

КУЗОВ

АВТОМОБИЛИ



РЕМОНТ



СЕРВИС



ТЕМА НОМЕРА

ДИАЛЕКТИКА КУЗОВНОГО РЕМОНТА



«ЛОКАЛКА» БЕЗ
КОМПРОМИССОВ



КОНФЕТНЫЕ
ОТТЕНКИ



ЭПОХА
ГОЛО-ГРАММ



COLORCONCEPT

Полировальная система siachrome

Удаление царапин за 1 шаг

Для традиционных лаков



Для лаков, устойчивых к царапинам



Устранение голограмм на темных цветах



Очистка



Защита



№1 по рекомендациям детейлеров

+7(495)229-4242
8-800-775-1964
www.sia-auto.ru

Официальным дистрибьютором компании sia Abrasives Industries AG в России, в области авторемонта является компания "Европроект Групп".

ZF AFTERMARKET. ВСЁ ДЛЯ ИДЕАЛЬНОГО РЕМОНТА.

ZF Aftermarket предлагает комплексные решения для СТО. Запасные части с качеством поставщика на конвейер, инновационная цифровая продукция, глобальная сервисная сеть, уникальные технические семинары и эксклюзивные сервисные концепции – всё это является основой долгосрочного успеха и удовлетворенности клиентов.

www.zf.com/ru



 **SACHS**  **LEMFÖRDER**  **TRW**  **OPENMATIC**



НОВОСТИ

10

ТЕМА НОМЕРА

22

Комфортная колористика

Мы проследовали в Учебный центр Nirron Paint, где подробно изучили одни из самых передовых весов для колористики naX Synergy Scale

Растворять или разбавлять?

В этой статье мы хотим поговорить о правильном понимании терминов и четком соблюдении технологии при использовании добавок для получения максимально качественного результата

«Локалка» без компромиссов

Ремонтные лакокрасочные системы Duxone являются лишь звеном цепи, инструментом, с которым еще нужно научиться работать как маляру, так и его руководству

В гостях у Custom Workshop

Custom Workshop – одна из известных столичных СТО, ориентированной на работу с автомобилями большой немецкой тройки. Этот сервис представляет собой смесь тюнинг-ателье и дилерской станции с развитой кузовной и слесарной частью

Вниз головой или с головы на ноги?

Сейчас прямо у нас на глазах автомобильный рынок переживает период реформирования, который в очередной раз требует от предприятий автомобильной отрасли недюжинных усилий для сохранения существенно меньшего, чем ранее, но оттого не менее необходимого уровня рентабельности

Конфетные оттенки

Добавки Candy Effect и Super Color появились в системе GREEN LINE еще в прошлом году. По сути это новые замечательные инструменты для колеровки, возможности которых ограничиваются только фантазией колориста

6+1 причина поставить систему подбора в МКЦ

Где-то МКЦ не может считать себя полноценным бизнесом без собственного микса, тогда как в других местах – это привилегия немногих

Чрезвычайная адгезия

Этой весной наши партнеры в лице компании «Европроект Групп» анонсировали возвращение на рынок знаменитого грунта Polysil (Полисил)

Четкая концепция локального ремонта

Компания AkzoNobel уже давно разработала собственную концепцию локального ремонта. Согласно этому своду правил, локальная покраска должна быть не только экономичной, но и сверхбыстрой

ПРЕМЬЕРЫ СЕЗОНА

58

Важные новинки рынка запчастей, оборудования и материалов для авторемонта

БИЗНЕС

60

Развитие шаг за шагом

Вот пример успеха: Евгений Гальченко, Великий Новгород, участник сети «КУЗОВ Маркет»

Собственная история пути

Так появился магазин «КУЗОВщик», основным брендом которого стал и по сей день является торговая марка SOLID

GROUPAUTO Russia: повышение эффективности НСТО

Действующей силой, которая способна направить станцию в сторону эффективного развития, являются крупные объединения дистрибуторов запасных частей. В России таким объединением является GROUPAUTO Russia

ОСАГО. Закон принят, что дальше?

Принятие нового закона по ОСАГО стало горячей темой для всего авторынка. Сразу было высказано много мнений и спровоцировано еще больше надежд, опасений и ожиданий

СЛЕСАРНЫЙ УЧАСТОК

74

Прокачка знаний о сцеплении

ПГУ – пневмогидравлический усилитель сцепления, незаменимое приспособление, облегчающее процесс управления сцеплением на грузовых автомобилях и автобусах

АВТОКОМПОНЕНТЫ

78

«Добро пожаловать в Лейшефорс»

Человек несведущий не сразу поймет, что в этом небольшом шведском городке находится европейский центр по производству пружин

Обслуживание моторов с системой Start-Stop

Компания LIQUI MOLY представляет специально доработанные масла, обладающие усиленными свойствами, превышающие требования OEM стандартов и рекомендованные для использования в автомобилях с системой Start-Stop

Итальянский бренд в восточном стиле

Japanparts – один из крупнейших производителей запасных частей для aftermarket – продолжает свою экспансию в Россию

Охват в приоритете

Ассортимент амортизаторов, пружин, деталей подвески и рулевого управления под брендом Монгое обеспечивает охват 86% автомобилей старше четырех лет, что может стать уникальным решением для СТО

Глобальный центр исследований и технологий

В начале марта для представителей российских автомобильных изданий состоялась поездка на производство, в лабораторию, а также строящийся глобальный центр исследований и технологий PETRONAS Lubricants International

ПОСТ ДИАГНОСТИКИ

88

Первый всероссийский слет диагностов. Старт дан!

«Первый всероссийский слет диагностов» стал частью программы развития агентства профессиональных коммуникаций «Автомобильное время», нацеленной на создание новых каналов общения

Эпоха GOLO-грамм

Мудрые китайцы придумали устройство для удаленной диагностики LAUNCH GOLO EasyDiag+

ДЕТЕЙЛИНГ

98

«Обалденный фидбэк»

Именно с подобных восторженных слов начинались наши вечерние интервью с экспонентами выставки Detailer Day Expo 2017

Конференция в рамках Detailer Day Expo 2017

Конференцию организовали и провели совместно агентство профессиональных коммуникаций «Автомобильное время» под брендом «КУЗОВ» и независимый интернет-проект Мир детейлинга Car-Care.ru

Детейлинг без предубеждений

Мы приобрели несколько продуктов компании ASTROhim, российского производителя автокосметики, и отправились их тестировать в Detailing-Pro, одну из ведущих детейлинг-студий столицы, официального дистрибьютора защитных покрытий EverGlass

ГИД ПОКУПАТЕЛЯ

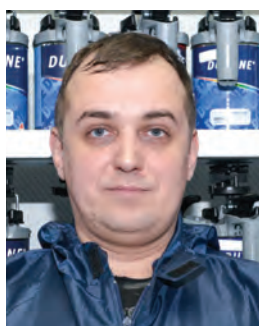
122





Александр ВАСИН,
технолог по ремонтной окраске компании «Европроект Групп»

В автобизнесе с 2002 года. До 2016 года работал в разных сервисах автомалыаром, из них последние 7 лет – на дилере «Дженсер-Калуга». В 2003 освоил курс по ремонтным материалам Sikkens в компании «Авто-ЭМ». В 2008 году в компании «Интерколор» проходил обучение по технологии работы с лакокрасочными системами Spies Hecker, а в 2012 в компании «Европроект Групп» повышал компетенцию по направлению лакокрасочных систем RM Diamont. В 2016 принимал участие в 12-м Всероссийском конкурсе маляров в качестве судьи. Так же в 2016 участвовал в региональном чемпионате «WorldSkills Russia» как эксперт.



Валентин ЛИХАЧЁВ,
технический представитель компании «Аксалта Коатинг Системс РУС»

В авторемонтном бизнесе с 1998 года. В 2002 году начал работу на должности технического специалиста в компании ООО «Технолак», занимался продвижением авторемонтных материалов. С 2008 года является техническим представителем по России и Восточной Европе компании ООО «Дюпон Наука и Технологии», направление автоэмали, а с 2013 года эту должность занимает в ООО «Аксалта Коатинг Системс РУС». Основная сфера деятельности – техническое сопровождение лакокрасочных материалов, работа с конечными потребителями, продвижение авторемонтных линеек Cromax и Duxone, проведение тренингов в московском учебном центре по технологии ремонта.



Александр АБРАМОВ,
директор детейлинг-студии Detailing-Pro

Основатель и генеральный директор одной из первых компаний, стартовавших на рынке детейлинг-услуг – «Детейлинг-Про», соучредитель Everglass inc. Имеет высшее экономическое образование. В автомобильном бизнесе работает с 2007 года, начинал с поставок запасных частей для компаний EMEX и Exist. С 2009 трудится в детейлинг-индустрии.



Александр БЕЛОНОЖКО,
начальник цветовой лаборатории УЦ Nippon Paint

В автобизнесе с 2004 года. С 2008 года работал в «Бизнес Кар Рефиниш» в качестве технолога по кузовному ремонту. В 2012 стал ведущим технологом по колористике. С 2016 является руководителем лаборатории цветоподбора. Также с 2008 года занимается продвижением бренда Nippon Paint в России и СНГ.



Евгений СУРКОВ,
генеральный директор СТО Custom Workshop

В 2008-м году окончил РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина, до 2013 года трудился в области газовой промышленности, также занимался сертификацией в данной области. В 2013 решил сменить область деятельности и основал с партнерами СТО Custom Workshop. СТО занимается обслуживанием, ремонтом и тюнингом автомобилей BMW, Mercedes-Benz и Porsche.

КУЗОВ №61
АПРЕЛЬ 2017 –
МАЙ 2017

ИД «АВТОМОБИЛЬНОЕ ВРЕМЯ»
www.kuzov-media.ru
www.facebook.com/kuzov.media

РУКОВОДИТЕЛЬ Марина Белоглядова
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР Роман Акользин
ОБОЗРЕВАТЕЛИ Марина Белоглядова, Оксана Демченко, Игорь Наумов

СПЕЦИАЛЬНЫЕ КОРРЕСПОНДЕНТЫ

Виктория Смирнова, Артем Царенков
ЭКСПЕРТЫ Илья Николов, Алексей Соболевский, Андрей Кудряшов, Александр Асламазис

ДИЗАЙНЕР Ольга Давыдова

КОРРЕКТОР Виктория Смирнова

РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА РЕКЛАМЫ

Андрей Войнов

МЕНЕДЖЕР ПО РЕКЛАМЕ

Артем Царенков

ОТДЕЛ РЕАЛИЗАЦИИ

Светлана Иголкина

Юлия Дереторская

ФОТО

Андрей Войнов, Роман Акользин, Сергей Авраменко, Сергей Ленский

НАД НОМЕРОМ РАБОТАЛИ

Роман Акользин, Марина Белоглядова, Андрей Войнов, Ольга Давыдова, Виктория Смирнова

УЧРЕДИТЕЛЬ

ИД «Автомобильное время»

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

121059, Москва, ул. Киевская, д. 14, стр. 9
тел.: (495) 229-4242 (доб. 319)
факс: (495) 229-4257
E-mail: info@kuzov-media.ru

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Использование материалов возможно только с письменного разрешения редакции. При цитировании ссылка на журнал «КУЗОВ – автомобили, ремонт, сервис» обязательна.

Журнал «КУЗОВ – автомобили, ремонт, сервис» зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ №ФС77-26995 от 19 января 2007 г.

Отпечатано в ООО Юнион-принт, г. Нижний Новгород.
Тираж 17 000 экз. Цена свободная.

Роман АКОЛЬЗИН, главный редактор журнала «КУЗОВ»



ОТСТАВИТЬ РУДИМЕНТАРНЫЙ БИЗНЕС

Любая экономическая формация человеческого общества работает согласно логическим законам. Однако одной простой логики Аристотеля, с которой мы знакомимся еще в школе, для оценки финансовых взаимоотношений недостаточно. С помощью ее инструментов мы просто не в состоянии выявить объективно, смог ли движущийся автомобиль преодолеть определенную точку или по-прежнему в ней находится. Следует понимать, что абсолютно такие же непрозрачные процессы, управляющие развитием человечества на глобальном уровне, работают и в микроэкономических взаимоотношениях. Говоря принципиально, аллегория про автомобиль как нельзя кстати подходит для нашего с вами ремесла – авторемонтного бизнеса.

Всегда считалось, что великим становится тот, кто опирается на плечи гигантов. Действительно, чтобы стать успешным предпринимателем, необходимо не только хорошо уметь считать, но и грамотно понимать процессы, протекающие в окружающей действительности, и выявлять противоречия. Такие инструменты нам предоставляет диалектический подход, выработанный Гегелем. Конечно же, погружаться в эту сложную науку мы не станем, формат и объем журнала такого просто не выдержат. Однако воспользоваться некоторыми общими принципами для выявления и устранения противоречий в работе предприятия мы вполне способны. Как только мы выходим на новый уровень анализа, сразу становятся очевидны причины разночтений между прибылью и загрузкой, оборотами и производительностью, а также доходом компании и зарплатами сотрудников.

А в бытовой реальности мы из раза в раз узнаем о новаторских методах ведения бизнеса, новых материалах и подходах в строительстве СТО и торопимся слепо перенять их. Мы топчемся вокруг проблемы, клеим пласти-

ри, а работа все равно не складывается. Все потому, что изначально отношение к организации производства не структурировано, а это не может служить достаточным основанием вообще ни для чего. Поэтому редакция призывает вас взглянуть на вопросы организации кузовного цеха по-новому. Вашему вниманию предлагается ряд разнообразных как технических, так и экономических статей, по сути неотделимых друг от друга.

Сейчас грамотный подход – это внимательно рассмотреть их в целом и что-то системно перенести на свой бизнес. Ведь основная цель руководителя заключается в поиске и разрешении накопленных противоречий в структуре организации. А точечное взаимодействие, такое как покупка нового оборудования, в атмосфере чрезвычайного бардака не даст ровным счетом ничего. Схожий рудиментарный способ переложить на кого-то вину – это нанять именитого бизнес-тренера. В данном случае вы решите лишь финансовые проблемы оратора. А вот снижение издержек за счет экономии на собственных работниках ничего кроме презрения и воровства в коллективе не вызовет.

Помимо обращения к теме кузовного ремонта, я предлагаю вам взглянуть и на точки активности редакции журнала «КУЗОВ». Наша работа живо свидетельствует о том, что команда издательского дома давно стала субъектом, диктующим собственную повестку в информационном поле. Так, в номере масса материалов посвящена выставке Daitaler Day Expo 2017, организованной коммуникационным агентством «Автомобильное время» и интернет-порталом Car-Care.ru. Не менее интересным событием авторемонтной отрасли стал «Первый всероссийский слет и конкурс диагностов», о котором мы продолжим рассказ и в 62-м номере.

Приятного чтения, коллеги! ■



Роман Турков, руководитель по продуктам компании «Аксалта Коатинг Системс Рус»

ЭКОНОМИКА РЕМОНТНОГО КУЗОВНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Прошедшие два-три года оказались весьма сложными для отечественной индустрии кузовного ремонта, загрузка станций снизилась, множество предприятий закрылось, еще большее их количество испытывает систематические или постоянные проблемы с прибыльностью и потоком наличности. Инвестиции, в недалеком прошлом сделанные в открытие и оснащение кузовных цехов, сегодня не дают ожидаемого возврата, бизнес-проекты по развитию направления кузовного ремонта все чаще называются ошибочными, останавливаются, или вовсе закрываются.

Чаще всего в произошедшем обвиняют кризис, санкции, последовавший за этим общий упадок экономики, девальвацию рубля или другие макроэкономические причины, но при этом не все помнят, что количественный рост показателей в индустрии кузовного ремонта прекратился задолго до событий 2014 года, на момент начала активной фазы кризиса авторемонтный рынок уже какое-то время стагнировал, а по многим показателям и вовсе падал. Бесспорно, сжатие автомобильного рынка, сокращение продаж новых автомобилей, а также серьезнейшие экономические трудности на рынке страхования нанесли сильнейший удар по кузовному бизнесу, заставив его переосмыслить произошедшее и существенно корректировать планы на будущее. Сегодняшний рынок кузовного ремонта можно с уверенностью назвать плоским, рост загрузки свободных мощностей пока не наблюдается, вместе с тем продолжается уход с рынка тех предприятий, которые более не способны выживать в чрезвычайно жесткой экономической ситуации.

Что же ждет кузовные автосервисы в будущем, как им строить свою работу, взаимодействовать со страховщиками и частными владельцами, планировать бизнес, поддерживать экономическое здоровье предприятия и заниматься развитием?

Прежде всего необходимо признать, что тот экономический механизм, который более или менее успешно существовал в авторемонтной индустрии на протяжении последних 10 лет, больше не работает. Что же такое кризис в авторемонтном бизнесе? Как следствие взрывного, а не качественного роста автомобильного рынка середины двухтысячных, стало не важно, какие у предприятия доходы и расходы, важно было только то, чтобы компания могла обслуживать долги, и за счет роста капитализации брать новые кредиты.

Больше этот механизм не работает, именно поэтому экономические болезни и вылезли наружу, безграмотное, непрофессиональное управление можно прятать только за постоянно растущими оборотами. Но вдруг обороты падают, а вместе с ними падают выручка и прибыль, а неэффективность управления и низкая производительность производства остаются. В результате затраты становятся непомерными, а предприятие – нежизнеспособным без внешнего финансирования.

Любой процесс экономического оздоровления начинается с осознания причин, по которым предприятие потеряло прибыльность, и выделения наиболее важных проблем, требующих немедленной коррекции. Казалось бы, что может быть проще? Однако в реальности оказывается, что большинство сервисов, по горло застрявших в проблемах, неправильно оценивают ситуацию, основывают свои суждения на ложных предпосылках и, соответственно, принимают неверные, контрпродуктивные решения. Логично, что в такой ситуации никакое количество потраченных усилий и средств не может принести желаемый результат, а может лишь усугубить имеющиеся проблемы.

Какова же основная причина потери прибыльности? Ответ на этот вопрос может оказаться сложнее, чем многие привыкли думать. Для начала нужно разобраться с определениями. Что такое потеря прибыльности? Короткий ответ таков: это ситуация, когда у предприятия расходы оказываются больше, чем доходы. В таком случае предприятие продолжает расходовать инвестированный капитал и требовать дальнейшего финансирования, вместо того, чтобы обеспечивать возврат на инвестиции, что конечно

полностью противоречит фундаментальной логике существования коммерческой организации.

Следующий вопрос, который нужно структурировать – это очертить поле возможностей для коррекции ситуации потери прибыльности, иными словами, нам предстоит перечислить все возможные решения, которые можно было бы принять, а в последствии выбрать из них те, которые необходимы в первую очередь.

Возможных решений не так много, всего пять.

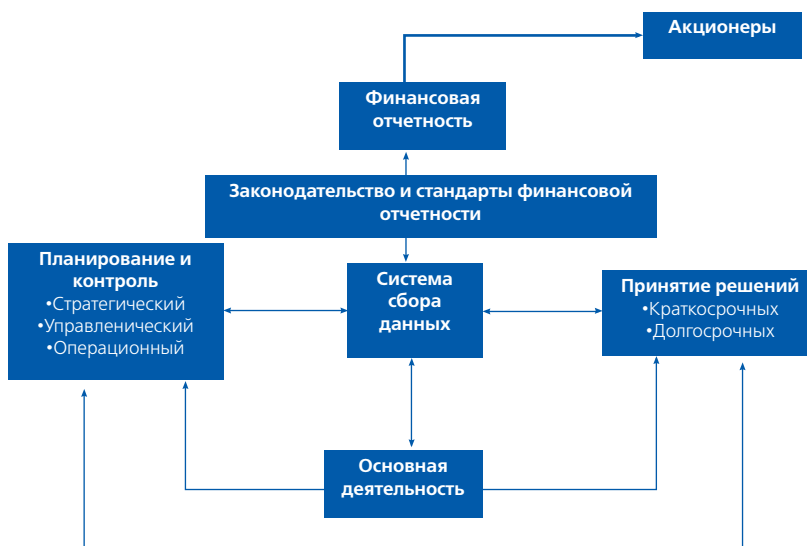
- Увеличить объем продаж
- Поднять цену
- Сократить себестоимость
- Сократить оборотный капитал
- Сократить основные средства

Каждый из названных пунктов необходимо разобрать тщательно и детально, по каждому пункту необходима и обязательно потребуются четкая стратегия, тактика, понятные и прозрачные инструменты контроля, а также четкий набор критериев оценки.

В последующих статьях мы рассмотрим все пункты по очереди, начиная с увеличения объема продаж, но вначале следует определиться с механизмом получения данных, их анализа и обработки, поскольку зачастую именно здесь кроется наибольшая трудность для руководителя производства. Вот типичные вопросы, без ответа на которые невозможно приступить к работе по улучшению показателей:

- Где взять данные о трудозатратах и трудоемкости технологических процессов?
- Как и в каких документах фиксируется расход лакокрасочных и прочих расходных материалов на производство?
- Как проверить и подтвердить суммы затрат, включаемые в себестоимость продукции или в отчеты?
- Как рассчитать себестоимость производства единицы товарной продукции?
- Как составить сводные документы?
- Как получать и систематизировать получаемую информацию?

Первое, что необходимо бывает сделать в том случае, когда предприятие нужно вывести на прибыльность, это запустить систему сбора данных и контроля.



Система сбора данных – основа и фундамент любой системы управления, ось и хребет всей компании, основной рабочий инструмент руководителей всех уровней, от первого лица до бригадиров производственных участков. Именно с построения, реконструкции или оптимизации системы Управленческого Учета начинается любой комплекс мер по санации предприятий, увязших в финансовых проблемах. Работа по наладке системы Управленческого Учета подразделяется на следующие этапы:

–Настройка произвольной модели управленческого учета: плана счетов и подсчетов, формализация управленческих операций, отчетов и показателей.

–Трансляция первичных документов и производственных данных в управленческий учет.

–Заполнение управленческой аналитики.

–Ввод управленческих документов.

–Распределение затрат для контроля себестоимости произведенной продукции.

–Консолидационные корректировки и формализация их процедур (при необходимости).

–Фиксация управленческого учета и распределение обязанностей и прав по сотрудникам, закрепление процедур за ответственными лицами.

–Текущий контроль и анализ данных: пакет управленческих отчетов, форма их подачи, система авторизованного доступа.

Нельзя не сказать о том, что уровень компетентности большинства руководителей кузовных производств оказывается недостаточным для решения тех управленческих задач, которые ставит перед ними сегодняшняя рыночная ситуация. Необходимо понимать, что любое современное предприятие – прежде всего финансовая структура, созданная для получения прибыли на инвестированный капитал. Те времена, когда авторсервис мог интересоваться лишь технической стороной бизнеса, остались в далеком прошлом, сегодняшний руководитель производства – человек компетентный прежде всего в управленческих и финансовых вопросах. Именно на устранение этого дефицита и нацелены усилия авторов, предлагающих вниманию читателя серию материалов по основам экономики кузовного ремонтного производства. ■





Это Крис Коллар (Chris Kollar), ведущий инженер компании TRW Северная Америка.

Независимо от того, играет ли Крис в хоккей за Spitfires или работает над угловым модулем TRW, объединяющим детали тормозной системы, рулевого управления и подвески, он должен многое уметь; но чтобы быть действительно превосходным специалистом, ему нужно знать, как собрать эти умения воедино.

Эксклюзивный угловой модуль TRW грамотно сочетает в себе детали разных систем автомобиля, каждый раз обеспечивая неизменно точную установку. Тормозная система, рулевое управление и подвеска идеально соответствуют друг другу для обеспечения максимальной безопасности.

Чтобы добиться действительно потрясающей работоспособности, доверьтесь настоящим профессионалам.

Смотреть историю Криса на trwaftermarket.com/ru/cornermodule

НАСТОЯЩИЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ

A TRW SYSTEM



www.trwaftermarket.com/ru/cornermodule

Каждая запчасть TRW разработана для решения проблемы; просто потому, что над ней работают 4000 инженеров, конструкторов и специалистов по продукции по всему миру. Имея за плечами более 100 лет опыта в производстве оригинального оборудования, TRW устанавливает стандарты качества и безопасности.

The TRW logo, consisting of the letters 'TRW' in a bold, italicized, sans-serif font.

Технический семинар Gates

4 апреля 2017 года в ИЦ СМАРТ состоялся технический семинар Gates. Мероприятие проводилось совместно с GROUPAUTO Russia. Автомобильные компоненты компании Gates соответствуют техническим требованиям производителей оригинального оборудования по всему миру. Тесное сотрудничество практически со всеми автопроизводителями позволяет компании Gates идеально удовлетворять потребности рынка автомобильных запчастей. Компания Gates не только поставляет на этот рынок продукцию, соответствующую качеству оригинального оборудования, но и обеспечивает надлежащую поддержку рынка запчастей. Для компаний, работающих на рынке автозапчастей, Gates разрабатывает и производит всю гамму продукции для системы ременных приводов, системы охлаждения, топливной системы и системы подачи воздуха. Кроме того, компания Gates располагает широким ассортиментом продукции для коммерческого автотранспорта, такого как автофургоны, грузовые автомобили, автобусы и тракторы. При необходимости компания Gates также предоставляет инструменты для установки, инструкции и техническую литературу для проведения успешной замены. Ведущий семинара Безобразов Алексей, специалист технической поддержки Gates AR CIS, рассказал аудитории о компании GATES, а также более подробно остановился на таких темах, как «SBDS: привод ГРМ», «ABDS: привод агрегатов» и «Системы охлаждения и подачи топлива».



Meguiar's в Advance Star

Компания «ДАЛЬЛАК», эксклюзивный импортер бренда Meguiar's, в начале апреля пригласила детейлеров в Москву, чтобы принять участие в серии технических семинаров по применению продукции Meguiar's.

Первая встреча состоялась 4 апреля в студии детейлинга Advance Star. Для ее проведения были приглашены два известных американских технолога Майкл Ступс, старший инструктор Meguiar's Global, и Ник Кемсон Хопкинс, менеджер службы технического консалтинга и тренинга Meguiar's EMEA

В мероприятии были подняты следующие темы:

- Знакомство с брендом Meguiar's;
- История бренда Meguiar's;
- Развитие бренда Meguiar's;
- Концепция новых технологий в области Detailing;
- Практическое применение серии материалов Mirror Glaze и Detailer на «живых» автомобилях.



Новинки для профессионального авторемонта от A1

В ассортименте бренда A1 появились новинки для профессионального авторемонта. Все новые продукты производятся в Англии и имеют отличное качество. А цены на данные продукты вас приятно удивят!

1. Валики для маскировки проемов 13mm/50m. Специальный эластичный клеящийся поролоновый валик для маскировки дверных проемов автомобиля перед окраской. Клеевой слой обеспечивает надежную фиксацию валика на кузове автомобиля. Не теряет клеящих свойств при низких температурах. Легко снимается, не оставляя следов на поверхности.

2. Контурная лента 6mm/33m. Гибкая и эластичная маскировочная лента для многоцветной и художественной окраски. Лента водонепроницаема, стойка к растворителям и воздействию температуры до 150 °С. После использования лента легко удаляется, не оставляя следов и не повреждая лакокрасочное покрытие.

3. Акриловая двусторонняя клеящая лента 9mm/5mm. Предназначена для крепления к кузовам автомобилей, деталей из пластика – таких, как молдинги, вставки и др. Характеризуется высокой адгезией к большинству поверхностей автомобиля, высокой прочностью, долговечностью.



Швейцарский дуэт на Detailer Day Expo 2017



7 апреля состоялась первая в России мультибрендовая выставка по детейлингу – Detailing Day Expo 2017, организованная коммуникационным агентством «Автомобильное время» под брендом «КУЗОВ» и порталом Car-Care.ru. Дата проведения была выбрана не случайно: 7 апреля отмечается профессиональный праздник – «День детейлера», являющийся важным событием для производителей оборудования и материалов, детейлинг-центров и энтузиастов автомобильной красоты. По предварительным подсчетам организаторов, выставку посетило более 2500 человек из разных уголков России, что, несомненно, является большим успехом, тем более что она проводилась впервые. Целевая аудитория выставки – это желающие начать собственный детейлинг-бизнес; руководители и работники детейлинг-центров; владельцы сервисов, планирующие ввести детейлинг в ассортимент оказываемых услуг; мастера-гаражники, оказывающие услуги детейлинга; рядовые автолюбители, ухаживающие за авто- и мототехникой. Спонсорами мероприятия выступили такие известные в мире детейлинга бренды, как KRYTEX, KochChemie, 3M, LERATON.

Компания «Европроект Групп» приняла участие в выставке с представлением двух швейцарских брендов полировальных систем – Riwaх и sia Abrasives. Уникально, что больше никто из участников не выставился с двумя брендами. В программе стенда были презентации материалов от руководителя департамента абразивных материалов – Алексея Гоголева и бренд-менеджера sia Abrasives – Алексея Жукова, мастер-класс «Переполирую мастера» от ННТ по ремонтной окраске Владимира Иванова, лотерея с розыгрышем призов от руководителя департамента маркетинга и развития Светланы Мун и специалиста по маркетингу Натальи Галич, а также свободное общение с участниками. Акцент в оформлении стенда, презентациях и работе с аудиторией был сделан на швейцарском качестве продуктов. Стоит отметить, что количество участников, посетивших стенд, оказалось весьма значительным, уже к обеду были розданы все фирменные каталоги, листовки и журналы. По словам клиентов, выставка оказалась очень интересной и полезной. Хочется поблагодарить всех клиентов, посетивших стенд.

**MANN
FILTER**

**Команда MANN-FILTER.
Побеждаем вместе!**



На правах рекламы

С фильтрами **MANN-FILTER** вы получаете качественную продукцию и широчайший ассортимент для всех типов транспортных средств.

Помимо первоклассных фильтров мы предлагаем обширную сервисную, информационную и маркетинговую поддержку в презентации и продаже наших продуктов.

MANN-FILTER
Perfect parts. Perfect service.
www.mann-filter.ru
www.mann-filter-info.ru



Семинар TMD FRICTION в ИЦ SMART

13 апреля 2017 года в ИЦ SMART совместно с GROUPAUTO Russia состоялся технический семинар компании TMD FRICTION.



Денис Двали, технический специалист представительства TMD FRICTION, для руководителей и механиков СТО, а также студентов колледжа остановился на следующих темах:

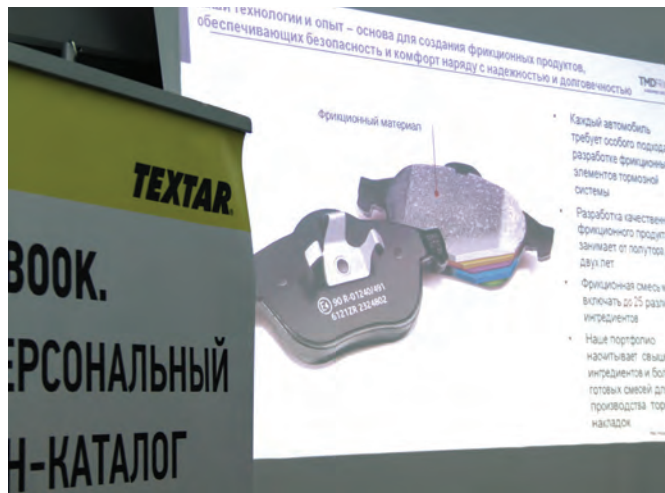
- производство тормозных колодок Textar на конвейеры автопроизводителей и для рынка автозапчастей;
- тормозные колодки: технологии, материалы и испытания.

TMD Friction в настоящее время имеет 8 исследовательских центров в Германии, США, Бразилии и Азии. Виды проводимых испытаний:

- собственные испытательные стенды по шумоподавлению и моделированию условий работ тормозных систем;
- практические испытания на собственном тестовом треке;
- тест для получения разрешения на выпуск колодки, проводимый на 100 собственных испытательных автомобилях холдинга;
- горные и скоростные автомобильные испытания;
- до 300 000 тестовых километров приходится на 1 колодку.

Продукция отвечает самым высоким требованиям безопасности, комфортности и срока эксплуатации, а бренд Textar – это синоним продукции класса «Премиум» уже более 100 лет.

В ассортименте TEXTAR более 133 тормозных колодок, более 490 тормозных накладок, более 60 комплектов тормозных колодок, более 15 комплектов тормозных накладок, более 132 видов тормозных дисков, более 57 видов датчиков износа, более 50 видов заклепок и др.



Если говорить о критериях фрикционных материалов, спикер компании выделил 10 пунктов, влияющих на безопасность: поведение при приработке, коэффициент трения в непрогретом состоянии, коэффициент трения на высокой скорости, коэффициент трения при температурных нагрузках, коэффициент трения при повышенной влажности, при наличии соли, при давлении, статический коэффициент трения, коэффициент трения при движении задним ходом.

Физические свойства фрикционных материалов должны соответствовать следующим критериям – изменение размеров, компрессионные свойства, теплопроводность, прочность, горючесть, устойчивость к коррозии, устойчивость к изгибу.

Также на семинаре были представлены разновидности тормозных дисков Textar, тормозные барабаны и колодки, химия и инструмент.

Отзыв участника семинара. Маргарян Нельсон Варанцовович, автосервис «Нельсон Авто Групп»:



«Большое спасибо за приглашение на этот интересный семинар. Не смотря на то, что о тормозной системе на СТО известно каждому механику, все равно на мероприятии удалось узнать несколько новых аспектов в работе с тормозными колодками. Интересно было послушать и о признаках поддельных тормозных колодок. Очень актуальной была тема о возможных причинах шумов и вибраций после замены тормозных колодок или дисков».

шумов и вибраций после замены тормозных колодок или дисков».

Конференция «КУЗОВ Маркет» в Калуге

11-12 апреля на территории Национального учебного центра состоялась очередная встреча с партнерами сети «КУЗОВ Маркет». Программа конференции состояла из 2-х дней. В первый день была представлена полная информация о сети, освещены планы развития сети на 2017 г., представлены новые возможности сотрудничества (проект Система 1, АСА) и раскрыты возможности Национального учебного центра.

Конференция проходила в стенах Национального учебного центра неслучайно, поскольку основной акцент был сделан на проведение мастер-классов:

1. Нанесение лакокрасочных материалов – Андрей Кудряшов, ННТ по ремонтной окраске.
2. Шлифование абразивами sia Abrasives – Владимир Иванов, ННТ по ремонтной окраске.
3. Колористика GL – Елена Евдокимова, ведущий технолог по колористике.
4. Преимущества шпатлевок – Александр Васин, технолог по ремонтной окраске.

Во второй день для партнеров была организована экскурсия на завод Volvo. Участникам были продемонстрированы 2 цеха: Volvo Trucks и изготовление кабин Volvo, где был показан весь цикл изготовления кабин. Приятным сюрпризом стало то, что при производственном процессе используются абразивные материалы – 3М и sia Abrasives.



Сromaх представляет обновленную ChromaWeb



В феврале 2017 года Сromaх® выпустил обновленную версию программы ChromaWeb™ – универсальной, основанной на облачных технологиях программы поиска цветowych формул и информации о цвете с доступом в глобальную формульную базу данных. Новая версия программы позволяет специалистам по ремонтной окраске автомобилей работать еще продуктивнее благодаря простой навигации. В частности, больше нет необходимости «прокручивать» изображение на экране, информация расположена интуитивно, увеличен размер иконок и полей для удобства работы на устройствах с сенсорным экраном.

В частности, больше нет необходимости «прокручивать» изображение на экране, информация расположена интуитивно, увеличен размер иконок и полей для удобства работы на устройствах с сенсорным экраном.



АВТОСЕРВИСАМ НА ЗАМЕТКУ!

Аэрозольные очистители тормозов весьма популярны и у мастеров автотехцентров, и у автолюбителей. Правда, такие препараты могут сильно различаться по своей эффективности друг от друга. Как отмечают эксперты, современный очиститель тормозов должен отвечать целому ряду требований. К числу наиболее

важных следует отнести такие качества, как быстрое растворение и удаление загрязнений, высокие обезжиривающие свойства, удобство применения, быстрая испаряемость, экологичность и запах.

Почему мы рекомендуем «Очиститель тормозов ASTROhim»?

Средство формирует мощную струю направленного действия, эффективно удаляющую все виды загрязнений, включая нагар. После применения состав быстро испаряется, не оставляя после себя неприятного запаха, что позволяет использовать очиститель при работе внутри помещения.

Рекомендуемая оптовая цена за аэрозоль 650 мл - 137 рублей.

Оптовые закупки
8-800-301-10-85
Звонок по России бесплатный
www.astrohim.ru



Ребрендинг года в сети «КУЗОВ Маркет»

Пожалуй, у каждой крупной торговой сети есть своя собственная торговая марка. Так и у сети «КУЗОВ Маркет» есть свой фирменный бренд – КУЗОВ, который был запущен на рынок в 2014 году. КУЗОВ задумывалась как торговая марка, обладающая следующим набором свойств: хорошее европейское качество, базовый и развивающийся ассортимент, доступная цена, известность на целевом рынке.

Однако первоначальный дизайн стал менее современным и привлекательным. Так как образ в сознании клиента очень важен, сейчас уже не достаточно удовлетворять потребителя, нужно предвосхищать его ожидания, чтобы в конечном итоге привести его к покупке. Хороший товар воспринимается только в отличной упаковке, поэтому ребрендинг марки КУЗОВ – это решение, главной задачей которого является изменение образа бренда в сознании потребителя, способное привести к усилению позиции марки на рынке, а также увеличению продаж.

Что было сделано в ходе ребрендинга?

Во-первых, КУЗОВ был переименован в K5. Почему K5?

- Короткое и ясное название
- Хорошее звучание

- Ассоциация с качеством на «5» баллов, 5 звезд и т.п.
- Буква «К» отсылает к первой букве названия сети «КУЗОВ Маркет»

5 базовых категорий ассортимента

Во-вторых, была расширена продуктовая линейка. Теперь это 5 базовых категорий – лаки, грунты, шпатлевки, аэрозоли, растворители. В будущем рассматривается возможность запуска лакокрасочной системы, абразивов, автохимии.

В-третьих, была разработана новая айдентика бренда K5 – логотип, фирменный стиль и Brand Book. Логотип стал более ярким, сочным и привлекательным. У каждой категории согласно фирменному стилю свой цвет для упрощения восприятия при использовании продукта: лаки – голубой, грунты – салатовый, шпатлевки – сиреневый, аэрозоли – красный и растворители – оранжевый.

Главный бренд сети «КУЗОВ Маркет» K5 заиграл новыми красками, смотрится свежо и интересно. Продукты предназначены для использования от автолюбителей до профессиональных маляров.

Надеемся, что проведенный ребрендинг K5 даст клиентам сети новую энергию и внесет обновление в каждую торговую точку.



1 год гарантии от Federal-Mogul Motorparts

Federal-Mogul Motorparts, подразделение Federal-Mogul Holdings LLC, объявляет о распространении гарантийного срока в один год на автокомпоненты всех представленных на российском рынке марок Federal-Mogul Motorparts. Решение свидетельствует об абсолютной уверенности Federal-Mogul Motorparts в качестве своей продукции и ее способности выдерживать высокие нагрузки. Ведь если представить, что некий двигатель внутреннего сгорания будет работать безостановочно в течение года, даже при работе на холостых оборотах каждый его поршень за 12 месяцев совершит более 40 000 000 перемещений от нижней мертвой точки к верхней и обратно, а каждая свеча зажигания должна будет сработать почти 85 000 000 раз. И если речь идет, к примеру, о поршнях торговой марки Nüral®, поршневых кольцах Goetze® или свечах зажигания Champion®, столь активная эксплуатация двигателя не может являться основанием для отказа от замены соответствующих деталей по гарантии.

MAHLE и IZUMI: два игрока – одна команда

Сегодня компания MAHLE предлагает российским автомобилистам большой выбор высокотехнологичной продукции для двигателя под маркой IZUMI. Японское подразделение MAHLE IZUMI производит современные алюминиевые поршни для дизельных и бензиновых двигателей, чугунные поршни, уникальные стальные поршни MAHLE MONOTHERM®, вместо втулки имеющие формообразующее отверстие со сплошным фосфатным покрытием, а также гильзы цилиндров. Компания MAHLE – концерн, прошедший огромный, почти вековой путь, который сопровождался многими значимыми событиями как в мировой истории, так и в истории самой компании. Успех MAHLE на международном рынке феноменален, бренд стал известен во всех частях света благодаря своим постоянным инновационным разработкам. Большой вклад в развитие MAHLE внесла японская компания IZUMI, которая на сегодняшний день стала ее частью. Компания IZUMI – это крупнейший японский производитель дизельных поршней для коммерческого транспорта. MAHLE и IZUMI начали свое сотрудничество еще 45 лет назад. Такое продолжительное и успешное сотрудничество продолжалось до тех пор, пока компания MAHLE не купила IZUMI в 2003 году – тогда два главных игрока автомобильной промышленности стали одной командой. И в апреле того же года MAHLE сменил название на MAHLE Izumi Corporation. Сейчас MAHLE с помощью заводов IZUMI поставляет широкий ассортимент деталей двигателя для автомобилей.



Morgan выбрал MEYLE в качестве поставщика первого уровня

С января 2016 года гамбургская компания MEYLE поставляет автопроизводителю Morgan Motor Company компоненты MEYLE ORIGINAL рулевого управления и подвески для автомобиля Morgan Aero 8. Такие же запасные части используются для оснащения автомобилей гоночной команды Aero Racing Team.

Morgan Motor Company – автопроизводитель из Великобритании, занимающийся производством эксклюзивных спортивных автомобилей с 1909 года. Ежегодно компания выпускает до 1 000 автомобилей, собранных вручную. Чтобы уверенно смотреть в будущее, в настоящем компания Morgan сотрудничает с ограниченной группой поставщиков, способных гарантировать стабильно высокие стандарты качества. Компания Morgan использует детали подвески MEYLE – это важная составляющая в обеспечении безопасности и динамики вождения. Новый автомобиль Morgan Aero 8 будет оснащаться компонентами MEYLE-ORIGINAL – для рулевого управления и подвески. Инженеры MEYLE принимали участие в проектировании, начиная с самых ранних этапов.



Продукт нового поколения под брендом VIKA

Новая двухкомпонентная акриловая автоэмаль VIKA АК-1305 подходит для окраски кузовов и пластмассовых деталей автомобилей, может применяться для окраски крупногабаритных транспортных средств.

