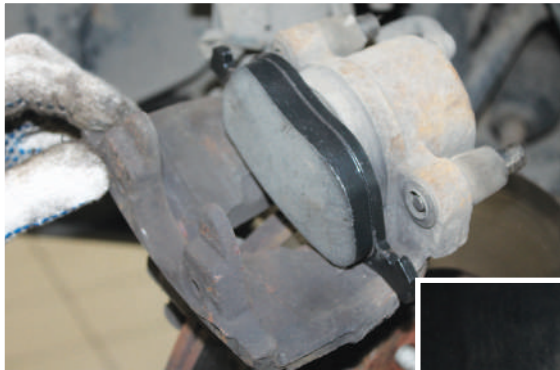
Аксиома – колодки нужно менять по парам – сразу меняются либо на передних колесах, либо на задних. Нельзя допускать, чтобы колодки на паре колес имели разную степень изношенности. Также обязательно стоит менять колодки вовремя, изношенные колодки сильно повреждают тормозные диски и, скорее всего, потом сто-

имость ремонта может возрасти в несколько раз.

Описать процесс замены передних тормозных колодок в деталях несложно:

1. Выбрав колодки рекомендуемые производителем, берем набор инструмента, откручиваем гайки колеса и снимаем колесо. Приступать к замене колодок нужно на остывшей машине (дабы остыли детали тормозного механизма), на ровной площадке без уклона или подъемнике.
2. Открутить направляющие суппорта, а если есть фиксирующие скобы, то снять их отверткой. Если на авто укомплектован датчиком износа колодок то отсоединить разъем.
3. Отвести отверткой колодки (вставить мощную плоскую отвертку между колодками) дабы вдавить тормозной поршень. Вынуть старые колодки. Очистить место установки от грязи.
4. Установить новые колодки. Колодки меняются попарно.
5. Собрать тормозную систему в обратном порядке, установить колесо, снять машину с
6. Прокачать тормоза, дать приработаться новым тормозным колодкам.

Редакция благодарит ТЦ «ВОЛИН» за предоставленные для теста площадку и автомобиль.



Автомойка без химии

Демченко Оксана

Японцы, как известно, гораздо больше, чем европейцы, «подвинуты» на теме защиты окружающей среды. И понятно почему: у них этой самой «среды» на душу населения гораздо меньше. Стоит ли удивляться, что идея безвредной для природы мойки автомобилей пришла (точнее – прилетела) к нам именно из Японии!



26 июня 2019 года в Москве, в деловом центре «Опора России» представительная делегация из японского города Фукуока презентовала принципиально новый способ очистки лакокрасочного покрытия автомобилей без использования моющих средств.

Официально заявленная цель визита делегации состояла в том, чтобы лучше понять состояние дел в России в области автомоечного дела, определить перспективы возможного делового партнерства в этой области. Делегацию возглавляла госпожа Окада Кадзуюэ, президент компании SHINKO EISEI, член совета директоров «Опора России» Фукуока, ее сопровождали Курата Наказу, президент компании Sanko Cell Inc и Касуя Макото, президент Japan Low Carbon Development.

Российскую сторону «круглого стола» составили Сергей Зубрицкий, президент Ассоциации НАПТО, вице-президент НАПТО Сергей Тимофеев, президент ассоциации дилеров БМВ Анатолий Фиронов и советник президента «Опоры России» по международным вопросам Константин Петраков, который, кстати, и вел эту встречу.

Еще до начала встречи гости выложили перед каждым российским участником по небольшому полиэтиленовому пакету, в котором был полиэтиленовый же флакон со слегка мутноватой жидкостью (эффект «мутноватости» целиком зависел от степени прозрачности флакона). В ходе презентации выяснилось, что жидкость не предназначена для употребления внутрь, а является главным аргументом новой моющей системы и называется «ферментированной». Она обладает чуть ли не чудодейственными свойствами, способна разлагать и удалять жиры, масла. После обработки жидкостью исчезают любые пятна и она неагрессивна: ею можно снимать макияж, очищать поверхности ЖК-мониторов.