Новинка от VIKA обладает следующими характеристиками:

- высокая товарная вязкость (не менее 120 секунд по Din CUP4)
- быстрая химическая сшивка
- полировальные работы можно проводить уже через 16 часов естественной сушки.

ПЕРЕХОДИ
НА VIKA



АО «РУССКИЕ КРАСКИ»

подробности на сайте
www.vika-color.ru

тел. (4852) 49-29-41/42/43/81

на правах рекламы

Тренинг в Волгограде от NEO CTR

11 апреля в Волгограде прошел технический тренинг для партнеров от компании Central Group (бренд CTR). Мероприятие посетило 60 участников-представителей СТО и магазинов запасных частей. На тренинге специалист IHR Technical Consulting Павел Никитин и глава российского представительства компании Central Group Роман Картузов рассмотрели такие вопросы как: типовые схемы подвески и их особенности с точки зрения профессионала, эволюция шаровых опор, особенности технологии разработки и производства современных элементов подвески и рулевого управления и многие другие интересные темы, которые тяжело найти в общем доступе. Также в программе семинара технические специалисты рассказали, как отличить оригинальные запчасти бренда CTR от подделок, показали отличительные особенности упаковки изделий и на что стоит обращать внимание в работе с продукцией компании. Мероприятие прошло при активном общении между представителями компании производителя и участниками семинара. По окончании тренинга всем участникам были вручены сертификаты, а самых активных участников ждали памятные подарки от компании Central Group.



Бренд NEOLUX® пополнил линейку



Компания Osram расширила ассортимент автомобильных ламп своего дочернего бренда NEOLUX®. В продуктовой линейке появились галогенные источники света с цоколями стандартов H8 и H11 и номинальной мощностью 55 ватт при напряжении бортовой электросети машины 12 вольт. До недавнего времени под маркой NEOLUX выпускались лампы головного и вспомогательного освещения с цоколями H1, H3, H4, H7, HB3 и HB4.

Лампы NEOLUX соответствуют самым требовательным европейским стандартам качества. Будучи младшим брендом компании Osram, NEOLUX уверенно занимает нишу в сегменте бюджетных ламп для всех типов автомобилей. В фирменном каталоге NEOLUX насчитывается в общей сложности более 150 типов наименований источников света для легковых автомобилей, мототехники и коммерческого транспорта (лампы с напряжением 24В). Актуальный ассортимент включает галогенные и ксеноновые лампы для фар головного света, вспомогательное и сигнальное освещение. В ближайших планах компании Osram – расширение продуктовой линейки NEOLUX галогенными лампами с повышенной мощностью и светодиодными лампами.

Демпферный шкив для привода вспомогательных агрегатов



Компания Schaeffler предлагает демпферные шкивы, предназначенные для дополнительного гашения вибраций в приводе вспомогательных агрегатов. В массовое производство эти изделия поступили еще в 2013 году, теперь же они поставляются в качестве компонентов ремонтных комплектов INA FEAD KIT. «Мы первые на рынке, кто предлагает станциям техобслуживания столь удачное техническое решение, – поясняет Христиан Кос (Christian Kos), возглавляющий отдел двигателей и шасси подразделения Automotive Aftermarket концерна Schaeffler. – Демпферные шкивы стали логическим продолжением нашей линии продукции, предназначенной для обслуживания привода вспомогательных агрегатов, конструкции которых все усложняются». Демпферный шкив с дуговыми пружинами и встроенным демпфером крутильных колебаний не только гасит вибрации и неравномерности во вращении двигателя, но и за счет меньших потерь на трение помогает существенно снизить расход топлива (максимум на 2 %) и уровень выбросов двуокиси углерода. В портфолио INA FEAD KIT насчитывается более 200 различных ремонтных комплектов – все, что необходимо для полного и профессионального технического обслуживания систем приводов вспомогательных агрегатов. В каждый комплект входят поликлиновые ремни, направляющие и натяжные ролики, а также все вспомогательные компоненты, необходимые для монтажа. Кроме того, в зависимости от типа и характера использования автомобиля, для которого предназначен ремонтный комплект, в него могут быть включены обгонная муфта шкива генератора, демпфер крутильных колебаний, демпферный шкив или водяной насос.

Новинки в ассортименте SOLID



В профессиональной линейке SOLID собраны уникальные продукты, каждый из которых обладает неповторимыми свойствами. Поэтому не удивительно, что именно линейка SOLID PROFESSIONAL пополняется новыми продуктами. Представляем новинку SOLID POLYSIL грунт по пластику. Универсальный адгезионный однокомпонентный грунт серого цвета, на основе акриловых смол, для полипропилена (ABS, PA, PBT, PP, PP-EPDM, ПВХ) и других видов пластика (кроме полиэтилена PE). Прост в применении, характеризуется коротким временем сушки, высокой адгезией, хорошей растекаемостью и легкостью шлифования. Применяется в версии «мокрый по мокрому». Не требует нанесения последующего применения грунта-наполнителя. Грунт выпускается тарой 400 мл с пробкой-лейкой и аэрозоль.

Грунт может быть нанесен на следующие поверхности:

- бамперы автомобильные, молдинги, накладки, корпуса зеркал, спойлеры, другие пластиковые детали;
- вспененный полипропилен (EPP);
- пластиковые трубы;
- авто-авиа модели;
- пластиковые детали мебели.

При работе с данным грунтом:

- грунт предназначен для работы с новыми пластиковыми деталями;
- не нужно выпаривать деталь при 60 градусах;
- деталь не требует предварительного шлифования;
- после застывания, грунт готов к окраске.



Школа ЭПИО

Школа ЭПИО – школа профессиональных маляров

Наши преимущества:

- собственная хорошо оснащенная база
- 80% практики и только 20% теории
- преподаватели с опытом работы более 20 лет

+37529 6131193
+37529 3692965
+37517 5080161

www.epio-school.by

Osram: новые типы автоламп Cool Blue Intense



Популярная на рынке серия «галогенок» с ксеноновым эффектом пополнилась новыми типами цоколей – H1R2, H27W/1, H27W/2, а также новыми типами упаковки – картонная для лампы H11 и двойной пластиковый бокс для лампы H15. Галогенные лампы Cool Blue Intense освещают дорогу ярким белым светом, приближенным к стандартному ксенону. Яркость этих ламп на 20% превышает показатель обычной галогенной лампы, а цветовая температура достигает 4 200 К, что является стандартом для ксеноновой лампы. Лампы Cool Blue Intense отличаются стильным дизайном и создают комфортный белый свет, близкий к естественному дневному освещению: он более благоприятен для глаз, чем свет традиционных ламп, и не утомляет зрение водителя. Увеличенная яркость ламп способствует лучшей видимости дорожного полотна: знаки и разметка отражаются лучше, что обеспечивает большую безопасность в темное время суток.



Sogefi укрепляет свое подразделение фильтрации

Sogefi усиливает подразделение систем фильтрации назначением Фредерика Шосса (Frédéric Chaussat) генеральным директором подразделения.

Фредерику Шосса 48 лет, он женат и имеет 4 детей, получил степени магистра технических наук в Горной школе Парижа (Ecole Des Mines) и магистра делового администрирования в бизнес-школе INSEAD, накопил богатый опыт в автомобильном секторе, с тех пор как пришел в отрасль более 25 лет назад. Он занимал различные должности в компаниях Michelin, Valeo и Johnson Controls. Совсем недавно был генеральным директором подразделения по изготовлению сидений бизнес-класса в Zodiac Aerospace. «Я рад приветствовать Фредерика Шосса в группе Sogefi и с нетерпением ожидаю его вступления на должность руководителя подразделения фильтрации, что позволит повысить удовлетворенность клиентов и прибыльность», – комментирует его назначение генеральный директор Sogefi г-н Лоран Хебенстрейт (Laurent Hebenstreit).



Инновация от SKF

SKF представляет новое внутреннее уплотнение для ступичных подшипниковых узлов, которое обеспечивает сокращение трения на 50% по сравнению с уплотнениями других производителей. Данное инновационное изделие обеспечивает самый низкий уровень трения, который когда-либо удавалось достичь в отношении уплотнения ступичного подшипникового узла SKF, а также имеет исключительные герметизирующие свойства для длительной и надежной работы подшипника.

Прочное кассетное уплотнение оснащено современными магнитными кольцами ABS, а также внешней кромкой и модернизированной лабиринтной конструкцией, которая улавливает и перенаправляет поток загрязнений в сторону от главной радиальной кромки. Благодаря радиальной кромке и пластичной смазке с низким коэффициентом трения обеспечивается равномерное прилегание и распределение контактного давления, а также защита в статических условиях. Поскольку контактирует только одна кромка, данная конфигурация создает минимальный уровень трения и максимальную защиту, которая не ослабевает с течением времени. В действительности, герметизирующие свойства превосходят требования заказчиков, например крупнейших автопроизводителей.

EnEspra расширила ассортимент датчиков ABS



Компания EnEspra расширила линейку датчиков ABS. Новинки ED 44 9050, ED 44 8090, ED 44 9000, ED 44 9200, ED 449212, ED 221417, EVABS 3254 предназначены для многих популярных марок автомобилей в России, включая Opel, Mercedes, ПАЗ, МАЗ, КамАЗ, ГАЗ, ЛиАЗ, НЕФАЗ, Богдан, УРАЛ, КРАЗ, Волжанин-5270. Основной принцип работы датчика ABS (индукционная катушка), работающего вместе с зубчатым кольцом (гребенкой), заключается в считывании электронных импульсов и передаче информации на блок управления тормозной системы (блок ABS). Сам же блок на основании этих показаний может регулировать давление в цилиндрах тормозной системы.

Преимущества изделий EnEspra

- Чтобы обеспечить оптимальные эксплуатационные характеристики и простоту монтажа, все датчики проходят испытания в соответствии с параметрами оригинальных деталей на этапе разработки и производства.
- Главной особенностью является усовершенствованная конструкция датчиков. Соединительные разъемы устойчивы к воздействию окружающей среды и препятствуют попаданию грязи, влаги, реагентов и прочих загрязняющих веществ.
- Крепежные элементы имеют антикоррозийное покрытие, обеспечивающее надежность установки изделия.
- Изделия проектируются и испытываются в широком диапазоне температур двигателя.
- Сечения кабелей в магнитных катушках и соединителях подобраны так, чтобы обеспечивались характеристики сигналов, подаваемых в блок ABS и ECU, аналогичные оригинальным датчикам.



GUNTEx
репутация профессионалов.

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ
специализированный 2K акриловый лак Guntex UHS
с низким содержанием летучих веществ.

Устойчив к воздействию УФ-лучей и внешним факторам. Прост в нанесении и обладает высоким глянцем. Придает поверхности великолепный внешний вид. Наносится в полтора слоя, обладает низким расходом. Значительно сокращает время окраски. Фасовка лак - 1л., отвердитель - 0,5 л.



Произведено по технологии
и под контролем качества ASTA GmbH

АО «РУССКИЕ КРАСКИ»
тел. (4852) 49-29-41/42/43/81
www.guntex-asta.com

на правах рекламы

Тормозные жидкости Bosch ENV4 и ENV6

Современные тормозные системы становятся все более мощными, тогда как время реакции систем ABS и ESP® сокращается. Меняющиеся условия заставляют ужесточить требования к свойствам тормозной жидкости. Новые тормозные жидкости от Bosch – ENV4 и еще более технологичная ENV6 – обеспечивают уверенную работу тормозных систем даже на пределе технических возможностей. Это достигается прежде всего за счет пониженной вязкости и более высокой температуры кипения новых жидкостей от Bosch в сравнении с аналогичными продуктами стандарта DOT. В дополнение, высокая смазывающая способность жидкости Bosch ENV6 позволяет снизить как уровень шума при работе, так и износ систем ABS и ESP®. И наконец, новые жидкости снижают вероятность возникновения коррозии на внутренней поверхности тормозных трубок и механизмов.



Brigade Electronics на Mining World Russia 2017

Компания Brigade Electronics приняла участие в 21-й международной выставке машин и оборудования для добычи, обогащения и транспортировки полезных ископаемых Mining World Russia в Москве. Компания предлагает полный набор технологических решений в области безопасности движения всех типов транспортных средств, защищающих водителей, пассажиров и пешеходов. Вся продукция тестируется и проверяется по всем технологическим стандартам, что гарантирует ее высокое качество и надежность. Главный офис компании базируется в Великобритании. В настоящее время Brigade Electronics активно продвигается на российском рынке и реализовывает крупные проекты с ведущими компаниями в горнодобывающей промышленности.



FIT Service. День открытых дверей

24 апреля в Москве на автосервисе федеральной сети FIT Service прошел День открытых дверей для собственников независимых СТО. Участие в Дне открытых дверей франшизы FIT Service приняли более 50 потенциальных франчайзи из Москвы, Липецка, Тамбова, Краснодара, Грозного, Челябинска, Омска, Хабаровска, Казани и многих других городов России. В рамках мероприятия прошла экскурсия по автосервису – участникам показали, как организована работа станции и отлажены бизнес-процессы. Здесь они вживую смогли осмотреть станцию и задать любые вопросы. Также прошла презентация франшизы: директор по развитию FIT Service Алексей Чесноченко и менеджер по развитию франчайзинговой сети Дмитрий Стуков рассказали о бизнес-модели франчайзинга FIT Service, о техническом оснащении, принятых стандартах, маркетинге и других особенностях, также была показана в работе система автоматизации.





ГЕНИАЛЬНО.



Комплект ременного привода INA KIT, собранный с умом.

Ремонтное решение INA - оптимальный выбор для обслуживания любого привода ГРМ, поскольку оно включает все компоненты для проведения ремонта в соответствии с требованиями автопроизводителей. INA предлагает уникальные комплекты практически для любого автомобиля, в том числе с водяным насосом.

Больше информации:

www.schaeffler-aftermarket.ru

www.rexpert.ru



SCHAEFFLER

Тема номера

Диалектика кузовного ремонта

Роман АКОЛЬЗИН

Взвешенный диалектический подход вкупе с развитыми экономическими познаниями помогают лучше любого аудитора оценить условия работы собственного предприятия и определить противоречия в его функционировании. Роман Турков, руководитель по продуктам компании «Аксалта Коатинг Системс Рус», в своем выступлении в начале выпуска обоснованно и грамотно изложил концепцию такого анализа. Эксперт предложил действительно осмысленные шаги по наведению порядка в бизнесе и даже представил схематичный вариант системы сбора данных и контроля. В будущих номерах журнала «КУЗОВ» мы продолжим серию публикаций по этой тематике, а пока предлагаем вам сосредоточиться на тех инструментах, которые могут оказать помощь в развитии бизнеса.

Лишний раз повторим, что каждая из затронутых тем не является панацеей. Эффективное функционирование большинства предложений целиком зависит

от воли руководства, сконцентрированной в квалифицированной и слаженной работе коллектива. Представьте ситуацию с волонтеристским внедрением технологии локального ремонта на стандартном потоковом кузовном производстве. Как минимум не заинтересованные в такой «головной боли» маляры встретят этот процесс саботажем.

Чтобы избежать таких жалких результатов, любые изменения после анализа и планирования нужно начинать именно с переподготовки кадров, а также систем распределения ресурсов, рабочего времени и вознаграждения. Консолидация коллектива во время реформ – единственное, что может сохранить производство на фоне спада. Нормальные трудовые отношения, выраженные в уважении и понимании, дадут подходящий фундамент для возведения новой структуры, а преданные и искусные профессионалы в этом случае окажутся ценнее любых материальных приобретений.

Комфортная колористика

Роман АКОЛЬЗИН

Помимо того, что точный цветоподбор осуществляется за счет знаний колориста и качественных стабильных пигментов, современный МКЦ должен располагать и высокоточным инструментом измерения. Мы проследовали в Учебный центр Nippon Paint, где подробно изучили одни из самых передовых весов для колористики paх Synergy Scale.



Когда наступил кризис, большинство СТО ринулось покупать как среднеценовые, так и вовсе бюджетные системы. Те, кто предпочел довериться удешевленным продуктам известных производителей, не пострадали, однако потеряли львиную долю технической поддержки. Другие же, приобретавшие миксерные стойки сомнительного качества, вдоволь намучались с нестабильным цветоподбором и непредсказуемым результатом. Когда же рынок показал рост, обе эти группы вновь проявили интерес к премиальному сегменту. А тут их уже ждали существенно подросшие после валютной чехарды цены.

Весы paх Synergy работают в связке с paх Admila ALPHA – лакокрасочной системой японского производителя Nippon Paint Co. Сегодня, когда рынок ремонтных материалов начал свое восстановление, этот игрок чувствует себя довольно уверенно. Особый интерес к бренду сейчас при-

существует как на Дальнем Востоке и Сибири, так и в европейской части страны.

По словам Александра Белоножки, руководителя лаборатории цветоподбора УЦ Nippon Paint, успех японцев кроется в том числе и в ценообразовании. Несмотря на то, что система изначально премиальная, ее стоимость позволяет поставщикам играть в среднеценовом сегменте. Компания не только сумела удержать цены, но и снизила их. Если в высшей категории paх Admila ALPHA располагает достойными конкурентами, то в средней группе ее преимущества неоспоримы.

Так, если в прочих дешевых системах ощущается нехватка сложных компонентов, необходимых для работы с передовыми цветами, то в paх Admila ALPHA они идут уже в основной комплектации. В линейке содержится более 4-х десятков перламутров и ксираликов, 4 специальные добавки ColorStream, 22 разновидности металликов, 4



Александр Белоножка, руководитель лаборатории цветоподбора УЦ Nippon Paint



В линейке пал Admila ALPHA содержится более 4-х десятков перламутров и ксираликов, 4 специальные добавки ColorStream, 22 разновидности металликов, 4 цветных металлика, а также очень редкий металл-имитатор хрома

цветных металлика, а также очень редкий металл-имитатор хрома. В случае со среднеценовой линейкой любого серьезного бренда, многие из этих компонентов придется дозаказывать.

Все вышеуказанные спец. добавки крайне необходимы для работы с чистыми цветами на японских, корейских и китайских автомобилях. В Nippon Paint не стесняются заявлять, что совсем недавно именно они разработали новые конвейерные цвета для Mazda – глубокий красный металл 46V и серый стальной 46G, а также и ремонтную версию.

Весы пал Synergy работают в связке с пал Admila ALPHA – лакокрасочной системой японского производителя Nippon Paint Co

«Методы нанесения краски на заводе и на СТО разительно отличаются. В первом случае пигменты «запекаются» при высокой температуре, а во втором полимеризация происходит за счет выхода разбавителя из нанесенной смеси. Таким образом, тот производитель лакокрасочных систем, который был ближе к разработке оригинального цвета на конвейер, располагает некоторой форой», – рассказывает Александр.

Возвращаясь к основной теме статьи, стоит подчеркнуть, что любые цвета требуют точного соблюдения рецептурной формулы вне зависимости от количества необходимого материала. Поэтому сегодня все более актуальным приобретением становятся умные весы колориста.

Для маляров компания Nippon Paint Co выпускает упрощенную версию весов пал Synergy без сканера и возможности их подключения к компьютеру. Эта модель предназначена как раз для смешивания лаков и грунтов в пропорциональном соотношении

Весы пал Synergy работают с цветовыми формулами в двух вариантах: классическом ручном и цифровом. В первом случае специалист взаимодействует с карточками цветоподбора и интегрированным в весы сканером QR-кодов, а во втором – со спектрофотометром.

После того как специалист посмотрел код цвета на кузове, остается найти нужную карточку в



веере. На каждой из них присутствует реальный выкрас, QR-код, конкретная рецептура, описанная под кодом краски, и точная рабочая формула внутри системы (пал number). Карточка подносится к сканеру и через долю секунды информация высвечивается на экране весов.

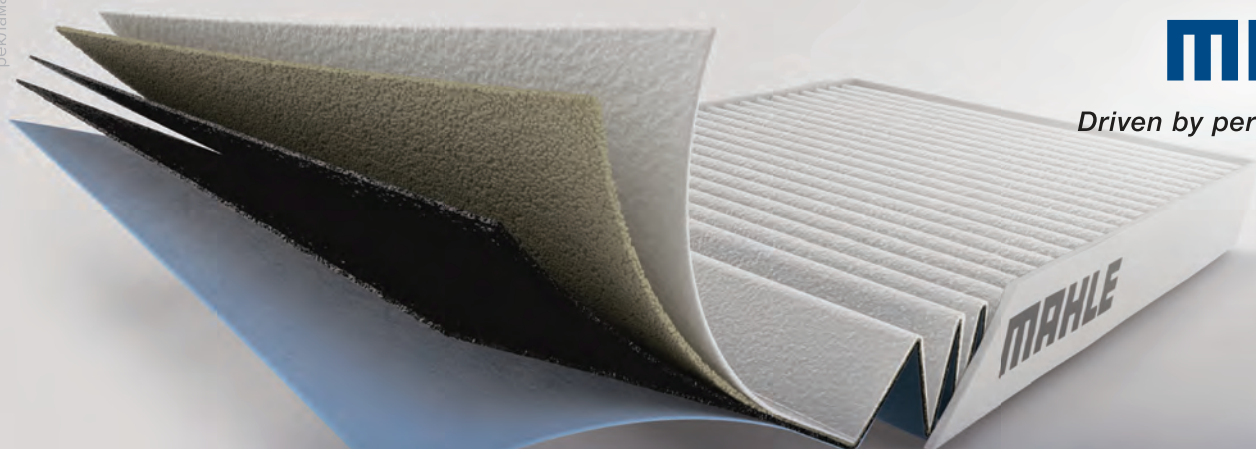
Работать со спектрофотометром еще проще. В системе пал Admila ALPHA эту функцию выполняет многоугловой аппарат пал Colobo. После сканирования ЛКП автомобиля спектрофотометр через USB подключается к компьютеру, где в программном обеспечении пал Colobo специалист видит наиболее подходящие по цвету формулы и их доколерованные аналоги. Хочется отметить дополнительные функции программного обеспечения. Пал Colobo дает возможность устанавливать свои цены на материалы, что позволяет сразу видеть финансовый результат сделки с точностью до копейки. Это очень удобно не только для расчетов, но и для контроля остатков.

Здесь же можно наблюдать коэффициент совпадения оттенков, сравнивать графики и вручную доколеровывать формулу. После завершения остается лишь одним нажатием клавиши через USB-порт отправить информацию на весы.

После того как информация о рецепте поступила на весы, на экране отображается код рецепта и пал number. Тут же виден перечень необходимых компонентов в требуемой последовательности и их точный вес по отношению к 1 килограмму готовой смеси. Отметим, в системе Nippon Paint пересчет обязательно выполняется с учетом веса, а не объема. Разная плотность материалов при расчетах в литрах окажет дурную услугу на сложных цветах.

MAHLE

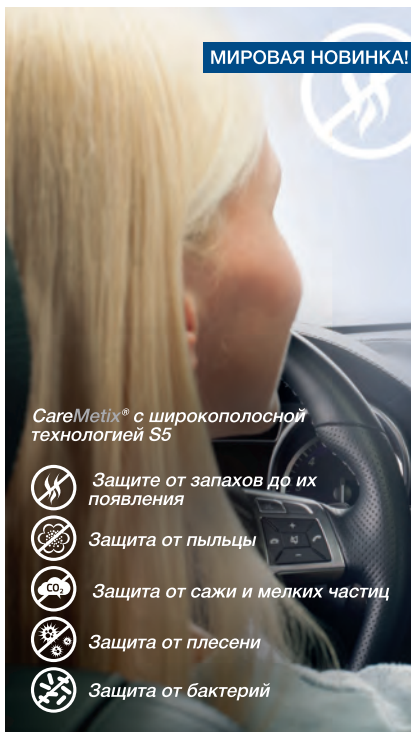
Driven by performance



САЛОННЫЙ ФИЛЬТР CareMetix: ПЯТИКРАТНАЯ ЗАЩИТА








Когда автомобиль движется, в салон поступает более 100 000 литров воздуха в час. Обыкновенный cabinный фильтр очищает воздух, не позволяя большому количеству загрязнений попасть в салон. Новый салонный фильтр CareMetix от MAHLE выполняет эту работу гораздо лучше: благодаря технологии широкополосной фильтрации S5, попадающий в кабину воздух очищается от твёрдых частиц, выхлопных газов, неприятных запахов, пылицы, пуха и других аллергенов.



МИРОВАЯ НОВИНКА!

CareMetix® с широкополосной технологией S5

-  Защита от запахов до их появления
-  Защита от пылицы
-  Защита от сажи и мелких частиц
-  Защита от плесени
-  Защита от бактерий

Забираемый с улицы воздух содержит массу твердых частиц, выхлопных газов, неприятных запахов, которые при попадании в салон циркулируют в условиях закрытого пространства. В итоге эти примеси вызывают аллергическую реакцию, головные боли, раздражение слизистых оболочек и быструю утомляемость, поэтому исключительно важно использовать качественные салонные фильтры. Технология широкополосной фильтрации S5 помогает максимально эффективно очистить воздух от раздражителей дыхательных путей. Состав фильтрующего элемента и геометрия складок играют решающую роль в эффективности любого фильтра. Благодаря пятислойной структуре фильтрующего компонента и оптимальной укладке, фильтр CareMetix от MAHLE обеспечивает идеальную фильтрацию воздуха. Комбинация из слоя фильтрации частиц, молекулярного слоя, слоя с активированным углём, инновационного биоактивного адсорбирующего слоя и защитного покрытия позволяет водителю и пассажирам комфортно себя чувствовать и получать удовольствие от езды даже во время длительных путешествий. Способность адсорбировать выхлопные газы и устранять неприятные запахи делает CareMetix уникальным продуктом, которому нет равных в мире. Новые салонные фильтры MAHLE CareMetix уже доступны покупателям в Европе, России, Беларуси и Казахстане.

- Концерн MAHLE начал историю своего существования в 1920 году и за более чем 90 лет развития достиг уровня производителя и поставщика оригинальных компонентов с мировым именем. В настоящее время концерн насчитывает 75000 человек, 170 производств с годовым оборотом более 11 миллиардов евро.
- MAHLE присутствует как поставщик у всех глобальных производителей автомобилей и двигателей, предлагает свободному рынку запасных частей широчайшую линейку деталей для легковых, грузовых автомобилей, судовых, мотоциклетных и малых двигателей.
- MAHLE Aftermarket – подразделение концерна, отвечающее за сбыт продукции MAHLE на свободном рынке запасных частей, насчитывающее 25 представительств во всем мире. MAHLE Aftermarket развивает и распространяет такие торговые марки MAHLE, как MAHLE Original ©, KNECHT ©, CLEVITE ©, BEHR ©, IZUMI ©
- В 2014 году было открыто российское подразделение компании MAHLE Aftermarket – ООО «МАЛЕ РУС», которое организывает поставку, распространение и продвижение продукции MAHLE Aftermarket на рынке стран таможенного союза – России, Беларуси и Казахстана, а также обеспечивает послепродажное сервисное и гарантийное обслуживание.
- Ассортимент продукции MAHLE включает в себя детали двигателя, фильтры и фильтрующие элементы, термостаты, турбокомпрессоры, профессиональные установки по обслуживанию систем автомобиля.



ООО «МАЛЕ РУС»
249020, Россия, Калужская обл., Боровский р-н, д. Добрино, 3-й Восточный пр-д, влад. 1
Тел.: +7 48438 63 888; факс: +7 48438 29 355; e-mail: info@ru.mahle.com
www.mahle-aftermarket.com



MAHLE
ORIGINAL



Если все устраивает, то одним нажатием колорист подтверждает правильность выбранного рецепта, устанавливает на весах тару и обнуляет ее вес. Следом задается необходимый вес смеси, в нашем случае – 123, 5 грамма и нажимается кнопка перерасчета. NaX Synergy моментально определяют пропорции каждого компонента относительно новых вводных.

Весы сами настойчиво сигнализируют как о недоливе, так и о переливе пигментов, а также автоматически пересчитывают формулу

Тут стоит отметить, что чувствительность весов регулируется, и они могут измерять как в десятых, так и в сотых грамма. Это возможно благодаря интегрированному уровню, позволяющему их выставить четко по горизонту. Чувствительность регулируется, и на максимальном уровне naX Synergy реагируют даже на потоки воздуха, поэтому пользоваться ими на сквозняке нельзя.

Следом задается необходимый вес смеси, в нашем случае – 123, 5 грамма и нажимается кнопка перерасчета. NaX Synergy моментально определяют пропорции каждого компонента относительно новых вводных

«Да, эти возможности стоят денег, но переоценить их трудно, особенно если речь идет о работе со сложными цветами и при популярном сегодня локальном ремонте. Например, маляру нужны 30-40 грамм базы. Ерунда, если цвет простой. А если в нем присутствуют специальные тонеры, о которых мы говорили в начале статьи? А если в рецепте таких компонентов несколько, не считая дюжины стандартных? Получается, что их нужно так мало, что весы с чувствительностью до 0,1 грамма просто не покажут адекватный вес. Это моментально приведет к браку и перерасходу», – делится опытом Александр.

Теперь можно приступать к сливу пигментов. На мониторе весов высвечиваются данные первого компонента под номером 309. В поле три строки: сколько грамм необходимо, сколько уже налили текущего компонента и общей вес смеси без его учета.

Сразу же находим на стойке нужный компонент и вливаем 33,7 грамм в емкость, доводя отрицательное значение первой строки до 0. Возник вопрос, а что произойдет, если перелить? В случае с обычными весами колорист бросится пересчитывать необходимое количество всех компонентов. Справедливости ради скажем, что в условиях магазина или загруженного МКЦ это

маловероятно. Такой «перелив» обычно отправляется в помойку или в лучшем случае надолго «замораживается» на полке.

С весами naX Synergy все просто. Во время работы мы не только видим, но и слышим их работу: звук зуммера учащается при достижении необходимой отметки, что незаменимо в условиях с плохой освещенностью. Перелив также сопровождается визуальной и звуковой сигнализацией. Колорист нажатием клавиши дает команду к перерасчету формулы, и меню весов вновь возвращается к пигменту под первым номером. Остается лишь долить нужный вес по каждой из позиций.

Также naX Synergy отлично готовят грунты и лаки. Для этого под экраном установлены отдельные кнопки, пользуясь которыми, можно задавать параметры смешивания грунта или лака с отвердителем и разбавителем в чистом весе, в процентном соотношении или пропорции.

Отметим, что исключительно для маляров компания Nippon Paint Co выпускает упрощенную версию весов naX Synergy без сканера и возможности их подключения к компьютеру. Эта модель предназначена как раз для смешивания лаков и грунтов в пропорциональном соотношении. С таким аппаратом маляры смогут самостоятельно смешивать ремонтные материалы, не отрывая от основной работы колориста.

На своем опыте мы убедились, что использование весов naX Synergy обеспечивает высокую эффективность работы колориста. При этом спешка никак не влияет на точность приготовления рецепта. Весы сами настойчиво сигнализируют как о недоливе, так и о переливе пигментов, а также автоматически пересчитывают формулу. Прибор не только высокотехнологичен, но и эргономичен. Также при помощи онлайн программы колорист может сгенерировать и сохранить QR-код для любой своей наработки. Это значит, что больше не придется переписывать формулы в блокнот. Такая система крайне удобна для магазинов и для МКЦ с большой загрузкой. ■

KYB
Our Precision, Your Advantage

Увеличиваем гарантию
до 3-х лет!

Самое время покупать
амортизаторы KYB



www.kyb.ru

Амортизаторы от поставщика на конвейеры

Расширенная гарантия 3 года или 80 000 км предоставляется при установке полного комплекта амортизаторов на авторизованных СТО KYB. Расширенная гарантия 2 года или 80 000 км предоставляется при установке 2-х амортизаторов на одной оси на авторизованных СТО KYB. Подробнее на www.kyb.ru

Сеть авторизованных СТО и магазинов на интерактивной карте KYB: <http://kyb.ru/map>

Разбавлять или растворять?

Андрей КУДРЯШОВ

В ремонтных мастерских от маляров в рабочих процессах можно услышать: «добавил растворитель» и гораздо реже говорят «добавил разбавитель». Кажется бы синонимы, однако это далеко не так. В этой статье я хочу поговорить о правильном понимании терминов и четком соблюдении технологии при использовании добавок для получения максимально качественного результата.



Андрей Кудряшов, национальный главный тренер компании «Европроект Групп»(ННТ) по ремонтной окраске автомобилей

Растворитель – это жидкое легколетучее органическое вещество, способное растворять жидкие, пленкообразующие или твердые вещества. К растворителям относятся: ксилол, ацетон, толуол, метиловый спирт, вода (природный растворитель), амилацетат, бутилацетат, изобутиловый спирт, ксилол, уайт-спирит и некоторые другие.

Разбавитель же – это летучие органические жидкости, состоящие из смеси растворителей, не предназначенные самостоятельно растворять твердые и пленкообразующие вещества. Их задача – хорошо смешиваться с концентрированными веществами. Применяются они для снижения вязкости лакокрасочных материалов и облегчения сушки.

Пример: состав 646 разбавителя (растворителя – распространенный термин) ГОСТ 18188-72

Толуол	50%
Бутанол	15%
Этиловый спирт	10%
Бутилацетат	10%
Этилцеллозольев	8%
Ацетон	7%

Разбавитель должен отвечать установленным требованиям разработчика полимерных продуктов (красок, лаков, грунтов) и обладать определенными свойствами. Лабораторные испытания лакокрасочных материалов как правило проводятся при стандартной температуре 20°C. В линейке продуктов поставщика лакокрасочных материалов премиум-класса есть разбавители стандартные, медленные и быстрые, некоторые маляры называют их «летние» и «зимние». В ремонтных мастерских температура окружающего воздуха может быть в диапазоне от +15°C до +35°C, поэтому лакокрасочный материал не должен менять своих характеристик в процессе нанесения в различных температурных диапазонах, межслойной и окончательной сушке.

Коэффициент диффузии характеризует только физико-химические свойства разбавителя и растворенное вещество. Чем больше коэффициент диффузии, тем большей диффузионной способностью обладает растворимое вещество. Это значит, что адгезионные свойства лакокрасочного покрытия очень сильно зависят от того, какой растворитель мы применяем

Температурное свойство разбавителя имеет большое значение, так как при повышенных температурах происходит закипание материалов, а при пониженных температурах замедляется испарение (эффект замерзания).

Коэффициент диффузии характеризует только физико-химические свойства разбавителя и растворенное вещество. Чем больше коэффициент диффузии, тем большей диффузионной способностью обладает растворимое вещество. Это значит, что адгезионные свойства лакокрасочного покрытия очень сильно зависят от того, какой растворитель мы применяем. Так же не стоит забывать, что даже стандартные разбавители могут сильно отличаться друг от друга по свойствам. Рассмотрим данное утверждение на примере лаков.

Многие из вас знакомы с терминами MS, HS, VHS, VOC или CP лаки. Они отличаются друг от друга по содержанию сухого остатка, плотности, количеству растворителя в лаке, техникой нанесения в 2 или 1,5 слоя, степенью перемолта твердых частиц и т. д. А время выхода растворителей с поверхности лака остается неизменным – 30 минут при температуре 60°C.

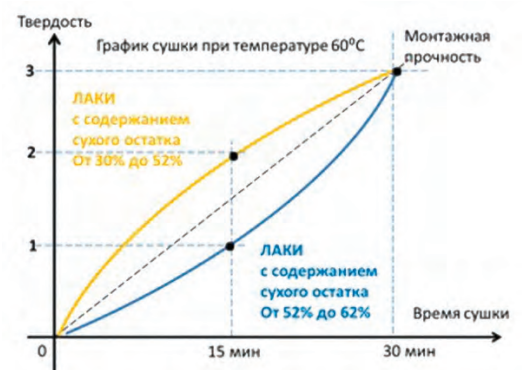


Рис. №1

Расстояние между твердыми частичками крупного перемола большое, и растворитель легко покидает поверхность лака (график оранжевого цвета на рис. №1). В лаках с мелким перемолом твердых частиц время испарения растворителей протекает так же за 30 минут при 60°C, и по истечении этого времени лак приобретает монтажную прочность. Однако на графике синего цвета (рис. №1) видно, что поверхность лаков долгое время остается открытой, достигается это благодаря специальным разбавителям и отвердителям. Дело в том, что растворителям нужно больше времени для того, чтобы покинуть поверхность лака ввиду капиллярности субстанции. Лаки с большим сухим остатком более плотные, расстояния между частицами маленькое, что затрудняет быстрый выход растворителя.

В состав лаков входят различные специальные добавки, например стабилизаторы, которые удерживают смолы на вертикальных поверхностях «открытыми» для выхода растворителя и не дают образованию подтеков. Растворители, входящие в состав разбавителей, оказывают воздействие на лакокрасочное покрытие на каждом этапе в процессе полимеризации. Например, у лаков на первом этапе образуется поверхностная пленка в течение первых 3-5 минут для защиты от пыли, так называемое «время на отлип».

Замена рекомендованного разбавителя производителем лакокрасочного материала приводит к нарушению процессов полимеризации и как следствие к образованию различных видов дефектов в виде: отслоения, потери блеска, закипания, образования потеков, появления яблочности и т. д.

Рассмотрим состав самых распространенных отечественных разбавителей, приведенных в таблице №1. Вполне отчетливо видно, что состав разбавителей отличается по количеству растворителей и количеству в процентных долях.

Нельзя так же забывать, что в состав лакокрасочных материалов входят растворители, которые поддерживают смолы в жизнеспособном состоянии длительное время хранения.

Добавленный разбавитель не должен конфликтовать с растворителями, входящими в состав краски, грунтов или лаков, и тем более менять процесс сушки и препятствовать нормальной полимеризации. Разбавитель разрабатывается строго под конкретный материал, учитывая совместимость со смолой и добавками в ее составе.

Растворитель	646	P - 4	P - 216	650	651
ТОЛУОЛ	50%	62%	34%		
ЭТАНОЛ	15%				
БУТИЛАЦЕТАТ или амилацетат	10%	12%			
ЭТИЛЦЕЛЛОЗОЛЬВ	8%			20%	
АЦЕТОН	7%	26%	33%		
ЦИКЛОГЕКСАНОН			33%		
КСИЛОЛ				50%	
БУТАНОЛ				30%	10%
УАЙТ-СПИРИТ					90%

Молекулярная масса и плотность веществ, (растворителей, входящий в состав разбавителей) перечисленных ранее, может отличаться в 1,5-2 раза, так же плотности растворителей меняются в зависимости от температуры окружающего воздуха. Еще одно из не менее важных свойств растворителей, входящих в состав разбавителей, это скорость испарения, которое бывает быстрым и медленным. Летучесть по этиловому эфиру может варьироваться от 8 до 27.

Вычисляется по формуле: $X1=t1/t2$, где $t1$ – продолжительность испарения испытуемого растворителя в секундах, $t2$ – продолжительность испарения этилового эфира в секундах. Летучесть по этиловому эфиру показывает, во сколько раз медленнее испаряется данное вещество по сравнению с эфиром.

Растворители, которые входят в состав полимера (грунт, база, лак), относятся к категории «тяжелых растворителей», они сохраняют стабильность продуктов на протяжении длительного времени как в закрытой таре, так и в процессе применения. В составе полимеров находятся различные специальные добавки, которые придают определенные свойства и характеристики полимеру: растекаемость, скорость натяжения поверхностной пленки, повышенный блеск, скорость сушки, скорость выхода растворителей, стабильность положения на вертикальных поверхностях, твердость, адгезия и т.д.

Температурное свойство разбавителя имеет большое значение, так как при повышенных температурах происходит закипание материалов, а при пониженных температурах замедляется испарение (эффект замерзания)

Растворители, которые входят в состав полимера (грунт, база, лак), относятся к категории «тяжелых растворителей», они сохраняют стабильность продуктов на протяжении длительного времени как в закрытой таре, так и в процессе применения

Растворители, входящие в состав разбавителей, оказывают воздействие на лакокрасочное покрытие на каждом этапе в процессе полимеризации. Например, у лаков на первом этапе образуется поверхностная пленка в течение первых 3-5 минут для защиты от пыли, так называемое «время на отлип»

Когда согласно пропорциям смешивания добавляется дополнительный разбавитель (растворитель), он не должен конфликтовать с тем, который находится в полимере. Разработчик лакокрасочных материалов закладывает определенную последовательность и скорость протекания химических реакций. Сначала улетучивается быстрая часть растворителей, затем испаряются разбавители и только потом остальная часть растворителей. В высохшем слое так же остается небольшое количество растворителей, которые участвуют в конечной полимеризации лакокрасочного покрытия.

Замена рекомендованного разбавителя производителем лакокрасочного материала приводит к нарушению процессов полимеризации и как следствие к образованию различных видов дефектов в виде: отслоения, потери блеска, закипания, образования потеков, появления яблочности и т. д.

Быстрое испарение приводит к появлению конденсации влаги и как следствие – снижению уровня блеска, помутнению, появлению белесости, образованию кратеров. Быстрое испарение растворителя может приводить к потере адгезии вследствие отсутствия диффузии – выражается в виде отслоения лака от базы.

Есть еще понятие как «плавающий дефект».

Например, маляр долгое время работает с одной группой самостоятельно подобранных материалов, зарекомендовавших себя с хорошей стороны, однако время от времени возникают дефекты окраски, которые трудно объяснить.

Дело в том, что температура окружающего воздуха и влажность так же оказывают влияние на скорость химических реакций. В процессе работы температура может колебаться в больших пределах, на которую работник, находящийся постоянно в движении, не обращает внимания.

Отсутствие рекомендованного разбавителя в грунт или лак и его замена на другой разбавитель может приводить к полной блокировке отвердителя в 2К материалах.

Пример: Если добавить разбавитель «КУЗОВ разбавитель для металликов» в 2К грунт, то он не просто затрудняет шлифование после высыхания, а делает его невозможным. Грунт с растворителем «КУЗОВ для металликов» и отвердителем, оставленный в мерной емкости, имеет жидкую субстанцию длительное время, практически не сохнет, пока не испарится полностью растворитель. Этот же грунт без отвердителя и разбавителя высыхает при естественных условиях за более короткий промежуток времени, чем с

отвердителем и растворителем «КУЗОВ для металликов».

Даже если написано: «разбавитель для металликов» – это не означает, что он может подходить ко всем базовым покрытиям без разбора и являться универсальным продуктом. Этот разбавитель «КУЗОВ для металликов» рекомендован для применения с базовым покрытием, однако и здесь не все так хорошо. После нанесения лака на высохшее базовое покрытие DIAMONT и окончательной сушки, он становится термопластичным. Остатки растворителя в базе частично блокируют отвердитель в лаке. Это хорошо проявляется на не дорогих 2К лаках без добавления собственного растворителя в лак. Финишная полировка лака превращается в длительный процесс. Риска от абразивного материала P1500 – P2000 в зоне дефекта и обработанная Trizact 3M P3000 убирается не полностью полиролями 3M.

Цветные пигменты, находящиеся в смоле во взвешенном состоянии, при нанесении на поверхность окрашиваемой детали должны равномерно распределяться без образования «облаков» и «яблочности». Агрессивные растворители, находящиеся в разбавителе «КУЗОВ для металликов», «сжигают» некоторые особо чувствительные пигменты. Это приводит к изменению цветности готовой формулы, она сильно отличается от карточки Colormaster. Отдельно открашенные опытным путем пигменты меняют свой цвет и приобретают другой оттенок.

Например: Тотально черный D403 становится мутным с коричневым оттенком. Эмали, в состав которых входит металллик, не только меняют цвет, а при нанесении частицы серебра ориентируются на поверхности под другим углом.

Специалисту по подбору цвета приходится разрабатывать формулу заново и это не всегда удается сделать на 100%. Удешевление себестоимости ремонта детали растворителем с низкой стоимостью может привести к дискредитации лакокрасочной системы премиум-класса. А также ввести в заблуждение конечного потребителя, заставив перейти его на другую лакокрасочную систему с такими же проблемами. Это сотрет грань между хорошими дорогими материалами за «5» и дешевыми проблемными за «3», что приведет к потере репутации поставщика.



Фото 1



Фото 2

пигмент D403 разведение 100\60 с BC020 (темный цвет)
пигмент D403 разведение 100\60 с разбавителем «Кузов для металликов» (светлый цвет)

Цена вопроса:

Для окраски одного элемента площадью 0,7 м² (водительская дверь от седана) эффективной эмалью DIAMONT понадобится 100 грамм густой не разбавленной краски. Для приготовления краски до рабочей вязкости разбавляем в соотношении 100 : 60.

Цена разбавителя BC 020 – 504 руб. за 1 литр.

Цена разбавителя BC 020 за 60 грамм – 30 руб.

Цена разбавителя «КУЗОВ для металликов» – 86 руб. за литр.

Цена разбавителя «КУЗОВ для металликов» за 60 грамм – 5 руб.

Разница стоимости разбавителей – 25 руб.

Средняя стоимость ремонта детали – 7 000 руб. (среднерыночная стоимость).

Из приведенных вычислений экономия денежных затрат на окраску одной детали составила 25 рублей.

Теперь давайте задумаемся, как такая замена разбавителя может не удешевить, а увеличить стоимость ремонта. При разбавлении грунта, даже если он после сушки стал относительно твердым, то при шлифовании поверхность «как бы вязкая», быстро забивает абразив, а значит, количество абразивных кругов нужно будет применить больше. При добавлении в базовую эмаль может приводить к дополнительной

колеровке цвета – это лишнее время работы специалиста по подбору цвета, дополнительные материалы, возможность появления метамерии. Появление в процессе окраски облаков и разнотона, что приведет к повторной окраске автомобиля, а это однозначно большие деньги.

В двухкомпонентном лаке, нанесенном на базовое покрытие, частично блокируется реакция с отвердителем. Это приводит к термопластичности лака, полирование такого лака затруднительно. А в процессе эксплуатации поверхность покрывается рисками, теряет блеск и внешний вид. Сравнивая экономию после замены рекомендованного разбавителя на «дешевый», следует так же учесть потраченное время на полировку, полироль, дополнительное время на полирование, упущенную выгоду, энергоносители, избыточный износ полировальных кругов и т.д.

Поставщики лакокрасочных материалов, как правило – большие химические концерны, которые соблюдают определенные экологические и прочие требования к выпускаемой продукции. К каждому продукту прилагается паспорт безопасности. Продуктам присваиваются пиктограммы, относящие их по группам и категориям опасности. Бюджетные разбавители сомнительных производителей не могут быть полноценным аналогом фирменных продуктов. При изготовлении таких материалов используется откровенно дешевое некачественное сырье без должной очистки.

Не забывайте, что при работе с разбавителями, как бы мы не защищали себя от их вредного воздействия, оно все равно в какой-то степени происходит. При работе с разбавителями сомнительного качества может произойти сильное отравление, воздействие на нервную систему или отказ некоторых органов. Даже кратковременный сбой в вашем организме может стать результатом аллергического заболевания.

Уважаемые коллеги, уважайте свой труд, здоровье и репутацию. Соблюдайте в работе технологию и рекомендованные материалы! ■



Еще одно из не менее важных свойств растворителей, входящих в состав разбавителей, это скорость испарения, которое бывает быстрым и медленным. Летучесть по этиловому эфиру может варьироваться от 8 до 27

В двухкомпонентном лаке, нанесенном на базовое покрытие, частично блокируется реакция с отвердителем. Это приводит к термопластичности лака, полирование такого лака затруднительно

«Локалка» без компромиссов

Роман АКОЛЬЗИН

Внешние экономические факторы зачастую требуют от предприятий кузовного ремонта неотложных мер по повышению прибыльности. Часто СТО привлекает идея переориентации на более дорогую или дешевую лакокрасочную систему. Многие наши коллеги не слишком приветствуют такие начинания. По их мнению, эти процессы связаны с чередой трудностей. Однако это заблуждение, которое сегодня мы довольно подробно обсудим. Представители бренда Duxone уверены, что успех в работе кузовных цехов заключается в максимально четком структурировании производственных процессов и взаимоотношений между специалистами. Именно общий высокий уровень компетентности коллектива позволяет в полной мере раскрыть возможности применяемых в МКЦ лакокрасочных материалов. В том числе и ремонтные лакокрасочные системы Duxone являются лишь звеном цепи, инструментом, с которым еще нужно научиться работать как маляру, так и его руководству.



Первыми против смены линейки материалов обычно выступают пользователи премиальных систем. По их мнению, бюджетные аналоги никогда не смогут дать столько же возможностей в работе. В значительной степени они правы, лишний раз подтверждая очевидную

презумпцию о превосходстве премиальных лакокрасочных материалов. Однако об эффективности производства всегда следует говорить с позиции рентабельности и прибыльности СТО, а не частного мнения данного конкретного маляра.

В большинстве случаев сервисы не умеют правильно пользоваться вверенными им материалами и выстраивать на их основе эффективное и прогнозируемое производство, что в результате при падении загрузки МКЦ моментально сказывается на маржинальности. По сути, мы имеем в массе своей уже изначально ошибочную экономическую модель предприятия. Эта глобальная тема охватывает все вопросы: от оплаты труда и раздувания непроизводственного штата сотрудников, до недостаточной компетентности некоторой части менеджмента или его загруженности непрофильной работой. Именно про механизм конвертации лакокрасочных материалов в заработанную прибыль часто забывают специалисты, рассказывающие о тотальных плюсах тех или иных систем.

В сложной экономической ситуации любая тотальная «перестройка» на предприятии грозит завершиться по-горбачевски. Чтобы не переусердствовать, но при этом сохранить доходность, следует соблюдать разумную достаточность во всем. В этот коридор нововведений как раз оптимально вписываются недорогие ремонтные лакокрасочные системы уровня Duxone. На технологическом фундаменте этой системы можно успешно запустить стабильно действующий механизм получения прибыли.

С другой стороны, порцию критики можно получить и от сторонников тотальной экономии. Обычно это сервисы, делающие ставку на малоизвестные марки сомнительных производителей. Как они считают, им некуда торопиться, ведь в день их цех красит одну-две детали. Таким людям стоит напомнить, что директор МКЦ – это человек, ежедневно следящий за KPI и управляющий финансовыми потоками в режиме реального времени, а не «ресторанный менеджер». В цехах, которые не могут похвастаться высокой загрузкой, следует не экономить на материалах, растягивая рабочий процесс, а наоборот ускорять его, сокращая таким образом себестоимость и избавляясь от избыточных мощностей и лишних сотрудников. И тут технологическая платформа Duxone также окажется как нельзя кстати.

«Каждая система идеально подходит под те условия, для которых она предназначена, а у каждого подхода есть своя экономика. Часто клиент заинтересован лишь в снижении цены закупки, и мы не можем устраняться от реалий рынка. В ответ на эти вызовы было принято решение по активному развитию и продвижению бренда Duxone. Он позволяет получить финансово и технологически приемлемый результат как в случае дорогих дилерских сервисов, так и в небольших МКЦ», – рассказал в беседе Роман Турков,

руководитель по продуктам компании «Аксалта Коатинг Системс Рус».

Наш эксперт уверен, что любое сравнение лакокрасочных систем из разных сегментов не должно проходить вне контекста рыночной ситуации и экономических условий. Существование Duxone как недорогой линейки в рамках одной большой марки с единым технологическим фундаментом существенно упрощает конечному пользователю дальнейшие рокировки между ценовыми сегментами.

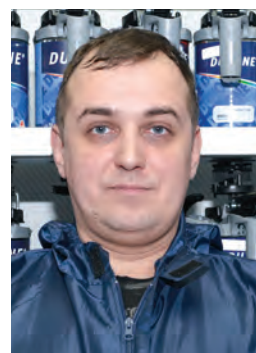
Теперь рассудим о самой технологии локального ремонта. Многие ошибочно ее клеймят, забывая, что принцип работы этой технологии не является гарантией повышения прибыльности, быстрый ремонт – лишь инструмент для ее достижения. В компании «Аксалта Коатинг Системс Рус» в среде маляров выделяют три основных заблуждения, связанных с «локалкой»: трудоемкость, медлительность и риски. Разберем все три.

В Европе чуть ли не в каждом гараже владеют технологией локального ремонта. Клиент бросил машину, пошел в супермаркет, а через 2-3 часа уехал на готовом автомобиле. По мнению Романа Туркова, все эти отрицательные мнения существуют только потому, что идут вразрез со способностью их носителей зарабатывать в сложившейся тупиковой экономической системе: «По сути, чем больше маляр занимается какими-либо физическими действиями без оглядки на их экономическую эффективность, чем больше он непроизводительно красит, тем больше зарабатывает он сам и тем меньше в целом зарабатывает предприятие. Это абсурд, ведь тогда получается, что работникам проще красить детали целиком, тратя на это массу времени, сил, а главное материалов и средств, нежели тот же объем отремонтировать локально».

Отсюда вытекает, что формула «прибыльность пропорциональна загрузке» в корне неверна. Масса кузовных станций работает чуть ли не круглосуточно при минимальной марже. Как ни крути, не покрасит маляр больше определенного объема деталей за 9 часов работы. При итоговом перерасчете оказывается, что себестоимость таких работ для СТО выходит в голый ноль. Даже с самыми передовыми быстрыми материалами и инструментами ситуацию не переломить. Остается сокращать затраты путем кардинального изменения отношения к работе и перенаправления усилий в другое русло, в тот же локальный ремонт. Но для этого следует повысить квалификацию и уровень подготовки мастеров, чтобы через скорость и качество снизить нагрузку на коллектив, сервис и склад. Это очень важно при



Роман Турков, руководитель по продуктам компании «Аксалта Коатинг Системс Рус»



Валентин Лихачёв, технический представитель компании «Аксалта Коатинг Системс Рус»

В большинстве случаев сервисы не умеют правильно пользоваться вверенными им материалами и выстраивать на их основе эффективное и прогнозируемое производство, что в результате при падении загрузки МКЦ моментально сказывается на маржинальности



работе со страховыми компаниями, где цена на ремонт минимальна и фиксирована.

Разобравшись с теоретическими перипетиями, можно переходить непосредственно к локальному ремонту материалами Duxone.



Любая подготовительная операция начинается с обезжиривания и очистки поверхности. Очиститель DX-30 работает как по органическим, так и неорганическим загрязнениям. Некоторые пренебрегают этим этапом и экономят, используя недорогие аналоги или спиртовые бытовые очистители. Такая химия не в состоянии полностью очистить поверхность от невидимых загрязнений. При последующей шлифовке расщепленная грязь просто преждевременно забьет абразив и глубоко замажется в царапины. Результатом такого «обезжиривания» станут кратеры и отслоения, которые вылезут после ремонта на ЛКП.

Существование Duxone как недорогой линейки в рамках одной большой марки с единым технологическим фундаментом существенно упрощает конечному пользователю дальнейшие рокировки между ценовыми сегментами

Следующим шагом идет шлифовка. При локальном ремонте обрабатывается непосредственно ремонтируемая область. При этом существенно экономится время, абразивы и электроэнергия.

В обойме Duxone масса шпатлевок и грунтов, перекрывающих потребности любого МКЦ. В нашем случае используется DX-64. Он доступен в черном и белом цветах для смешивания и формирования наиболее подходящей подложки.



Локальный ремонт лучше выполнять на быстрых активаторах DX-24 и быстрых растворителях DX-32.

Программное обеспечение для цветоподбора в системе Duxone такое же профессиональное, как и в остальных линейках Axalta. Сокращены лишь сервисные опции, при этом цветовая база данных осталась общей. Да, пользоваться ей сложнее, в системах подешевле могут отсутствовать некоторые тонеры, необходимые для получения редких цветов.

Цветоподбор Duxone базируется на принципе автоматизации и максимально использует возможности спектрофотометра. Валентин Лихачёв, технический представитель компании «Аксалта Коатинг Системс Рус», считает, что технологическая реальность заставляет производителей пигментов уйти от визуальных коллекций. «Критики спектрофотометров застряли в прошлом веке и не хотят принимать во внимание очевидных фактов. На сегодняшний день у визуальных цветовых коллекций нет преимуществ перед электронными системами цветоподбора. Наши исследования выявили, что процент выхода положительного результата у спектрофотометра выше, чем при визуальной и ручной доводке цвета. Главное, что это не только более точный способ, но и быстрый. А это важно при локальном ремонте», – добавил эксперт.



Любой спектрофотометр состоит из двух частей. Аппаратная часть – это измерительная головка, в которой расположены мотор, зеркала, излучатели и приемные механизмы. Эта часть как правило идентична от модели к модели. А вот разница между моделями как раз заключается в программном функционале. Ради снижения стоимости в приборы зашивается разное ПО. Соответствуя этому делению, Duxone предлагает клиентам свой собственный недорогой спектрофотометр. Работа с этим прибором не требует дополнительных навыков и позволяет сократить весь процесс окраски до 3 действий: замера и анализа, слива краски и окраски.

Поскольку любой цвет описывается математическим способом, колористу не всегда приходит-

ся выполнять тест-напыление. После сканирования цвета детали спектрофотометром, специалисту остается подключить прибор к компьютеру. Программа выдает несколько формул, наиболее близких по значению к оригиналу. Здесь же указан коэффициент попадания в цвет, чем ближе его значение к 0, тем лучше. Помимо прочего, отмечен код краски и модель автомобиля, которой он присущ. Это важно, если машина ранее не перекрашивалась. Тогда для простоты поиска альтернативы изначально можно ограничиться выбором внутри данного производителя. В нашем случае это Peugeot. В программе колорист также видит индекс визуальной корреляции и на графике коэффициент близости цветов. Помимо этого, в программе содержатся визуальные средства сравнения и другие инструменты, которые в совокупности дают достаточную информацию о совпадении цвета.

Валентин Лихачёв показал, что ручная доколеровка цвета после спектрофотометра как правило не требуется. Программное обеспечение самостоятельно доколеровывает оригинальную формулу и демонстрирует несколько результатов для сравнения. Красить такой краской можно как встык, так и переходом.

В системе Duxone работает хорошая опция – приготовление краски с растворителем в двух соотношениях. Пропорция 1:0,8 позволяет эффективно окрашивать большие площади. А вот для локального ремонта и слабоукривистых цветов лучше подойдет 2:1. Такой расклад повышает укрывистость, сокращает межслойные выдержки и позволяет работать меньшим количеством слоев.

Работа с лаком в случае локального ремонта построена на быстрых активаторах DX22 HS и быстрых разбавителях DX32. Интересен и сам лак воздушной сушки DX41, эти продукты сегодня принято называть энергоэффективными. DX41 сохнет за короткий промежуток времени и не требует нагревания камеры до 60 °С. Продукт отлично полируется. С визуальной точки зрения он очень близок по эстетическим свойствам к заводским лакам, его блеск точно соответствует внешнему виду заводского ЛКП.

После нанесения второго слоя ремонтного лака его необходимо плавно соединить с существующим, неповрежденным покрытием. Для этого применяется специальный растворитель для переходов – АК350. После того как переход выполнен, должна остаться гладкая поверхность без фактуры. Допускается небольшое помутнение, устраняющееся легкой полировкой за 2-4 минуты. Через полчаса сушки работа была завершена, а с применением инфракрасной лампы на это ушло бы и того меньше – 5-10 минут.



Что мы можем вынести из этого теста? То, что переход с одной лакокрасочной системы на другую может быть безболезненным вне зависимости от стоимости. При таких «передислокациях» не стоит экспериментировать, куда проще довериться хорошо зарекомендовавшим себя брендам. Лакокрасочная система Duxone не имеет компромиссов по химическому качеству. Это надежная и проверенная система с максимально удобным и простым в понимании цветоподбором. Такая комбинация вкупе с локальным ремонтом дает оптимальный результат в рамках любого сервиса. ■

Лакокрасочная система Duxone не имеет компромиссов по химическому качеству. Это надежная и проверенная система с максимально удобным и простым в понимании цветоподбором



В гостях у Custom Workshop

Роман АКОЛЬЗИН, фото Сергей АВРАМЕНКО

Custom Workshop – одна из известных столичных СТО, ориентированной на работу с автомобилями большой немецкой тройки. Этот сервис представляет собой смесь тюнинг-ателье и дилерской станции с развитой кузовной и слесарной частью. Здесь нашли свое прибежище поклонники спорткаров BMW серии M, Mercedes-AMG, Audi RS и Porsche. Евгений Сурков, создатель и действующий директор Custom Workshop, организовал все это производство, поскольку, будучи простым автолюбителем, не был удовлетворен качеством работы своих коллег. Сегодня он расскажет, чем следует руководствоваться при построении такого бизнеса.



Мы объединили в своей деятельности сразу три направления работы, связанные с тюнингом, ремонтными проектами и поставкой запчастей для клиентов

– Евгений, расскажите, с чего начинался Ваш бизнес?

– Бизнес начинался в первую очередь с большого желания сделать хороший автосервис с широким спектром услуг. Несмотря на отсутствие опыта в автомобильном бизнесе, в тот момент было принято решение создать СТО для клиентов, можно даже сказать автоклуб по интересам и с дружеской атмосферой.

Конечно, сам я также люблю ремонтировать автомобили, возвращать им былой лоск и технические характеристики, имею широкий опыт по обслуживанию собственной МЗ, а сейчас долго и упорно восстанавливаю старую Е30. К сожалению, многие работы с такими автомобилями просто невозможно выполнить в гараже. Таким образом, мне часто приходилось контактировать с сервисами, и многое в их работе мне было непонятно и неприятно.

На одной СТО мой разбитый Porsche не могли собрать полтора года! Было много отговорок, но не реальной работы. После той долгой истории я понял, что идеальный сервис мне не найти, а значит, его нужно создать. В общем-то, именно с такими целями открывается много вполне успешных компаний, насколько мне известно.

Если проблем с открытием СТО у нас не было, то вот вопросы организации работы с поставщиками беспокоили. С таким объемом работ возникает необходимость в поиске надежных партнеров, готовых предоставить качественные расходные материалы и инструмент. Не меньше нам требовались знания о передовых технологиях авторемонта, а для этого поставщики должны располагать серьезной службой технической поддержки. После анализа рынка мы остановили свое внимание на компании «Европроект Групп», которая располагала всем необходимым комплексом услуг.

– На чем строится концепция Вашего бизнеса?

– Мы объединили в своей деятельности сразу три направления работы, связанные с тюнингом, ремонтными проектами и поставкой запчастей для клиентов. Говоря конкретно о тюнинге, отмечу, что мы не только меняем штатные детали на улучшенные. Нам также по силам полноценный цикл работ по «реформатированию» автомобиля из стокового состояния в сильно измененное. Например, некоторые из наших клиентов предпочитают из обычных BMW получать «эмки». По сути, это строительство «М» машины один в один как она сходит с конвейера, с той лишь оговоркой, что для этого процесса мы должны полностью разобрать две машины – основную и донора. За основу, допустим, берется 320-я в минимальной комплектации, а ее жертвователем служит разбитая машина М-серии.

Конечно, создается впечатление, что на эти средства можно купить пусть и не новый, но в отличном состоянии BMW М. Отчасти это так. Однако люди, которые занимаются такими вещами, не просто поклонники марки, это фанаты авторемонта и тюнинга, для которых деньги в этом случае не имеют первостепенного значения. Эмоции во время подготовки, планирования и реализации проекта никто не отменял.

Вот и в последнем конкретном случае клиент около года назад выкупил тотально разбитый М5 всего с 15 000 км пробега. Год она у него

стояла в гараже, и он никак не мог решиться на ремонт. Тогда-то мы ему и подсказали выход. В нагрузку он купил BMW 520 и ушел в этот проект с головой. Часть компонентов использовалась с основного автомобиля, другая снималась с битого спорткара, какие-то агрегаты мы закупали отдельно, попутно распродавая лишнее, что оставалось от оригинальных машин. С таким подходом нашу программу можно иронично назвать «Серия М – в рассрочку!»

– А что касается запчастей, слесарного и кузовного ремонта?

– Благодаря знаниям и оснащению сервиса наши специалисты могут выполнять любые работы по ремонту и дооснащению, в том числе те, что недоступны даже дилерским станциям. Любое дооснащение, перепрограммирование опций, прошивка нам по силам. Естественно это касается и слесарного ремонта, ремонта ДВС и т.п. Наш опыт и связи позволяют нам находить выгодные по цене оригинальные запчасти, их высококачественные аналоги, а также восстановленные агрегаты. Custom Workshop – первый не дилерский техцентр BMW, который является официальным партнером компании ZF Russia. Это значит, что теперь мы можем восстанавливать АКПП клиентов на московском производстве ZF в течение 3-5 дней с гарантией производителя, а так же устанавливать совершенно новые коробки за приемлемые деньги.

Одна из проблем при восстановлении и кузовном ремонте автомобилей – это дорогостоящие элементы кузова, особенно прошлых модельных рядов. Я выше уже говорил, что восстанавливаю М3 в кузове Е30. Некоторые кузовные элементы для этих машин BMW давно не производит даже под заказ. Найти запчасти на разборке в более-менее прилич-



Евгений Сурков, генеральный директор СТО Custom Workshop

Когда мы озаботились формированием кузовного цеха, то привлекли службу технической поддержки компании «Европроект Групп»



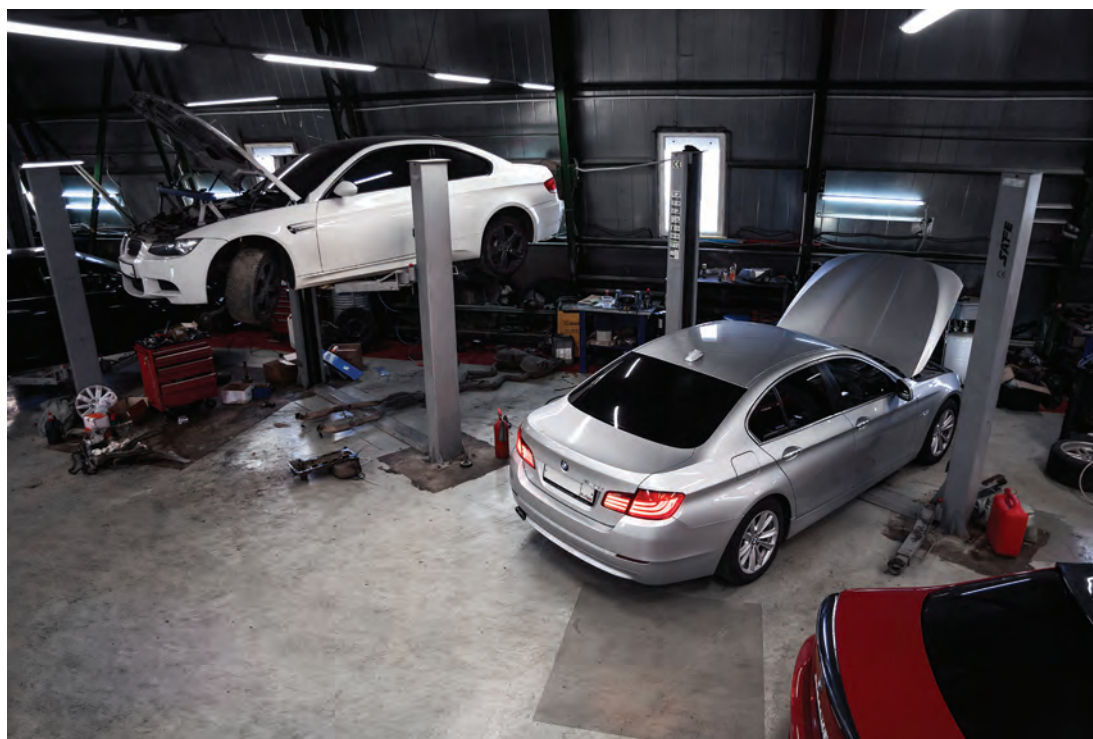


Мы объединили в своей деятельности сразу три направления работы, связанные с тюнингом, ремонтными проектами и поставкой запчастей для клиентов

ном состоянии – это еще половина дела, нужно их восстановить и привести в подходящий для окраски вид.

Тут и возникает необходимость работы с надежными и проверенными материалами. Когда мы озаботились формированием кузовного цеха, то привлекли службу технической поддержки компании «Европроект Групп». Именно они нам предоставили полный перечень необходимых материалов для кузовного ремонта.

Тогда я сразу отметил, что ремонт премиальных немецких автомобилей должен обязательно выполняться по четкой регламентируемой и омологированной технологии автобрендов. Одним из таких омологированных брендов по ремонтной окраске автомобилей, предложенных компанией «Европроект Групп», были продукты от всемирно известного концерна R-M BASF. Данные материалы не раз доказали свое превосходство перед аналогичными продуктами. Основное, что мне понравилось и что



меня впечатлило – это как ни странно, расход продуктов, качество краски, скорость цвето-подбора, и что может показаться удивительным для продукции высшей категории – это стоимость материалов, которые были затрачены в процессе ремонта на один элемент. Так же, хотел бы отметить, что система R-M позволяет создавать и подбирать даже эксклюзивные цвета при минимальном базовом обучении, которое так же предоставляет компания «Европроект Групп». Раньше мы подбирали краску у сторонних компаний, что нередко доставляло массу неудобств, да и качество не всегда могло быть на высшем уровне, а это дополнительные затраты и минусы в гарантии. И в данном случае премиальные лакокрасочные материалы R-M, краскопульты DeVilbiss, швейцарские абразивы Sia нас совершенно не подвели. К тому же, теперь мы можем предложить нашим клиентам дополнительные услуги по окраске автомобиля в эксклюзивные цвета Carizzma R-M. Кроме того, технологи компании предложили нам целый перечень сопутствующих материалов, благодаря которым мы можем качественно выполнять ремонт бюджетных автомобилей.

– Одно из модных веяний на рынке ЛКМ – переход на бюджетные расходные материалы и недорогие лакокрасочные системы. В заключение нашей беседы расскажите, что Вы об этом думаете?

– Да, сегодня многие предпочитают экономить и в своей работе переходят на более дешевые материалы. И это диктуют им их же клиенты, ведь кто бы что ни говорил, но свободных денег у автолюбителей стало меньше. Даже самые отпетые поклонники BMW, закупавшие вчера лишь оригинальные запчасти, сегодня предпочитают пользоваться аналогами. Однако в кузовном ремонте так не получается. Либо мы ремонтируем качественно и с гарантией, либо мы экономим 30%, но получаем головную боль, нервы и недовольство клиента. И я даже не хочу вступать в дебаты про попадание в цвет и долговечность такого ЛКП. Как я и говорил ранее, мы в своей работе используем только материалы, проверенные временем и практикой. Мы выбрали для себя политику работы с высококачественными продуктами, т.к. не редко такая «экономия» на материалах выходит боком. Нам нужно гарантированное качество, нам нужна стабильная техническая поддержка и нам требуются своевременные поставки. Все это нам в полной мере уже обеспечивает компания «Европроект Групп», а так же действующие партнеры, и мы не желаем менять вектор развития. ■

5

**Ясность вместо пустых слов:
5-летняя гарантия.**

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

www.contitech.de/5

Power Transmission Group
Automotive Aftermarket

ContiTech

Вниз головой или с головы на ноги?

Алексей СОБОЛЕВСКИЙ

Сейчас прямо у нас на глазах автомобильный рынок переживает период реформирования, который в очередной раз требует от предприятий автомобильной отрасли недюжинных усилий для сохранения существенно меньшего, чем ранее, но оттого не менее необходимого уровня рентабельности. Как говорят некоторые эксперты, автомобильный рынок уже достиг, либо почти достиг своего дна, и в ближайшем будущем остается ждать, если не бурного роста, то хотя бы стабильности.



Алексей Соболевский, постоянный эксперт журнала, руководитель отдела консалтинга компании «Европроект Групп»

Одним из наиболее пострадавших от кризиса направлений авто-сервисных услуг стал кузовной ремонт

О причинах кризиса на автомобильном рынке написано достаточно, тем не менее хотелось бы упомянуть несколько ключевых факторов, синергическое воздействие которых привело к тому, что мы сейчас наблюдаем в автомобильной отрасли:

- снижение курса рубля к основным мировым валютам, приведшее к росту стоимости автомобилей, запасных частей, расходных и лакокрасочных материалов и, как следствие, к снижению продаж автомобилей и повышению стоимости владения ими;
- повышение ставок по автокредитам, еще более затруднившее приобретение новых автомобилей;
- повышение тарифов на страхование КАСКО, также повлиявшее на повышение стоимости владения автомобилями;
- и наконец, снижение реальных доходов населения, делающее приобретение автомобиля сильно затруднительным, а для некоторых и вовсе невозможным шагом.

Вполне закономерно, что после падения продаж новых автомобилей существенно снизился поток ремфонда в сервисные подразделения дилерских центров, что еще более усугубило и без того непростую экономическую ситуацию в дилерском сегменте автомобильного рынка.

Не обошел кризис и независимые техцентры, занимающиеся обслуживанием и ремонтом без ориентации на бренд автомобилей. В силу снижения реальных доходов населения многие автолюбители откладывали ремонт «на потом», тратя деньги на более насущные нужды, не связанные с автомобилем.

Особенно негативное влияние кризис оказал на малярно-кузовные цехи, так как в дилерских центрах загрузка работой поступала преимущественно от страховых компаний по направлениям КАСКО. А в независимые малярно-кузовные цехи частные клиенты стали обращаться реже в силу того, что большую часть автомобилей, побывавших в ДТП, можно продолжать эксплуатировать, а кузовной ремонт отложить «на потом».

Помимо вышеперечисленных факторов, появилась еще одна тенденция: отток ремфонда из дилерских центров в независимые СТО среднего ценового сегмента, а из них в свою очередь в СТО низшего ценового сегмента. При этом запросы автовладельцев не изменились: человек, ранее ремонтировавший свой автомобиль в дилерском центре, предъявляет те же требования к качеству клиентского сервиса уже в крупном независимом техцентре, а человек, ранее ремонтировавшийся в крупной независимой СТО, требует такого же уровня качества сервиса от небольшой гаражной СТО.

Эта тенденция привела к необходимости оказания услуг более высокого, чем ранее качества по относительно низким расценкам. Налицо необходимость повышения эффективности работы СТО. При этом основными целями повышения эффективности работы СТО на сегодняшний день становятся:

- снижение издержек, позволяющее устанавливать конкурентные цены на услуги;
- привлечение дополнительного клиентского трафика за счет совершенствования инструментов продажи услуг;

■ и наконец, повышение пропускной способности СТО, дающее возможность обслужить возросшее число клиентов.

Независимые СТО осуществляют оптимизацию по-разному. Некоторые делают это самостоятельно, своими силами совершенствуя бизнес-процессы. Другие же вступают во франчайзинговые сети независимых СТО, набирающие все большую популярность. И действительно, участие в сети, обеспечивающей дополнительный приток клиентов, работу по единым стандартам, а в некоторых случаях и централизованную закупку запасных частей по относительно низким ценам. Это то, что нужно сейчас многим независимым СТО, оказавшимся в сложной экономической ситуации.

Итак, какие же форматы СТО на сегодняшний день представлены на российском автомобильном рынке?

- СТО, являющиеся частью дилерских центров.
- СТО, принадлежащие к франчайзинговым сетям независимых автосервисов.
- Крупные независимые техцентры.
- Мелкие независимые СТО.

В силу изложенной выше тенденции к перераспределению спроса на услуги автосервиса между этими четырьмя группами участников автомобильного рынка, а также в силу повышения требований автовладельцев к СТО, руководители которых ранее не думали о повышении качества сервиса параллельно со снижением цен, обострилась внутригрупповая конкурентная борьба между предприятиями автосервиса, победителями в которой становятся СТО, использующие свой или чужой (франчайзинг) опыт, предлагают рынку действительно конкурентоспособный продукт в виде услуг с оптимальным для рынка соотношением цены и качества.

Как уже было изложено выше, одним из наиболее пострадавших от кризиса направлений автосервисных услуг стал кузовной ремонт. И действительно, это направление, помимо общего спада загрузки от физлиц, ощутило на себе кризис в автостраховании. Поток автомобилей, отправляемых на ремонт по направлениям КАСКО иссяк и заменить его до недавнего времени было просто нечем. Да, существовал относительно небольшой поток автомобилей, ремонтируемых по направлениям ОСАГО, но он был не велик по причине низкой выгоды для

Запросы автовладельцев не изменились: человек, ранее ремонтировавший свой автомобиль в дилерском центре, предъявляет те же требования к качеству клиентского сервиса уже в крупном независимом техцентре, а человек, ранее ремонтировавшийся в крупной независимой СТО, требует такого же уровня качества сервиса от небольшой гаражной СТО

Basic & New **NIPPON PAINT**
АВТОРЕМОНТНЫЕ ПОКРЫТИЯ ИЗ ЯПОНИИ

Универсальный грунт ZITAN
высочайшая скорость по технологии "wet-on-wet"

nox 工程短縮型 wet on wet
ZITAN NOX URETHANE PRASUR 4kg
8:1 10:1
ホワイト FL15 AS-1
NIPPON PAINT

BUSINESS CAR REFINISH

Эксклюзивный импортер лакокрасочных материалов для авторемонта Nippon Paint Co. на территории РФ и в странах СНГ ООО «СП БИЗНЕС КАР»

117452, Москва, Балаклавский пр., 26.
Тел. +7 (495) 725-33-51
www.paintbc.ru

При ремонте автомобилей по направлениям ОСАГО ДЦ теряют основной источник получения прибыли от деятельности малярно-кузовного цеха, а именно продажу новых оригинальных запасных частей посредством оказания услуг по кузовному ремонту

страховых компаний по сравнению с оплатой ущерба в денежном эквиваленте, и направлялся преимущественно в небольшие независимые малярно-кузовные цехи в силу более привлекательных по сравнению с дилерскими центрами расценок на ремонт.

Начиная со второй половины 2016 года, в преддверии изменений в законе об ОСАГО, устанавливающих преимущество ремонта автомобилей над денежными выплатами, ситуация с натуральным урегулированием убытков по ОСАГО начала меняться, приведя к повышению загрузки малярно-кузовных цехов работой по направлениям ОСАГО.

Однако для дилерских центров ремонт по направлениям ОСАГО кардинальным образом отличается от ремонта по направлениям КАСКО. Причина в расценках на запасные части, которые в Единой Методике оценки объема ремонта по ОСАГО существенно ниже стоимости новых оригинальных запасных частей. В итоге, при ремонте автомобилей по направлениям ОСАГО ДЦ теряют основной источник получения прибыли от деятельности малярно-кузовного цеха, а именно продажу новых оригинальных запасных частей посредством оказания услуг по кузовному ремонту.

Помимо подготовки материально-технической базы, малярно-кузовные цехи проводят совершенствование системы планирования загрузки работой, основной целью которого является возможность повысить пропускную способность цеха за счет равномерного распределения работ по исполнителям и рабочим постам

Независимые же малярно-кузовные цехи оказались в большей степени готовы к ремонту автомобилей по направлениям ОСАГО в силу годами наработанных связей с поставщиками неоригинальных и бывших в употреблении запасных частей. Тем не менее, как дилерские, так и независимые малярно-кузовные цехи сейчас мобилизуют свои ресурсы для подготовки к приему потока автомобилей по направлениям ОСАГО, который с течением времени обещает быть существенно более широким, чем поток по КАСКО в «сытые» времена. Да, этот поток менее маржинален в отличие от ремонта по КАСКО, однако за счет высокого количества автомобилей и здесь можно заработать столько же, если не больше, чем при ремонте по направлениям КАСКО.

Так в чем же заключается подготовка малярно-кузовных цехов к ремонту автомобилей по направлениям ОСАГО?

■ В первую очередь в приведении материально-технической базы в соответствие техническим требованиям страховых компаний к малярно-кузовным цехам, готовым к включению в Национальный реестр автосервисов, допущенных к ремонту автомобилей по направлениям ОСАГО.

■ Помимо подготовки материально-технической базы, малярно-кузовные цехи проводят совершенствование системы планирования загрузки работой, основной целью которого является возможность повысить пропускную способность цеха за счет равномерного распределения работ по исполнителям и рабочим постам. Помимо этого, совершенствование системы планирования загрузки приводит к сокращению срока ремонта, который строго ограничен при ремонте по направлениям ОСАГО. Более того, отлаженная система планирования загрузки позволяет корректно определять и отслеживать сроки ремонта, при этом не прибавляя к сроку запас «на всякий случай», что делает цех более привлекательным для частных клиентов.

■ Повышение квалификации мастеров-консультантов в области продажи услуг малярно-кузовного цеха. В наибольшей степени это касается дилерских центров, в которых мастера-консультанты малярно-кузовных цехов до недавнего времени уделяли относительно небольшое внимание продажам услуг, концентрируясь в основном на корректном оформлении документации, а также на решении текущих вопросов с клиентами и сотрудниками цеха в процессе ремонта автомобилей.

■ Автоматизация общения с автовладельцами, позволяющая высвободить ресурсы времени мастеров-консультантов для продажи услуг. Статистика проведения хронометража рабочего времени мастеров-консультантов показывает, что до 30% рабочего времени занимает рутинное общение с клиентами в формате ответов на вопросы: «Что с моим автомобилем?», «Когда будет завершен ремонт?» Внедрение системы онлайн информирования автовладельцев о текущем этапе ремонта автомобиля позволяет в разы сократить количество подобных звонков, тем самым снижая потери времени мастеров-консультантов.

■ Развитие новых форматов услуг, наиболее актуальных при ремонте автомобилей по направлениям ОСАГО. По причине низких расценок на новые запасные части, малярно-кузовному цеху во многих случаях выгоднее выполнить восстановление поврежденного элемента вместо замены. Это касается преимущественно ремонта сквозных повреждений пластиковых деталей, изготовление отсутствующих частей ремонтируемых элементов, например пластиковых кронштейнов фар и бамперов. Оказание этих услуг позволяет не отказываться от ремонта автомобиля, извлекая прибыль от выполнения работ вме-

сто генерации убытков от продажи запасных частей.

- Внедрение строгого алгоритма трехступенчатого контроля качества, который при возросшей загрузке позволит существенно снизить процент брака, тем самым повышая удовлетворенность клиентов.
- Развитие услуг малярно-кузовного цеха, ориентированных на физлиц (локальный ремонт, детейлинг), как способа расширения среднего чека при ремонте автомобилей по ОСАГО.
- Изменение системы мотивации мастеров-консультантов в сторону продаж услуг физлицам, без чего невозможна быстрая перенастройка цеха на работу по новым правилам.
- Упрощение процесса оценки объема ремонта для физлиц. В дилерских центрах, а также во многих крупных независимых малярно-кузовных цехах до недавнего времени оценка объема кузовного ремонта проводилась строго по нормативным справочникам. При ремонте автомобилей по направлениям страховых компаний этот способ определения объема ремонта в большинстве случаев обязателен, однако он требует дополнительных затрат времени и средств, что не всегда устраивает автовладельцев, ремонтирующих автомобили за наличный расчет. Для упрощения определения стоимости ремонта, а также в качестве основы для разработки акций по привлечению физлиц, малярно-кузовные цехи разрабатывают фиксированные прайс-листы на подетальную окраску автомобилей.
- Автоматизация учета и списания лакокрасочных и расходных материалов. В случае низкой загрузки работой учет материалов возможно выполнять в ручном режиме, не прибегая к автоматизированным системам учета, индивидуально нормируя расход материалов на каждый автомобиль. Однако при работе «на потоке» подобный подход неэффективен и приводит к существенному росту потерь времени на учет материалов, а также к повышению удельного расхода материалов на один окрашиваемый элемент. Для снижения затрат на материалы, не прикладывая при этом дополнительных усилий к учету, малярно-кузовные цехи внедряют системы автоматизированного нормирования, учета и списания материалов. Также наблюдается тенденция передачи процесса цветоподбора и учета материалов на плечи поставщиков материалов путем аутсорсинга цветоподбора,

что практически полностью снимает с малярно-кузовных цехов заботы по учету материалов, цветоподбору, а также издержки по содержанию склада материалов. В случае аутсорсинга цветоподбора малярно-кузовному цеху остается лишь своевременно оплачивать фиксированные суммы на окрашиваемые элементы за услуги поставщика по цветоподбору, включающие в себя необходимые для выполнения ремонта материалы.

Практика внедрения вышеперечисленных изменений в работу малярно-кузовных цехов уже показывает весьма неплохие результаты: по итогам контрольных аудитов, проводимых через несколько месяцев после внедрения изменений, при наличии достаточной загрузки наблюдался рост прибыли малярно-кузовных цехов в среднем на 20%. Более того, сама по себе оптимизация работы малярно-кузовного цеха повышает уровень удовлетворенности клиентов, тем самым генерируя дополнительный поток ремонтируемых автомобилей со стороны физлиц.