Вообще решений на рынке автомоек много, и тут – специфика России! – многое связано с ценой и скоростью работы, а не экологией, увы. Это, кстати, было сказано японцам... и они ответно заверили: «чистая» технология не является заоблачно дорогой и позволяет проводить мойку очень быстро. К тому же при средней проходимости в течение двух лет мойка не требует никаких расходных мате-

риалов. Заманчиво? Кажется, да: ведь она создает результат, которого, если верить разработчикам, не получить иным способом. Загрязнения удаляются полностью – и с поверхности, и из микрощелей и пор. Причина тому – ионизированная жидкость и специальная технология подачи: сопло мойки создает микропузырьки и провоцирует кавитацию и микровибрацию на поверхности ЛКП.

Мойка предлагается «под ключ» и имеет благодаря конструкции впечатляющую компактность: портал полной длиной всего 8 м.

Теперь вы знаете почти столько же, сколько и корреспондент нашего журнала, посетивший презентацию. Надеемся, нестандартное предложение «мойки без химии» не останется лишь ярким моментом – одной презентацией... и обретет продолжение. Как минимум в формате тестирования реального образца мойки в условиях РФ. Мы со своей стороны предложили японской делегации любую помощь в поиске тестовой площадки и подробном изложении хода тестирования в журнале и в сети.

Пока материал готовился, пришло письмо из Японии. Вот небольшой отрывок из него: «...японские представители активно готовятся к следующему этапу переговоров. Более подробную информацию направят позже, в письменном формате... Передавайте российским коллегам поклон от японской стороны.

Инга Кравец, представитель ОПОРА РОССИИ в Японии (Осака-Фукуока)».

Так что надеемся, продолжение следует!

A WIDE PROGRAMME

We carry more than 18.000 part numbers covering most common European and Asian vehicles in the JP Group Line programme. The JP Group Line programme is very wide and features a good quality as well as a high availability over the entire assortment.

ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ

В нашем ассортименте вы найдете более 18 000 различных запчастей для европейских и азиатских автомобилей.

Все товары JP Group A/S высокого качества и доступны для быстрой отгрузки со склада в Дании.



JP Group a/s
AUTOMOTIVE



*Quality spare parts, exhausts and accessories for
European and Asian vehicles*

www.jpgroup.dk

Перемены как лавина

Это не статья, а подробный конспект выступления Джеффа Смита, одного из топовых глобальных бизнес-спикеров, автора ряда книг-бестселлеров. Его прозвали в США «парень KPI» за его склонность говорить об успехе и провале как объективных следствиях ошибок, которые можно оцифровать и сделать очевидными. Джеффа мне, автору этого конспекта, удалось услышать вживую на глобальном форуме IBIS в Италии. Кстати, наш журнал там эксклюзивно представлял Россию.

Джефф впечатлил тем, что говорил не о проблемах одного кузовного центра или одного рынка. Он говорил о том, с чем все мы – отрасль и бизнес вообще – сталкиваемся в 21 веке и что отличает наше время от всех прежних эпох и этапов развития общества. Эпоха катастрофически, невообразимо быстрых и резких перемен: как получить в таких условиях прибыль и сохранить ее?

Уклад жизни, методы ведения бизнеса, технологии, способы прогнозирования и точность прогнозов, сам горизонт прогнозирования – все стало зыбко и туманно. По оценкам Джеффа, темп изменений растет по экспоненте! Минувшие полвека изменили мир сильнее, чем вся прежняя история человечества. А что ждет нас еще через полвека? Предсказать просто невозможно.



Еще древние знали – труднее всего жить в эпоху перемен. Но жить в эпоху перемен, темп которых растет непрерывно... подобного люди еще не пробовали делать!