Малярно-кузовные цехи выполняют оптимизационные изменения как самостоятельно, пользуясь собственными наработками, так и с привлечением сторонних консультантов, обладающих достаточным опытом в сфере оптимизации бизнес-процессов малярно-кузовных цехов. Как показывает практика, привлечение внешних консультантов позволяет снизить издержки на проведение изменений, а также существенно сокращает срок получения эффекта от их внедрения.

Так или иначе, в ближайшем будущем, согласно прогнозам экспертов автомобильного рынка, малярно-кузовные цехи ожидает рост загрузки работой по направлениям ОСАГО, что помимо получения преимуществ, накладывает на цехи дополнительные обязательства (строгое соблюдение сроков ремонта, соблюдение расценок на запасные части, выполнение требований по материально-техническому оснащению цеха).

Для выполнения этих обязательств многим малярно-кузовным цехам необходимо максимально оперативно измениться в сторону повышения качества сервиса при снижении издержек.

Как говорил Уильям Эдвард Деминг, «Вы можете не развиваться. Выживание не является обязанностью». ■

Внедрение строгого алгоритма трехступенчатого контроля качества, который при возросшей загрузке позволит существенно снизить процент брака, тем самым повышая удовлетворенность клиентов

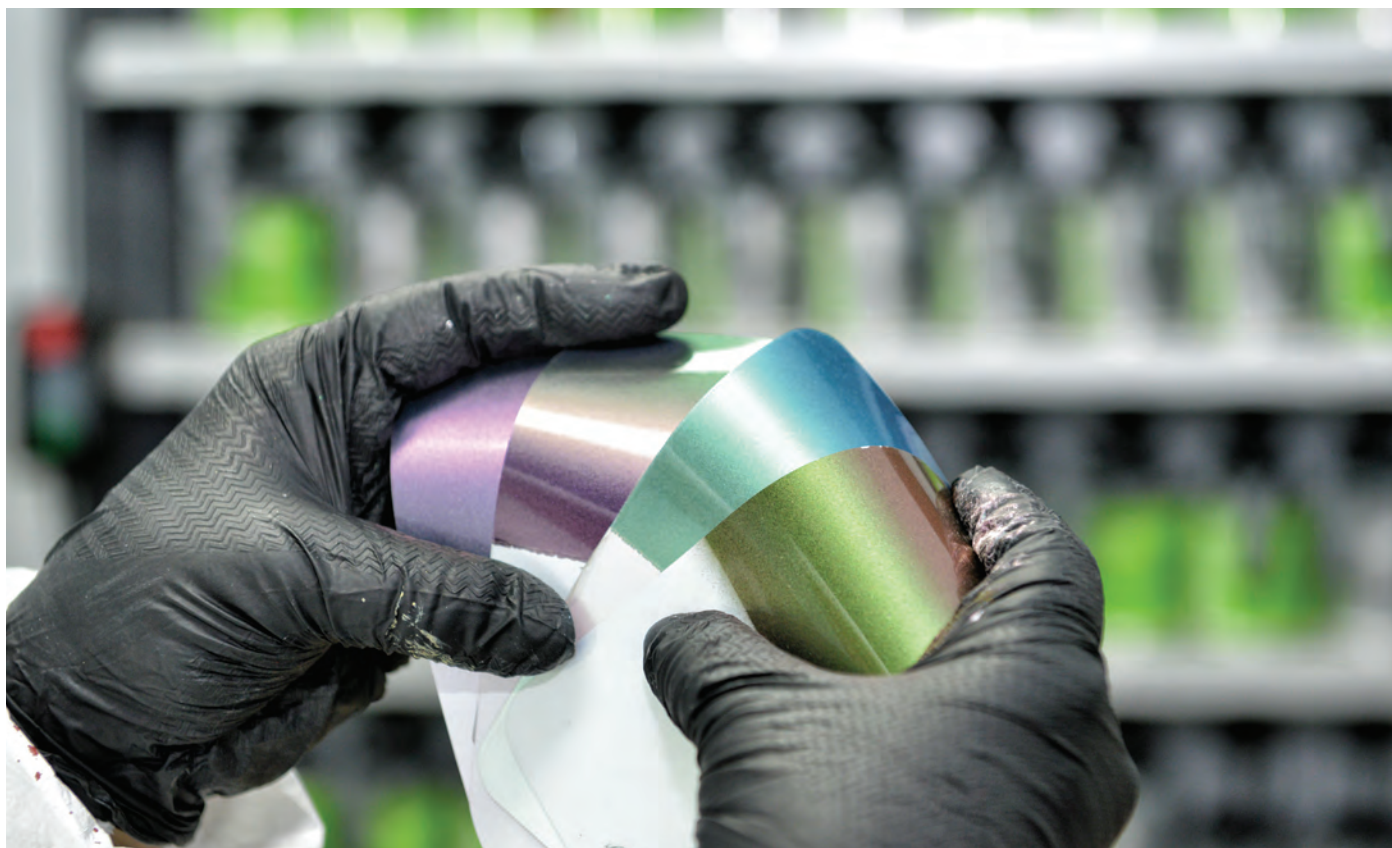
До 30% рабочего времени занимает рутинное общение с клиентами в формате ответов на вопросы: «Что с моим автомобилем?» Внедрение системы онлайн-информирования автовладельцев о текущем этапе ремонта автомобиля позволяет в разы сократить количество подобных звонков, тем самым снижая потери времени мастеров-консультантов

Практика внедрения вышеперечисленных изменений в работу малярно-кузовных цехов уже показывает весьма неплохие результаты: по итогам контрольных аудитов, проводимых через несколько месяцев после внедрения изменений, при наличии достаточной загрузки наблюдался рост прибыли малярно-кузовных цехов в среднем на 20%

Конфетные оттенки

Роман АКОЛЬЗИН

Добавки Candy Effect и Super Color появились в системе GREEN LINE еще в прошлом году. Эти компоненты позволяют работать со сложными цветами, которые очень распространены в мотостроении и все чаще встречаются на автомобилях. По сути это новые замечательные инструменты для колеровки, возможности которых ограничиваются только фантазией колориста.



Елена Евдокимова, ННТ по колористике компании «Европроект Групп»

Новые добавки являются спец. пигментами. Профессиональным языком говоря, компоненты расширяют цветовое пространство линейки GREEN LINE, делая краску насыщеннее, помогают создавать дополнительные оттенки.

Еще лет 5 назад подобные сложные цвета встречались лишь на премиальных автомобилях. Однако в начале десятилетия рынок потряс выпуск последнего модельного ряда Mazda. За ним в скором времени последовали Ford, KIA и другие автобренды.

Елена Евдокимова, тренер по колористике компании «Европроект Групп», утверждает, что распространение сложных цветов на бюджет-

ный автомобильный сектор можно объяснить объективными экономическими процессами. Большая часть продаж автогигантов всегда приходится на недорогие и среднеценовые модели, поэтому именно к ним будут стараться привлечь внимание маркетологи. Эти веяния существенно усложнили жизнь небольшим СТО. В один день оказалось, что среднеценовые и бюджетные линейки пигментов не покрывают всех потребностей рынка кузовного ремонта. Более того, с каждой новой выпущенной моделью разрыв увеличивается еще больше. Производители GREEN LINE решили пойти на опережение этого процесса и после кропотливой работы выпустили две линейки добавок.

На портале колористов Ocolor.ru выложена таблица с цветовыми кодами всех автопроизводителей, в которых используются эти компоненты. Когда попадаете машина со сложным цветом, колористы могут быстро свериться с таблицей, что очень удобно.

Candy Effect позволяет приготовить более 2 000 эффектных цветов и оттенков для первичной и ремонтной окраски мотоциклов большинства мировых производителей. Пик популярности добавок приходится именно на весенний период, когда байкеры перед сезоном приводят в порядок своих железных коней.

Добавки Candy Effect также широко используются в аэрографии. Они особенно необходимы, где требуются плавные переходы от одного цвета к другому. В свою очередь плавные переходы в аэрографии дают пластичную живую картинку. При работе с Candy Effect следует учитывать, что финальный цвет зависит даже от количества слоев и его концентрации.

Candy Effect добавляются в базовую краску согласно рецептуре или же по усмотрению

колориста. Их можно наносить на однородную подложку, но особенно выигрышно краска выглядит на эффектной подложке. Пигменты можно смешивать друг с другом, тем самым получая дополнительные оттенки.

Цветовые добавки Super Color – это прозрачные интерференционные перламутры. Они изменяют цвет при смене угла зрения, позволяя получать удивительные оптические эффекты. Особенность перламутров заключается в дополнительном, четвертом угле обзора – остром угле против света.

На сегодняшний день цветовая палитра GREEN LINE Super Color включает в себя четыре компонента по 100 мл: SC 920 yellow – blue, желто-синий; SC 940 violet – green, фиолетово-зеленый; SC 960 green – red, зелено-красный; SC 965 green – orange, зелено-оранжевый. Каждый из них в равной степени перекрывает часть самых популярных цветов.

Иногда, не имея в наличии спец. добавок, невозможно покрасить автомобиль даже «в переход». В Национальном учебном центре компании «Европроект Групп» мы решили проверить, так ли это.



Павел Никифоров, специалист по ремонтной окраске компании «Европроект Групп»

Получайте идеальный результат за минимальное время

K5 KUZOV GROUP BRAND

Fast filler
quick drying filler
быстросохнущий грунт
серый
800 ml

Быстрая сушка

Rapid clear
fast drying clear coat
быстросохнущий лак

www.kuzovmarket.com



Candy Effect добавляются в базовую краску согласно рецептуре или же по усмотрению колориста. Их можно наносить на однородную подложку, но особенно выигрышно краска выглядит на эффектной подложке. Пигменты можно смешивать друг с другом, тем самым получая дополнительные оттенки

Цветовые добавки *Super Color* – это прозрачные интерференционные перламутры. Они изменяют цвет при смене угла зрения, позволяя получать удивительные оптические эффекты

Суть нашего практического эксперимента довольно прозаична. Для наглядности мы подготовили 4 детали, предварительно обработав поверхность P320 под нанесение грунта Smart Filler по технологии «мокрый по мокрому». Для попадания в цвет светлота подложки для нас неважна, поэтому можно использовать серый нейтральный оттенок. Теперь на две детали мы нанесем базу по стандартной формуле, используемой до выхода новых добавок, а на две другие – с добавлением спецкомпонентов *Candy Effect* и *Super Color*.

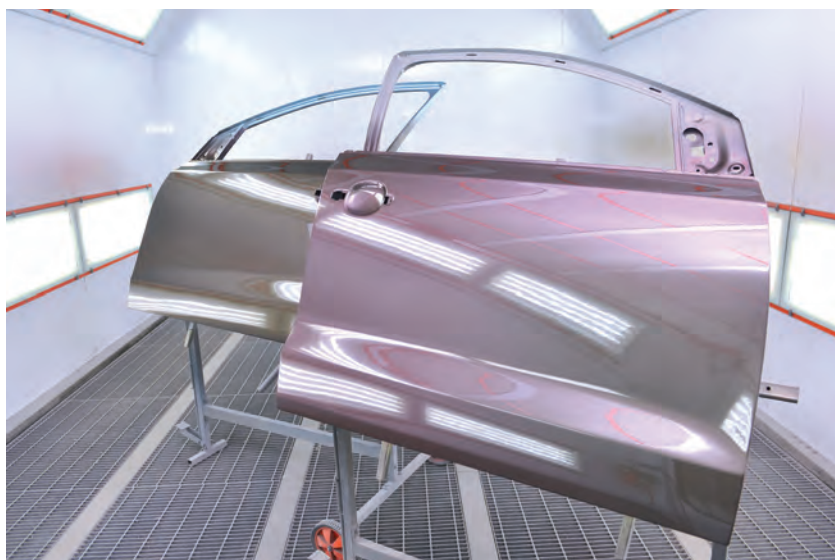
В первом случае мы нанесли на деталь базу, сделанную по формуле Mazda 41V без спецкомпонента. Сравнивая тест-напыл с образцом цвета, сделали вывод, что нам не хватает чистоты цвета, а вид сбоку светлее. Для следующего теста, в лессирующий слой добавили 10% *Candy Effect* 040, краска сразу стала насыщенней, вид сбоку темнее, и мы

готовы выполнить окраску нашей детали! Во время нанесения базы компонент *Candy Effect* добавляется только в краску, которая наносится вторым лессирующим слоем. Поэтому заранее для скорости стоит подготовить два мерных стакана краски. Мы получили отличный результат без многочисленных колеровок!

С *Super Color* вообще никаких проблем не возникает. Подбираем цвет KIA D5U, SC960 в данном случае добавляется в базовую краску. Соответственно после нанесения лака и сушки мы сравниваем результат. Даже на фото видно, насколько применение *Super Color* повлияло на цвет. Если попробовать слить краску без *Super Color*, даже используя метод «плавного перехода», мы увидим значительное отличие в цвете при определенном угле обзора.

Раньше столько пространства для творчества давали лишь премиальные линейки окрасочных систем. Европейские бренды, которые обладают вышеуказанными возможностями, стоят баснословно дорого. Их японские собратья располагают громадной обоймой формул чистых цветов, ориентированных на японский рынок. Да, некоторые из них по количеству добавок опережают GREEN LINE. Например, у R-M только аналогов добавок *Super Color* более двух десятков. Однако не каждому российскому сервису необходим столь широкий функционал, да еще за такие деньги.

GREEN LINE предлагает решать проблемы с колеровкой сложных цветов с наименьшими затратами, при этом качество цветоподбора с использованием спец. добавок полностью соответствует высоким требованиям клиентов. ■



ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ: ВЫБИРАЙ ПРАВИЛЬНО! РЕКОМЕНДАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛОВ!



www.groupautorus.ru



6+1 причина поставить систему подбора в МКЦ

Александр АСЛАМАЗИС

Если не принимать во внимание размеры, все цехи покраски можно разделить на две категории: те, что установили у себя систему подбора краски, и те, что обращаются за краской к своему дилеру. Процент МКЦ с микс-системой меняется от страны к стране, и от рынка к рынку. Где-то МКЦ не может считать себя полноценным бизнесом без собственного микса, тогда как в других местах – это привилегия немногих.



Александр АСЛАМАЗИС, постоянный эксперт журнала, исполнительный директор компании Alexport

Мне довелось побывать в цехах кузовной покраски в разных уголках планеты, и я могу с уверенностью утверждать, что вне зависимости от размера и загруженности, установка системы подготовки покраски дает большое количество преимуществ как владельцу бизнеса, так и его сотрудникам, в особенности маляру. Позвольте мне поделиться некоторыми мыслями по этому поводу.

1. Установка системы подбора существенно снизит расходы МКЦ. Думаю всем понятно, что ничего в этом мире не делается бесплатно. Услуги и время, затраченное дилером на подбор и подготовку краски, должны быть оплачены. Из моего опыта – краска, купленная в магазине, будет обходиться минимум на 30% дороже, чем если бы тот же объем краски был подготовлен на месте. Согласитесь, это существенная разница.

2. МКЦ с установленным миксом всегда быстрее сдает машины своим клиентам. Все очень просто, не нужно никуда ездить за краской – цвет подбирается на месте.

3. Помимо экономии времени система подбора под рукой позволит сэкономить и на расходе краски. Зачастую при покупке готовой краски у дилера, маляр берет большее количество, чем необходимо, на всякий случай. Логика проста, никому не хочется ехать дополнительно за краской, если не хватило ста грамм. Наверное, вы тоже встречали МКЦ с полными полками неиспользованной краски. Кто-нибудь пробовал подсчитать, какое количество денег заморожено таким образом?

4. Более точный подбор краски. Уж точно вам приходилось слышать, как недовольный

маляр с негодованием предъявляет претензии дилеру из-за непопадания в цвет. Из моего опыта могу сказать, что качество подбора на месте существенно выше, ибо можно без затрат времени выбрать вариант, наиболее подходящий к данной модели автомобиля. Дилер же не видит машины, и в лучшем случае располагает лючком от бензобака.

5. МКЦ с установленной микс-системой несомненно получает больше внимания и поддержки со стороны производителя ЛКМ. Такой цех будет всегда иметь возможность обратиться за помощью к техническим специалистам производителя, которые во многих случаях приедут и помогут подобрать цвет или устранить проблему. Цех покраски без микс-системы может в основном рассчитывать только на помощь дилера.

6. МКЦ с собственной системой подбора вне сомнения выглядит более профессиональным в глазах клиентов и, главное, в глазах страховых компаний. Такой бизнес будет всегда получать больше работы.

7. Ну и наконец, МКЦ с установленной у себя системой для подбора краски может рассчитывать на дополнительные скидки, бонусы и всякого рода подарки со стороны производителя ЛКМ. Хотя это и не является правилом, очень часто такой малярный цех получает миксер и весы в бесплатное пользование, тогда как цех с большим оборотом может получить спектрофотометр или дополнительное оборудование. Для производителя краски такой цех является объектом инвестиций и потенциального роста.

А каково ваше мнение? ■

Краска, купленная в магазине, будет обходиться минимум на 30% дороже, чем если бы тот же объем краски был подготовлен на месте

LIQUI MOLY

MADE IN GERMANY



NEW GENERATION MOLYGEN*

*Новое поколение моторных масел молиген

ДЛЯ ТЕХ, КТО ЦЕНИТ САМОЕ ЛУЧШЕЕ!



МОТОРНЫЕ МАСЛА • АВТОХИМИЯ • АВТОКОСМЕТИКА | www.liquimoly.ru



Лучший бренд в Германии 2010-2016 годов в категории «Смазочные материалы» по мнению читателей журналов Auto Bild, Auto Zeitung, Auto Motor und Sport и Motor Klassik

Чрезвычайная адгезия

Роман АКОЛЬЗИН

Этой весной наши партнеры в лице компании «Европроект Групп» анонсировали возвращение на рынок знаменитого грунта Polysil (Полисил). Несколько лет назад эта позиция была довольно востребованной в линейке ремонтных материалов Solid. Однако кризис заставил компанию на некоторое время отказаться от его распространения. Когда же ситуация стабилизировалась, на производство один за другим стали поступать заказы. Задача журнала сегодня – выяснить, настолько ли грунт хорош, как говорят представители компании.



Александр Васин, технолог по ремонтной окраске Национального Учебного центра.

Polysil изначально был конвейерной позицией европейских заводов VW Group. Тогда этот грунт автозаводам поставляла одноименная компания Polysil, и использовался он исключительно при окраске пластиковых элементов кузова. Грунт настолько уникален и практичен, что ради демонстрации нюансов его применения, следует углубиться в химию.

Пластики в автомобилестроении делятся на два основных типа. К первому относятся АБС, полиуретан, поликарбонат, поливинилхлорид и некоторые другие. В составе кристаллической

решетки пластиков этой категории присутствуют свободные ионы. Они притягивают к себе другие атомы, что и обеспечивает хорошую химическую адгезию с большинством грунтов.

Вторая группа пластиков – это полипропилен и полиэтилен. Эти соединения в своей молекулярной структуре не располагают свободными ионами, и, следовательно, к ним не притягиваются другие вещества. Соответственно их окраска в ремонтных мастерских может осуществляться только с помощью диффузии, процесса взаимного проникновения атомов и

молекул одного вещества между молекулами и атомами другого, посредством специальных адгезионных грунтов для модифицированных пластиков серии «PP» и «PE». На российских заводах VW для образования свободных пар ионов и обеспечения хорошей химической адгезии пластик активируется газопламенным способом. Что не представляется возможным сделать в ремонтных мастерских.

Полипропилен в основе кристаллической решетки содержит четырехвалентный углерод, молекула которого совмещается с водородом, блокирующим свободные ионы. Газопламенный способ – это обжиг детали обогащенным кислородом. Кислород вытесняет водород, и он, перейдя в состояние воды, испаряется. В кристаллической решетке полипропилена образуется свободная пара ионов, которые в свою очередь и притягивают молекулы грунта. Такой способ активации пластика в среде профессионалов называется «выпариванием». Поверхность пластика остается «открытой» ограниченное время. В течение этого времени рабочие завода наносят грунт, в противном случае из воздуха в структуру вновь проникнет водород, и адгезия пропадет.

«Вне зависимости от типов пластика присутствует общая проблема для работы с ними в условиях СТО. При традиционном подходе для подготовки пластиковых элементов к покраске пластик обязательно разогревают в камере до 60 °С. Это делается для того, чтобы испарился слой формовочной смазки, которая использовалась при разделении пресс-форм. Только после этого деталь можно матировать под дальнейшую окраску», – рассказывает Александр Васин, технолог по ремонтной окраске Национального учебного центра.

На отшлифованную поверхность наносится слой адгезионного грунта-клея. Эта химия – агрессивный растворитель, который разъедает поверхностную структуру пластика и обеспечивает механическую адгезию с риской. Грунт-клей не окрашивается, поэтому после полимеризации он обязательно перекрывается грунтом-наполнителем, в версии «мокрый по мокрому» или наполнитель для ремонтных поверхностей, который нужно будет шлифовать перед нанесением базового покрытия.

Все эти шаги требуют массу времени, сил, энергоресурсов и материалов. При использовании Polysil мы сразу избегаем все эти 5 этапов: никакого выпаривания, шлифовки пластика, нанесения адгезионного грунта-клея, нанесения грунта-наполнителя и последующей шлифовки

грунта. Полисил наносится не только на необработанный механически пластик, но и просто на поверхность пластика с небрежным удалением формовочной смазки. Этот грунт работает посредством химической адгезии, поэтому не требует механических повреждений поверхности для сцепления с ней. Отскоблить грунт невозможно, чтобы очистить деталь от грунта придется ее вышлифовывать до голого пластика. Polysil наносится в один мокрый слой. После него идет 20-минутная выдержка, и следом уже наносится базовое покрытие.

Многие зададут ожидаемый вопрос: «А не перебивает ли стоимость грунта всю вышеуказанную экономию на этапах подготовки?» Наш эксперт утверждает, что нет, не перебивает. Полисил по стоимости равен конкурентным классическим

Полисил по стоимости равен конкурентным классическим грунтам по пластику. Такой вариант подойдет не только для крупных сервисов, но и для небольших СТО С-сегмента, предпочитающих экономить

Газопламенный способ – это обжиг детали обогащенным кислородом. Кислород вытесняет водород, и он, перейдя в состояние воды, испаряется



грунтам по пластику. Такой вариант подойдет не только для крупных сервисов, но и для небольших СТО С-сегмента, предпочитающих экономить.

Однако справедливости ради мы с Александром помимо очевидных плюсов Полисила все-таки хотим предостеречь и рассказать о незначительных минусах продукта.

Во-первых, грунт необходимо контролировать с точки зрения срока годности. Даже нераспакованная тара хранится всего 12 месяцев, а открытая и вовсе 2 недели – грунт при контакте

При использовании Polysil мы сразу избегаем все эти 5 этапов: никакого выпаривания, шлифовки пластика, нанесения адгезионного грунта-клея, нанесения грунта-наполнителя и последующей шлифовки грунта



С внедрением Полисила технологический вопрос с отслаиванием краски на пластике у «АвтоВАЗа» был снят

с кислородом, содержащемся в воздухе, теряет свои адгезионные свойства. Ради сравнения, любой классический грунт распространяется в литровых тарах и хранится открытым по 24 месяца без потери качества. Поскольку продукт специфический, большая литровая фасовка ему не подошла. Поэтому сегодня компания «Европроект Групп» предложила рынку малую фасовку по 400 мл, этого объема хватает на 3-4 бампера. Во-вторых, оборудование после этого грунта нужно промывать своим собственным растворителем, в основе которого есть Уайт Спирит. Обычный агрессивный 646 растворитель действует на Полисил пагубно, грунт сворачивается прямо в краскопульте, отчего приходится его долго промывать. В-третьих, в случае ошибки грунт сложно шлифуется из-за своей резиновой основы. Как мы видим, два последних фактора полностью лежат в русле ответственности маляра.

Теперь можно подвести итоги. В Россию продукт был выведен около 5 лет назад. Тогда

«АвтоВАЗ» испытывал серьезные трудности с окраской пластика. ЛКП на ладовских бамперах так и норовило слезть, что не слишком добавляло популярности продукции автогиганта. В то же время завод посетила группа технологов из компании «Европроект Групп» совместно с представителем бренда Polysil, специально прибывшим из Германии ради демонстрации возможностей продукта в экстремальных условиях. Во время тестирования на глазах руководства предприятия они специально намазали несколько бамперов формовочной смазкой и прямо поверх нее нанесли грунт Polysil. Результат оказался выше ожидаемого, адгезия была отличная. С внедрением Полисила технологический вопрос с отслаиванием краски на пластике у «АвтоВАЗа» был снят.

Адгезионные грунты, которые предназначены для работы с модифицированным полипропиленом, из которого делают бампера, на чистом полипропилене отслаиваются. В свое время мы проводили серию тестов с обычными грунтами и не нашли продукта, который держится на чистом полипропилене. Адгезия даже к заматованному полипропилену у таких продуктов просто отсутствует вне зависимости от мелкой или крупной риски. А вот Полисилом можно окрашивать даже мерные емкости и пластиковые стаканчики. На один стакан мы нанесли стандартный адгезионный грунт, а на другой – Polysil. Через 20 минут полимеризации на открытом воздухе мы смяли обо стаканчика. Результат говорит сам за себя, Полисил нельзя даже ногтем соскоблить, он деформируется вслед за стаканом! В то же время обычный грунт просто разрушается и отваливается. Это наглядное доказательство эффективности тестируемого продукта. ■

На российских заводах VW для образования свободных пар ионов и обеспечения хорошей химической адгезии пластик активируется газопламенным способом

	ПРОПОРЦИИ СМЕШИВАНИЯ
	Готов к применению
	ВЯЗКОСТЬ ПРИ НАНЕСЕНИИ
	18-20 сск., DIN 4/20°C
	ЖИЗНЕСПОСОБНОСТЬ СМЕСИ
	До 60 мин при 20°C
	НАНЕСЕНИЕ
	1-2 100% слоя общей толщиной до 15-30 мкм сухого слоя
	РЕГУЛИРОВКА КРАСКОПУЛЬТА
	Размер сопла: HVLP, Triatic Tacth и RP 1.3-1.5 мм
	Давление на входе: 2.0-2.5 бар
	Очистку оборудования производить 2К разбавителем
	ВЫДЕРЖКА 20°C
	Между слоями: 5-10 минут
	Перед нанесением финишных отделочных покрытий: 30 минут
	СУШКА
	Полная полимеризация по истечении 24 часов
	ШЛИФОВАНИЕ
	При необходимости грунт может быть высушен и обработан абразивом P400-P600.



PETRONAS



PETRONAS SYNTIUM

FIGHTS EXCESSIVE
ENGINE HEAT*

PETRONAS Syntium с технологией °CoolTech™**

Оптимальная работа двигателя даже
в экстремальных условиях

Полную техническую спецификацию вы можете найти на сайте:
www.pli-petronas.com/petronas-syntium



www.pli-petronas.com

Официальные дистрибьюторы

Кэпитал Лубрикантс, Москва, capitallube.ru
Селена, Санкт-Петербург, selena-group.com
Цитадель, Воронеж, citadeloil.ru
Едиар-Нефть, Екатеринбург, e-neft.com

ГринОйл, Хабаровск, greenoil-dv.ru
Русагроимпорт, Набережные Челны, italy-oil.ru
Монлибон, Беларусь, Минск, monlibon.by

* Борется с излишним нагревом двигателя, ** Петронас Синтиум с технологией Кул Тек, *** Технологии разработаны для команды «Формулы-1» MERCEDES AMG PETRONAS

Четкая концепция локального ремонта

Роман АКОЛЬЗИН

Компания AkzoNobel уже давно разработала собственную концепцию локального ремонта. Согласно этому своду правил, локальная покраска должна быть не только экономичной, но и сверхбыстрой. Именно поэтому весь технологический процесс локального ремонта занимает не более двух часов работы. Мы прибыли в учебный центр «Акзо Нобель Автопокрытия», расположенный в Индустриальном парке «Шереметьево», чтобы показать, как эти принципы применяются на доступной лакокрасочной линейке Dynacoat.



Александр Есипов, технический специалист покрытий Dynacoat компании ООО «Акзо Нобель Автопокрытия»

Обычно локальный ремонт применяют для устранения дефектов на поверхности автомобиля и в тех случаях, когда повреждение не превышает размеров визитной карточки. На тестовой Skoda Octavia мы располагаем именно таким повреждением, однако находится оно в центральной части бампера. В таких случаях многие мастера стараются не рисковать с проведением локального ремонта, боясь оставить видимый ореол или пятно от ремонта в столь уязвимой части детали. Александр Есипов, технический специалист покрытий Dynacoat компании «Акзо Нобель Автопокрытия», уверен, что не стоит опасаться таких работ, всего лишь нужно придерживаться технологии и технической документации.

По словам эксперта, все больше клиентов компании интересуются данным подходом. Многие используют его в качестве дополнительного заработка на постах, не связанных с МКЦ. Например, локальный ремонт можно выполнить, пока машина находится на обслуживании в слесарном участке. Еще один плюс состоит в том, что машину не нужно разбирать. Также не требуется проведение точного цветоподбора. Достаточно смешать тонеры по формуле кода цвета и правильно сделать переход.

За время прохождения стандартного ТО спокойно ремонтируется как минимум одно такое повреждение. Статистика показывает,

что на это охотно соглашаются и сами клиенты, потому как локальный ремонт существенно дешевле классического восстановления детали и не требует от них дополнительного времени ожидания.

Перейдем к сути. Перед началом работ мы маскируем автомобиль и обезжириваем поверхность в два этапа. Первым применяется сольвентный обезжириватель, который эффективен против органических и неорганических масляных загрязнений. Оставшиеся после этого соли легко смываются универсальным водно-спиртовым обезжиривателем.

Теперь можно приступать к шлифовке. Работу лучше выполнять компактной шлифовальной машинкой. К ней у нас есть комплект абразивов малого диаметра на сетчатой основе.



Отличительная черта таких кругов – это стабильность работы на любом этапе, ведь сетка не позволяет абразиву забиваться.

Следом переходим к нанесению материалов. Сразу отметим, что на протяжении всех этапов работы лучше пользоваться миниджетами, ведь у них минимальный расход.

Первым в дело вступает однокомпонентный адгезионный грунт по пластику Dynacoat 1K Plastics Primer. Он наносится всего в один слой, время выдержки составляет 20 минут при 20°C, это время необходимо для того, чтобы прошла химическая реакция между пластиком и грунтом. Грунт работает со всеми видами пластика кроме чистого полиэтилена (PE). 1K Plastics Primer готов к использованию без дополнительного смешивания, что кроме

всего прочего, означает экономию затрат, ведь благодаря неограниченному времени жизни данный материал является полностью безотходным.

За ним следует грунт-наполнитель Dynacoat Filler 4100. Грунт доступен в трех цветах (черный, белый, серый), которые смешиваются между собой в любой пропорции для получения подложки необходимого серого оттенка. С инфракрасной лампой Filler 4100 высыхает всего за 10 минут. Для удобства смешивания ЛКМ Dynacoat существует удобный инструмент на базе Excel, который позволяет в точности до грамма в автоматическом режиме рассчитать пропорции смешивания с отвердителем и разбавителем. В таблицу только и нужно, что добавить точное количество используемого материала. Для смешивания

Первым в дело вступает однокомпонентный адгезионный грунт по пластику Dynacoat 1K Plastics Primer. Он наносится всего в один слой, время выдержки составляет 20 минут при 20°C





используем быстрый разбавитель Dynacoat Thinner Fast и отвердитель Dynacoat Filler 4100 Hardener.

Вместо грунта Filler 4100 можно использовать грунт Dynacoat 1K Primer Grey в аэрозольном баллоне. Он доступен только в сером цвете, при этом данный продукт полностью готов к использованию в любых условиях, что очень удобно для локального ремонта на выезде. Сушка составляет 10-15 минут при 20°C, после чего можно шлифовать.

Грунт Dynacoat Filler 4100 доступен в трех цветах (черный, белый, серый), которые смешиваются между собой в любой пропорции для получения подложки необходимого серого оттенка

Поиск формул и подбор краски осуществляется в автоматическом режиме при помощи всего двух инструментов: компактного и простого спектрофотометра Automatchic Vision и специального программного обеспечения Color Manager, разработанными специалистами AkzoNobel. Спектрофотометр способен запоминать цвета бывших в работе автомобилей, что позволяет каждый раз не сканировать одни и те же машины клиентов. В нашем случае автомобиль не числится в базе наработок, поэтому мы замеряем цвет. Если раньше нужно было проводить 4 замера, то сегодня достаточно 2-х, после чего подсоединяем спектрофотометр к компьютеру.

Сложные в нанесении цвета вызывают особые проблемы у непосвященных в технологию маляров. Например, пепельно-серый цвет Toyota 1G3 содержит в своем составе три металла разного размера, поэтому нанести его «без яблоч» чрезвычайно сложно

Программа AkzoNobel Color Manager очень функциональна, поэтому предпочтительнее ее использовать на компьютере с большим объемом оперативной памяти. Это программное обеспечение создано специально для работы со всеми системами и материалами производства AkzoNobel.

После соединения пользователю доступны два варианта действий. Первый позволяет выбрать готовую формулу из базы данных. Второй – получить доколерованный прибором рецепт. В случае если нам проще оттолкнуться от марки автомобиля, то ее следует указать перед поиском. Буквально через несколько секунд мы увидим коды краски. Рядом с каждым рецептом будет стоять коэф-

фициент, свидетельствующий о соответствии цвета оригиналу. Чем ближе к 0, тем лучше. На нашем примере видно, что изначально мы получили готовую формулу по модели автомобиля Skoda Octavia с коэффициентом совпадения 0,4. Однако следом прибор добавляет оптимизированную формулу.

«Все идет к тому, что в скором времени цветочные карточки останутся лишь в точках продаж, реализующих краску. Это будет витринной информацией, визуализирующей точность базы данных AkzoNobel. Спектрофотометры становятся доступнее, а их возможности постоянно расширяются, поэтому от цветочных документов на СТО со временем отойдут вовсе», – рассказал Александр.



В учебном центре AkzoNobel на смесительной установке Dynacoat установлена любопытная емкость, предназначенная для краски. На ней сделан поперечный разрез таким образом, чтобы можно было видеть работу миксера. Это демонстрация длины шнека. Именно от этого показателя зависит правильное перемешивание пигмента и последующее попадание слитой краски в цвет. Если шнек не будет доставать до дна хотя бы 2 мм, то самые тяжелые фракции пигмента останутся нетронутыми, что может привести к браку.

Итак, краска для нашей Skoda Octavia готова, приступаем к нанесению. База наносится в 2

слоя с 3-х минутной выдержкой между ними. После второго слоя оставляем машину на 15 минут, чтобы из базового покрытия полностью испарился разбавитель.

Сложные в нанесении цвета вызывают особые проблемы у непосвященных в технологию маляров. Например, пепельно-серый цвет Toyota 1G3 содержит в своем составе три металлика разного размера, поэтому нанести его «без яблочек» чрезвычайно сложно. При выполнении перехода на эффектных цветах, содержащих металлики, ксералики и перламутры, нужно понижать давление воздуха. Также в Dynacoat есть прозрачный базовый тонер 4010. Его добавляют в смесь и наносят в местах перехода, чтобы она выходила за границы ранее нанесенных слоев. Добавка позволяет сделать краску менее укрывистой, соответственно легче выполнить плавный переход.



С целью экономии времени, мы выбрали быстросохнущий лак Dynacoat Clear 3000 Fast Antiscratch. Это двухкомпонентный лак, обладающий свойствами быстрого отверждения и прекрасным внешним видом. Может наноситься как в окрасочной камере, так и вне. Обладает исключительно быстрой скоростью сушки и глянцевой поверхностью. В локальном ремонте его эффективнее применять с Flexi Hardener Fast в пропорции 2:1. Также к смеси можно добавить 20% быстрого разбавителя Dynacoat Thinner Fast.

Лак наносится в два слоя с межслойной выдержкой в 1-3 минуты. После нанесения в местах перехода следует применить разбавитель для переходов Dynacoat Fade Out Additive. Он улучшает растекаемость лака при ремонте «пятном». Гладкая поверхность, которая получается при его использовании, облегчает последующую полировку финишного покрытия, что также экономит время сотрудника.

Александр утверждает, что ради качества лучше сделать переход в два этапа. После нанесения лака делаем плавные выходы лаком, с добавлением разбавителя Fade Out Additive в пропорции 1:1, далее Fade Out Additive в чистом виде. Это дает возможность сделать настолько мягкий выход, что даже не придется полировать. В конце лак сушим инфракрасной лампой 4 минуты при низкой мощности и всего 6 минут при полной.

«Рассуждая о плюсах и минусах недорогих систем, многие ошибочно полагают, что бюджетный ценник обеспечивается низким качеством. Это далеко не всегда так. Следует понимать, что система системе – рознь. Dynacoat используют по всему миру. Это значит, что единая база данных AkzoNobel обеспечивает точный цветоподбор, а общий контроль качества гарантирует наилучший результат при соблюдении всех технологических этапов», – заверил Александр Есипов.

Резюмируя, можно сказать, что представленные продукты прекрасно подойдут для выполнения локального ремонта как на СТО, так и в небольших автомастерских. Их отличительная особенность – это легкость и удобство в применении, что кроме всего прочего не потребует специального обучения для маляров.

Наш очередной тест внес свою позитивную лепту в копилку технологии локального ремонта. Благодаря полученным результатам, очевидно, что этот метод позволяет существенно экономить материалы, электроэнергию и рабочее время сотрудников. Локальный ремонт может выполняться на любом из постов СТО параллельно с другими работами, для этого даже не нужно разбирать автомобиль. Самое главное, что «локалка» не заставляет клиентов долго ждать и не требует от них существенных затрат. Эти два фактора очень влияют на принятие ими положительного решения по этой услуге. ■



С целью экономии времени, мы выбрали быстросохнущий лак Dynacoat Clear 3000 Fast Antiscratch

Резюмируя, можно сказать, что представленные продукты прекрасно подойдут для выполнения локального ремонта как на СТО, так и в небольших автомастерских

Революция в мире пусковых устройств



Компания GYS разработала и выпустила на рынок конденсаторные пусковые устройства (бустеры). Основной особенностью сверхновой технологии является отсутствие внутреннего аккумулятора. Нет необходимости подзаряжать бустер перед использованием – бустер берет энергию для запуска из севшего аккумулятора до 2 Вольт. Плюсы системы: малый вес и компактные размеры, поместится даже в дамской сумочке; время заряда от севшего аккумулятора до готовности к запуску всего 2 минуты; индикация готовности к запуску; ограниченное число циклов «заряд-разряд»; использование при температуре от -40 до +65 °С.

Линейка профессиональных фонарей Osram LEDinspect® PRO



Компания Osram обновила линейку профессиональных инспекционных фонарей LEDInspect® PRO. Пять практичных устройств специально разработаны для ежедневной помощи в проведении сложных ремонтных работ и техосмотра автомобиля. Инспекционные лампы Osram LEDInspect PRO гарантируют прекрасную видимость за счет применения современных ярких светодиодов, которые обеспечивают луч белого света с цветовой температурой 6 000К. Продуманная конструкция устройств дает возможность «точно» осветить нужную зону. Фонари оснащены магнитными держателями, зажимами, крючками и раздвижными кронштейнами, позволяющими освободить руки для работы. Все модели отличаются исключительной практичностью и выполнены в водонепроницаемом ударопрочном корпусе из нескользящих материалов (класс защиты IP65).

Салонные фильтры MEYLE-ORIGINAL для VW



Компания MEYLE AG предлагает полный ассортимент салонных фильтров для широкого ряда марок и моделей, включая множество автомобилей концерна Volkswagen, таких как Audi A3 (2003–2012 модельных годов), Seat Leon/Toledo (2004–2010 модельных годов), Škoda Octavia II, Superb II и VW Golf V / Golf VI. При разработке фильтров значительное внимание было уделено облегчению процесса их установки. Гибкость и точное соответствие размерам упрощают процедуру установки фильтра, при этом практически исключая риск его повреждения. Максимально удобные в установке салонные фильтры MEYLE-ORIGINAL помогают сэкономить драгоценное время и упростить задачу специалистам сервис-центров.

Motul 6100 Synergie+ 5W-30



Motul, ведущий европейский производитель автомобильных смазочных материалов премиум-класса, предлагает автовладельцам оптимальное решение для эксплуатации машины в совершенно разных погодных условиях – энергосберегающее моторное масло Motul 6100 Synergie+ 5W-30. Продукт предназначен для применения в легковых автомобилях практически любого типа, как в новых, так и в моделях предыдущих поколений выпуска. Моторное масло Motul 6100 Synergie+ 5W-30 можно использовать в бензиновых и дизельных моторах любого объема и мощности, с турбонаддувом и «атмосферниках», оснащенных непосредственным впрыском топлива, системой нейтрализации отработавших газов, а также работающих на газовом топливе.

NSK демонстрирует ProKIT

ProKIT от NSK – это новая линейка продукции, разработанная специально для независимого послегарантийного авторынка. Комплект ProKIT предлагает единое готовое решение и содержит только подлинные продукты NSK, такие как подшипники, уплотнения и гайки, протестированные и одобренные производителями автомобилей. Таким образом, гарантируется качество запчастей, что критически важно для NSK, так как главная цель компании – быть номером один по качеству. Для реализации этого слогана вся продукция производится на заводах, прошедших сертификацию по стандарту ISO. ProKIT предлагает на 100% подлинные запчасти NSK, аналогичные используемым производителями автомобилей.



NTN-SNR запускает новую линейку продукции

NTN-SNR запускает новую линейку продукции на независимом рынке автозапчастей – датчики ABS – ровно 20 лет спустя после изобретения первого подшипника с магнитной лентой ASB® (Active Sensor Bearing). Опираясь на свой опыт и знания, NTN-SNR стал первым производителем подшипников, запустившим линейку из 214 датчиков скорости в дополнение к своему автомобильному ассортименту. Линейка покрывает около 6 500 автомобилей и в ближайшее время будет расширена еще на 100 артикулов. Диапазон NTN-SNR покрывает все типы датчиков на рынке, включая пассивные, активные и магнитно-резистивные. Все эти датчики проходят подтверждение на тестовых стендах, а сам процесс производства подвергается 100% контролю качества. NTN-SNR гарантирует полное соответствие между датчиками и подшипниками.