По своей природе средний, обычный человек перемен не любит и даже боится. В раннем возрасте меньше, по мере взросления – больше и больше. И это во многом объективно. Накапливая опыт и навыки, мы становимся специалистами. Профи в узкой области – и это вроде бы хорошо, это важно... но это резко сокращает гибкость, способность меняться. И увеличивает риски: ведь завтра сама профессия может прекратить свое существование. Это – эпоха перемен. Эпоха, когда не работают старые, веками проверенные, истины.

А теперь о важном в оценке и понимании перемен – о тактическом и стратегическом мышлении. Тактика вторична. На разрабатывается для реализации стратегии. Можно сказать, что стратегия – это набросок,

контур, а тактика – тщательное заполнение наброска красками и деталями. Важное дело, но уже вполне техническое, «исполнительское». Стратеги творят, тактики – реализуют.

И говорить, переосмысливать и переоценивать надо именно роль и место стратегии в эпоху перемен.

В бизнесе стратегия задает направление развития, цели, даже основные показатели, оценки. Лишь затем формируется понимание потребных ресурсов, источников их получения и методов расходования.

Где-то между стратегией и тактикой располагается почти все, чему учат бизнес-тренеры и что полагают ценным и достойным внимания практики.

Пример.

«Для успеха надо расставить нужных людей по правильным позициям и действовать в нужное вре-

мя...» – и так далее. безупречный вроде бы принцип, тактическим приемам реализации которого нас пробуют научить. Но вот беда: он может не срабатывать в эпоху перемен из-за сбоев на уровне стратегии! Потому что именно стратегия определяет, что мы полагаем «нужным».

Три причины потери бизнеса

- инерция (знаю, что надо меняться и менять. Но боюсь, не знаю как, просто ленюсь или не умею);
- прокрастинация (я знаю, что надо меняться и примерно понимаю, как... и начну вот прямо завтра);
- изменение парадигмы. Именно об этом и стоит поговорить, потому что нет ничего опаснее и ужаснее в эпоху перемен!

Смена парадигмы

Это случилось с человечеством не раз, и всегда требовало огромных затрат нервной энергии, ресурсов и времени. Когда мы узнали, что Земля не плоская, это стало причиной многих смертей, началом жестоких гонений. Долго, кроваво и страшно новое знание приживалось, парадигма менялась. Но эти перемены дали в итоге невероятное развитие новому, тому, что создало новый мир точных географических карт, реальной астрономии... не перечислить всего – но продолжать можно почти бесконечно. Смена парадигмы – это огромная боль, по-

тери для всех, кто живет в старой и риски для тех, кто почти слепо принимает новую «веру».

Что же такое смена парадигмы в бизнесе и как она происходит? Насколько она похожа на цунами?

Вот пример.

Смена парадигмы на рынке производства часов

1968 год. До этого года парадигма была понятна и стабильна. Она делала безусловным лидером рынка Швейцарию и ее часовщиков. «Безусловным» – это не пустые слова. 65% мирового рынка часов с заводным механизмом и 80% прибыли этого рынка – вот доля Швейцарии!

Эта парадигма казалась стабильной... как плоский мир. Она позволяла существовать династиям, производившим часы век за веком. Она создала славу и гордость, сделала часы безусловно ассоциируемыми с прилагательным «швейцарские». Она вовлекла в бизнес десятки тысяч людей, которые начинали работать с детства и росли в профессии до старости, даже не представляя себе иного вида деятельности. Часовщик – это престиж, доход, стабильность.

Были национальные соревнования на точность хода часов и много иного, поддерживавшего имидж страны и ее профессионалов. А еще – их прибыль и рыночную долю.

С 1968 года по 1980 доля часовщиков из Швейцарии упала с 65% до 10%. Растаяло, как снег по весне, 80% прибыли. Банкротство – это было самое очевидное слово 80-х в отрасли. Вдумайтесь – 12 лет! Всего 12 лет прошло с 1968 года по 1980-й.

Новая парадигма – это кварцевые часы. Нет, «кварцевые» – не ключ, тут дело не в конкретной технологии, а в переменах как таковых. Утратили смысл прежние ценности

– точность хода, создаваемая мастерством ремесленника высшего уровня; персональность работы; идея «часов на всю жизнь»; идея часов, которые надо регулярно заводить и механизма, который сам по себе – производство искусства...

Новая парадигма проста и скучна. Заводская точность и комфорт для ленивых. Кварцевые часы не надо заводить! И еще – низкая цена, конечно же.

Знали швейцарцы о том, что их бизнес-«Земля» – больше не плоская? Да! Они были причастны к созданию новой идеи, вот даже как. Могли они успеть за переменами? Кто знает. Но не успели – их погубила инерция.

Можно привести десятки ярчайших примеров того, как смена парадигмы в последние полвека уничтожала бизнес-империи, которые казались непобедимыми авианосцами мира больших денег. Кодак – вот еще одно очевидное имя, и снова – причастность к созданию новой парадигмы и отказ ей следовать.

Насколько важно понимать сказанное? И как это применимо к миру автобизнеса? Вот самая страшная и увы – безошибочная аксиома смены парадигм.

Не важно, на каком высоком экспертном уровне вы находитесь в старой парадигме. Ваш опыт и ваша репутация не спасут вас от падения.

Больше не работает правило «лучший в профессии = успешный». Годы и десятилетия опыта, лояльность клиентов, сила бренда – все это бесполезно при смене парадигмы. И порой даже вредно, ведь оно наращивает инерцию.

Насколько велик риск смены парадигмы в любом бизнесе? Он огромен и продолжает расти. Интернет

– вот тот бешеный ветер, который раздувает пожар перемен. Он качественно меняет скорость коммуникации, способ доставки информации и отношение к ней.

Сегодня средний возраст мирового «интернет-миллионера» всего лишь... 14 лет.

Те, кто получает бешеную популярность в сети (не важно, надолго ли и какими методами, не о том речь!) и монетизируют ее – не имеют опыта, не обладают знаниями и вовсе не могут считаться профи. Но бешеный темп перемен дает им шанс.

И все сказанное здесь само по себе представляет смену парадигмы: ценность опыта стала иной.

PS

Полезен ли такой текст вам, в вашем сегодняшнем бизнесе? Может показаться, что он очень общий и потому «не про нас». Но если чуть вдуматься, смена парадигмы – это то, что происходит массово, каждодневно, «здесь и сейчас». Просто как швейцарские часовщики мы еще не достигли своего условного «1980-го» года.

- *Использование вместо владения.* Это изменит каналы и принципы закупки запчастей и проведения сервиса.
- *Активная безопасность, системы ADAS* – это изменит глубину и частоту кузовного ремонта и каналы поставки материалов и запчастей в него.
- *Онлайн торговля, онлайн продвижение.* Это уже изменило рынок ритейла, любого.

Всего три примера! Парадигмы меняются. И надо успеть понять это – чтобы тоже измениться и не стать для мира – всего лишь воспоминанием.

Автор: Оксана Демченко

День прессы. Mahle о деятельности в России

18 июня 2019 года состоялась презентация брендов и новинок, а также итогов деятельности компании ООО «МАЛЕ РУС», которую для автомобильных СМИ провел Легушев Максим, Генеральный директор ООО «МАЛЕ РУС».



В деятельности концерна по всему миру, подразделение Mahle Aftermarket занимает всего 7% деятельности компании, а 93% — это поставки на конвейер. Мировой товарооборот бренда порядка 13 млрд. евро, у компании более 176 производственных локаций и 6 тыс. инженеров, которые трудятся в 16 исследовательских центрах. Общее число сотрудников, которые работают на Mahle, — более 78 тыс. человек. Mahle входит в топ-20 мировых поставщиков запчастей на конвейеры автосборочных предприятий.