Моторное масло PETRONAS SYNTIUM °COOLTECH™

Компания PETRONAS представила моторное масло премиальной линейки PETRONAS Syntium с технологией °CoolTech™ для двигателей легковых автомобилей. Новое моторное масло за счет своей уникальной способности отводить тепло обладает тремя важными преимуществами. Во-первых, предотвращает выход из строя двигателя, защищая его детали от аварийного износа под воздействием высоких температур. Во-вторых, гарантирует эффективное смазывание за счет стойкости к окислению при высоких температурах, что способствует меньшему загустеванию масла. В-третьих, при использовании моторного масла PETRONAS Syntium с технологией °CoolTech™ двигатель работает в оптимальном режиме благодаря отсутствию нежелательных отложений, вызванных перегревом в высоконагруженных режимах эксплуатации.



Портативный тестер Textar для ABS

Компания TMD Friction, владелец торговой марки Textar, разработала практичный тестер для проверки работоспособности сенсорного кольца датчиков антиблокировочной системы (ABS). С помощью сенсорного кольца датчик ABS непрерывно измеряет скорость вращения колеса. Сигнал, поступающий с него в электронный блок управления, управляет тормозными механизмами колеса в случае его блокировки при торможении или при пробуксовке. Когда на приборной панели авто загорается сигнал о неисправности ABS, необходимо выявить и источник проблемы. С помощью портативного тестера Textar возможно решить эту задачу, не прибегая к сложной и достаточно трудоемкой процедуре комплексной диагностики всех узлов антиблокировочной системы. Для проверки датчиков ABS нужно наложить прибор на тормозной диск. Тестер визуализирует магнитные поля сенсорного кольца, давая возможность сразу выделить неисправные сегменты датчика.



Развитие шаг за шагом

Оксана ДЕМЧЕНКО

При относительно низкой цене «входного билета» в автобизнесе многие начинают дело, а дальнейшее зависит от предпринимательской смелости, энергии и, конечно же, умения выбирать – партнеров, нишу, продуктовый ассортимент. Вот пример такого развития: Евгений Гальченко, Великий Новгород, участник сети «КУЗОВ Маркет».



Евгений Гальченко

– Евгений, что привело Вас в такой специфичный бизнес, как продажа ЛКМ и расходных материалов?

– В 2003 году я пришел в этот бизнес из спорта, кроме водительских прав и навыков простейшего обслуживания автомобиля никакого представления об авторемонте не имел. Работал по найму, бизнес был маленький, всего-то два прилавка. Можно было торговать банками и бутылками с малопривлекательным наполнением, не разбираясь, что это за продукт. Но становилось скучно. И я начал «вгрызаться» в информацию. Благо, интернет позволяет это. Сравнивал аналогичные продукты, смотрел сайты торговых организаций. А еще общался с представителями по продуктам для авторемонта.

Впитав поверхностную информацию, я заметил, что теперь общение дает пользу малярам, полировщикам. Дальше – больше, стали собираться «клубы», иногда человек по б и больше: обменивались информацией, общались. Вот тогда и стало заметно, что глубоко в теме никто не разбирается. Я принял решение всерьез заняться самообразованием. Собирал информацию о новинках, об учебных центрах, записывал и систематизировал сведения, участвовал во всех доступ-

ных теоретических и практических курсах, мероприятиях.

А время было интересное! Азартный этап роста торговли, 2005-2009 годы. Тогда из наших двух арендованных прилавков выросло три (!) полноценных магазина.

– Какой сегмент обслуживали, какой товар пользовался спросом?

– То-то и оно, при бурном росте основой оставался низкий, скажем так, Г-сегмент, т. е. гаражный ремонт. Хотелось большего – роста в качестве. Я постоянно общался по теме материалов и оборудования с автодилерами, с солидными независимыми СТО. Но наладить контакт, а затем и работу по снабжению не удавалось.

Когда я понял, что людей вокруг, в том числе хозяев дела, полностью устраивало достигнутое положение, я осознал, что не смогу с ними реализовать все накопленные идеи, в том числе и проект «КУЗОВ Маркет». Всерьез их не воспринимают! Надо или отказаться от мечты, или менять свою жизнь.

Так закончилась моя работа в чужой компании в роли коммерческого директора, коло-

Скоро планируем расширение в штате, в площадях. Выделим производственное помещение, откроем и более полный по ассортименту магазин

AudaParts

оценка и заказ запчастей

СДЕЛАЕМ РАБОТУ С ЗАПЧАСТЯМИ ВЫГОДНОЙ



УВЕЛИЧЕНИЕ
РЕНТАБЕЛЬНОСТИ

Рентабельность работы
с запчастями
БОЛЕЕ 20%



ЭКОНОМИЯ
ВРЕМЕНИ

Поиск, оценка и любой
заказ запчастей
ЗА 3 МИНУТЫ



БЕСПЛАТНЫЙ
ДОСТУП

Доступ к интернет-
решению AudaParts
БЕСПЛАТНО*

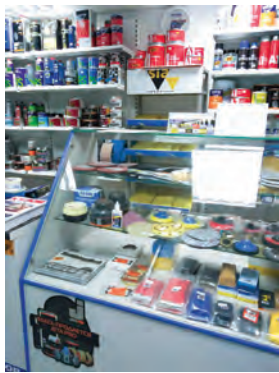
* для СТО при условии наличия действующего Лицензионного Соглашения на право пользования платформой

ЗАПЧАСТИ ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ ПО ОСАГО

8 800 250 5634
www.parts360.ru

audaparts@audatex.ru

укажите код сообщения в теме письма:
Р4617



Работа построена на позитивном общении и полноценной техподдержке, а не просто на продаже материалов



Команда сплоченная, есть доверие и взаимовыручка. Только так можно рассчитывать на положительный результат

В городе замелькали красивые ярко-синие баннеры «КУЗОВ Маркет», заработало сарафанное радио, о нас узнали и в области... Стало тесно в магазине!

риста, менеджера по продажам и ответственного по урегулированию спорных ситуаций. Это был серьезный шаг: решиться уйти, выбрать самостоятельное развитие.

В 2010 году было открыто ИП Гальченко Е.Ю. Я начал с малого: одна микс-система, я колеровал эмали, так сказать, «на улицу». Из-за отсутствия поддержки и кредитной истории было трудно. Накопив репутацию и некую базу связей, начал сотрудничать с небольшими СТО и гаражными сервисами. Сам собирал у клиентов лючки бензобаков, крылья, капоты и иные элементы для подбора цвета. Выполнял заказы, развозил тем же клиентам, уже вместе с приготовленной краской.

Быстро стало ясно, что схема проблематичная: чем больше заказов, тем больше спешки и неразберихи. Стало страдать качество, да и конкуренты не давали вздохнуть, у них были те же способы заработка. Я понял: меняться и расти надо, выводя дело на новый уровень.

Взглянул на бизнес с другой стороны. Перестал торговать тем, что есть на каждом лотке, выбрасывал в продажу эксклюзивы как в оборудовании, так и в материалах. И тогда на помощь пришел замечательный человек с большой буквы. С Алексеем Шмелевым я всегда мог обсудить проблемы, варианты решения. Мы начали выполнять новый замысел: с моей стороны – креатив в продвижении ассортимента «КУЗОВ Маркет», с его – ценовая защищенность, возможность гибкого кредитования и отсрочек.

– Сеть, тем более федеральная – это иной формат работы. В чем Вы заметили перемены?

– Стало интересно! Обмен опытом, общение с такими же, как я сам, обсуждение плюсов и минусов решений – это жизненно необходимо. Понемногу пошло и развитие: нами стали интересоваться не только гаражники, но и СТО покрупнее. В городе замелькали красивые ярко-синие баннеры «КУЗОВ Маркет», заработало сарафанное радио, о нас узнали и в области... Стало тесно в магазине! Как нам самим, так и клиентам. Было принято решение об открытии второй точки, а вернее магазина-склада.

Мы понимали, что держать только «бюджет» и использовать один миксер не вариант. Был отстиран миксер GREEN LINE, изучались преимущества линеек более высокого уровня. Мы учились считать и обосновывать себестоимость продуктов. Сейчас ассортимент сбалансирован так:

- бюджет: «сезонный» товар, им красят все, от велосипедов до лодок;
- наш основной поток: золотая середина по пропорции «цена-качество»;
- премиум. Сейчас тестируем дорогие ремонтные материалы.

Мы понимаем, что в обширной Новгородской области для развития необходимы свой склад материалов и доставка товара. В ресурсах мы зажаты, но ценим своих людей, каждый сотрудник работает за двоих. Команда сплоченная, есть доверие и взаимовыручка. Только так можно рассчитывать на положительный результат.

Скоро планируем расширение в штате, в площадях. Выделим производственное помещение, откроем и более полный по ассортименту магазин: сделаем клиентскую зону, представим товары по брендам и информационный стенд с учебными материалами, видео и печатными.

Расти – это всегда делать больше. Помимо красивой выкладки товара, помимо шоу-рума надо еще больше! Вот и решили привлечь телевидение для создания фундамента нового проекта и мнения о нас. Все это при участии руководства «КУЗОВ Маркет». Но об этом проекте буду готов говорить чуть позже, он еще в процессе разработки.

– И последний вопрос о клиенте. Нельзя обойти его стороной.

– Конечно. Мы одинаково относимся к частным клиентам и СТО; проблемы решаем сообща. Постоянно информируем клиентов о новинках. Тестируем продукты, собираем отзывы и пожелания. Работа построена на позитивном общении и полноценной техподдержке, а не просто на продаже материалов.

Из сказанного нельзя делать вывод, будто все у нас движется благодаря одному человеку. Идей много, бывает, среди ночи встаешь и записываешь, лишь бы не забыть. Но мои идеи и идеи других людей после обдумывания поддерживает один незаменимый для меня человек – моя вторая половинка с красивым именем Нелли. В принципе именно с ее подачи, после долгих рассуждений было принято решение о вступлении в сеть. ■



ФИЛЬТРЫ

НАИЛУЧШЕЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ АЗИАТСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ

ПРОЕКТА

Лидер в области фильтрации для азиатских автомобилей, предлагающий около 1600 артикулов, покрывающих 98% автомобильного парка.

Мы предлагаем полный ассортимент фильтров: воздушные, салонные, масляные, топливные, включая сменные картриджи, в том числе для европейских автомобилей.

Постоянное расширение товарной гаммы позволяет нам предлагать в продажу детали для новых автомобилей.

Исследования и сотрудничество с ведущими конструкторами и проектировщиками гарантирует эксплуатационные характеристики, идентичные оригинальным компонентам.



Ваш специалист по японским, корейским и американским автомобилям

Via della Meccanica, 1/A - 37139 Verona (IT)
tel. +39 045 8517711 - fax +39 045 8510714

www.ashika.eu

JAPANPARTS: ГАРАНТИРОВАННОЕ КАЧЕСТВО

Собственная история пути

Игорь СЕРАПИН

Мое знакомство с торговлей в сфере кузовного ремонта началось в 2011 году, когда я устроился продавцом-консультантом в волгоградский магазин «Финей». Впоследствии я стал сотрудником лаборатории по подбору автоэмалей под руководством опытного колориста Ирины Дубянской. В дальнейшем я встречал на своем пути немного специалистов такого высокого уровня. Мне очень повезло, что именно этот человек обучал меня ремеслу колориста, раскрывая многие нюансы подбора автоэмалей.



Игорь Серапин, директор магазина «Кузов Маркет»

Лаборатория находилась на базе магазина, руководителем которого был Александр Стеканов. Он подробно ознакомил меня с материалами для кузовного ремонта автомобилей, начиная с теоретических знаний, касающихся технологии использования материалов, и заканчивая практически занятиями по нанесению шпатлевки и финишной полировке готовой позиции. Помимо этого он обучал меня нюансам непосредственной работы с клиентом, правильного выбора поведения с ним, выявления потребностей и заключения сделки. Я благодарен этим людям за полученные мной знания, которым я и по сей день нахожу практическое применение в своей работе.

В 2016 году решил открыть свой собственный магазин в Астрахани. Пришлось долго выбирать партнера, советоваться со знакомыми специалистами СТО, директорами, консультироваться с представителями разных компаний. Когда я впервые столкнулся с компанией «Европроект Групп», меня поразил профессиональный подход менеджеров этой компании, которые очень легко и доступно объяснили условия и способы партнерства. Сразу ощущалось, что люди хотят не только работать и зарабатывать, но и постоянно развивать собственное детище. Таким образом, я принял решение остановиться на партнерстве именно с этой командой.



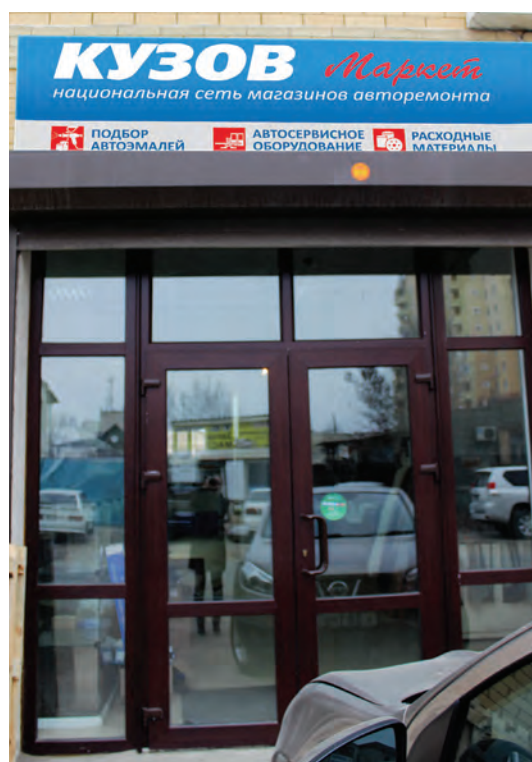
Когда я впервые столкнулся с компанией «Европроект Групп», меня поразил профессиональный подход менеджеров этой компании, которые очень легко и доступно объяснили условия и способы партнерства

Так появился магазин «КУЗОВ Маркет», основным брендом которого стала и по сей день является торговая марка SOLID. Почему именно бренд SOLID? В первую очередь мы столкнулись с экономически нестабильным состоянием рынка и низкими доходами клиентов в 2016 году. Поэтому нам нужен был продукт, который будет иметь приятные цены, учитывая состояние рынка, но при этом он должен быть качественным.

Хорошее соотношение цены и качества действительно важно для потребителя. Именно такому соотношению соответствуют материалы для кузовного ремонта бренда SOLID. Огромную роль сыграл и тот факт, что этот бренд присутствует на рынке уже 15 лет, и многие наши клиенты уже были знакомы с этой маркой, кто-то по отдельным сегментам, а кто-то и со всей линейкой материалов. Были и более весомые преимущества. В регионе очень слабо была представлена линейка SOLID PROFESSIONAL LINE, которая на данный момент набирает большую популярность среди наших клиентов.

На первый взгляд может показаться, что ведение бизнеса в формате одного бренда имеет много минусов, однако на практике мы увидели обратное. Все клиенты стараются перейти на использование одной марки, объясняя это тем, что таким образом имеешь более качественный результат работы. Это был еще один весомый плюс в пользу марки SOLID, так как она в себя включает все, что нужно для кузовного ремонта автомобиля. Естественно, нашим клиентам работать гораздо удобнее, зная как «ведет» себя материал и все нюансы в работе с ним. А также соблюдение технологии использования материала и постоянная обратная связь,

общение с технологами, позволяют нашему клиенту быть уверенным в качественном результате своей работы.



Все клиенты стараются перейти на использование одной марки, объясняя это тем, что таким образом имеешь более качественный результат работы

Естественно на этом мы не останавливаемся и двигаемся далее, в этом году запланировано очень много проектов совместно с «Европроект Групп» по материалу SOLID и остальному ассортименту компании. В 2017 году мы вступили в сеть «Кузов Маркет». Данное сотрудничество дало неоспоримые конкурентные преимущества и позволило укрепить позиции на региональном рынке. На сегодняшний день бренд SOLID является одним из ярких лидеров рынка, и думаю, что вместе с коллегами мы будем делать все, чтобы он оставался таким и в будущем. ■

На сегодняшний день бренд SOLID является одним из ярких лидеров рынка, и думаю, что вместе с коллегами мы будем делать все, чтобы он оставался таким и в будущем

GROUPAUTO Russia: повышение эффективности НСТО

Артём ЦАРЕНКОВ

Условия современного автобизнеса и непростой экономической ситуации на рынке пост-сервисного обслуживания автомобилей заставляют независимые СТО искать пути эффективного развития. Для этого требуется комплексный подход к проблеме и реорганизация процессов ведения бизнеса. Действующей силой, которая способна направить станцию в сторону эффективного развития, являются крупные объединения дистрибуторов запасных частей. В России таким объединением является GROUPAUTO Russia.



Александр Красный,
президент GROUPAUTO
Russia

Вторая сессия региональных конференций для независимых СТО, основная тема которых – обсуждение путей повышения экономической эффективности станций технического обслуживания, открылась 15 марта 2017 года в Нижнем Новгороде.

Более 130 независимых СТО, представленных своими руководителями, в течение дня:

- узнали о реальном состоянии рынка сервисного обслуживания и основных тенденциях его развития непосредственно от руководителей GROUPAUTO Russia;
- получили практические рекомендации, как увеличить доходности своей станции от экспертов федеральной сети СТО «Эврикар – Заботливый сервис»;
- обсудили выгоды от использования продукции ведущих производителей автокомпо-

нентов – поставщиков GROUPAUTO Russia – и задали им свои вопросы;

- в неформальной обстановке пообщались с коллегами из Нижнего Новгорода и других регионов Поволжья.

Открыл конференцию Александр Красный, президент GROUPAUTO Russia. В своем выступлении он познакомил участников конференции с деятельностью GROUPAUTO на мировом рынке и в России, рассказал о возможностях Группы и преимуществах, которые получают независимые СТО, сотрудничающие с партнерами Группы.

Представители одной из компаний-партнеров группы – «ПартКом» – также приняли участие в конференции и рассказали о программах развития бизнеса СТО в регионе.

Basecoat PRO

PROфессиональный подбор цвета без лишних усилий!

**Легкий и быстрый старт
Вашего бизнеса:**



✔ Система из 65 тонеров: солидные цвета, металлики, перламутры, ксералики



✔ Современный компактный спектрофотометр Automatic Vision



✔ Программное обеспечение Color Manager



✔ Облачный инструмент MIXIT – новейшая программа подбора цвета от AkzoNobel



✔ Цветовая документация AkzoNobel Color Universe – металликовые/перламутровые цвета (6814 чипов), солидные цвета (914 чипов).



Вступайте и Вы в команду Dynacoat!



Александр Жаковка,
директор по продажам
«ПартКом»



Евгений Шишкин,
Veneporte



Леонид Нерезов,
NTN-SNR

Оживленный диалог и внимание участников-руководителей станций привлекла тема использования качественных запасных частей, аналогов и подделок.

Только продукция признанных мировых брендов, которая создается на собственной научно-исследовательской базе и в соответствии с требованиями производителей автомобилей, может в должной мере гарантировать качественное обслуживание и ремонт автотехники.

Представители федеральной сети автосервисов «Эврикар – Заботливый сервис» рассказали участникам об опыте сети, накопленном за прошедшее время как за рубежом, так и в России.

В конференции приняли участие представители самых авторитетных компаний-поставщиков автокомпонентов.

Перед участниками выступили представители компаний: Liqui Moly, ZF Aftermarket, Mahle, Valeo, NTN-SNR, TMD Friction, Denso, Veneporte, Sogefi.

Главное отличие конференций GROUPAUTO Russia от многих похожих мероприятий – безусловная практическая направленность.

Юрий Конов, Liqui Moly:

– Польза для станций от подобных конференций в первую очередь в том, что люди могут узнать из первых рук, как развивается рынок, какие тенденции наблюдаются и чего ждать в ближайшем будущем. Организация мероприятия на высшем уровне, нравится формат – но хотелось бы большей ясности, какие результаты могут быть достигнуты и каким путем. Возможно, формат мероприятия можно было бы дополнить круглыми столами для проведения дискуссий по частным вопросам.

Леонид Нерезов, NTN-SNR:

– С нашей точки зрения, для представителей СТО такие конференции дают уникальную возможность в собственном регионе познакомиться с мировым опытом – и этим опытом делится GROUPAUTO Russia. Здесь не просто представляется набор действий, но и раскрываются эволюционные этапы, за короткое время участники могут получить объемную картину мирового опыта и советы по применению этого опыта на практике.



Андрей Чернышов, Sogefi Group:

– Рынок сейчас находится в той ситуации, когда бурного роста ожидать не приходится – люди стали более внимательно подходить к своим расходам, а сервисам приходится бороться за каждого клиента. В целом культура потребления в России выросла, и в СТО он хочет сервиса такого же уровня, как и в других областях сферы услуг: нормального общения с сотрудниками, четкой информации о том, что и как будут делать с его автомобилем и каким будет результат. Конференции, подобные этой, дают сотрудникам СТО увидеть ситуацию с разных точек зрения – как видят рынок поставщики и дистрибуторы, и плюс – что более важно, – пообщаться с коллегами, другими представителями СТО.

Евгений Шишкин, Veneporte:

– В рамках конференции нам интересно прямое общение с независимыми СТО и возможность рассказать им о преимуществах работы с нашей продукцией. Понравилась заинтересованность аудитории, очень много вопросов и большинство задается, что называется, по делу. Сегодня рынок независимых СТО не структурирован, и предложение GROUPAUTO Russia в рамках проекта «Эврикар – Заботливый сервис» имеет хорошие перспективы. Уверен, что представители СТО по итогам конференции смогут улучшить бизнес-процессы и тем самым повысить свой заработок. Сейчас в сегменте независимых СТО нет единых стандартов, и то, что делает GROUPAUTO Russia, предлагая такие стандарты, важно для рынка в целом – а СТО, применяя эти технологии, смогут зарабатывать больше.

Общее мнение всех участников: мероприятие удалось, те цели, которые ставили перед собой руководители СТО перед конференцией, достигнуты, а информации и полезных рекомендаций оказалось даже больше, чем они рассчитывали. ■

**Части двигателя
качества
премиум-класса**



www.ms-motorservice.com

*** OUR HEART BEATS
FOR YOUR ENGINE.**

ОСАГО. Закон принят, что дальше?

Оксана ДЕМЧЕНКО



Принятие нового закона по ОСАГО стало горячей темой для всего авторынка. Сразу было высказано много мнений и спровоцировано еще больше надежд, опасений и ожиданий. Это не первый случай, когда закон принимается весьма быстро, а механизм исполнения во многом доделывается уже «в движении». Вот о механизме исполнения и вообще о практике мы и решили поговорить с экспертом рынка, Данияром Айгининым, бизнес-аналитиком компании «Аудатэкс».

Очевидно, если натуральная форма урегулирования позволит клиенту получить после ремонта автомобиль надлежащего качества, даже если это осложнит жизнь таким юристам, полностью их бизнес не исчезнет

– Изменений в правилах работы для всего рынка много. Давайте начнем с описания самой проблематики ремонта по ОСАГО.

– Коренным изменением явилось натуральное возмещение убытков. При этом очень важным стало такое явление, как ответственность страховщика за качество ремонта. Дополнение к теме, во многом продвинутое силами профессиональных сообществ, это ремонт новых автомобилей в возрасте до двух лет на условиях официального дилера. И вот еще одно

ожидаемое, важнейшее изменение: отмена понятия износа при расчете. Это самый позитивный момент во всей истории.

В остальном могу сказать: увы, многое в законе на данный момент прописано неаккуратно. Пример – некий реестр допущенных к ремонту СТО, упомянутый в законе и на данный момент не существующий в реальности и не имеющий внятной процедуры формирования. Сложно представить, что в таких туманных условиях независимые СТО, в особенности

одиночные и тем более в регионах, получат равные условия с дилерскими холдингами.

– Мы уже плавно перешли к иной теме, к обсуждению проблем и опасений у игроков рынка. В чем они?

– Начнем с объема и распределения ремонтного ресурса. Если оценивать число дилеров в 4 000, исходя из данных РОАД, и добавить 10 000 независимых кузовных центров (это данные «Автостат»), то трудно понять, как они «переварят» весь объем страхового ремонта, который будет направлен на рынок именно в виде загрузки. С этой проблемой теснейшим образом стыкуется ситуация с единой методикой и особенно с расчетом стоимости запчастей.

Мы ведь понимаем, что резкие изменения, подтолкнувшие принятие закона, созданы, с одной стороны, недовольством застрахованных выплатами (условия, сроки, расчет), а с другой – эскалацией активности «черных» автоюристов.

Очевидно, если натуральная форма урегулирования позволит клиенту получить после ремонта автомобиль надлежащего качества, даже если это осложнит жизнь таким юристам, полностью их бизнес не исчезнет. Да, процесс станет сложнее, будут устранены мелкие мошенники. Но мгновенного улучшения ситуации ждать не стоит.

Однако есть и позитив, пусть пока и в перспективе. Если обращаться к опыту развитых стран, можно отметить, что они сталкивались с теми же проблемами лет 10-15 назад. В Европе уже практически нет разницы между КАСКО и ОСАГО, и мы к этому придем: к обязательному продукту, в ОСАГО можно будет докупить «модули» КАСКО.

Важнее иное, я хочу особо выделить этот момент. В рамках текущего процесса появляется новый яркий игрок на рынке – это СТО. Роль автосервиса, прямого ремонтника, становится очень значимой в общем процессе. И здесь важно сразу учесть существенный момент, а именно – распределение затрат. Ведь в общей структуре возмещения убытков примерно до 70, а порой и более 80% составляет стоимость запасных частей. Найти эти запчасти до принятия нового закона было почти невыполнимо, ведь надо было как-то совместить их реальную цену с предложением по возмещению от страховщика, который, кроме всего прочего, еще и учитывал износ! Сейчас ситуа-

ция с износом разрешилась, что уже хорошо. Осталась специфика в предложении такой опции, как б/у запчасти – это возможно и при новом законе, но строго по письменному согласованию с автовладельцем.

– Ситуация с запчастями заслуживает, вероятно, особого внимания?

– Безусловно. Это касается и новых, и бывших в употреблении деталей и агрегатов. В отношении последних ситуация особенно сложная. Это криминогенная сфера, активизация запросов на дешевые запчасти немедленно спровоцирует волну угонов автомобилей в качестве «доноров» запчастей.

В Европе сформирована структура рынка б/у запчастей, который включает низший уровень – не влияющие на безопасность детали с «разборок» и свалок; второй уровень – детали и агрегаты, прошедшие ремонт; и высший уровень – промышленное восстановление, способное вернуть детали или узлу состояние нового. Это создает и продуманную, понятную клиенту, и дающую заработать СТО структуру цен рынка б/у запчастей, и прозрачность самого этого рынка. Есть широкие программы восстановленных «оригинальных» деталей с гарантией от автопроизводителя. В России ничего похожего нет, и сам рынок б/у деталей сейчас, если оценивать уровень его легальности и прозрачности, скорее серо-черный.

По нашему опыту сейчас оптимизация затрат на закупку запчастей многими СТО делается совместно с клиентом и в соответствии с его пожеланиями и финансовыми возможностями. То есть, самые бюджетные варианты без доплаты; набор необходимого, включающий оригинальные детали для ответственных и важных с точки зрения безопасности узлов, и недорогих аналогов по остальным позициям; полный список запчастей OEM при готовности клиента провести доплату.

– Таким образом, подбор запчастей для выполнения заказа может стать не механическим, автоматизированным процессом, а чем-то сродни искусству?

– Именно так. Порой требуется отсмотреть много вариантов и тонко оптимизироваться по качеству, цене, надежности. Между тем, любое «творчество» создает риски манипуляций и ошибок. Потому очень важно даже сложные подборки деталей делать максимально быстро и автоматизированными.



Данияр Айгинин, бизнес-аналитик компании «Аудатэкс»

В рамках текущего процесса появляется новый яркий игрок на рынке – это СТО. Роль автосервиса, прямого ремонтника, становится очень значимой в общем процессе

В России сам рынок б/у деталей сейчас, если оценивать уровень его легальности и прозрачности, скорее серо-черный

«Аудатэкс» в силу своей глубокой вовлеченности в рынок понимает проблематику очень хорошо. Еще в 2014 году мы представили продукт ОСАГО Про, который позволил значительно упростить процедуру взаимодействия страховой компании, эксперта-техника и независимых СТО (на тот момент именно они были основой этого рынка). По итогам 2016 года наша статистика показала: до 70% убытков урегулировалось именно через нашу платформу.

«Аудатэкс» в силу своей глубокой вовлеченности в рынок понимает проблематику очень хорошо. Еще в 2014 году мы представили продукт ОСАГО Про, который позволил значительно упростить процедуру взаимодействия страховой компании, эксперта-техника и независимых СТО

Понимая, что сейчас ремонтный ресурс не просто появился, но растет и требует механизмов обработки, мы создали новое решение – AudaParts. Это решение мы впервые показали рынку в начале марта, оно весьма универсально. Позволяет взять из калькуляции блок запасных частей и оценить их текущую рыночную стоимость по всей базе поставщиков, которые подключены к платформе, а также заказать запасные части по минимальной цене.

– В чем выигрыш от использования вашего продукта? В чем на более общем уровне сложность оценки и подбора?

– Даже если предположить, что некая СТО пользуется пятью-шестью стандартными сетевыми базами, такими как Exist или Emex, на оценку и подбор по одному заказу будет потрачено от 30 минут до часа. Причем надо учесть сроки поставки, это важнейший фактор.

Сейчас к нашей платформе подключено порядка 30 поставщиков, и база очень активно развивается за счет прямых поставщиков и агрегаторов. А еще «Аудатэкс» в данном случае выступает как интегратор рынка, мы можем от своего имени проводить переговоры и добиваться эксклюзивных условий поставки и скидок для клиентов платформы, в т. ч. одиночных СТО, которые не могут сами получить подобных условий.

– Наверняка есть и осложнения, и «подводные камни» в теме снабжения запчастями?

– Конечно. Например, есть целый ряд территорий и регионов, куда поставляют неохотно, на особых условиях или вовсе не поставляют и агрегаторы, и многие прямые поставщики. Стоимость транспортировки какого-нибудь капота Ford Focus на Дальний Восток может втрое и даже вчетверо перекрыть его собственную цену!

В связи со сказанным мы выбрали метод поэтапного, поступательного внедрения нашего проекта. В первую очередь подключили самые массовые и удобные в плане логистики регионы – Москву и Московскую область; затем расширили покрытие на Санкт-Петербург. Далее ежемесячно мы будем подключать города-миллионники.

– Наверняка в снабжении и оценке есть сложности и проблемы, связанные не с логистикой или территориальной спецификой рынков РФ, а с самим законом и методикой его применения. Что здесь стоит совершенствовать?

– Мне думается, что использование «Единой методики» в нынешнем варианте само по себе создает некоторые осложнения. Методика, при всех ее плюсах и минусах, это скорее аналитическая, справочная информация, которая хорошо подходит для оценки больших массивов данных, рынка в целом. Такая оценка задействует лучшее, что есть в методике. Да, имеются некие шероховатости, погрешности. Но оценка больших баз всегда предполагает наличие лага в 5-10%, это естественно. Это удобно для финансового прогнозирования.

Совсем иначе выглядит ситуация прямого расчета убытка на основании методики, справочной по своей сути. У станций нет возможности следовать тем условиям, которые «зашиты» в цену методики. Не всегда можно ждать поставки несколько дней или даже недель. Автомобиль может находиться уже в цехе, и его надо восстанавливать сейчас, немедленно. То есть в практике «живых» ремонтов нужно не следовать справочным данным, а оценивать стоимость ремонта и запчастей «в моменте», так же как это принято было уже давно в системе КАСКО. То есть использовать некую систему коэффициентов, позволяющих учесть срочность поставки и иные особенности рынка. Это, кстати, сделало бы систему более гибкой и стойкой в условиях колебания курса валют. Сейчас, при тотальной зарегулированности цен, серьезные колебания курса могут парализовать рынок и привести его участников к значительным убыткам.

В целом же сейчас мы наблюдаем большое изменение на рынке, которое в течение 2-3 лет будет не просто внедряться, но постепенно организует рынок, очистит его, сделает безопаснее и прозрачнее. ■

В практике «живых» ремонтов нужно не следовать справочным данным, а оценивать стоимость ремонта и запчастей «в моменте», так же как это принято было уже давно в системе КАСКО

MADE IN FRANCE
ПРОИЗВОДСТВО С 1964 ГОДА

БОЛЕЕ 50 ЛЕТ

Эксклюзивным импортером
продукции GYS на территории России
является ООО "Европроект Групп"
т. +7 (495) 229-42-42



Обладатель премии
«Золотой ключ 2012-2016»
в номинации
«Сварочное оборудование года»



На весь ассортимент сварочного оборудования GYS,
приобретенного с 1 июля 2015 г.,
предоставляется 1 год гарантии дополнительно!

Больше подробностей: +7 495 777-22-34 (Звонок по России бесплатный)
www.gys-auto.ru

Продукция GYS одобрена
ведущими
автопроизводителями



Прокачка знаний о сцеплении

Игорь НАУМОВ

Совершенно логично, что на автомобилях большой грузоподъемности установлены мощные двигатели. Чтобы передать крутящий момент от таких двигателей на трансмиссию, применяются сцепления с большой силой прижима ведомого диска к маховику. Произвести выжим такого сцепления обычным способом крайне затруднительно. Простого гидропривода тут недостаточно, и поэтому наравне с обычным гидроприводом добавляется еще и пневматическое усилие. Вот такое сочетание и объединил в себе ПГУ – пневмогидравлический усилитель сцепления, незаменимое приспособление, облегчающее процесс управления сцеплением на грузовых автомобилях и автобусах.



Игорь Наумов, технический специалист компании Hottecke

Чтобы не происходило сбоев в работе, пневмогидравлический усилитель сцепления должен соответствовать высоким стандартам качества, на этом и концентрируется один из ведущих производителей ПГУ, компания Hottecke. Специалистами Hottecke разработаны конструкции самых неприхотливых в эксплуатации ПГУ. Сотрудниками компании ведется непрерывная работа по совершенствованию системы управления клапанными механизмами в ПГУ. Прогрессирует и система уплотнений. Поэтому качество продукции компании Hottecke не уступает изделиям мировых лидеров по производству пневмогидравлических систем.

И вышедшее из строя ПГУ любого производителя может быть без опасений заменено аналогичным изделием из линейки, предлагаемой Hottecke. Операции по замене ПГУ выполняют согласно рекомендациям завода изготовителя транспортного средства, и исходя из особенностей конструкции автомобиля. Специалисты компании Hottecke заметили, что далеко не редкость, когда при установке на большом

выходе штока техническая жидкость начинает течь сразу при прокачке. Дело тут вовсе не в неисправности ПГУ, а в том, что неправильно установлен рычаг сцепления. Чтобы избежать проблем такого рода, необходимо соблюдать некоторые обязательные рекомендации.

Рекомендации по установке

1. Нельзя прокачивать неустановленный ПГУ с ненагруженным штоком.
2. Для гидравлического привода необходимо использовать трубопроводы и шланги с внутренним диаметром не менее 8 мм.
3. После установки ПГУ на кронштейн необходимо проверить отсутствие перекоса штока, т.е. корпус со штоком должны находиться на одной линии с выемкой рычага сцепления, отклонение от этой линии не более 3" ($\pm 1,5$).
4. Для правильной регулировки установки рычага сцепления необходимо определить величины



Конструкция ПГУ

- 1 Корпус пневмоцилиндра
- 2 Корпус гидроблока
- 3 Стопорное кольцо манжеты поршневого штока
- 4 Поршневой шток
- 5 Манжета пневмоцилиндра
- 6 Шток/толкатель почему не указали
- 7 Манжета штока/толкателя
- 8 Крышка/упор пневмоцилиндра
- 9 Гидропоршень следящего устройства
- 10 Клапан подачи воздуха в пневмоцилиндр
- 11 Клапан сброса
- 12 Главная манжета гидроцилиндра
- 13 Корпус манжет гидроцилиндра с отверстиями аварийного сброса
- 14 Уплотнитель гидроблока

Прокачка «дедовским» способом, когда один человек в машине давит на педаль сцепления, а его коллега открывает клапан для прокачки ПГУ, создавая тем самым попеременное усилие (пульсацию жидкости), не допускается

На корпусе пневмоцилиндра установлен шток контроля износа тормозного диска. По окончании всех работ по установке, регулировке, прокачке и проверке ПГУ настоятельно рекомендуется утопить этот шток до упора в пневмопоршень и зафиксировать его оставшуюся длину контршайбой на этом штоке

рабочего хода штока ПГУ. Для этого необходимо утопить шток ПГУ в полость пневмопоршня, отвести его в сторону от рычага сцепления и дать возможность полностью выйти из корпуса. Потом повернуть рукой рычаг сцепления в рабочем направлении, то есть от ПГУ, чтобы выбрать все зазоры в приводе, затем замерить расстояние от конца штока до поверхности рычага сцепления, на которой расположена выемка под шток ПГУ. Если размер более 50 мм, ПГУ будет работать в правильном диапазоне, а если менее, то необходимо снять рычаг с поворотного вала и установить на один шлиц ближе к корпусу ПГУ. Если эта операция выполнена правильно, то плунжер ПГУ не будет выходить до упора и открывать проход жидкости между кромкой уплотнения и поверхностью фаски на торце.

В противном случае торец плунжера попадает в полость между двумя сальниками в конце гидропривода. В этой полости расположены контрольные сбрасывающие отверстия, через которые тормозная жидкость по каналам отводится в полость клапана сброса. Жидкость потечет при сбросе, и может возникнуть предположение о неисправности ПГУ. На самом деле это всего лишь неправильная установка рычага сцепления и недопустимо большой выход штока.

Такая конструкция сделана для того, чтобы при неправильной установке рычага сцепления и полном выходе штока, пневмоцилиндр не вырвал крышку ПГУ.

EN ESPRA
urbi et orbi

Автокомпоненты **премиум класса**
для тех, кто точно оценит

Inovedad!

www.espra-auto.ru

www.rumelia.ru

+7 (495) 918-5400

Уже в следующем номере мы расскажем об установке ремкомплекта в ПГУ и дадим еще несколько полезных советов

Прокачка

Перед прокачкой необходимо убедиться в чистоте гидропривода и самой жидкости. Специалисты Hottecke не рекомендуют использовать жидкость уже бывшую в употреблении, так как в ней наряду со взвешьями грязи присутствует еще и воздух. Пузырьки воздуха не заметны, но они обязательно присутствуют. Поэтому при установке нового ПГУ настоятельно рекомендуется заменить всю жидкость в системе гидропривода сцепления.

Способы прокачать гидравлическую часть привода:

1. Давлением воздуха около 5-6 кгс/см², подаваемым через специальный адаптер в бачок главного цилиндра сцепления. Процесс прокачки считается завершенным, после того как через открытый клапан прокачки усилителя сцепления пойдет тормозная жидкость без пузырьков воздуха.

2. Давлением жидкости около 3 кгс/см², подаваемым через клапан прокачки усилителя сцепления. Процесс прокачки считается завершенным, после того как тормозная жидкость в бачке главного цилиндра сцепления пойдет без пузырьков воздуха.

3. Для прокачки в условиях автосервиса нередко применяются специальные системы для прокачки гидросистем типа RAPID. Установка создает сначала вакуум в системе гидропривода и потом заполняет его жидкостью под давлением 3 кгс/см². Система такая дорогостоящая и применяется далеко не везде.

Внимание!

Прокачка «дедовским» способом, когда один человек в машине давит на педаль сцепления, а его коллега открывает клапан для прокачки ПГУ, создавая тем самым попеременное усилие (пульсацию жидкости), не допускается, поскольку при данном способе прокачки заполнить пространство перед клапаном управления не получится, и привод будет работать с запазданием.

Проверка после установки

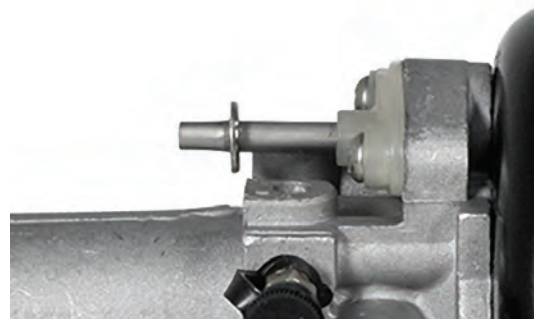
1. После завершения прокачки настоятельно рекомендуем измерить максимальный ход штока пневмогидравлического усилителя, который должен быть не менее 14 мм (для сцеплений ГАЗ, ПАЗ) и не менее 18 мм (для сцепления ЯМЗ).

2. Замерить давление, создаваемое в гидравлическом цилиндре ПГУ. Для этого нужно произвести замер объема вытесненной жидкости при однократном нажатии на педаль сцепления, отвернув клапан прокачки (оно должно составлять 7-8 см³).

При подключении подачи воздуха к пневмосистеме ПГУ необходимо убедиться, что давление пневмосистемы автомобиля в пределах нормы, при необходимости завести двигатель и докачать систему, чтобы давление было не менее 7 кгс/см², давление жидкости в системе гидропривода сцепления должно быть не менее 4 кгс/см² при нажатии на педаль.

3. После прокачки гидравлической части усилителя максимальный перекосяк по вылету штока во время нажатия на педаль сцепления не должен превышать ±1.50 от исходного состояния.

В завершение статьи дадим полезный совет, как осуществлять контроль износа диска сцепления, который установлен на некоторых моделях ПГУ Hottecke HTFS423 и HTFS437. На корпусе пневмоцилиндра установлен шток контроля износа тормозного диска. По окончании всех работ по установке, регулировке, прокачке и проверке ПГУ настоятельно рекомендуется утопить этот шток до упора в пневмопоршень и зафиксировать его оставшуюся длину контршайбой на этом штоке.



По мере износа диск сцепления становится тоньше, соответственно лепестки диафрагменной пружины нажимного диска приподнимаются выше, далее по всей этой механике через муфту сцепления и рычаг меняется конечное положение пневмопоршня в ПГУ, он смещается в сторону гидропривода, тем самым выталкивая измерительный шток. Так очень наглядно можно отследить износ диска сцепления, не прибегая к дорогостоящей процедуре снятия сцепления.

Уже в следующем номере мы расскажем об установке ремкомплекта в ПГУ и дадим еще несколько полезных советов. ■



МЫ СОЗДАЕМ ЛАКОКРАСОЧНЫЕ ПОКРЫТИЯ.