Mahle Aftermarket сейчас покрывает более 150 тыс. наименований товара в целом в мире. В России же таких наименований только 10 тыс., поэтому в компании резонно заметили, что именно на нашем рынке бренду, мягко говоря, «есть куда двигаться». Львиную долю мирового рынка занимают поставки на OEM, но и деятельность Mahle Aftermarket также весьма масштабна: 25 подразделений в мире, 1700 сотруд-

ников и более 25 тыс. партнеров. В Aftermarket Mahle входят семь торговых марок. Одним из знаковых шагов компании стал отказ от названия бренда Mahle Original и переименование его просто в Mahle. В целом в компании сейчас идут по пути максимальной маркетинговой централизации всех брендов под одним названием: Mahle.

Бренд Mahle уже становится зонтиком, под которым объединятся все товарные группы немецкого производителя.

Отдельно Behr. Этот бренд появился в портфеле компании специально, чтобы закрыть сегмент термоменеджмента, то есть это все те технологические решения, которые связаны с управлением температурой в автомобиле.

Не забыли представители Mahle упомянуть и один из самых успешных своих брендов — Clevite, который создает продукцию, представленную главным

образом для американского двигателя: прокладки, выпускные системы, термостаты и т. д. В основном марка производит детали для горнодобывающей и внедорожной техники, которая использует двигатели Caterpillar, Cummins, International и др.

Самый молодой бренд в портфеле - Brain Bee. Под этой торговой маркой производитель представляет оборудование для станций технического обслуживания. Именно на эту, новую для себя сферу, в Mahle делают весьма серьезную ставку.

После приобретения Mahle компания Brain Bee концерн принял решение инвестировать в исследовательский центр и новые производственные площади. Весной 2019 года Mahle заложила первый камень в строительство нового центра

Кроме того, помимо оборудования компания предлагает и системные сервисные решения для станций технического обслуживания, которые используют компоненты Mahle. Это направление стратегии бренда решает задачу стать системным поставщиком. Цель компании — предложить мастеру СТО самый простой способ использовать компоненты Mahle, начиная с идентификации проблемы и диагностики причин и заканчивая быстрым заказом и получением запчастей через партнеров.

Для Mahle особенно важно, чтобы наряду с быстрой логистикой, клиент получил товар, который обеспечит качество и сохранение гарантийных обязательств.

Не менее важной вехой развития компании стал тот факт, что с 1 января 2020 года продукция Behr Hella Services будет распространяться логистическим центром Mahle с сохранением всей дилерской сети. Этим решением в Mahle до конца года закрыли весь портфель, связанный с термоменеджментом. До этого момента компания предлагала лишь термостаты, переключатели и прочие незначительные решения в этой области.

Особое внимание представители Mahle уделили смене упаковки, которая уже поступает на рынок. Данный проект является частью работы компании по возвращению к единой торговой марке Mahle и уходу от Mahle Original. Такое решение обусловлено в первую очередь защитой репутации производителя и борьбой с контрафактом.

Mahle представила прессе и новый сканер для диагностики систем управления трансмиссией и прочими системами. Это устройство позволяет калибровать различные датчики, сенсоры и камеры, которых в современном автомобиле очень много. В следующем номере мы расскажем о данном сканере более подробно.

Mahle немало внимания уделила и работе, которая ведется над новым порталом, — сейчас он проходит стадию тестирования. На портале будут необходимые инструкции по соблюдению правил монтажа и калибровки оборудования Mahle. Кроме того, портал создается с очень гибким интерфейсом для получения максимально подробной обратной связи.

Завершился пресс-день экскурсии по складу, который впечатляет не только своими размерами и масштабами, но и автоматизацией.