Компания Axalta предлагает инновационные и эффективные покрытия, обеспечивающие долговечность, производительность и цветовую точность. Опираясь на более чем 150-летний опыт и глобальное лидерство, Axalta предоставляет клиентам лакокрасочные материалы высочайшего качества, а также самые современные технологии, системы нанесения и техническую поддержку.

www.axaltacs.com/ru



«Добро пожаловать в Лейшефорс»



Именно такими словами традиционно приветствует табличка с небольшим цветочным горшком на въезде в город. Справа – фабрика, слева – несколько домов, и сразу выезд. Человек несведущий не сразу поймет, что в этом небольшом шведском городке находится европейский центр по производству пружин.

В 2010 году производитель основал дочернюю дистрибьюторскую компанию в России, ООО «Лейшефорс Спрингс»

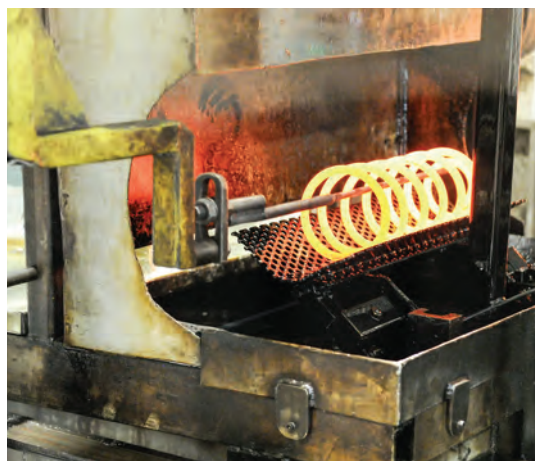
Населенный почти тысячью человек (что для данной местности довольно много) Лейшефорс является одним из тихих городков, расположенных примерно в трех часах езды поездом к западу от Стокгольма. Густые леса, огромные озера и деревянные домики, расположенные тут и там, образуют своеобразный ландшафт. Лето умеренно теплое, зима длится несколько месяцев. Это Швеция, знакомая каждому по произведениям Астрид Линдгрен.

Лейшефорс – хоть этого и не скажешь на первый взгляд – имеет глубокие промышленные традиции. В 1675 году здесь, на берегу реки Лесьё, была заложена кузница. Спустя примерно

180 лет, в 1852 году на ней начали производить пружины всех разновидностей. При выборе названия основатели компании отдали дань красоте этих мест, и назвали предприятие просто – «Лейшефорс» (Lesjöfors).

Основатели Lesjöfors наверняка не могли даже представить, что в течение следующих 150 лет компания будет стабильно расти и включать к нынешнему моменту 13 производственных площадок в Швеции, Дании, Финляндии, Англии, Латвии, Китае и Корее. Большую часть бизнеса составляет продукция промышленного применения. При этом разработчикам неважно, конструируют ли они крошечные пружины для iPhone, пружинный механизм для двери автобуса или же демпферные элементы для конструкций из стальных тросов на огромных подвесных мостах – они берутся абсолютно за все. Среди клиентов Lesjöfors – и это лишь несколько из них – фирмы Electrolux, Saab, Volvo, Philips, Atlas Copco, Hasselblad, Apple и Siemens. Это само по себе отражает тот факт, насколько разнообразными являются сферы применения разработок компании. По всему миру в компании работают около 700 человек. Lesjöfors является





лидером европейского рынка и обслуживает более 60 стран мира. «Пружина – удивительное изобретение, и оно нужно почти везде», – говорит Бьерн Перссон, директор завода в местечке Лейшефорс.

В 2010 году производитель основал дочернюю дистрибьюторскую компанию в России, ООО «Лейшефорс Спрингс». Константин Брезе, генеральный директор российского представительства, полон оптимизма, т.к. за его спиной стоят шведские разработки и современные технологические линии. «Наша философия заключается в производстве максимально полного ассортимента и доставке на склад для дальнейшей дистрибуции», – говорит он.

Своим ассортиментом Lesjöfors покрывает весь европейский модельный ряд транспортных средств, а также японские и корейские марки. Продукция, производимая компанией для автомобилей, включает в себя винтовые пружины, газовые пружины, рессоры и спортивные комплекты. Ассортимент винтовых пружин постоянно расширяется и на сегодняшний день насчитывает более 10 000 артикулов. Номенклатура газовых пружин для механизмов капота и багажника включает в себя более 1 500 позиций. Каталог рессор для джипов и легкого коммерческого транспорта состоит из более 250 наименований. Кроме того, компания предлагает более 900 спортивных комплектов, понижающих высоту подвески кузова автомобиля от 15 до 50 мм, произведенных в полном соответствии со скандинавскими нормами качества и стандарту TÜV.

«Наши пружины не являются копиями оригинальных деталей: мы анализируем их и улучшаем», – говорит Константин. – На первичном рынке при ценовом давлении со стороны автопроизводителя поставщики вынуждены работать с более низкими допусками, и поэтому оригинальные пружины бывают слишком слабыми. Плохое каче-



ство дорожных покрытий с множеством выбоин, огромные расстояния российских дорог и суровые зимы с резкими колебаниями температуры создают идеальные условия для бизнеса Lesjöfors».

Все пружины производятся по стандартам оригинала из высококачественной стали и надежно защищены от коррозии за счет гальванического покрытия поверхности фосфатом цинка и ультрасовременной системы окраски. Перед отгрузкой производится контроль качества каждого изделия. Производство Lesjöfors сертифицировано на соответствие стандартам ISO/TS16949, ISO9001 и ISO14001, которые гарантируют не только качество, но и заботу об окружающей среде. Высокое качество изделий подтверждается также многолетними поставками продукции на конвейеры Saab и Volvo.

С 1996 г. концерн Lesjöfors AB владеет торговой маркой Kilen, которая также реализуется на российском рынке. Вся продукция под маркой Kilen производится в соответствии с высочайшими стандартами Lesjöfors и позиционируется в аналогичном сегменте продукции премиум качества.

ГК Берг

Красноярск +7 (391) 208-43-37
Новосибирск +7 (383) 206-26-00

Форум Авто

Новосибирск +7 (903) 101-75-56
Омск +7 (3812) 32-85-20

ГК ТИСС

Красноярск +7 (391) 228-67-67
Новосибирск +7 (383) 212-03-01
Омск +7 (3812) 56-92-82

Росско

Красноярск +7 (391) 297-93-01
Новосибирск +7 (383) 279-08-84
Омск +7 (3812) 77-53-13
Кемерово +7 (3842) 45-70-35
Томск +7 (3822) 76-12-41

www.lesjofors-automotive.com

www.kilen.ru ■



Все пружины производятся по стандартам оригинала из высококачественной стали и надежно защищены от коррозии за счет гальванического покрытия поверхности фосфатом цинка и ультрасовременной системы окраски



Основатели Lesjöfors наверняка не могли даже представить, что в течение следующих 150 лет компания будет стабильно расти и включать к нынешнему моменту 13 производственных площадок в Швеции, Дании, Финляндии, Англии, Латвии, Китае и Корее

Обслуживание моторов с системой Start-Stop

Виктория СМИРНОВА



Автомобилей, агрегированных системой Start-Stop, с каждым днем на улицах все больше. Опция, безусловно, передовая, но агрегаты, задействованные в этой системе, подвергаются большим нагрузкам и соответственно требуют особого отношения при обслуживании. Компания LIQUIMOLY представляет специально доработанные масла, обладающие усиленными свойствами, превышающие требования OEM стандартов и рекомендованные для использования в автомобилях с системой Start-Stop.



Дмитрий Рудаков, постоянный эксперт журнала, технический специалист компании LIQUI MOLY

Подсчитано, что 30% эксплуатационного времени двигателя проводят на холостых оборотах. В мегаполисах все это время машины необоснованно шумят, выбрасывают вредные газы и сжигают топливо. Массовое внедрение системы Start-Stop смогло переломить ситуацию. Уже более 5% выпущенных автомобилей агрегируются этим дополнительным оборудованием. Система оказалась востребована не только на гибридных, но и на дизельных и бензиновых машинах. Существует множество вариантов исполнения системы. Свои Start-Stop разработали в Bosch, Valeo (STARS), Mazda (SISS), KIA (ISG) и многие другие игроки.

На первый взгляд все здорово, помимо очевидных плюсов, технология имеет свои минусы:

1. Ресурс двигателя при увеличенном количестве пусков в городских пробках резко сокра-

щается, поэтому ему требуется усиленная защита.

2. К аккумуляторам в таких автомобилях предъявляются повышенные требования, поэтому в них устанавливаются сложные батареи с электронным контролем, стоимость приобретения и эксплуатации которых значительно дороже.

3. Стартеры и генераторы также испытывают большие нагрузки от постоянных запусков и остановок. Возникает необходимость их доработки с целью повышения прочности и выносливости, следовательно, возрастает их стоимость и сложность обслуживания.

4. Для долгой службы турбины необходимо обеспечивать эффективное охлаждение. Поэтому автомобильные компании постоянно дорабатывают схему

подачи смазки к турбонагнетателю, чтобы тот не оставался без смазки после остановки двигателя. Это серьезно усложняет конструкцию, а, следовательно, и сложность обслуживания и ремонта.

«Дооборудование автомобиля системой Start-Stop увеличивает нагрузку на элементы двигателя, которые в случае поломки требуют больших вложений. Очевидно, насколько важен правильный подход к уходу за автомобилем и необходимости использования качественных смазочных материалов при обслуживании», – отметил в беседе Дмитрий Рудаков, технический специалист компании LIQUI MOLY. Постоянный эксперт журнала рассказал о том, как масла LIQUI MOLY помогают бороться с основными видами негативного воздействия системы Start-Stop на силовые агрегаты автомобиля.

Увеличение ресурса

Стоит учитывать и тот факт, что большинство моторов сегодня до предела форсированы. В среднем километраж до первого капитального ремонта не превышает 200-300 тысяч км пробега. Однако в реальности из-за сложных условий эксплуатации они в лучшем случае выдерживают хотя бы 150 000 км пробега. А Start-Stop лишь усугубляет ситуацию, ресурс двигателя при увеличенном количестве пусков в городских пробках резко сокращается. Структура специальных масел LIQUI MOLY за счет прогрессивного антифрикционного пакета и усиленных молекулярных связей создает пленку, обеспечивающую экстремальную выносливость и защиту двигателя. В свою очередь идентичность и стабильность структуры молекул масла отвечает за его стабильность и долговечность.

Отсутствие нагара и нивелирование последствий от плохого топлива

При работе системы Start-Stop происходит активное образование нагара, ухудшающего отвод тепла и вызывающего отложения в канавках поршневых колец. Использование масел LIQUI MOLY, созданных по фирменной рецептуре с добавкой ПАО масел и специальным пакетом присадок, обеспечивают чрезвычайно малую испаряемость и отсутствие нагарообразования. К тому же масла этой серии обладают усиленными моющими свойствами, эффективными даже на непрогретом двигателе, тем самым обеспечивают чистоту двигателя и компенсируют негативное влияние некачественного топлива на масло.

Экономичность

Масла LIQUI MOLY обладают низкой испаряемостью и чрезвычайно крепкой структурой молекул,

они образуют очень прочный слой оптимальной толщины, не допуская излишне многослойного налипания молекул. Поэтому эти масла практически не расходуются на угар, позволяя владельцам не думать о постоянной доливке масла.

Защита турбины

Производители автомобилей утверждают, что турбокомпрессоры должны отрабатывать полный цикл жизни мотора. Зачастую же турбины «ходят» в лучшем случае 150 000 км пробега. Для долгой службы этого сложного механизма ему необходимо эффективное охлаждение. Поэтому автомобильные компании постоянно дорабатывают схему подачи масла к турбонагнетателю, чтобы тот не оставался без смазки после остановки двигателя. Это серьезно усложняет конструкцию, а, следовательно, сложность обслуживания и ремонта. Масла LIQUI MOLY и тут обеспечивают достойную степень защиты благодаря высокой теплоотводящей способности и хорошему антифрикционному пакету.

Технические эксперты компании LIQUI MOLY уверяют, что сохранить ДВС и деньги можно лишь при бережном и внимательном отношении к машине и вкупе с грамотным выбором моторных масел, обеспечивающих дополнительную защиту автокомпонентов. Чтобы добиться высокой эффективности, при производстве моторных масел LIQUI MOLY используются только отборные базовые масла высшей степени очистки с максимальной однородностью молекул. Такая идентичность структуры молекул плюс высококачественные пакеты присадок обеспечивают усиленные молекулярные связи и экстремальную выносливость. Поэтому масла LIQUI MOLY отличаются повышенной стабильностью и долговечностью, обеспечивая эффективную работу в течение всего срока службы.

Специальные масла LIQUI MOLY, рекомендуемые для систем «Старт-Стоп», помечены пиктограммой Start-Stop, которая легко позволяет распознать их на прилавках. ■

Структура специальных масел LIQUI MOLY за счет прогрессивного антифрикционного пакета и усиленных молекулярных связей создает пленку, обеспечивающую экстремальную выносливость и защиту двигателя

Использование масел LIQUI MOLY, созданных по фирменной рецептуре с добавкой ПАО масел и специальным пакетом присадок, обеспечивают чрезвычайно малую испаряемость и отсутствие нагарообразования



Масла LIQUI MOLY обеспечивают достойную степень защиты благодаря высокой теплоотводящей способности и хорошему антифрикционному пакету

Итальянский бренд в восточном стиле

Виктория СМИРНОВА

Japanparts – один из крупнейших производителей запасных частей для aftermarket – продолжает свою экспансию в Россию. Несмотря на свое название, Japanparts является европейским брендом. Помимо заводов в Италии компания сосредоточила свои производства в Китае, Южной Корее и Японии, объединив под собой три марки Japanparts, JarKo и Ashika. Приличное качество запчастей и расходников вкупе с их невысокой стоимостью позволили бренду заслужить положительную характеристику российских автолюбителей и обзавестись надежными союзниками в лице крупных местных дистрибьюторов. Специально для этого номера мы провели беседу с Алессандро Пьяцца, генеральным директором Japanparts, на тему развития бизнеса как в мире, так и в нашем регионе.



Алессандро Пьяцца,
генеральный директор
Japanparts

– **Ассортимент продукции Japanparts огромен. Однако какие именно автокомпоненты являются для компании основным источником доходов?**

– Действительно, ассортимент продукции нашей компании очень большой, мы стараемся эффективно работать по всем направлениям, поэтому выделить определенный вид автокомпонентов, который является неоспоримым лидером, на сегодняшний день невозможно. Безусловно, есть позиции, которые продаются чуть больше, есть позиции, которые по объему занимают меньшую долю, но являются более маржинальными. Имея широкий ассортимент автокомпонентов, многие продукты, такие как резиновые и резинометаллические изделия, привязаны к сезонности, из-за чего основная доходность данной продукции приходится на определенный период. Хочу отметить, что весомую долю в доходной части занимают автокомпоненты постоянного спроса, связанные с обслуживанием автомобилей в рамках регулярного технического обслуживания – это ком-

поненты тормозной системы (диски и колодки) и фильтры. Также с каждым годом растет спрос на амортизаторы, комплекты сцепления и подшипники. Даже в условиях жесткой конкуренции по этим позициям наша компания постоянно увеличивает объемы продаж и, соответственно, доходность по этим продуктам.

– **В чем уникальность и инновации в логистике компании Japanparts?**

– Компания Japanparts с самого основания использует самые передовые логистические системы, отдавая приоритет автоматизации всех рабочих процессов и гибкости в управлении пиковой рабочей нагрузкой. Аутсорсинг складских процессов гарантирует оптимальное число работников для максимально быстрой подготовки заказов. Так, например, для обеспечения эффективной работы складских помещений общим объемом около 25 000 кв.м. задействовано 70 человек, которые полностью работают на условиях аутсорсинга, и еще 25 человек, которые занимаются административ-

Japanparts предоставляет двухлетнюю гарантию с даты приобретения продукта, которая в некоторых случаях может иметь эксплуатационные ограничения





ной деятельностью. Кстати, в 2017 году мы планируем открыть четвертый склад, который увеличит общую площадь складских помещений до 40 000 кв.м.

– Сегодня при выборе комплектующих авто-сервисы и простые автолюбители все больше уделяют внимание гарантийной политике компании-производителя. Расскажите подробнее, как проработан этот вопрос компанией Japanparts.

– Japanparts предоставляет двухлетнюю гарантию с даты приобретения продукта, которая в некоторых случаях может иметь эксплуатационные ограничения. Веб-портал Japanparts содержит исчерпывающую техническую информацию и представляет возможность дистрибьюторам самостоятельно управлять рекламациями. Иногда мы просим вернуть нам проблемную деталь для соответствующей проверки, чтобы устранить подобные неполадки в будущем. Уровень рекламаций не превышает 0,03 %, и этот показатель ниже, чем у многих премиальных брендов.

– Существуют ли программы поддержки автосервисов, и выдает ли бренд фирменные сертификаты своим партнерам? Будут ли подобные программы реализованы в России?

– Japanparts планирует до конца 2017 года организовать и внедрить на территории России сервисы технической и коммерческой поддержки клиентов. Мы всегда учитываем потребности партнеров и стремимся к созданию всех условий для комфортного сотрудничества.

– Каким способом компания планирует расширить влияние на рынке aftermarket?

– Компания Japanparts всегда с особым вниманием относится к российскому рынку. Предлагая

полный ассортимент запасных частей, альтернативных оригинальным для азиатских автомобилей. Japanparts тщательно анализирует ценовое поведение конкурентов с целью улучшения нашего собственного предложения. Особое значение для нас имеет партнерство с лучшими российскими дистрибьюторами. Такой подход позволил Japanparts в сжатые сроки занять положение одного из ведущих поставщиков в сфере запчастей. Мы планируем и в дальнейшем инвестировать значительные ресурсы, следя за спросом на российском рынке и предоставляя полный ассортимент качественной альтернативы по конкурентоспособным ценам.

– Расскажите о стратегии развития компании на ближайшие два года.

– Почти 30 лет мы являемся специализированной компанией, предлагающей запасные части именно для азиатских автомобилей. На данной стадии развития мы планируем разработать также и предложение для европейских автомобилей.

Компания Japanparts недавно ввела полный ассортимент амортизаторов, которые быстро стали одной из ведущих товарных линеек. Ассортимент амортизаторов покрывает как азиатские, так и европейские модели автомобилей. Мы намереваемся умножить эти результаты, включив в ассортимент наиболее востребованные товарные группы («расходники»: тормозные колодки, диски, фильтры) также и для европейских автомобилей.

В качестве резюме отмечу, что сила компании Japanparts заключается в гибкости и скорости приспособления к динамично меняющемуся мировому рынку, постоянной оптимизации логистики запасов и конкурентоспособным ценам. ■

Japanparts планирует до конца 2017 года организовать и внедрить на территории России сервисы технической и коммерческой поддержки клиентов

Уровень рекламаций не превышает 0,03 %, и этот показатель ниже, чем у многих премиальных брендов

Охват в приоритете

Один из основных приоритетов в работе компании Tenneco на рынке послепродажного обслуживания – постоянное расширение покрытия автопарка своей продукцией. Ассортимент амортизаторов, пружин, деталей подвески и рулевого управления под брендом Monroe обеспечивает охват 86% автомобилей старше четырех лет, что может стать уникальным решением для СТО, работающих с автомобилями различных марок и моделей.



Важное для компании событие – запуск новой линейки высокотехнологичных амортизаторов Monroe OESpectrum

Согласно результатам исследований (на сравнении информации о европейском парке автомобилей, выпущенных до 2012 года, по данным ресурсов TecAlliance и TecDoc), компания Tenneco занимает лидирующее положение по охвату автопарка собственной продукцией.

Только на амортизаторы Monroe приходится покрытие 92% моделей автомобилей, на ком-

поненты подвески и рулевого управления – 96% и 88% – на пружины. В целом ассортимент компонентов Monroe обеспечивает покрытие 86% автомобилей старше четырех лет.

Политика расширения покрытия работает в том числе в отношении популярнейших моделей легковых автомобилей японских и корейских марок, а компания Tenneco продолжает

укреплять свой статус поставщика оригинального оборудования для японских и корейских автомобильных брендов. К примеру, около 30% годового производства амортизаторов приходится на продукцию, поставляемую на сборочные конвейеры именно этих производителей.

Еще одно крайне важное для компании событие — запуск новой линейки высокотехнологичных амортизаторов Monroe OESpectrum. Амортизаторы выполнены по революционной запатентованной технологии Monroe R-TECH®2 Rebound Valving Technology™, которая обеспечивает практически мгновенную обратную связь и реакцию на изменение дорожного покрытия, гарантируя исключительную управляемость и плавность хода.

В запатентованной конструкции Monroe R-TECH Rebound Valving Technology используется два набора точно откалиброванных дисков, разделенных эксцентрическим «зубчатым диском», что позволяет исключить нежелательные резкие изменения в степени демпфирования. Тонкая настройка перехода между фазами демпфирования позволяет сделать управляемость более сбалансированной в различных ситуациях и условиях.

Другими преимуществами амортизаторов Monroe OESpectrum являются высококачественное хромированное покрытие штока поршня, передовая конструкция сальника, внутренний стопор отбоя в виде витой пружины во многих моделях амортизаторов, новая закрытая антифрикционная фторопластовая прокладка диска и высококачественное полусинтетическое масло.

Являясь премиальным продуктом, изготовленным с применением премиальных технологий, амортизаторы Monroe OESpectrum предлагаются в соответствующих высококачественных, полноцветных упаковках, дизайн которых рассчитан на привлечение покупателей, осознанно выбирающих товары высочайшего качества. Конструкция новой упаковки также более устойчива к повреждениям, возможным при транспортировке и хранении.

В настоящий момент полноценная линия по производству амортизаторов Monroe OESpectrum уже работает на заводе в польском городе Гливице. На этом же заводе выпускаются амортизаторы линейки Monroe Original. Помимо амортизаторов Monroe Original и Monroe OESpectrum, здесь также

производят амортизаторы кабины для коммерческих автомобилей, а в мае 2017 года будет запущено производство однотрубных амортизаторов.

Кроме того, в линейке Monroe OESpectrum широко представлены пружины. Они сконструированы таким образом, чтобы вернуть характеристики подвески к первоначальным значениям — именно этого хочет большинство автолюбителей. Каждая пружина OESpectrum произведена по той же технологии, что используется при производстве оригинальных изделий. Продукты из новой линейки Monroe OESpectrum способны обеспечить превосходные ощущения от вождения — раньше это было возможно исключительно при использовании оригинального оборудования (ОЕ).

В планах компании — работа по дальнейшему увеличению ассортимента производимой на заводе продукции и, как следствие, расширение охвата модельного ряда автомобилей.

Помимо компонентов подвески и рулевого управления, компания Tenneco производит продукты для ремонта выхлопной системы под брендом Walker. Несмотря на то, что стандарт Евро-6 стал обязательной нормой в Европе не так давно, и послегарантийные машины с соответствующими двигателями только появляются на нашем рынке, в линейке Walker уже представлен соответствующий требованиям стандарта Евро-6 каталитический нейтрализатор.

Этот продукт — первая высококачественная альтернатива оригинальным изделиям, которые предлагаются дилерами автомобилей. Новый каталитический нейтрализатор Walker (28569) предназначен для широкого ряда популярных моделей автомобилей концерна Volkswagen, включая Audi A3 и A3 Sportback, Skoda Octavia и Volkswagen Golf, Golf Estate и Golf Variant. Вся продукция Walker для нейтрализации токсичности отработавших газов разработана и произведена в соответствии с высочайшими отраслевыми стандартами и полностью сертифицирована для использования на европейском рынке.

В направлении продвижения продуктов на российском рынке компания плотно сотрудничает с «GROUPAUTO Россия» и высоко ценит совместные проекты — обучающие и технические семинары для СТО, маркетинговые акции и другие программы по продвижению в профессиональной среде. ■

В направлении продвижения продуктов на российском рынке компания плотно сотрудничает с GROUPAUTO и высоко ценит совместные проекты — обучающие и технические семинары для СТО, маркетинговые акции и другие программы по продвижению в профессиональной среде

В планах компании — работа по дальнейшему увеличению ассортимента производимой на заводе продукции и, как следствие, расширение охвата модельного ряда автомобилей

В настоящий момент полноценная линия по производству амортизаторов Monroe OESpectrum уже работает на заводе в польском городе Гливице

Глобальный центр исследований и технологий

Марина БЕЛОГЛЯДОВА

В начале марта для представителей российских автомобильных изданий состоялась поездка на производство, в лабораторию, а также строящийся глобальный центр исследований и технологий PETRONAS Lubricants International. Продукция компании представлена в 84 странах, но для российского рынка бренд PETRONAS новый, хотя первым импортом в СССР при запуске первых отечественных автомобилей был бренд Selenia.



На данный момент компания PLI приступила к созданию нового глобального центра исследований и технологий. Цель организация в Турине исследовательского центра мирового уровня

Компания PETRONAS была образована в 1974 году, а после покупки у FIAT компании FL Selenia Lubricants в 2008 году была преобразована в PETRONAS Lubricants International (PLI). Компания производит и реализует полный ассортимент автомобильных и промышленных смазочных материалов. Более 30 представительств компании открыты в 23 странах мира и управляются из региональных подразделений в Куала-Лумпуре, Турине, Белу-Оризонти, Чикаго и Дурбане. Штаб-квартира PETRONAS Lubricants International находится в Турине. В настоящее время PETRONAS Lubricants International входит в ТОП-15 и продолжает активно развивать бизнес для сохранения лидирующих позиций на мировом рынке.

На данный момент компания PLI приступила к созданию нового глобального центра исследований и технологий. Цель организация в Турине исследовательского центра мирового уровня. Планируется, что уже в 2017 году работы полностью завершатся. Совершенный технологический центр в Турине станет основой всех исследова-

ний и разработок, ведущихся в различных уголках мира. Ему отведена ключевая роль в стратегии развития компании PLI. Другими словами, из европейского исследовательского центра, нацеленного в основном на решение региональных задач, он превратится в международный центр, служащий технологическим и техническим интересам компании PLI в Азии, Африке, Латинской Америке и Северной Америке.

Новый центр будет способен предоставить клиентам PLI со всего мира доступ к новейшим техническим разработкам компании. Являясь ядром исследовательской работы компании и базой ее основных разработок в сфере смазочных материалов, он включает:

- большое количество стендов для испытания двигателей и трансмиссий с использованием технологий AVL и Control System;
- динамометрические стенды для измерения токсичности выхлопа с использованием технологий Schenk/Horiba;

- центр испытаний трансмиссионной жидкости для механических и автоматических коробок переключения передач, а также решений для сельскохозяйственной техники;
- центр разработки промышленных смазочных материалов;
- две полностью оборудованные химические/аналитические/трибологические лаборатории.

О планах и позиционировании бренда в России мы попросили рассказать Бабека Акперова, управляющего директора PL Russia.

– Как Вы можете оценить динамику российского рынка моторных масел для легковых автомобилей по итогам 2016 года в целом? Каков прогноз на 2017 год?

– Отвечая на вопрос о динамике продаж на рынке автомобильных масел, стоит в первую очередь разделить рынок на три сегмента, так как в каждом из них продажи развивались с различной динамикой.

Первый сегмент – локальное российское производство, в этом сегменте наиболее динамичный рост и в 2016 году однозначно выигрывали бренды, имеющие производство на территории РФ.

Второй сегмент – иностранные бренды, которые также имеют производство в РФ. В этом сегменте ситуация в 2016 году также не была плачевной.

Третий сегмент – импортные масла. Наибольший спад наблюдался именно в этом сегменте, так как ввозить импортное масло становится экономически нецелесообразно.

В России конкуренция на рынке моторных масел очень высока, я бы даже сказал, что жесткая, около 150 брендов соревнуются за потребителя и долю рынка, 10 новых брендов появляется каждый год на рынке, даже не смотря на кризис.

Прогноз на 2017 год – рост около 4-5% в целом по рынку.

– Какие из каналов продаж моторных масел, на Ваш взгляд, наиболее динамично развивались в 2016 и продолжают развиваться в 2017 году?

– Россия все больше отходит от розницы. На данный момент через розницу от обще-

го объема потребляемых масел реализуется 20-25%. В рознице наиболее низкая маржа. В обычных и сетевых магазинах автозапчастей продажи масел сведены к минимуму, в крупных ретейлах (Ашан и т.д.) на продаже масел бренды тоже не зарабатывают – это либо массовые акции, либо маркетинговые ходы, но не реальный доход.

Розница как концепция уже устарела и будет сокращаться, ориентация – только на СТО.

– Какие основные антикризисные стратегии применяете в России, чтобы сохранить и укрепить свои позиции?

– Решающий фактор – это сбалансированная ценовая политика, для нашего бренда самое большое достижение – мы в 2016 году не меняли цен каждый квартал, что позволило укрепить позиции в РФ. У нас стабильная ценовая политика, хорошие бонусные программы, и мы входим в средний ценовой сегмент премиальной группы масел.

– Какие направления деятельности на рынке будут приоритетными в 2017 году? Какие действия по продвижению моторных масел на рынке становятся в нынешних условиях наиболее важными, в т.ч. для Вашей компании?

– Наш клиент – это владелец дорогих автомобилей (Мерседес и БМВ), поэтому в России у нас разумные амбиции, по цене мы укладываемся в средний сегмент премиальной группы масел.

Цель на ближайшую перспективу – это достичь узнаваемости у российского потребителя, поэтому в этом году мы запускаем несколько рекламных акций в Сочи и в Баку на этапах F1.

У нас экспортная модель бизнеса, мы везем товар со складов в Европе. Наш план на ближайшие 3 года – это достичь 3-4% рынка в сегменте импортных (завезенных) масел.

В России у нас 44 дистрибьютора, и мы планируем дальше развивать комбинированную систему дистрибьюции. Наша продукция представлена в 84 странах.

В 2016 году у нас был рост в 25%, но это показатель от низкого старта, поэтому говорить о достижениях пока рано. ■



Мистер Росини, руководитель компании



Бабек Акперов, управляющий директор PL Russia

Новый центр будет способен предоставить клиентам PLI со всего мира доступ к новейшим техническим наработкам компании

Первый всероссийский слет диагностов. Старт дан!

Оксана ДЕМЧЕНКО

Событие, которое в конечном итоге называлось «Первый всероссийский слет диагностов», было задумано зимой, в самом конце 2016 года. Оно стало частью программы развития агентства профессиональных коммуникаций «Автомобильное время», нацеленной на создание новых каналов общения и новых площадок для сбора специализированной, тематической аудитории.



Спонсорами Первого всероссийского слета и конкурса диагностов выступили компании Autel и GrunBaum, Bosch, Launch, TEXA, MS MOTORSERVICE INTERNATIONAL, а также «Легион Автodata»

Диагностика – пример именно такой очень замкнутой, требующей своих спикеров, своего режима работы, своего подхода «касты» в большой и разнообразной сфере автобизнеса. Мы выбрали из всех профессиональных «каст» и сегментов бизнеса именно диагностику как точку пристального внимания не просто так, а именно потому, что здесь ожидаются и уже копящиеся большие, в чем-то драматические перемены. Этап количественного, поступательного и плавного развития систем и технологий подходит к завершению, сменяясь этапом качественного, меняющего весь рельеф рынка, тектонического сдвига в подходах, в компетенции проколофонов, в оборудовании и ПО.

Естественно, все это будет не завтра. Конечно, невозможно все это отразить в рамках одного слета и тем более первого. Но сфокусировать внимание, собрать постепенно аудиторию, создать экспертное сообщество, начать изучать перемены – это все важно сделать сейчас. И в этом смысле слет – лишь первый шаг большого пути.

Судите сами. На первом слете собрались:

- представители основных брендов – Autel, GrunBaum, Bosch, Launch, TEXA;
- специалисты в обучении – учебный центр Bosch, школа диагностов «Инжекторкар»,



учебный центр SMART (который, кстати, выступил партнером мероприятия и предоставил площадку);

- поставщики технических знаний и баз данных – «Легион-Автодата»;
- поставщики систем и узлов, а также инженерных решений – Pierburg и Kolbenschmidt;
- эксперты-практики с уникальным набором компенсаций и опыта, такие как «Диджитал Дизель» – компания, работающая в дизельном ремонте любой сложности со всеми брендами и системами.

Повторим еще раз, мы не пытались «объять необъятное» и сразу получить очень широкий охват и глубокие решения. Мы лишь пригласили всех этих очень разных и очень занятых людей собраться 30 марта и вместе взглянуть на мир диагностики. Добавим, для диагностов был предусмотрен небольшой взнос за участие, который должен был сделать посещение слета не абстрактным намерением, а вполне конкретным планом.

Первый день был разделен на два блока – теорию и практику, так в самом общем виде можно их описать. Первая сессия прошла в большом общем зале в формате кратких докладов и презентаций, а вторая – в малых ауди-

Диагности – пример именно такой очень замкнутой, требующей своих спикеров, своего режима работы, своего подхода «касты» в большой и разнообразной сфере автобизнеса



Игорь Галахов, представляя взгляд Bosch на перспективы развития автомобиля как такового и его диагностики, отметил переход фокуса внимания с силового агрегата на вспомогательные и специальные системы

ториях и лабораториях. Открыла слет Марина Белоглядова, руководитель агентства профессиональных коммуникаций «Автомобильное время». Она приветствовала участников, а также анонсировала новые проекты в рамках издательского дома на этот и следующий годы, в том числе в сфере диагностики, где планируется выпуск электронного издания. Марина поблагодарила всех партнеров за поддержку слета. И затем передала слово представителям брендов, чтобы они кратко изложили видение трендов рынка и пригласили участников на свои практикумы второй половины дня.

Павел Клюкин, руководитель Центра SMART, приветствовал собравшихся и заверил их в том, что зал слета собрал лучших в отрасли и профессии

От лица всех диагностов выступил с кратким «словом к брендам» Илья Николов, постоянный автор и эксперт журнала «КУЗОВ». Достаточно резко и прямо Илья представил разбор первых страниц сайтов и буклетов поставщиков оборудования и технологий – такими, какими их видит он – реальный практикующий диагност. Он выделил те моменты, которые важны при выборе или являются предметом поиска для практиков, и сравнил их с «фишками», которые, по мнению корпоративных маркетологов, привлекают внимание аудитории, создают спрос и стимулируют продажи. Отметил: диагносты – люди с высоким интеллектом и созданной самой их профессией склонностью сомневаться и «искать ошибки», они не принимают на веру глянецовые слоганы и отторгают заведомо преувеличенные обнищания, а также и бравурный тон с обилием эпитетов типа «наилучший», «№1 в мире», «элитный», «уникальный». Диагностов настораживает «маркетинговая реальность», слишком далекая от реальности и лакированная до глянца. Аналитический ум и техническая

направленность требуют иного – конкретных, детально представленных пояснений по новинкам и улучшениям, разбора кейсов, техподдержки и общения на языке профессионалов.

Павел Клюкин, руководитель Центра SMART, приветствовал собравшихся и заверил их в том, что зал слета собрал лучших в отрасли и профессии, ведь именно они активны в поиске нового, они первыми откликаются на предложения общаться и обмениваться опытом.

Первым с практической презентацией по оборудованию и его применению выступил Кирилл Малащук, он представил компанию BrainStorm и ее бренды Autel и GrunBaum. Кирилл обозначил для представляемой гаммы продуктов долю рынка в порядка 10% и предложил особое внимание уделить дизельной тематике как в целом, так и в рамках приборов и ПО своего бренда. Не без оснований: уже сейчас до 10% парка в РФ даже по новым легковым а/м – дизельные, и их доля активно растет. Причем в первую очередь такие автомобили приобретают клиенты состоятельные, готовые внимательно и бережно обслуживать свой автомобиль. Кроме того, Кирилл рассмотрел сегмент LCV как очень перспективный для автосервиса в целом. Средний чек в обслуживании бензинового и дизельного автомобилей отличается в 2-3 раза, отметил спикер и добавил, что на его взгляд, конкуренция в дизельном сегменте по диагностике и сервису существенно ниже, чем в среднем по рынку.

Кирилл также анонсировал практические программы дня от бренда GrunBaum, в том числе демонстрирующие переход для СТО (или ско-

рее расширение) от бензиновой диагностики к комплексной и дизельной.

Во второй части презентации спикер дал краткий обзор развития отрасли за 10-15 лет. «Оглядываясь, – сказал Кирилл, – трудно поверить в то, как стремительно выросла скорость передачи данных с появлением и развитием CAN-шины. За тот же период в 4 раза выросло и число электронных блоков в автомобиле – до 80 (в среднем), да и само число шин, связующих блоки и дающих обмен данными, увеличилось от 1 до 12 и более».

«Так же, как современный смартфон уже не имеет ничего общего кроме названия с телефоном прошлого века, и современный сканер очень мало похож на тот, с которым начиналась тема электронной диагностики», – сказал он, иллюстрируя идею необходимости постоянного совершенствования навыков и обновления знаний для сохранения и развития в профессии.

Алексей Духовный, представляя программу от бренда TEXA, особое внимание уделил внедрению ГЛОНАСС и новым вызовам и возможностям, которые создаются в момент подключения многих, а затем и всех автомобилей в единую сеть и единую облачную базу данных.

«Вхождение в сетевой формат управления данными, мониторинга и диагностики автомобилей сильно переключит отрасль, – подчеркнул спикер. – Слыть профессионалом и собирать деньги, банально считывая и стирая код ошибок и «торгуя бумагой», то есть выдавая простенькие диагностические распечатки, станет бесполезно – такую информацию сможет получить любой автовладелец и самостоятельно! Но подлинная суть профессии будет востребована и сохранит свою ценность: а это по-прежнему выявление и решение реальной проблемы по симптомам, которыми в том числе являются данные всевозможных систем и датчиков».

«Компания TEXA в 2017 году отмечает 25-летний юбилей, – указал спикер. – Жизнь бренда длинной в четверть века началась с очень локальной линейки сканеров и сейчас выросла до полного спектра возможностей и применений по парку и системам автомобиля, TEXA располагает и сертификатами омологации от автопроизводителей на приборы и оборудование». Предваряя программу второй половины дня, Алексей сказал, что вместо работы в сервисной зоне (лаборатории) компания выбрала экспертное консультирование в малых группах по актуальным темам и трендовым направлениям, в том числе по климатическим системам

Кирилл Малащук представил компанию BrainStorm и ее бренды Autel и Grunbaum. Кирилл предложил особое внимание уделить дизельной тематике как в целом, так и в рамках приборов и ПО своего бренда

Алексей Духовный, представляя программу от бренда TEXA, особое внимание уделил внедрению ГЛОНАСС

ГЛОБАЛЬНЫЙ АВТОСЕРВИС

LAUNCH

Четверть века успешного роста

< 300.000 СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СОСЕДСТВУ



ОФИЦИАЛЬНОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО LAUNCH в РОССИИ и СНГ
 117393, МОСКВА, АКАДЕМИКА ПИЛЮГИНА 24-306, +7(495)740-2560, launchcis@cnlaunch.com
<https://www.cnlaunch.com> www.x431.com www.golo365.com www.launch-cis.ru
<https://www.facebook.com/LaunchTechHQ> <https://twitter.com/LaunchTechHQ>

ТОЛЬКО ОФИЦИАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ У ОФИЦИАЛЬНЫХ ДИСТРИБЬЮТОРОВ



и принципиально новому хладагенту, который только выходит на рынок.

Владимир Карташов, коснувшись темы перспектив отрасли, обрисовал ближайшие цели компании Launch, которая сконцентрировала свои усилия в первую очередь на разработке и внедрении решений на базе инновационных технологий, таких как Connected Cars, IoT, «умное вождение», «облачная диагностика с искусственным интеллектом», Big data и V2X

Владимир Карташов, представляя программу от Launch, поздравил всех присутствующих с началом мероприятия и пожелал участникам удачи и успехов в конкурсной программе. Сделав краткий обзор структуры компании, в том числе производственных подразделений и зарубежных филиалов, он также подчеркнул, что компания в этом году отмечает свой 25-летний юбилей, при этом на российском рынке Launch активно работает уже 15 лет. Далее спикер познакомил аудиторию с основными направлениями деятельности компании, остановился на диагностической продукции, выделив несколько основных продуктовых линеек, а также анонсировал ряд интересных новинок нынешнего года. Представляя программу, запланированных на вторую половину дня мастер-классов, Владимир Карташов отметил, что они пройдут в формате практического семинара, на котором участники смогут познакомиться с особенностями работы диагностического оборудования Launch, а также задать вопросы и высказать свои предложения и пожелания.

Владимир Суров, руководитель технического департамента компании Rheinmetall Automotive, дивизион Motorservice International, представил взгляд «третьей стороны» – партнера как СТО, так и поставщиков ПО и приборов, поскольку компания является поставщиком систем, технологий и узлов для автопроизводителей и вторичного рынка

Коснувшись темы перспектив отрасли, докладчик поддержал предыдущих ораторов и обрисовал ближайшие цели компании, которая сконцентрировала свои усилия в первую очередь на разработке и внедрении решений на базе инновационных технологий, таких как Connected Cars, IoT, «умное вождение», «облачная диагностика с искусственным интеллектом», Big data и V2X. Все это в ближайшем будущем позволит нам, как водителям, пользоваться различными сервисами интеллектуальной помощи при управлении автомобилем в максимально удобном для нас виде, и в итоге перейти на новый уровень безопасного использования автономных роботизированных транспортных средств.

Игорь Галахов, представляя взгляд Bosch на перспективы развития автомобиля как такового и его диагностики, отметил переход фокуса внимания с силового агрегата на вспомогательные и специальные системы. Пример – головной свет, который долго был чем-то простым и не требующим для себя особых систем настройки и диагностики. Но с появлением адаптивного света все изменилось: источник света, который работал с фарой на основе лампы накаливания, галогеновой или ксенона, более или менее прост, он может быть и механическим. Но для адаптивного света все иначе, процесс начинается с позиционирования, привязки каждого сегмента фары к точке отсчета (сейчас их до 24 у Mercedes, например) и далее уже оценки всего светового пучка и его рисунка, который может сложно видоизменяться.

Меняются и базовые вещи: прежде автомобиль двигался с ближним светом, изредка переключаясь на дальний. Для адаптивного света именно дальний основной, а при особых условиях возможно отключение части сегментов и изменение рисунка светового пучка. Иные вспомогательные системы, например настройка систем распознавания дорожных объектов, калибровка радаров, также потребуют контроля, калибровки, ремонта датчиков и камер.