01	Факты и Цифры
02	MAHLE Aftermarket – Кто мы
03	MAHLE Aftermarket – Новости
04	Комплексные сервисные решения

МОЩЬ БРЕНДОВ MAHLE

MAHLE	MAHLE	BEHR	LEVITE	MAHLE	MAHLE	BronBee
<ul style="list-style-type: none"> • Полный ассортимент продукции • Беспрецедентная ОЕ комплектация • Подход в исследованиях и разработках • Глобальное покрытие 	<ul style="list-style-type: none"> • Опытные специалисты в фильтрации • Сильный европейский бренд 	<ul style="list-style-type: none"> • Эксперт в терморегулях осяев • Глобальное покрытие 	<ul style="list-style-type: none"> • Сильный бренд для коммерческого авто в Азии • Эксперт во внедорожной технике • Глобальное покрытие 	<ul style="list-style-type: none"> • Сильный бренд для коммерческого авто в Азии • Эксперт во внедорожной технике в мире • Глобальное покрытие 	<ul style="list-style-type: none"> • Полная программа Aftermarket • Сильный бренд в Южной Америке 	<ul style="list-style-type: none"> • Сильный бренд для сервисных решений • Эксперты в сервисном оборудовании • Глобальное покрытие

ДИЗАЙН НОВОЙ УПАКОВКИ 2019 УПАКОВАНО ПО-НОВОМУ

- Смелые цвета, краткая информация и более четкий дизайн облегчат обращение продукции в торговле и мастерских
- Защитные этикетки MAHLE останутся без изменений, чтобы и в будущем все клиенты смогли гарантированно идентифицировать оригинальную упаковку



ПОРТФОЛИО ИННОВАЦИОННОЙ И ЭФФЕКТИВНОЙ ПРОДУКЦИИ

TechPRO®	TechPRO® Digital ADAS	ARCTIC PRO®	R.O.U.	EMISSION PRO®	FLUID PRO®
<ul style="list-style-type: none"> • Готовность за 7 секунд • Всегда работает (Wi-Fi) (Автоматическое обновление) • Расширенные операционные системы: Linux, Windows, Android, iOS • Автоматическое диагностирование авто (ON PLATE, KSA) • В-PS – TUTOR info и логотип в диаметре • Коды ошибок для прямого заказа детали 	<ul style="list-style-type: none"> • Использование камеры 4K HDR 60° и комбинация софта позволяет фиксировать тепловые и будущие цели • Дистанция: Экономит места в задней настройке IOS • Экономия денег посредством использования всего одного датчика для термолена • Экономия времени на настройку датчика • Патент на стадию сборки 	<ul style="list-style-type: none"> • Удаленное обслуживание устройства через Wi-Fi • Поддержка к онлайн безлимитным • Выход и Wi-Fi подключение и Сохраняет VCI для диагностики возможностей • Парков и арестованных на рынке станция с лазерной целью, которая может быть открыта в воде 	<ul style="list-style-type: none"> • Восстановление любого вида газа без проблем • Внутри нет электрического двигателя • Подключается к АС Свист • Патент на стадию сборки 	<ul style="list-style-type: none"> • Модульная структура • Либельное содержание • Выход кодирования • Патент на батарею • Гибкость: Автоматическая версия • PC версия • Прочность: Дешевый • Быстрый • Собирается во всех европейских странах 	<ul style="list-style-type: none"> • Полностью интегрированное в торговую процедуру • Уникальное лидерство в отрасли • Интегрированный Выход данных с изображениями • АТТ проверка • Дрелок ремень • Ремень логотипов

TechPRO® DIGITAL ADAS



- Характеристики**
- 10-дюймовый сенсорный экран
 - Высокопроизводительный интегрированный Wi-Fi и BT
 - На основе Linux
 - Высотехнологичный эргономичный корпус
- Преимущества**
- Легкий в освоении и быстрый в использовании
 - Один и тот же графический интерфейс на всех платформах (включая Mac OS)
 - Интегрированная техническая информация (схема подключения, устранение неисправностей DC)
- Покрытие парка**
- 88% работающих авто (в странах EU9)
 - Основано на информации TestDoc
 - Рассчитано на базе самой используемой системы
- Функциональное покрытие**
- Чтение данных
 - Распознавание неисправностей и решение
 - Диагностика активных компонентов
 - Компонентное кодирование
 - Главный момент диагностирования
 - Специальная функция (глубокая диагностика и настройка)

ШАТЕ-М Экспо 2019

7-8 июня 2019 г. в Екатеринбурге состоялась первая международная специализированная выставка автокомпонентов «ШАТЕ-М Экспо 2019».