Много внимания Игорь уделил теме скорости обмена данными, в разы возросшей при внедрении CAN-шины и снова революционно развившейся с вводом ethernet-решений. В залах практики во второй половине дня рассматривались менее трендовые, но более практические вопросы диагностики дня сегодняшнего.

Владимир Суров, руководитель технического департамента компании Rheinmetall Automotive, дивизион Motorservice International, представил взгляд «третьей стороны» – партнера как СТО, так и поставщиков ПО и приборов, поскольку компания является поставщиком систем, технологий и узлов для автопроизводителей и вторичного рынка. До недавнего времени рынок был известен брендом KSPG, но с осени 2016 года структура концерна уточнилась, и все автомобильное направление стало называться Rainmetal Automotive, имеющее три основных подразделения, в том числе Kolbenschmidt, которому и была посвящена в основном презентация.

Блок презентаций и докладов завершили Станислав Светозаров (Школа диагностов «Инжекторкар») и Иван Терешонков (Легион-Автодата).



Расширение ассортимента фасовок продукции*



*дetailed information on the change of the product assortment
You can get by phone or on the website:

+7 (495) 640-53-78; +7 (495) 229-42-42

www.solid-auto.ru





Результаты конкурса диагностов



Финал конкурса диагностов, организованного коммуникационным агентством «Автомобильное время», прошел 31 марта в Учебном Центре компании Bosch. Финалистов ждали сложные практические задания, гостей УЦ – интересные лекции по особенностям диагностики современных систем бензинового и дизельного впрысков, экскурсия и семинар по клиентским технологиям и методикам увеличения прибыли СТО.

Имена диагностов-финалистов, прошедших во второй тур:

1. Спрукуль Станислав (Вилгуд)
2. Монин Юрий (Дилижанс, г. Санкт-Петербург)
3. Прохоров Александр (МАМИ, г. Москва)
4. Цирков Владимир (Диджитал Дизель, г. Москва)
5. Кашканов Олег (Автопим, г. Нижний Новгород)
6. Рогоцевич Сергей (Бош Сервис, г. Королев)
7. Семенов Александр (Механика, г. Москва)
8. Медведский А.П. (г. Москва)
9. Литвинов Евгений (FitLab, г. Новосибирск)
10. Деревягин Виталий (г. Архангельск)

11. Устюжанин Андрей
12. Данилов Денис (Дилижанс, г. Санкт-Петербург)
13. Шелков Никита (г. Москва)
14. Соколенко Артем (Автосервис Победа, г. Климовск)
15. Шихалев Евгений (г. Первоуральск)
16. Сапельников Кирилл (г. Королев)

Победителями стали:

1 место: Рогоцевич Сергей (Бош Сервис, г. Королев) – 139 баллов

2 место разделили Литвинов Евгений (FitService, г. Новосибирск) и Данилов Денис (СТО Дилижанс, г. Санкт-Петербург) – 129 баллов

3 место: Деревягин Виталий (Автоцентр АКС, г. Архангельск) – 123 балла.

Максимально можно было набрать 150 баллов. Победители получили ценные призы от спонсоров проекта, бесценный опыт общения и новые знания, а организаторы настолько положительные отзывы, что уже есть идеи на следующий год! ■



A1 WAY TO PERFECTION

*ПУТЬ К СОВЕРШЕНСТВУ



Товары для
профессионального
авторемонта



Индивидуальный подход к каждому клиенту

Специальные условия уточняйте у представителей компании «Европроект Групп» в вашем регионе.

тел.: +7 (495) 229-42-42, доб. 225 www.europroject.ru

Эпоха GOLO-грамм

Илья НИКОЛОВ, фото Сергей ЛЕНСКИЙ



Вот знаете, что меня больше всего раздражает на работе? Звонок на телефон в разгар трудового дня. Находишься ты, значит, в совершенно неудобной позе, где-нибудь под торпедой, высматриваешь себе провода и тут звонок: «Ой, у меня загорелся какой-то значок!» Пытаешься на ходу вспомнить звонящего, соотносить его знания в автомобилях с общими умственными способностями и начинаешь осторожно расспрашивать: «А что изображено на значке?» Ответы могут быть разные, даже анекдотичные, например: «Погас ПРНДЛ». Что это такое? Ах, индикатор селектора! Мудрые китайцы поняли этот момент и придумали устройство для удаленной диагностики LAUNCH GOLO EasyDiag+.



Илья Николов, постоянный эксперт журнала, специалист по электрике и диагностике электронных систем

Маленькими коробочками с ELM адаптером, привязанными по блютузу или вафайем к смартфону, никого уже не удивить. Они продаются на каждом шагу. Эти адаптеры получили дальнейшее развитие, что и вылилось в новый продукт, который предлагает LAUNCH. Собственно о нем и пойдет речь. Называется он GOLO. Выглядит он как и любой адаптер, коих на рынке огромное количество. Симпатичная коробочка с разъемом OBD. Но у него есть определенные преимущества.

Во-первых, он, разумеется, диагностирует автомобиль через программу на смартфоне. Во-вторых, он снабжен разъемом под sim-карту и GPS. Для чего? А вот как раз для того, чтобы не задавать глупых вопросов своему

автомеханику. Основная функция адаптера – это возможность привязать прибор к диагностическому компьютеру специалиста через интернет.

Думаю, это одно из достоинств и главнейшая функция прибора. Ваш диагност, не вдаваясь в долгие и порой бесплодные вопросы-ответы, может просто удаленно посмотреть, что у вас случилось с автомобилем, насколько опасна неисправность и можно ли с ней двигаться дальше. Представляете, от какого количества лишних движений он избавляет и клиента, и сервисмена?

Адаптер работает с двумя, скажем так, средствами визуализации. Это смартфон хозяина и

диагностический компьютер диагноста, к которому он привязывается. Разумеется, сам хозяин может посмотреть, что за неисправность у него случилась, пользуясь установленной программой, и через интернет для полной и более

Я бы поставил этот прибор на все маршрутки. И нещадно штрафовал водителей за превышение скорости. Адские водители, работающие тут, вероятно в своей жизни возили только бревна.

Будет прибор интересным и для транспортных компаний, так как все действия автомобиля пишет трекинг



тщательной диагностики связаться со специалистом. Основным, конечно же, будет являться вопрос, можно ли двигаться дальше или вставать и вызывать эвакуатор. Девайс может быть удобным еще для определенной категории людей, которых называют в автосервисах «мне только скинуть чек».

Кроме того, GOLO мне кажется полезным инструментом и для диагноста в случаях, когда специалиста интересуют условия возникновения какой-либо плавающей непостоянной неисправности. Разумеется, код ошибки сохраняется в памяти блока, часто сохраняются и параметры, но иногда их недостаточно. Поэтому возможность посмотреть через интернет в онлайн параметры будет весьма полезной мерой.

GOLO снимает данные каждую секунду, упаковывая и отправляя их в облачный сервис. И это позволяет прокрутить параметры, при которых неисправность возникла. Правда таких данных пока немного. Это обороты двигателя, температура, пробег, бортовое напряжение, состояние автомобиля, скорость, остаток/потребление топлива. Ну, и не надо забывать, что GOLO это очень хороший способ «привязать» клиента к сервису.

Будет прибор интересным и для транспортных компаний, так как все действия автомобиля пишет трекинг. Конечно, этим никого сейчас не удивишь. Однако, кроме того, у прибора есть еще и G-сенсор, то есть сенсор ускорения. Подпущу немного эмоциональной окраски.

Ну и наконец, прибор является неким хипстерским гаджетом. Он может раздавать интернет и работать как бортовой компьютер, вычисляя остаток топлива, количество километров, пройденных на одной заправке, и прочие параметры как и любой бортовой компьютер. GOLO может работать GPS навигатором, определяя местоположение автомобиля, может проверять, закрыты ли все двери во время стоянки, было ли срабатывание датчика удара, то есть осуществлять некие охранные функции. Потребление электричества у GOLO в состоянии покоя очень небольшое, так как при выключении зажигания прибор «засыпает» и активируется по срабатыванию датчика ускорения, активности CAN-шины или при включении зажигания.

Предварительно прибор мне кажется перегруженным функциями. Насколько они окажутся востребованными, покажет время. Но в общих чертах идея весьма перспективная и интересная. К следующему номеру журнала «КУЗОВ» мы поднаберем статистики и сделаем полноценный отчет. Во-первых, с точки зрения клиента. Я установил GOLO в новый автомобиль моего сына, недавно получившего права. Он оценит прибор с точки зрения молодежи, а я в то же время удаленно оценю манеру его езды как родитель. Во-вторых, сам оценю функциональность прибора с точки зрения автодиагноста. Ну, параллельно мы расскажем про новый диагностический сканер Launch. Получится свежо и необычно! ■



GOLO окажется полезным инструментом и для диагноста в случаях, когда специалиста интересуют условия возникновения какой-либо плавающей непостоянной неисправности

GOLO снимает данные каждую секунду, упаковывая и отправляя их в облачный сервис

«Обалденный фидбэк»

Роман АКОЛЬЗИН

Именно с подобных восторженных слов начинались наши вечерние интервью с экспонентами выставки Detailer Day Expo 2017. Почему именно вечерние? Да потому, что уже с утра у стендов экспонентов невозможно было протолкнуться, более двух с половиной тысяч детейлеров съехались в Москву, чтобы своими техническими вопросами испытать представителей мировых и отечественных детейлинг-брендов. Мы предлагаем вам еще раз прогуляться с нами по павильонам КВЦ «Сокольники» и посмотреть, что же происходило интересно на той части стендов, которую мы успели посетить.



«БК ХИМ», создатель KRYTEX, генеральный спонсор Detailer Day Expo 2017

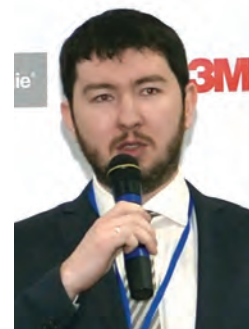
Компания «БК ХИМ» поставила своей основной задачей напомнить посетителям выставки, что KRYTEX является не просто российской коммерческой маркой, а полноценным отечественным научно-производственным проектом. Булат Килов, генеральный директор компании «БК ХИМ», рассказал, что сегодня его бренд является одним из ключевых игроков рынка защитных покрытий, и поэтому может позволить себе взять роль исключительного партнера выставки. Именно поэтому на главном выставочном стенде компания представила не только всю линейку своих продуктов для различных видов транспорта, но и показала их работу на отреставрированном автомобиле ГАЗ-21.

Эксперт отметил, что сегодня недостаточно делать упор лишь на качество своей продукции: «Представителям всех компаний-игроков российского рынка детейлинга нужно объединить свои усилия в пропаганде культуры ухода за автомобилями в среде автолюбителей. Таким образом развивая сегмент детейлинга в целом, мы сможем увеличить наши доли на рынке, а также поспособствовать воспитанию бережного отношения к машинам, что крайне необходимо в кризисное время». Говоря о преимуществах бренда перед именитыми зарубежными конкурентами, Булат отметил, что продукты KRYTEX имеют наилучшую адаптацию к россий-

ским реалиям: суровым реагентам, агрессивной мойке и нестабильным погодным условиям. Эксперт резюмировал, что выставка Detailer Day Expo 2017 стала самым интересным и значимым событием отрасли за несколько последних лет.

CarTech Pro, официальный спонсор Detailer Day Expo 2017

В основном зале одним из самых посещаемых мест оказался стенд CarTech Pro, компании, фокусирующейся на производстве российских экологически чистых шампуней. «По сути CarTech Pro – это даже не марка, а целая система, линейка продуктов для мойки кузова и ухода за интерьером, объединяющая в себе все необходимое. Основными нашими преимуществами являются качество вкупе с доступностью по цене», – прокомментировал Евгений Холопов, руководитель производства товаров CarTech Pro и директор магазина товаров для детейлинга Detailingshop. Эксклюзивность продуктовой линейки бренда состоит в возможностях уникальной абсолютно бесконтактной трехфазной мойки, заключающейся в поступательном применении трех шампуней: Pre Wash Bio-Active, Basic Shampoo и Nanopolish Hydro. При этом составы действительно экологичны, они созданы на основе смолы, масла и органических ПАВов. Также на стенде было представлено защитное покрытие для ЛКП нового поколения.



Булат Килов, генеральный директор компании «БК ХИМ»



Евгений Холопов, руководитель производства товаров CarTech Pro и директор магазина товаров для детейлинга Detailingshop





Дмитрий Лупаносов,
создатель компании
LERATON

LERATON, официальный спонсор Detailer Day Expo 2017

Ажиотаж вокруг экспозиции LERATON оказался таким, что уже в обед компания отправила на склад машину за новой партией товара. Марка LERATON известна как один из немногих отечественных производителей работающей и безопасной химии для автомоек и детейлинг-центров. «Поскольку этикетки нашей продукции выполнены в винтажном стиле, мы постарались порадовать окружающих подходящим под этот стиль легендарным Chevrolet Impala 67-го года выпуска. Мускул кар нам достался в ужасном состоянии, наши специалисты отполировали его и нанесли на кузов силант X1 собственного производства. Именно такая наглядная демонстрация оказалась наиболее доступной для аудитории», – рассказал Дмитрий Лупаносов, создатель компании LERATON.

«3М Россия», официальный спонсор Detailer Day Expo 2017

Компания 3М традиционно ответственно отнеслась к своему выступлению на выставке. Для проведения мастер-классов представители бренда выстроили эксклюзивный стенд, а для дополнительных демонстраций материалов в павильон загнали Mini Cooper. Площадка не отпускала десятки человек, которые на протяжении всего дня выставки самостоятельно клеили пленки и обсуждали проблемы технологии с представителями бренда. Упор компания сделала на свои антигравийные полиуретановые пленки 3М Venture Shield и новинку 3М Scotchgard PRO. Последняя уже успешно продается в России около полутора лет, и сегодня на выставке была доступна ее последняя модификация.

3М Scotchgard PRO эффективно служит в течение 7 лет. Это не пустые слова, ведь у компании за год по всем пленкам всего 1,49% возвратов. Она располагает защитным полиуретановым лаковым слоем, который обеспечивает пленке защиту от механического износа и агрессивной химии. Лак придает автомобилю высокий глянец, а также может полироваться. Кроме того этот материал – самозатягивающийся. Последнюю версию пленки отличает усовершенствованный лайнер и усиленный клей. По словам Павла Петрова, специалиста по работе с ключевыми клиентами компании «3М Россия», новый клей обладает большей сопротивляемостью к аппаратам АВД, применяемым на автомойках.

Помимо этого компания также продемонстрировала тонирующие и атермальные пленки серии 3М Crystalline и немного автокосметики, в частности финишную полировальную пасту 3М 39030 и сопутствующие товары для подготовки поверхности.

Perfecta, официальный спонсор Detailer Day Expo 2017

Компания Perfecta, определяясь с форматом участия, задалась целью максимально емко продемонстрировать на своем стенде весь перечень продуктов и услуг. Компанию выгодно отличает то, что она является комплексным поставщиком детейлинг-центров. В пакете производителя присутствует все от химии для правильной мойки, до высококачественных керамических защитных составов Nanolex. Здесь же были представлены как собственная линейка полировальных материалов, так и продукты партнерских брендов. «Сегодня мы были очень удивле-



Павел Петров, специалист по работе с ключевыми клиентами компании «3М Россия»



Станислав Ушаков,
директор по развитию
бизнеса компании
Perfecta



MEGA ЗАЩИТА

KRYTEX™



ЗАЩИТНОЕ ПОКРЫТИЕ

ЗАЩИТНОЕ ПОКРЫТИЕ

УСТАНОВИ, ПОКА НЕ ПОЗДНО...



Майкл Ступс, главный глобальный тренер Meguiar's.

ны вниманию такого количества адекватных специалистов, объединенных высокой квалификацией в вопросах детейлинга. За день мы неоднократно обсудили и технические нюансы применения наших продуктов, и вопросы дилерства, и нашу техническую поддержку», – делится впечатлениями Станислав Ушаков, директор по развитию бизнеса компании Perfecta. В свою очередь бренд Nanolex анонсировал собственную программу поддержки детейлинг-центров. С этого момента в России этим займется компания Perfecta, которая будет сертифицировать и обучать своих потенциальных партнеров. Эксклюзивность проекта заключается в том, что во франшизу не предполагается никаких входных платежей и никаких последующих отчислений роялти.

«Кох Химия Рус», официальный спонсор Detailer Day Expo 2017

Стенд KochChemie можно назвать одним из самых популярных. Действительно, Дмитрий Авилов, директор компании «Кох Химия Рус», за день не успел ни разу передохнуть – столь богатое внимание оказывала аудитория к продукции именитой марки. Массы вопросов не удалось избежать ни одному продукту из линейки. Глубокому обсуждению подверглись как полировальные пасты и химия для автомоек, так и защитные покрытия вместе с синтетическими восками. Не меньший интерес у гостей стенда вызвали обучающие курсы и сертификация бренда. «Конечно, такого информационного давления и очередей мы не ожидали. В первый раз это даже выглядит плюсом, нежели негативной чертой. Однако мы больше чем уверены, что в следующем году Detailer Day Expo должна проводиться в течение двух

дней. Это даст возможность в более спокойной обстановке, адресно обсудить все накопившиеся у клиентов вопросы. В целом же компания KochChemie гордится тем, что она плечом к плечу с журналом «КУЗОВ» и порталом Car-Care.ru стоит у истоков такой значимой для российской отрасли выставки», – отметил Дмитрий в своем интервью.

«ДАЛЬЛАК», официальный представитель Meguiar's в России

Meguiar's расположился неподалеку от ЗМ. Однако сам стенд назвать таковым сложно. Его роль выполняла визитная карточка компании – фирменная палатка Meguiar's. Эта площадка вкуче с собственным темно-зеленым отдельно стоящим Mini Cooper не пустовала ни одной минуты. Десятки людей следили за тем, как американские представители Meguiar's и их российские коллеги полировали автомобили и рассказывали о свойствах знаменитых продуктов бренда. «Я думаю, что само по себе это мероприятие просто экстремально важно для отрасли. Если вам удалось собрать столько профессионалов в одном месте в первый раз, то это громадный успех. Конечно, сложновато в таком шумном окружении в процессе мастер-класса разговаривать детально с каждым по отдельности, но это мелочи по сравнению с полученным сегодня позитивом. Знаете, что меня сегодня поразило больше всего? Это сколько на наш стенд приехало представителей Meguiar's, чтобы помочь компании с мероприятием! Столько дистрибьюторов нуждаются в прямой связи с производителем, и столько вопросов требует разрешения!» – отметил в личной беседе Майкл Ступс, главный глобальный тренер Meguiar's.



Дмитрий Авилов, директор компании «Кох Химия Рус»





LeTech, производитель инструментов и материалов для ремонта и восстановления кожаных изделий

Компания LeTech вышла на выставку со всей линейкой своих товаров, начиная от продуктов базового ухода за кожей, ориентированных на автолюбителей, заканчивая профессиональной химией, заточенной под реставрацию кожаных изделий. Помимо самой продукции представители компании активно промотировали свои обучающие семинары, а также просто общались с окружающими на тему правильного ухода и эксплуатации кожи. «Самая сильная сторона марки LeTech – это техническая поддержка наших клиентов. Мы всегда онлайн, всегда на телефоне и располагаем всем необходимым на складе. Также отмечу, что стабильность компании легко просчитать по ее кадрам. У нас минимальная текучка сотрудников, и все наши специалисты это известные мастера с громадным стажем», – отметил Сеит Абдураимов, управляющий директор компании LeTech.

Av-Masters, производитель PDR-инструмента Av-Tool

Беспокрасочное удаление вмятин – очень востребованная услуга в детейлинг-центрах. Во-первых, автомобили, приезжающие на полировку, далеко не новые, это значит, что на кузове у них встречаются вмятины. Во-вторых, сами детейлеры иногда повреждают автомобили во время проведения работ, и в этот момент нужно быстро нивелировать последствия такой оплошности. Сергей Чубукин, директор компании Av-Masters, отметил, что большинство людей, подходящих к стенду компании, не знают о технологии ровным счетом ничего. Поэтому конечно в первую очередь их интересовали курсы обучения PDR-ремонт, их интенсивность, продолжительность и стоимость. «Нужно понимать, что обучение этому ремеслу – тяжелый кропотливый труд, и если в него погружаться, то полностью», – отметил эксперт.

Целый день участники и гости выставки полировали, клеили пленки, наносили защитные покрытия, тестировали инструмент, а главное – делились опытом и просто общались



Компания LeTech вышла на выставку со всей линейкой своих товаров базового ухода за кожей, ориентированных на автолюбителей, заканчивая профессиональной химией, заточенной под реставрацию кожаных изделий

«Фёст», детейлинг-центр

Евгений Гулевич, директор детейлинг-центра «Фёст», с ходу заявил, что формат Detailer Day Expo 2017 стал максимально информативным как для участников, так и для гостей шоу: «Фёст» пришел на выставку с собственной программой обучения и презентацией учебного центра, а закончил день с массой полезных контактов и знакомств». В учебном центре компании можно пройти обучение абсолютно по всем специальностям, каким-то образом причастным к детейлингу: от локальной покраски и перетяжки салона, до бизнес-курсов по организации производства. Такой разброс специализаций крайне важен, ведь детейлеру недостаточно овладеть профессией, также нужно понимать, как грамотно ее применять на стадии создания и раскрутки компании. Эксперт уверен, что в 2018 году организаторов выставки ожидает взрывной спрос на участие в мероприятии.

«МАТТЕХ», официальный дистрибьютор бренда FLEX

Марка FLEX никогда не обходила детейлинг-индустрию стороной. Так и сегодня бренд пожаловал на выставку с заряженной облойкой полировальных и шлифовальных машин, пылесосов и дополнительного оборудования для детейлинг-студий. На стенде были продемонстрированы зарекомендовавшие себя продукты, а также некоторые новинки. Каждой из моделей гости выставки смогли самостоятельно поработать, параллельно получая техническую консультацию специалистов компании. Сергей Соловьев, генеральный директор компании «МАТТЕХ», заметил, что, судя по реакции в социальных сетях, участие FLEX в выставке вызвало бурю приятных впечатлений у зарубежных коллег и партнеров компании.

«ЭВЕРГЛАС», официальный дистрибьютор бренда Chemical Guys

Игорь Гвоздев, генеральный директор компании «ЭВЕРГЛАС», приехал на выставку на машине Мистера Бина, подготовленной материалами Chemical Guys. А работу с гостями стенда курировала обворожительная Катерина Новоселецкая. «Многие считают, что выставку следовало проводить в два дня. Мы же придерживаемся кардинально противоположного мнения. Именно дефицит времени заставил приехать сюда всю эту массу людей, создал такую непередаваемую атмосферу столпотворения. Организаторы обеспечили выставку посетителями, а участники сами должны эффективно организовывать работу стендов

с детейлерами, это наша зона ответственности», – согласились друг с другом коллеги.

«СмикТех», гидрофильные покрытия

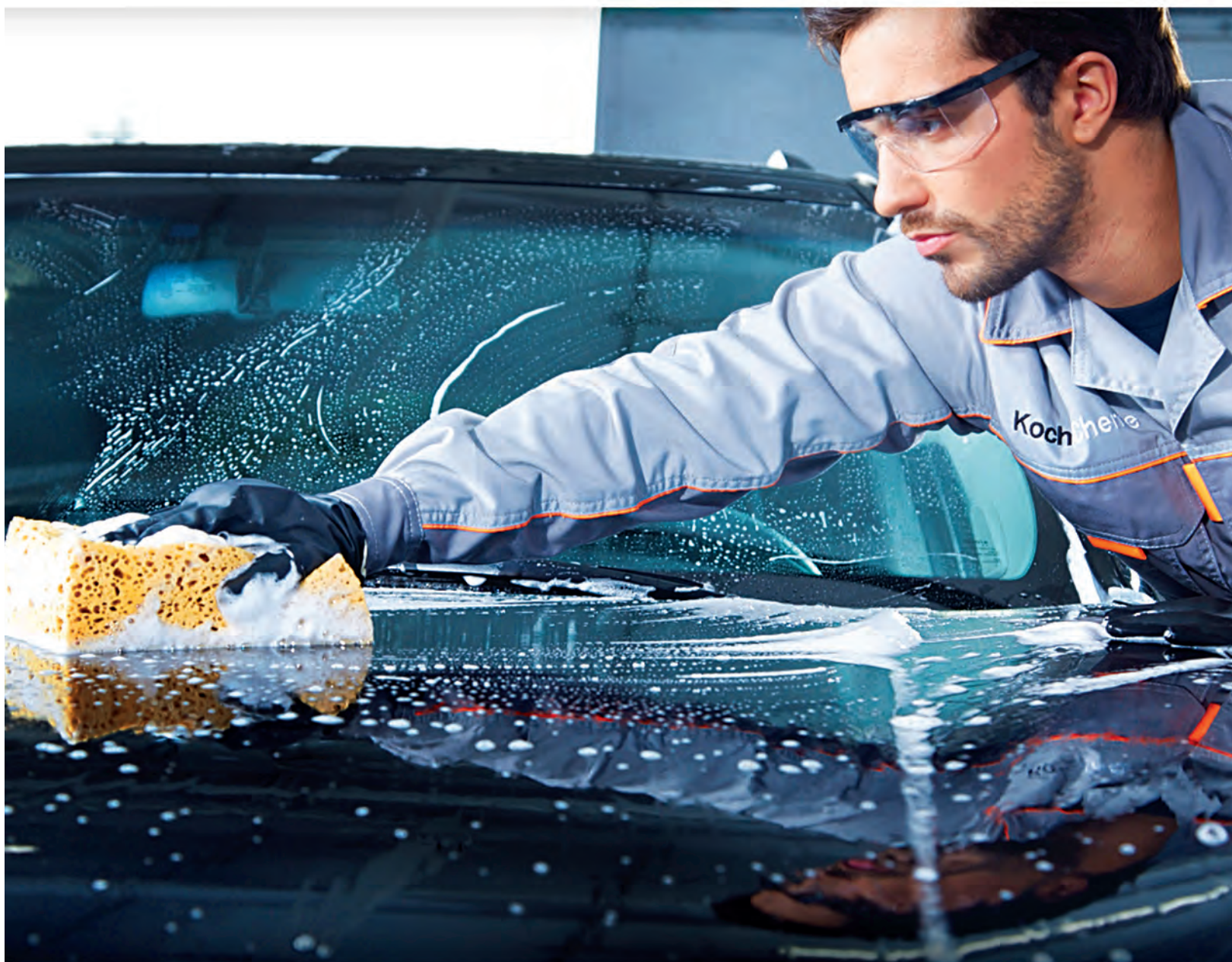
Олег Смирнов, директор компании «СмикТех», продемонстрировал публике высококачественные гидрофильные покрытия. Их отличие от гидрофобных аналогов состоит в том, что они не отталкивают воду, а наоборот притягивают жидкость, равномерно распределяя ее по всей поверхности. Необработанное ЛКП накапливает статический заряд и притягивает пыль. Покрытия «СмикТех» проводят ток, что положительно сказывается на чистоте автомобиля и сохранности антигравийной пленки или любого защитного состава на нем. «Наша компания неоднократно участвовала в отечественных и зарубежных специализированных выставках, но с таким ажиотажем мы ни разу не сталкивались. Могу предварительно сказать, что сегодня компания получила профессиональных контактов больше, чем за все прошлые мероприятия», – заключил Олег.

HIGH LVL

Грандиозным шоу на выставке было отмечено присутствие бренда HIGH LVL. Компания загнала в павильон сразу несколько премиальных автомобилей для демонстрации работы своих составов и материалов. В личной беседе Ислам Бжеников, президент компании HIGH LVL, поделился, что такой громкий формат компания выбрала специально, чтобы ярко заявить о себе в первой российской детейлинг-выставке. Специально установленный «инстаграм» подтвердил около 400 новых подписчиков на аккаунт компании в Instagram. «На рынке масса защитных покрытий, в которых без специальных маркетинговых знаний сразу не разберешься. Наша компания расставляет акценты не на продукции, а на услуге как таковой. Иными словами, мы культивируем лояльность к технологии и профессионалам. Положительные ассоциации должна вызывать как этикетка, так и сами люди, воплощающие в жизнь нашу технологию».



KochChemie® ExcellenceForExperts.



**Все говорят о цене на услугу -
Мы говорим о её Ценности.**

*Любите свой автомобиль, ухаживайте и выбирайте
для него только Лучшее!
Настоящее немецкое качество с 1968 года.*

Сделано в Германии
www.kcugmbh.ru

«АвтоАудиоЦентр-Екатеринбург», эксклюзивный дистрибьютор бренда ServFaces

На площадке немецких защитных покрытий ServFaces на протяжении всего дня также не стихали семинары. Владимир Кирдин, ведущий менеджер по продукции ServFaces в Екатеринбурге, рассказал, что основной темой дискуссий стали керамические защитные покрытия и их облегченные «лайтовые» версии. При этом эксперт обратил внимание на то, что между участниками, представителями брендов и посетителями-детейлерами ни разу не было замечено негатива: «Профессионалы приехали сюда, чтобы конкретно обсудить насущные технические вопросы, поделиться опытом, обзавестись новыми знакомствами и получить знания». Основные экономические вопросы – это ценовая политика компании, позиционирование продукта по отношению к рынку. Также Владимир сделал акцент на факте, что основным преимуществом бренда является не только европейское качество, но и полнота номенклатуры защитных составов, позволяющая перекрывать потребности как начинающего детейлера, так и знатока своего дела.

Festool

Во время интервью на стенде компании Артем Задорин, руководитель направления Автомотив марки Festool в России, затронул проблему перенасыщения рынка дешевыми китайскими инструментами. Эксперт рассказал, что помимо демонстрации довольно простой в применении полировальной системы Festool, на стенде основную часть времени посвятили практике с инструментами бренда. После многократного тестирования у пользователей просто сам собой отпал вопрос: «Что лучше: купить 5 китайских полировальных машинок или одну Festool?» Высокое качество и огромная ресурсность оборудования марки обеспечивает непрерывность процесса производства, а функциональность и эргономика позволят долго с ним работать без оглядки на свое здоровье и психику. Помимо детейлин-

га здесь на стенде Festool отдельное внимание было посвящено технологии локального ремонта Spot Repair, которая вызвала бурный интерес. «Эта тема очень важна, ведь многие машины, заезжающие в детейлинг-центры, располагают сколами и повреждениями. Зачем таких клиентов отдавать на аутсорсинг в соседние кузовные цехи, если можно самостоятельно внедрить услугу локального ремонта?», – задавал вопрос гостям стенда Артем Задорин.

«АвтоЗабота», отечественные гидрофильные покрытия

Питерцы делают ставку на отечественное производство инновационных гидрофильных покрытий, поскольку политика импортозамещения компании наиболее близка. Начиная марка с производства химии и косметики для оружия, после чего было принято решение распространить свое влияние и в автомобильную отрасль. Как оказалось, разработать и произвести защитные гидрофобные составы для стекол и кузовов автомобилей для химиков «АвтоЗаботы» не составляет труда. «В задачи коллектива не входит копирование формул иностранных защитных покрытий, мы синтезируем собственный продукт, максимально адаптированный для российских реалий и привлекательный не только качеством, но и ценой. Продукты «АвтоЗаботы» также выгодно отличаются простотой нанесения», – прокомментировал Олег Боровиков, исполнительный директор компании «АвтоЗабота». Мощности компании постоянно растут, уже сегодня она может производить в месяц более двухсот больших комплектов защитных покрытий.

Detailing-Pro, официальный представитель бренда EverGlass

EverGlass попал на выставку с 13-ю новыми продуктами, которые практически полностью обновили линейку бренда. Помимо этого был представлен защитный состав для матовых поверхностей, наносимый на любые матовые пленки и базу без лака. «Также на полках присутствовал новый состав для колесных дисков, защищающий от дорожных реагентов и осадков оксида железа. Это тот случай, когда раскаленная колодочная пыль «приваривается» к холодному или мокрому диску. Помимо этого в линейку был введен состав Premiumcoat, предназначенный строго для сертифицированных детейлинг-центров», – поделился Александр Абрамов, директор детейлинг-студии Detailing-Pro. Также Detailing-Pro представили бренд Colourlock, производства компании Lederzentrum GmbH. Это ведущие средства для ухода и реставрации кожи, омологированные концернами Audi, BMW и Mercedes.

В Москву прибыли детейлеры не только с окраин страны и ближнего зарубежья, но даже из Великобритании и США



«Европроект Групп», официальный представитель брендов *Sia Abrasives* и *Riwax*

С самого утра стенд «Европроект Групп» подвергся пристальному вниманию гостей выставки, интенсивное ознакомление с возможностями швейцарских брендов продолжалось без перерыва. Алексей Гоголев, руководитель департамента абразивных материалов компании «Европроект Групп», заметил, что профессиональные детейлеры очень тепло встречают бренды, с которыми они не были знакомы: «Сказывается открытость аудитории к новым знаниям, люди стараются не заикливаться на общеизвестных продуктах. *Sia Abrasives* и *Riwax* отлично показали себя в сегодняшних тестах и мастер-классах, что неминуемо приведет к более активной экспансии брендов на российский рынок». Эксперт уточнил, что сегодня все больше детейлинг-центров в своей работе используют технологии *Sia Chrome* и обновленные линейки *Riwax RS* и *PX*.

Advance Star

Старейший столичный детейлинг-центр Advance Star сконцентрировал свою маркетинговую и PR-активность сразу на трех стендах. На первом слушателям демонстрировались известные немецкие покрытия *LiquidGlass Protec*, дистрибьютором которых с недавнего времени стал детейлинг-центр. На втором – обсуждались вопросы применения новых полиуретановых антигравийных пленок *СТЕК*, чьи преимущества состоят в ярко выраженных гидрофобных и эстетических свойствах. Третьим и основным местом взаимодействия с потенциальными клиентами стал именно стенд Advance Star. Здесь обсуждались вопросы обучения и подготовки специалистов детейлинг-студий. «Выставка наглядно показала, что львиная часть рынка лишь открывает для себя детейлинг. Владельцы независимых СТО, руководители моечных комплексов, представители дилерских центров слышаны об общих понятиях детейлинга, соответственно и большая часть их вопросов была сосредоточена на базовых принципах нашего ремесла. Специалисты Advance Star доносили до посетителей, что эта работа требует знаний и полной отдачи, для чего мы внедрили собственную уникальную программу обучения и предлагали ей воспользоваться», – прокомментировал Павел Вайвадс, учредитель компании Advance Star.

Magic Car Company RUS, учредитель бренда HIGH SKILL

Кирилл Мишненков, директор компании Magic Car Company RUS, также не ожидал столь пристального внимания посетителей выставки к



защитным покрытиям HIGH SKILL как для кузова, так и для кожи. Специалист отметил высококлассную организацию мероприятия, а также поведал об основных плюсах предлагаемой продукции: «Разработка покрытий HIGH SKILL ведется на современных лабораториях в Японии, Тайване и Корее. Их качество жестко контролируется на каждом этапе производства, а также при получении аттестовывается нашими специалистами. Именно эти факты позволяют нам говорить об исключительности наших продуктов».

«ФторПейнт», представитель бренда Silex

Научно-промышленная группа «ФторПейнт» специализируется на разработке и внедрении инновационных защитных покрытий. Поэтому основной конек стенда – это автокосметика для работы с интерьером и экстерьером автомобиля, а также стекол и зеркал. Иван Королев, начальник лаборатории компании «ФторПейнт», акцентировал внимание, что большая наполняемость выставки говорит о ее глобальном будущем, а возможности экспонентов еще больше раскроются с качественным и количественным ростом мероприятия.

Целый день участники и гости выставки полировали, клеили пленки, наносили защитные покрытия, тестировали инструмент, а главное – делились опытом и просто общались. В Москву прибыли детейлеры не только с окраин страны и ближнего зарубежья, но даже из Великобритании и США. Все они оказались здесь не мимоходом, те, кто зашел на выставку утром, в большей своей массе покинули ее только с окончанием последнего семинара. Теперь все мы и организаторы, и экспоненты, и гости выставки будем с нетерпением ждать новой встречи в рамках Detailer Day Expo 2018. ■

С самого утра стенд «Европроект Групп» подвергся пристальному вниманию гостей выставки, интенсивное ознакомление с возможностями швейцарских брендов продолжалось без перерыва

Грандиозным шоу на выставке было отмечено присутствие бренда HIGH LVL. Компания загнула в павильон сразу несколько премиальных автомобилей для демонстрации работы своих составов и материалов

Конференция в рамках Detailer Day Expo 2017

Оксана ДЕМЧЕНКО



7 апреля на выставке Detailer Day Expo 2017 – в день, получивший шесть лет назад в сети статус профессионального праздника детейлеров, состоялась большая встреча всех, кому интересна и близка эта профессия «в реале». Конференцию организовали и провели ее совместно агентство профессиональных коммуникаций «Автомобильное время» под брендом «КУЗОВ» и независимый интернет-проект Мир детейлинга Car-Care.ru.

Выставка и конференция однодневные, потому концентрация событий и впечатлений максимальна

Это совершенно новая площадка и новый формат: высокая плотность информации, много практики и демонстраций материалов и технологий в работе, конференция для профи – и в то же время яркое шоу для всех гостей без исключения. Выставка и конференция однодневные, потому концентрация событий и впечатлений максимальна, а разминуться со знакомыми, коллегами и партнерами просто невозможно, ведь в этот день едва ли не все они здесь... География гостей тоже показательна: на выставку прибыли детейлеры со всех

уголков страны. Число собравшихся по подтвержденным данным оценивается примерно в 2 500.

Открывая конференцию и выставку в целом, **Олег Гренков, соучредитель портала Car-Care.ru**, дал обзор развития рынка детейлинга за минувшие 6 лет и чуть подробнее остановился на причинах, побудивших к решению делать встречи очными и широкоформатными, привлекающими самую разнообразную аудиторию. Главная и первая – профессионалам

пора выходить из онлайн. Нужно встретиться лицом к лицу, чтобы общаться, делиться опытом, просто знакомиться и создавать более тесное и живое сообщество.

Презентуя выставку, со своей стороны **Роман Акользин, главный редактор журнала «КУЗОВ»**, отметил, что ни одна из уже существующих, «старых» выставок не позволяет профессионалам детейлинга быть «как дома»: им не выделяются место и ресурсы, чтобы люди смогли получить глубокое и полное понимание тенденций и новинок, пообщаться и просто ощутить себя единым и цельным сообществом. «Между тем, интерес к детейлингу повышается и среди профессионалов авторемонта и сервиса, и среди автовладельцев, транспортных компаний. Сам рынок стал достаточно велик, в нем появились и обрели имя свои эксперты и свои лидеры, сложилось понимание брендов премиального и эконом-классов. Появился опыт получения прибыли от таких работ и опыт их продажи конечному клиенту. Так что сфера детейлинга в РФ сейчас определенно заслуживает своей профессиональной выставки. Конечно, одного дня мало, чтобы показать все и детально. Но это первый наш проект, и сейчас мы собираем и копим опыт, чтобы в дальнейшем расширить активность и избежать ошибок, делая каждое новое шоу лучше, интереснее для аудитории, живее», – отметил Роман.

Юрий Мозгов, соучредитель портала Car-Care.ru, добавил, что интернет способен широ-

ко разнести новости и дать почву для общения, но только «на земле» можно увидеть горящие глаза, вживую обменяться опытом, узнать единомышленников. Таким образом, для интернет-площадки выход в офлайн с целью роста и продвижения – это своего рода «развитие по спирали». Был период, когда казалось, что все даст именно сетевое общение, то сейчас это упрощенное представление уходит в прошлое и сменяется гораздо более сбалансированным и верным, дающим место и онлайн, и офлайн и позволяющим с полной отдачей использовать преимущества каждого из этих каналов.

Булат Килов, генеральный директор компании KRYTEX, генерального спонсора выставки, в своем выступлении отметил: «Только объединившись, можно поднять сферу детейлинга на действительно высокий уровень и дать клиенту подлинно высокий сервис и технологии. В 2016 году, как раз накануне нашей выставки, профессионалы заметили тренд к резкому снижению в этой сфере среднего чека – за счет вхождения на рынок новой волны сомнительных профессионалов, готовых работать материалами компромиссного и даже подозрительного качества, используя примитивный инструмент и почти без обучения. Так что тем более важно именно сейчас дать рынку ориентиры и по продуктам, и по технологиям».

Евгений Холопов, генеральный директор компании CarTech Pro, официального спонсора выставки, поздравил всех с днем

Роман Акользин, главный редактор журнала «КУЗОВ», отметил, что ни одна из уже существующих, «старых» выставок не позволяет профессионалам детейлинга быть «как дома»

Олег Гренков, соучредитель портала Car-Care.ru, дал обзор развития рынка детейлинга за минувшие 6 лет и чуть подробнее остановился на причинах, побудивших к решению делать встречи очными и широкоформатными





Дмитрий Авилов, директор компании «Кох Химия Рус», официального спонсора выставки, заявил на конференции: «В 2008 году, когда я открывал представительство, рынок выглядел скудно – горстка имен и брендов, малое понимание темы, малая численность клиентов. Тогда изначально мы ставили себе задачу – дать клиенту право выбора»

детейлера – «днем Д», ведь развитие профессионального праздника – это часть развития профессии как таковой, ее уровня и престижа. Делая фокус на продукции своего бренда, спикер отметил, что любой детейлинг начинается с правильной мойки. Бренд решил вложить усилия и технологии в создание по-настоящему бесконтактной мойки, то есть такого состава химии, который бы мыл автомобиль дочиста, причем экологично, и не оставляя статики на кузове.

Дмитрий Авилов, директор компании «Кох Химия Рус», официального спонсора выставки, заявил на конференции: «Мы давно и плотно работаем с журналом «КУЗОВ», проводим тесты и обсуждаем технологии. Мы также бурно и даже полемически общаемся с сообществом на площадке Car-Care, что хорошо и правильно, поскольку это позволяет получать обратную связь от рынка и доносить свое мнение. В 2008 году, когда я открывал представительство, рынок выглядел скудно – горстка имен и брендов, малое понимание темы, малая численность клиентов. Тогда изначально мы ставили себе задачу – дать клиенту право выбора. Мы не желали бороться с чем-то «неправильным», мы ставили для себя позитивные задачи – дать широкий спектр материалов и технологий, дать выбор и тем самым наполнить рынок и сделать его профессиональным».