Впервые на Урале прошло событие в сфере автозапчастей подобного масштаба. Первый старт показал хорошие результаты и объединил ведущих компаний рынка автокомпонентов на одной площадке. На выставке были представлены запасные части для легковых автомобилей и легкого коммерческого транспорта, смазочные материалы, специальные жидкости и автохимия, а также оборудование для автомобильных сервисов и СТО.

В деловой программе приняли участие сотни специалистов. В формате круглых столов представители уральского бизнеса пообщались с автопроизводителями и обсудили актуальные вопросы взаимодействия с поставщиками.

В рамках выставки были проведены мастер-классы от ведущих

бизнес-тренеров на современные темы: технологии продаж и развитие бренда.

Ведущим мероприятия выступил известный радиоведущий «Пилот ФМ» и признанный автоэксперт – Александр Морозов.

Изюминкой выставки стала экспозиция мирового хоккея с уникальными экспонатами, подписанными легендарными личностями в истории хоккея. Экскурсии проводил прославленный советский и российский спортивный журналист Всеволод Владимирович Кукушкин.

Более 1500 человек посетили «ШАТЕ-М Экспо 2019» за два дня работы выставки. Это несомненный успех компании «ШАТЕ-М Плюс» и всех участников, которые поддержали масштабное и знаковое событие сферы запчастей уральского региона.

Генеральный партнер – компания DENSO – крупнейший производитель автокомпонентов на конвейер в мире.

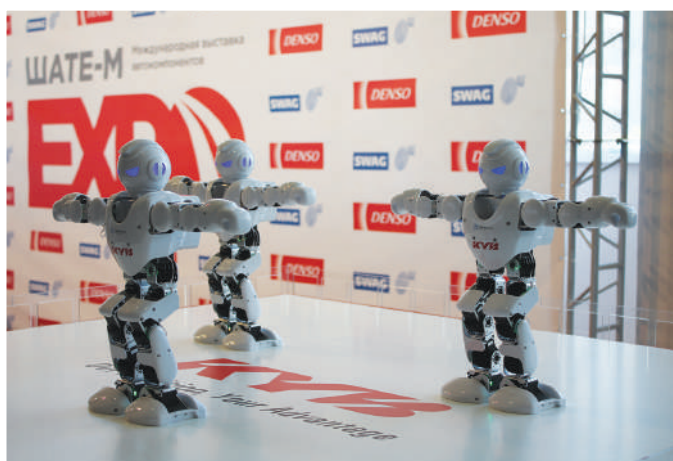
Официальные партнеры – SWAG и BLUE PRINT

SWAG – один из ведущих мировых поставщиков на независимом рынке запасных частей. Под этим всемирно известным брендом выпускается более 26 тысяч запасных частей для всех немецких и других европейских легковых автомобилей.

BLUE PRINT – производитель запасных частей для легковых автомобилей и легкого коммерческого транспорта. Blue Print является поставщиком запасных частей и технических решений для более чем 160 продуктовых групп.







ВСЕ СПЕКТР АВТОМОБИЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ



ИНТЕРАВТО

15-я международная выставка автомобильной индустрии

Автомобильные двигатели
и их компоненты



Шины и ремонт шин,
резинотехнические изделия

Гаражное и диагностическое
оборудование



Оборудование
и комплектующие для автомоек

Оборудование для кузовного
ремонта автомобилей



Автомобильная
химия, масла

Автоэлектрика
и автоэлектроника



Автомобильные
аксессуары

2-5 СЕНТЯБРЯ
2019

МОСКВА,
КРОКУС ЭКСПО

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Генеральный информационный
партнёр:



Информационный партнёр
«Крокус Экспо»:



www.interauto-expo.ru

12+

Уважаемые читатели!

Вам понравился журнал? Вы решили подписаться?

Тогда:

Среди первых подписчиков состоится розыгрыш призов от «ФЭСТ»

1. Почтовая рассылка печатной версии или электронная рассылка pdf-версии:

Индекс: _____

Область: _____

Город: _____

Улица: _____

Дом, корпус, _____ офис, квартира _____

Название компании _____

Специализация _____

Сайт _____

E-mail: _____

2. Электронная рассылка новостей (2 раза в неделю):

ФИО _____

Название компании _____

E-mail: _____

Мы ценим ваше время и не хотим попадать в спам, поэтому просим вас отметить те темы новостной рассылки, которые интересны вам:

Запчасти Сервис Автобизнес Авто



SERVICE AND PARTS #4

июль - август 2019

ООО «КАР-ПиАр»

www.car-pr.com

Над номером работали:

Марина Белоглядова, Оксана Демченко, Татьяна Акимова, Алексей Поликанин

Фото – Марина Белоглядова, Оксана Демченко, Сергей Горин (фото обложки), а также предоставлены авторами статей, РА и компаниями-производителями.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

Использование материалов возможно только с письменного разрешения редакции. Ссылка при цитировании обязательна.

Отпечатано в типографии «Лефортово», г. Москва.

Распространение – через партнерские компании, прямой адресной рассылкой и на всех мероприятиях и выставках в сегменте автобизнеса.

E-mail: car-pr@bk.ru

Сайт: www.car-pr.com

Стоимость подписки на 2020 год (6 номеров) – 1500 рублей.

Ваши реквизиты или отсканированную анкету с пометкой «подписка» нужно выслать на почту car-pr@bk.ru

WWW.CTR.CO.RU

CTR[®]

Ваша основа надежного движения



VW POLO V

ШАРОВАЯ ОПОРА	CBVW-1L/R
РУЛЕВОЙ НАКОНЕЧНИК	CEVW-3L
РУЛЕВАЯ ТЯГА	CRVW-1
РЫЧАГ ПОДВЕСКИ	CQVW-3L
СТОЙКА СТАБИЛИЗАТОРА	CLVW-2
ПЕРЕДНИЕ КОЛОДКИ	CKVW-7



OPEL CORSA D

ШАРОВАЯ ОПОРА	CBG-64
РУЛЕВОЙ НАКОНЕЧНИК	CEG-15L/R
РУЛЕВАЯ ТЯГА	CRG-14
РЫЧАГ ПОДВЕСКИ	CQG-10L/R
ПЕРЕДНИЕ КОЛОДКИ	CKG-57



FORD FOCUS

ШАРОВАЯ ОПОРА	CBF-24
РУЛЕВОЙ НАКОНЕЧНИК	CRF-10
РУЛЕВАЯ ТЯГА	CEF-37L/R
РЫЧАГ ПОДВЕСКИ	CQF-1L/R
СТОЙКА СТАБИЛИЗАТОРА	CLF-23
ПЕРЕДНИЕ КОЛОДКИ	CKF-14
ЗАДНИЕ КОЛОДКИ	CKMZ-23



AUDI A3

ШАРОВАЯ ОПОРА	CBVW-2L/R
РУЛЕВОЙ НАКОНЕЧНИК	CEVW-1L/R
РУЛЕВАЯ ТЯГА	CRVW-3
РЫЧАГ ПОДВЕСКИ	CQVW-1L/R
СТОЙКА СТАБИЛИЗАТОРА	CLVW-1
ПЕРЕДНИЕ КОЛОДКИ	CLVW-1
ЗАДНИЕ КОЛОДКИ	CKVW-8

**ТЕПЕРЬ
НА ЕВРОПУ**

ПОСЕТИТЕ
НАШ ОНЛАЙН КАТАЛОГ:
WWW.NEOCTR.KR

Присоединяйтесь к программе лояльности

КУВ ПРОМО

Зарабатывайте с КУВ
и получайте призы!



Условия на сайте:

promo.kyb.ru

КУВ

Наша точность, Ваше преимущество

В программе лояльности могут принять участие СТО и магазины, закупающие продукцию КУВ у дистрибьюторов.