Сергей Сапко, представляя широкую гамму продуктов мирового бренда 3M, официального спонсора выставки, остановился особо на теме зарабатывания денег на оклейке машин антигравийными пленками. Эксперт дал краткую презентацию огромной широты спектра продуктов и технологий этого мощного бренда: «Если мы говорим про детейлинг, то

здесь очень важно ощущать разницу между уже известным и привычным рынком и реально возможным сегодня и тем более завтра. Детейлинг – не просто мойка или полировка. Это приведение автомобиля в совершенный вид. Сегодня мы представляем на выставке новый для РФ продукт, первое поколение которого было выпущено в США еще в 60-е годы прошлого века. Это полиуретановая пленка на ЛКП; мы показываем и ряд иных новых и перспективных продуктов».

Станислав Ушаков, директор по развитию бизнеса компании Perfecta, официального спонсора выставки, порадовал новостью: его компания готова авторизовать центры для работы в детейлинге. Это не франшиза – не требуются платежи ни при вступлении, ни далее на регулярной основе. Преимущества участников проекта – бесплатное обучение по мере выхода новых материалов и технологий. Только для участников проекта будет доступна группа «закрытых» для рынка продуктов самого высокого качества. При регистрации участники смогут получить дизайн-проект застройки, который они должны выполнить. Ставшие полноценными партнерами получают пакет маркетинговой поддержки и размещение на сайте.

Дмитрий Лупаносов, создатель компании LERATON, официального спонсора выставки, с гордостью представил разработки своей компании. Производство этой марки находится в Подмоскowie, в Балашихе. Все формулы и производство российские, и это полная технологическая цепочка, а не просто розлив. По ассортименту было анонсировано расширение линейки. К лету ожидаются новые покрытия для защиты кузова – керамические в том числе. Будут выпущены и микрофибровые полотенца для детейлинга.

Две стильно одетые девушки – **Алена Гулевич**, соучредитель детейлинг-центра «Фёст», и **Юлия Орлова**, генеральный директор компании «Нанопром» – поставщика инструментов и расходных материалов для детейлинга eXtreme-Plus, провели провокационную презентацию по методам продаж. Спикеры сразу перешли к серьезному разговору о бизнесе: нельзя передавать на аутсорсинг маркетинг, стратегические продажи. «Что общего у детейлинга и стриптиза? То и другое – красота тела», – заверили спикеры, – Продажа такой услуги – это, по сути, продажа обещаний и эмоций. Использование женского образа в продвижении детейлинга очень логично: важно на уровне подсознания донести идею о том, что красивый автомобиль, как и красивая женщина, нуждается в постоян-

Станислав Ушаков, директор по развитию бренда Perfecta Nanolex, официального спонсора выставки, порадовал новостью: его компания готова авторизовать центры для работы в детейлинге. Это не франшиза – не требуются платежи ни при вступлении, ни далее на регулярной основе

Хотите, чтобы Ваш автомобиль всегда выглядел превосходно?

Установите антигравийную защиту нового поколения 3M™ Scotchgard Pro



Бампер



Зеркала



Углубления
под
ручками



Пороги



Капот



Края
багажника



Кромки
дверей



Крылья

- Защищает лакокрасочное покрытие от сколов, царапин, гравия, химических реагентов
- Абсолютно прозрачна
- Отлично облегает сложные контуры автомобиля
- Благодаря технологии самозатягивания дефекты и царапины исчезают с поверхности пленки самостоятельно
- Помогает увеличить продажную стоимость Вашего автомобиля

Сергей Сапко, представляющая широкую гамму продуктов мирового бренда 3M, официального спонсора выставки, остановился особо на теме зарабатывания денег на оклейке машин антигравийными пленками

ном и достаточно эксклюзивном уходе». Умение составить верный образ клиента дает отправную точку для эффективной работы с ним. Еще одна важная часть работы с клиентом и в стриптизе, и в бизнесе – уникальность, развитие своего имиджа и своего неповторимого предложения.

Олег Боровиков, исполнительный директор компании «Автозабота» из Санкт-Петербурга, представил линейку двухкомпонентных составов для защиты стекол. Конечно, на рынке много импортных препаратов, но в данном случае речь шла о российской разработке и российском производстве. Также компания продемонстрировала линейку продуктов для кузова, которая включает 5 продуктов, преимущественно созданных для работы в профессиональных детейлинг-центрах.

Павел Беляков, технический директор компании Advance Star, был спикером и модератором целой сессии выступлений по разным аспектам детейлинга. И первой темой стало открытие этой компанией, одной из старейших и самых опытных на рынке РФ, полномасштабного учебного центра. Павел рассказал о программе учебных курсов и также о том, как он видит обучение – максимально практическим. Что же изменилось теперь, с появлением учебного центра? Была выстроена системность курса. Она позволяет начинающему с нуля создать в сознании «матрицу» компетенций. Только так можно видеть всю технологическую цепочку, понимать ее узкие места и оптимизировать процесс под конкретные условия. В рамках сессии от Advance Star прошли презентации пленок STEK, эта компания как раз теперь открывает офис в РФ, а также керамических покрытий и защитных материалов LiquidGlass Protec.

Артур Майер, глава компании LiquidGlass Protec, заверил, что на эту выставку компания привезла очень широкий ассортимент продукции. Опыт их производства составляет 5 лет, и особенность компании заключается в работе только с европейскими производителями. Основная продукция – синтетические покрытия на основе керамики. Изначально идея состояла в защите любых металлических поверхностей от воздействия агрессивных сред.

Свое выступление **Федор Кулюкин**, генеральный директор компании Insafe, специализирующейся в теме ремонта стекол, начал с краткой ретроспективы темы: ведь в середине прошлого века, когда эта услуга появилась (вместе с первыми триплексными

любовыми стеклами) на рынке США, она была элитарной, и предлагалась автодилерами и крупными страховыми компаниями. В дальнейшем услуга ушла в массы и стала вполне бюджетной по цене и крайне доступной по компактности и стоимости набора материалов, оборудования. Бизнес по ремонту стекол в 21 веке – высокодоходный, быстрый и взаимовыгодный для клиента и СТО.

Еще один активный участник выставки, компания LCK, вышла на рынок РФ в ноябре 2016 года, и потому для нее это первая выставка детейлинга и премьерный показ на данном рынке. В Европе бренд давно стал синонимом грамотной работы по уходу за натуральной кожей. «Наше отличие от конкурентов – качество, – заверил **Александр Майоров-Шик**, генеральный директор компании LCK. – Технология ремонта несложная, обучение у нас бесплатное. Но уверяю вас, пройдя этот курс, вы совершенно иначе взглянете на этот невероятный материал!»

Александр Шванев, менеджер проекта компании «Эквинет», сделал в своей презентации акцент на бренд HVC, который безусловно для детейлинга очень тематический и даже «родной». Специалист рассказал о том, что темой локального ремонта его компания занялась относительно недавно, буквально полтора года назад. Прежде, отметил он, рынок не создавал таких потребностей. Пока мы жили в рынке взрывных продаж новых автомобилей, локальный ремонт оставался очень узкой, локальной темой в сервисе. Сейчас ситуация перевернулась, и рынок подержанных автомобилей стал важнее и больше рынка новых.

Очень глубокую презентацию с изучением тем «большой химии» сделал **Антон Орлов**, технический директор компании Silex, представителя марки FtorPaint. Он начал с рассмотрения свойств материалов, используемых для покрытий, и выделил особенности и слабые стороны каждого сегмента, из чего стало особенно видным и ценным желание компании совместить несовместимое: получить продукт, сочетающий свойства керамики и полимера – прочность и гидрофобность.

В финале дня презентация бренда Meguiar's, которую провел **Майкл Ступс**, главный глобальный тренер, собрала полный зал – а это многое говорит об известности бренда на рынке и отношении к нему. Стоит добавить: предваряя презентацию, компания провела практическую демонстрацию в воркшоп-зоне. Темой стали полировочные круги и составы

Делая фокус на продукции своего бренда, Евгений Холопов, генеральный директор компании CarTech Pro, официального спонсора выставки, отметил, что любой детейлинг начинается с правильной мойки



Новые абразивы из Японии

FUJI STAR

ТРАДИЦИИ. КАЧЕСТВО. ИННОВАЦИИ

fujistar.ru

Закрывающий конференцию доклад от Ислама Бженикова, основателя и CEO компании HighLVL, был очень специфическим. Спикер говорил не о деньгах и материалах, а главным образом о жизни, о бизнесе в целом

с применением микрофибры. Идея продукта и системы состоит в том, чтобы совместить эффективность ротационной машинки с аккуратностью и точностью машинки двойного действия. Система не создавалась для тонкой работы детейлеров-перфекционистов, она проектировалась для станций с очень большим потоком и объемом работ. Пример: автодилеры в США, которые обрабатывают по 300-370 автомобилей в день! Очевидно, запрос не в идеальном, а в достаточном качестве на большом потоке.

Олег Смирнов, основатель компании «Смиктех», приоткрыл некоторые тонкости технологий в основе фотокаталитических покрытий. Они не гидрофобные, это совсем иной принцип, когда материал «работает» в связке с солнечным светом. Попадая на поверхность с покрытием, капля превращается в пленку, проникает под загрязнение и смывает его, а также устраняет электростатический эффект. За счет гидрофильного эффекта вода стекает с кузова «шторой», и для этого даже не требуется большая скорость. Кроме того, при высыпании капель не образуются следы.

Закрывающий конференцию доклад от **Ислама Бженикова**, основателя и CEO компании HighLVL, был очень специфическим. Спикер говорил не о деньгах и материалах, а главным образом о жизни, о бизнесе в целом. Ведь в начале развития бизнеса многие, а может и каждый, думают о росте числа клиентов, о

развитии дела, о победе. А после приходит понимание того, что же это такое – гонка за победой, которая навешивает ярлыки, создает врагов, агрессию и тревожность – и в конечном счете критически снижает качество жизни.

Доказывая верность своим же словам о важности сотрудничества и о людях в бизнесе, Ислам пригласил «на сцену» своих партнеров, и это сразу расширило границы события до международного. Так, **Судзуки Хитоши**, сооснователь компании Hitoshi Chemical, сказал: «Для меня большая честь находиться на этой прекрасной выставке. За время плодотворного сотрудничества с компанией HighLVL мы и коллеги убедились в качестве продукции, в умении строить отношения. Для нас очень важно, чтобы технологии работали для людей, а не люди для технологий. Именно поэтому в ближайшем будущем мы намерены выпустить новую линию детейлинговой косметики для компании HighLVL». Его поддержал и немецкий коллега Франк Циневальд, менеджер по экспорту бренда FLEX Co. LTD.

Выставка бурлила, не утихая и не пустея, до самого закрытия. Очень многие гости и участники подходили на стенд организаторов и говорили: да, день удался, собраны интересные базы контактов, намечено сотрудничество, найдены новые партнеры и клиенты. Этот день принес пользу и окупил себя, и потому очень хочется снова отметить в том же формате день детейлера уже в 2018 году. ■

Булат Килов, генеральный директор компании KRYTEX, генерально-го спонсора выставки, в своем выступлении отметил: «Только объединившись, можно поднять сферу детейлинга на действительно высокий уровень и дать клиенту подлинно высокий сервис и технологии»



УКОМПЛЕКТУЙ СВОЮ ЛАБОРАТОРИЮ **GL** ПО ПОЛНОЙ!

STANDART

1600
€

Состав комплекта:

- Пигменты: базовые, ксералики, "перламутр", "металлик"
- CONVERTER
- Растворители

+ €80

и получи
весь ассортимент
GreenLine RS

+ €260

и получи весь
ассортимент
ПИГМЕНТОВ
SUPER COLOR
CANDY EFFECT

СОБЕРИ ПОЛНЫЙ КОМПЛЕКТ ЗА

1940
€

и получи выгоду
€1314

Количество лабораторий и комплектов по акции ограничено

телефон технической поддержки 8-800-200-67-12

Детейлинг без предубеждений

Роман АКОЛЬЗИН



Детейлинг-услуги недешевы, и люди в этой системе работают искусственные. Однако это не значит, что они не умеют считать деньги. А что если недорогая косметика, пусть даже и частично, сможет подменить продукцию именитых брендов? Чтобы дать ответ на этот вопрос, мы приобрели несколько продуктов компании ASTROhim, российского производителя автокосметики, и отправились их тестировать в одну из ведущих детейлинг-студий столицы, официального дистрибьютора защитных покрытий EverGlass.



Сергей Саватеев, руководитель детейлинг-студии Av-Masters

Бюджетная автокосметика всегда «стеснялась» детейлинга, ведь профессиональная химия апробирована известными знатоками рынка и обладает подтвержденными эстетическими и практическим свойствами. «Зачастую эти показатели являются лишь плодом успешной работы маркетологов, но полочному продукту из магазина запчастей все равно крайне трудно конкурировать со стереотипами рынка и предубеждениями пользователей. Однако это не значит, что детейлеры не могут использовать бюджетную продукцию в своей повседневной работе. Если химия действует не хуже дорогих конкурентов, то я с удовольствием ее применю в деле», – заявил перед тестированием Александр Абрамов, директор детейлинг-студии Detailing-Pro.

Совместно с Сергеем Саватеевым, постоянным экспертом журнала и руководителем детейлинг-студии Av-Masters, мы изучили товарную номенклатуру ASTROhim и отобрали линейку продуктов для двухфазной бережной мойки автомобиля с последующим нанесением консервирующих составов на различные типы поверхностей.

Как водится, любая правильная мойка начинается с колес и подкрылков. Именно в этих местах скапливаются самые агрессивные загрязнения, которые впоследствии не сможет удалить ни один шампунь. Битум, кристаллизовавшиеся дорожные реагенты, колодочную пыль лучше удалить сразу, нежели делать это же на чистой машине. Для этого применяем «Очиститель колесных дисков» от ASTROhim.

Для очистки диска внутри используем узкий ершик, а снаружи применяем мягкую щетку. Средство от ASTROhim довольно легко устраняет масляные загрязнения. Борьба с вбитой металлической стружкой ему дается сложнее, но и она через 2 минуты сдается, покрываясь вишневой краской. Для сравнения, дорогие импортные составы также начинают действовать не сразу – всего через 1-2 минуты после нанесения. Это стандартная реакция металла при обработке кислотной химией. Несмотря на это «Очиститель колесных дисков» от ASTROhim не повреждает пластики и резину. Стоит отметить, что в премиальных линейках очистители для удаления металлических загрязнений стоят довольно дорого и при этом не менее агрессивны.

Среди минусов отметим кислотный запах, далекий от «клубничных ароматов» заокеанских аналогов. Но это особо не волнует, если сотрудник облачен в респиратор и перчатки. А вот с практической точки зрения Сергею Саватееву не слишком понравилась жидкая консистенция, ведь состав быстро стекает с диска. «Дорогие конкуренты обычно выпускаются на гелевой основе, и за счет вязкости задерживаются на вертикальной поверхности, дольше взаимодействуя с загрязнениями», – отметил эксперт.

Шины также нужно очищать. В их структуре и микротрещинах скапливаются загрязнения, которые придают им серый цвет и ускоряют процесс старения. Попробуем справиться с проблемой с помощью «Очистителя шин пенного ASTROhim». Сразу отмечаем яркий, но приятный запах. По результатам воздействия на покрышки в сравнении с премиальными собратьями, пена нареканий не вызывает, однако по консистенции она менее густая и быстрее сходит с поверхности.

Покончив с грязными колесами, приступаем непосредственно к мойке. На первом этапе необходимо нанести на кузов «бесконтакт». Для этих целей используем автошампунь для бесконтактной мойки Active Foam HARD от ASTROhim. Шампунь высококонцентрированный, при использовании инжекторной системы подачи моющего раствора (пенокомплекта) смешивается с водой в пропорции 1:10. Забегая вперед, отметим экономичный расход. На машину без всякой экономии ушло всего 180 грамм смеси.

Active Foam HARD наносится на сухой кузов. В задачу состава входит размягчение загрязнений и создание скользкой пленки между грязью и ЛКП. Вообще детейлеры и производители

профессиональных автошампуней сошлись во мнении, что первичный состав должен быть эмульсионным, поскольку у него степень смачиваемости выше. В целом работа с Active Foam HARD порадовала. Обильная пена довольно плотно закрывает кузов, а главное – не стекает сразу на пол, как это происходит со многими дешевыми шампунями. Через 3 минуты выдержки машина споласкивается.

«В среде мойщиков ходит миф, что первичный состав способен отмыть машину. Отсюда такое засилье бесконтактных моек в стране. Однако ни один производитель не станет преувеличивать, что его продукт сможет расщепить сложные загрязнения, ведь эта химия эффективно действует только вместе с другими средствами. Ради интереса после смывания шампуня мы протерли нижнюю часть правой передней двери чистой белой тканью. Очевидно, что на ней собралось немного грязи, и необходима механическая мойка. К слову, этот же тест можно провести с любым дорогим «бесконтактом», результат останется таким же», – демонстрирует полотенце Сергей Саватеев.



Второй этап всегда зациклен на автошампуне для ручной мойки кузова. Эту роль в нашем тесте выполняет «Автошампунь синтетический» из серии SYNTHETIUM. Вполне достойный продукт с адекватным расходом. Мы потратили два колпачка (около 100 грамм) на неполное пятигаллонное (около 20 литров) ведро, оборудованное сеткой Grit Guard. По кузову работали крупноячейной губкой WASCHSCHWAMM производства KochChemie.

После теста мы этой же водой успешно помыли и вторую машину. В обоих случаях пенообразование было не фанатичным. Напомним, что вообще пенистость не является преимуществом,



Александр Абрамов, директор детейлинг-студии Detailing-Pro

Качественная евромойка может быть доступна большинству автолюбителей за счет снижения ее стоимости. Но в то же время следует учитывать насколько она трудозатратна

Бюджетная автокосметика всегда «стеснялась» детейлинга, ведь профессиональная химия апробирована известными знатоками рынка и обладает подтвержденными эстетическими и практическими свойствами



Active Foam HARD наносится на сухой кузов. В задачу состава входит размягчение загрязнений и создание скользкой пленки между грязью и ЛКП

главное, чтобы состав отмывал загрязнения. А вот отчетливый блеск после сушки кузова объясняется полирующим эффектом состава, препятствующим появлению разводов. Вновь проводим по кузову белой ветошью и видим, что только после ручной мойки он стал чистым. Тест доказывает, что главное в работе мойщика не только химия, но и технология.

После первой фазы приходит время вспомогательных очистителей. Основная грязь смыта, и мы отчетливо видим места скопления сложных маслянистых загрязнений, следы птичьего помета и тополиных почек. В том, что «Очиститель битумных пятен» от ASTROhim работает, мы не сомневались. Коллеги-журналисты уже не раз испытывали его во фронтовых условиях. Состав абсолютно безопасен для лакокрасочного

На первом этапе необходимо нанести на кузов «бесконтакт». Для этих целей используем автошампунь для бесконтактной мойки Active Foam HARD от ASTROhim



покрытия. Более того, его еще и не нужно смывать, как в случае с конкурентными продуктами. На этой же стадии используется и «Антисиликон. Обезжириватель универсальный».

Чистую обезжиренную машину стоит обработать консервантом «Полироль синтетический с флюорополимером» из серии SYNTHETIUM. Производитель утверждает, что стойкая защитная пленка выдерживает многочисленные мойки бесконтактным автошампунем, а полироль герметизирует микропоры лакокрасочного покрытия, препятствуя образованию очагов коррозии. «Возможно... Но уж точно продукт придаст больше блеска кузову, на некоторое время обеспечит гидрофобный эффект и будет служить защитной прослойкой между грязью и лаком вплоть до следующей мойки», – отметил Сергей Саватеев.

С ним солидарен и Александр Абрамов: «Никогда не замечали, что чистая машина буквально сразу же замызгивается? Это происходит потому, что после мойки кузов насыщен статикой, которая притягивает грязь, быстро липнущую к обезжиренной поверхности. Поэтому после мойки мы рекомендуем наносить на кузов консервирующие составы».

Полироль содержит в своем составе синтетический флюорополимер, за счет которого поверхности придается эффект сверхскольжения. Продукт жирный, но при этом сохнет всего за пару минут. Конечно, не стоит сразу после нанесения выезжать в дождь, ведь любому составу нужно время, чтобы закрепиться. Но, даже сразу обливая капот из АВД, мы видим ярко выраженные гидрофобные свойства полироли.

У компании ASTROhim есть и другие альтернативные по способу применения продукты.

Так, заслуживает внимания «Полироль синтетического мгновенного действия» серии SYNTHETIUM, распространяемый в форме спрея. Производитель утверждает, что состав назван мгновенным, поскольку работа с ним не занимает много времени и его можно применять даже под прямыми солнечными лучами и на горячий кузов. В целом же отметим, что это достойный быстрый консервант из разряда quick detailer. Такая фасовка очень удобна для быстрой обработки машины на потоковой мойке, материал не требует много времени на нанесение и располировку: обрызгали машину,



протерли, и сразу же получаем очевидный лоск и водоотталкивающие свойства. Им же можно работать по пластикам и резине, но в целом гидрофобный эффект ожидаемо хуже, чем у предшественника.

На последней ступени остается лишь довести автомобиль до идеала. С хромом можно работать «Полиролем для хрома» из серии Golden Wax. На нашем Subaru таких деталей практически нет, поэтому посмотреть на работу состава со сложными загрязнениями мы не смогли. Уже после теста ребята из Detailing-Pro отработали, что полироль успешно борется с налетом, неглубокая ржавчина и окислы им удаляются без труда. Особенно рекомендуем его использовать во время сезонной подготовки мотоциклов.

В пакете компании ASTROhim есть несколько гидрофобных средств для стекол. Первый классический «Антидождь» требует предварительной обработки «Очистителем для стекол». Заметим, что найти нормальный, не оставляющий разводов водно-спиртовой состав, даже среди профессиональной химии, чрезвычай-




автосиб
АвтоТех

Выставка автозапчастей, автохимии,
автоаксессуаров, оборудования и товаров
для технического обслуживания автомобилей

24–27 мая 2017

место проведения: МВК «Новосибирск Экспоцентр»



Организатор
ITE Сибирь

+7 (383) 363-00-63
autosib@sibfair.ru

Подробности на сайте
autosibexpo.ru



Заслуживает внимания «Полироль синтетический мгновенного действия» серии SYNTHETIUM, распространяемый в форме спрея

но сложно. Зачастую работающие продукты встречаются на полках супермаркетов в отделе бытовой химии. Очиститель ASTROhim вполне достойная альтернатива покупкам из Ашана. Ради долгой работы любой «Антидождь» лучше наносить не только на обезжиренное, но и очищенное микроабразивной глиной стекло.

Также в обойме бренда присутствует «Очиститель стекол синтетический с эффектом антидождя» серии SYNTHETIUM. Это средство совмещает в себе сразу два продукта и позволяет очень быстро его использовать на потоковой мойке. Очиститель быстро очищает стекла и при этом демонстрирует экономичный расход. Конечно же, «эффект антидождя» по долговечности проигрывает вышеупомянутому концентрированному аналогу.

Под конец нас приятно удивил «Чернитель покрышек синтетический» из серии SYNTHETIUM. Состав разбрызгивается из аэрозоля на шину и буквально мгновенно высыхает, придавая резине матовый черный оттенок. После обкатки оказалось, что к колесу совсем не липнет пыль. «В свое время в кавказских республиках было очень модно чернить колеса просроченным пивом. Резина липко блестела, но уже после первой поездки покрывалась слоем пыли. Это не шутка. В серьезном детейлинге матовость отличает дорогие высококачественные составы для чернения резины. Обычно они не притягивают пыль, как их дешевые глянцевые аналоги», – рассказывает Сергей Саватеев.

Шины также нужно очищать. В их структуре и микротрещинах скапливаются загрязнения, которые придают им серый цвет и ускоряют процесс старения

Качественная евромойка может быть доступна большинству автолюбителей за счет снижения ее стоимости. Но в то же время следует учитывать насколько она трудозатратна. Обычный моечный пост в день пропускает несколько десятков автомобилей, в то время как детейлер за то же время обработает лишь 6-8 автомобилей. Удешевлять этот процесс возможно лишь за счет грамотного выбора автокосметики.

Тестирование части продуктов ASTROhim показало, что такой подход прагматичен и достоин внимания.

Красной чертой итоги нашего исследования подвел Александр Абрамов, который лично протестировал несколько продуктов и наблюдал результат их работы: «Предоставлять качественные услуги можно вне зависимости от стоимости используемой химии. Множество детейлинг-центров и автомоек закупают дорогую автокосметику, но при проведении работ вообще не следуют технологии производителя. Также нужно быть честным с клиентами, поскольку зачастую они просвещены в вопросах детейлинга. Люди платят большие деньги и рассчитывают, что с их машинами работают премиальными материалами. Поэтому нужно всегда говорить правду и публиковать прайс. Евромойка с применением дорогих продуктов стоит столько-то, а с аналогами из линейки, например ASTROhim, на порядок дешевле». ■



13-я международная выставка
автомобильной индустрии



ИНТЕРАВТО



+7 (495) 727-26-31
www.interauto-expo.ru

23-26 августа 2017 года

реклама

Крокус Экспо



Автокомпоненты и запчасти
Автохимия
Автоаксессуары



Автоэлектроника
Гаражное и сервисное
оборудование

Организатор:



Генеральный информационный
партнёр:



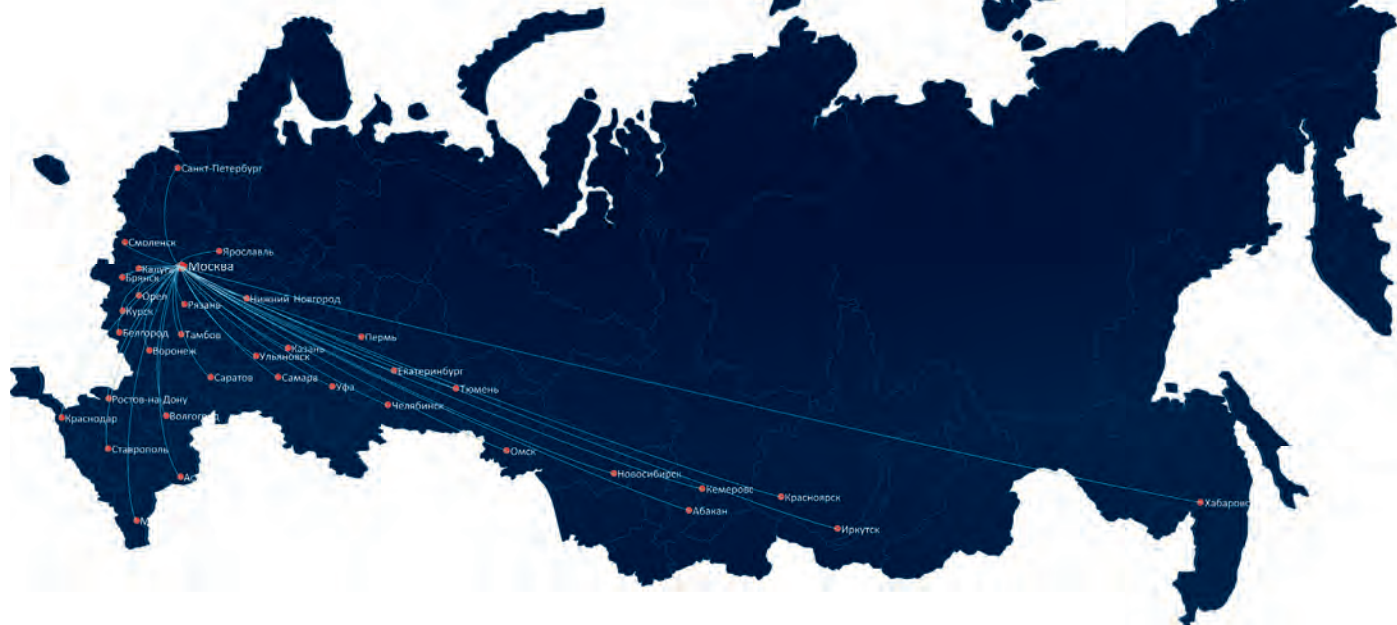
Информационный партнёр
МВЦ «Крокус Экспо»:



12+

Журнал «КУЗОВ» и продукцию, упоминающуюся на его страницах, ищите по адресам:

КУЗОВ
Маркет
национальная сеть магазинов авторемонта



Абакан

ул. Ленина, д.61Б,
+7 (3902) 22-6094, a_kuzov@bk.ru

Алтайский Край

г. Бийск, ул. Сенная, д.124А/2,
+7 (385) 220-1010,
ams-color@yandex.ru
г. Бийск, ул. Шишкова, д.29Б,
+7 (963) 539-1422
dvhom@mail.ru

Иркутская область г. Ангарск, 215
квартал, стр.32, 8(3955)635124,
timaut2009@yandex.ru

Астрахань

ул. Мечникова, д.39,
+7 (8512) 52-5210, color_astra@yandex.ru

Белгород

Белгородская обл., Шебекино, ул.
Московская, д.8
alex_cto@mail.ru
Белгород, ул. К. Заслонова, д.105А,
+7 (4722) 20-7275
belgorod@europroject.ru

Белгородская область

г. Старый Оскол, пр-т Угарова,
д.20,+7 (910) 228-8699,
kononov-17@mail.ru
Шебекино, ул. Московская,
д.8,+7(495) 665-5272,alex_cto@mail.ru

Белогорск

ул. Кирова, д.192А,+7 (914) 396-
2222, 3962222@gmail.com

Брянск

ул. Нахимова, д.112,
+7 (953) 296-4455,

a.stepanov.colormaster@yandex.ru
ул. Карачижская, д.77,
+7 (900) 358-3443,
a.stepanov.colormaster@yandex.ru

Великий Новгород

ул. Михайлова, д.3,+7 (8162)55-59-
09, supercolor53@gmail.com
ул. Санкт-Петербургская, д.39,
+7 (8162) 55-16-02,
supercolor53@gmail.com

Владимир

ул. Лакина, д.135А,+7 (905) 610-
0714, korsika.05@mail.ru

Владимирская область

г. Муром, ул. Войкова, д.25А,
+7 (915) 778-7075

Волгоград

ул. Тополева, д.15А,
+7 (927) 501-7940,fl_364@mail.ru
ул. Ардаповская, д.31,+7 (8442)
98-7452,crystal.kuzov@yandex.ru
ул. 40 Лет ВЛКСМ, д.36,
+7 (927) 526-1291,19rus73@mail.ru
ул. Дорожников, д.17/104,
+7 (8442) 91-8309,
volgograd@europroject.ru

Волгоградская область

г. Камышин, ул. Рязано-Уральская,
50а,+7 (927) 545-0052,
d.artur-02@mail.ru
г. Михайловка, ул. Пархоменко,
д.30,+7 (902) 361-1751
myscari@mail.ru
г. Волжский, ул. Нариманова,
д.28,+7 (8443) 25-6597
dupont34@mail.ru
ул. Народная, д.115,

+7 (84463) 4-3327,
ovcharenko-an@mail.ru
г. Волжский, ул. Карбышева,
д.138В,+7 (961) 086-9713
lucky--13@yandex.ru

Воронеж

ул. Остужева, д.27,+7 (4732)
39-4481,kuzov55@mail.ru
ул. Свободы, д.36В,+7 (4732)
02-0969,kuzov55@mail.ru,
irinariaz@mail.ru

Дзержинск

г. Дзержинск, ул. Новомосковская,
д.3/104,+7 (920) 029-0587

Евпатория

ул. Крупской, д.15,
+7 (978) 813-5695,kraski_2003@mail.ru
ул. Немечевых, д.47,+7 (978)
813-5694,kraski_2003@mail.ru

Екатеринбург

ул. Донбасская, д.1, автомолл "Белая
Башня"
+7 (343) 288-2447,
tektor.ekb@gmail.com
ул. Амундсена, д.107,+7(343)
384-8577,marketing@jeleso.ru
ул. Кислородная, д.8Л,+7 (343) 357-
3142 ,ekaterinburg@europroject.ru

Железногорск

ул. Рокосовского, д.1,
+7 (910) 213-9221,hiv1963@mail.ru
ул. Обогатителей, д.17,
+7 (908) 128-3136,niv1963@mail.ru

Иваново

ул. Ташкентская, д.76,+7 (4932)
48-8686,ivanovokraski@yandex.ru
ул. Ленинградская, д.4,

+7 (4932) 22-4422,ivanovokraski@
yandex.ru
ул. Фрунзе, д.45,+7 (4932)
21-8218,ivanovokraski@yandex.ru
ул. Мира, д.4,+7 (4932) 47-5453,
ivanovokraski@yandex.ru

Ижевск

ул. Гагарина, д.40,
+7 (3412) 47-0270,ilyagim@mail.ru
ул. Буммашевская, д.7,+7 (3412) 45-6077,
vdv@suomi.udmnet.ru

Иркутск

ул. 2-я Аларская 71,
+7(3952)54-99-00
ул. Советская, д.109Г,+7 (3952)
48-6619,irkutsk@europroject.ru

Йошкар-Ола

ул. Волкова, д.56,+7 (8362)
41-3704,autograph12@yandex.ru

Казань

ул. Родины, 33а (Рынок Родина,
контейнер 62),+7 (843) 2 375 390
Дорожный пер., д.6А,
+7 (843) 2 376 800,
i.kazakova@europroject.ru

Калининград

ул. Александра Невского, д.120,
+7 (921) 264-7180,shapashnik39@mail.ru

Калуга

ул. Параллельная, д.14,
+7(4842)55-0251,avtoservismost@yandex.ru

Калужская область

г. Обнинск, ул. Кабицинская, д.5,
+7 (903) 635-1965,timur-4@yandex.ru

Кемерово

Кузнецкий пр-т, д.41,
+7 (3842) 36-5236,ruslen10@list.ru

Керчь

ул. Фрунзе, д.60,
+7 (978) 222-7010; Lester_82@rambler.ru

Ковров

г. Ковров, ул. Свердлова, д.16,
+7 (49232) 4-8859, materiktd@mail.ru

Кострома

ул. Волжская 2-я, д.12,
+7 (4942) 35-1472, begemot8@rol.ru
ул. Юбилейная, д.13,
ivanovokraski@yandex.ru

Костромская область

г. Шарья, ул. Советская, д.139,
+7 (915) 900-3738, china44ru@yandex.ru

Краснодар

Тихий пер., д.39, к.1,
+7 (918) 417-3007, autokraski@list.ru
ул. Сормовская, д.2,
+7 (918) 692-0807, e.color@bk.ru
ул. Воронежская, д.122,
+7 (861) 279-6024, kuban@europroject.ru

Краснодарский край

г. Геленджик, Сухумское шоссе, 3 км,
+7 (918) 430-3232, boschtexservis@list.ru

Краснодарский Край

ул. Волгоградская, д.105,
+7 (861) 776-4565, pilot.byh@mail.ru
ул. Кавказская, д.7,
+7 (918) 440-8522, playba2006@gmail.com
Туапсе, ул. Гагарина, д.9 (Т35)
+7 (918) 496-8727
Белореченск, ул. Шалимова, д.5/1
+7 (918) 997-9922, +7 (918) 352-4410,
stasflay@mail.ru

Красноярск

ул. Гайдашовка, д.7, +7 (391) 214-8939,
siblic@list.ru
ул. Мечникова, д.44А, +7 (391) 202-3536,
ryaposova@list.ru
ул. Затонская, д.25, стр.10, +7 (3912) 49-1570,
krasnoyarsk@europroject.ru

Красноярский край

п. Березовка, ул. Солнечная, д.2А,
+7 (908) 222-7707, avada-1978@mail.ru
г. Лесосибирск, ул. Комарова, д.5А,
+7 (391) 452-8557,
granta507@yandex.ru
г. Минусинск, ул. Кызыльская, д.5,
+7 (39132) 5-8244, rk1977@mail.ru

Курган

ул. Мостостроителей, д.1,
+7 (961) 750-6824, kem.76@mail.ru

Курганская область

г. Шадринск, ул. Кооперативная,
д.1А, +7 (912) 976-2656,
sabirov.kuzov-market@mail.ru

Курск

ул. 1-я Кожевенная, д.31,
+7 (4712) 39-0749, kursk@europroject.ru;
v.grishilov@europroject.ru
ул. 50 лет Октября, д.126
+7 (904) 529-97-74.
ул. Станционная, д.41, пав.3
+7 (950) 870-25-24

Магнитогорск

ул. Завенягина, д.6А,

+7 (909) 099-8990,
Hameleon7470@mail.ru

Махачкала

ул. Ахметхана Султана, АЗС Enclave
Oil, +7 (988) 292-4925, komitorg@list.ru
п. Степной, ул. Булоча, д.25,
+7 (988) 296-6911, komitorg@list.ru
пр-т Акушинского, д.147,
+7 (906) 447-4647, komitorg@list.ru

Москва

Каширское ш., д.61 3А, пав.2пб, +7
(925) 510-7169, raa-79@mail.ru
ул. Трофимова, вл.36, ТК Южный
порт, пав.1, секция 5
+7 (925) 510-7169, raa-79@mail.ru
Сигнальный пр-д, д.20, с.3,
+7 (963) 670-7979
sergeysm@artautogroup.com
Огородный пр-д, д.8, стр.3,
+7 (499) 763-4104
kiwicolor@yandex.ru
ул. Тагильская, д.4, стр.15,
+7 (499) 763-4104
kiwicolor@yandex.ru
ул. Сельскохозяйственная, д.46,
+7 (495) 741-7353
remkuzov@mail.ru

Туменский пр-д, д.2,
+7 (495) 778-8062
oska-251@yandex.ru
Новорязанское ш., д.6,
+7 (925) 507-1368
kiwicolor@yandex.ru
Юрьевский пер., д.16А,
+7 (495) 507-1368
kiwicolor@yandex.ru

3-й проезд Перова Поля, д.8, стр.10,
+7 (915) 428-4040
PEROVA810@mail.ru
ул. Полярная, д.39,
+7 (495) 971-6414, vilara_alt@mail.ru
55 км МКАД, ТЦ Автоджин, пав. 254,
+7 (901) 516-1450, +7 (903) 513-7061,
Holodov_Aleksei@mail.ru
55 км МКАД, ТЦ Автомолл пав. 39/8,
+7 (901) 516-1450, +7 (903) 513-7061,
Holodov_Aleksei@mail.ru
пос. Московский, д. Саларьево, ТЦ
Автомастер, пав. А-10
+7 (901) 516-1450,
Holodov_Aleksei@mail.ru
Осташковское ш., вл.14, стр.1,
+7 (963) 967-4120
kosolapov1976@list.ru
ул. Комдива Орлова, д.3,
+7 (495) 778-3729, kuzovmarket@list.ru

Московская область

Раменское, Северное шоссе, д.7,
+7 (925) 003-8595
euro.trans@list.ru
Дмитров, ул. Внуковская, д.52,
+7 (926) 266-6508
autocolord@yandex.ru
Сергиев Посад, ул. Пограничная,
д.32, +7 (926) 542-2952
Озеры, ул. Коллективная, д.1,
+7 (919) 776-1011
51 км Киевского шоссе,
+7 (926) 345-9279, 12907024@mail.ru
Люберецкий р-н, пос. Малаховка,
Касимовское шоссе, д.1Б,
+7 (962) 948-9275, avto-kraska@mail.ru
Химки, мкр. Сходня, 1-й
Железнодорожный тупик, д.2
+7 (495) 544-7880, mvrogachev@mail.ru
Красногорский р-н, п. Нахабино, ул.

Панфилова, д.26
+7 (903) 678-7583, GRAN-79@mail.ru
Подольский р-н, с. Покров, (13 км
Симферопольского ш.) Авторынок,
пав. 92, +7 (903) 662-7891,
dyakov.vladimir.v@yandex.ru

Ивантеевка, ул.Заречная, д.1,
+7 (495) 410-9745
6085323@gmail.com
Щелково, ул. Заводская, д.9А,
+7 (925) 998-1513, info@onyxauto.ru
Одинцово, Большие Вяземы, ул.
Ямская, д.1А
+7 (965) 234-1555, fursoff1@yandex.ru
Егорьевск, ул. Ленинская, д.2А
+7 (496) 404-0455,
eugene62@yandex.ru
Шатура, пр-т Ильича, д.66,
+7 (929) 996-5077
eugene62@yandex.ru
Коломна, пр. Станкостроителей, д.5А
+7 (496) 613-6262, 4966136262@
kuzovmarket.com
Электросталь, ул. Победы, д.2,
корп.6
+7 (915) 351-5500, kuzov1373@yandex.ru
Воскресенск, ул. Комсомольская,
д.6А
+7 (496) 445-6066,
eugene62@yandex.ru
Пушкино, ул. 50 лет Комсомола,
д.34, этаж 2
+7 (916) 234-2476, northrat@rambler.ru
Мытищи, Ярославское шоссе, ул.
Хлебозаводская, д.4
+7 (495) 583-1670, slabova_ev@mail.ru

Назрань

Республика Ингушетия, г.
Карабулак, ул. Джабагиева, д.35,
+7 (938) 011-3011, amilan7070@gmail.com
Республика Ингушетия, г. Назрань,
Экажевский рынок автозапчастей,
+7 (928) 725-8182
amilan7070@gmail.com

Нефтекамск

ул. Промышленная, д.8А,
+7 (34783) 2-3486
kuzov.neftekamsk@mail.ru
Нефтекамск, ул. Янаульская, д.1А,
Бутик № 6
+7 (917) 758-8469, damrik.86@bk.ru

Нижнекамск

ул. Строителей, д.2Б,
+7 (917) 907-9966, w3430@mail.ru

Нижний Новгород

ул. Яблоневая, д.28, +7 (831) 436-7563,
antonov.pavel2010@yandex.ru

Нижний Тагил

ул. Циолковского, д.43,
+7 (3435) 48-9758
autoemail@mail.ru

Новгородская область

г. Боровичи, ул. Советская, д.131,
+7 (951) 727-7557
arni53@mail.ru

Новосибирск

ул. Б. Богаткова, д.253/1,
+7 (385) 220-1010
ams-color@yandex.ru
Новосибирская область, г. Искитим,
ул. Советская, д.152

+7 (963) 533-5333,
korall_iskitim@mail.ru
ул. Комбинатская, д.10,
+7 (383) 285-3533
novosibirsk@europroject.ru

Омск

ул. Заводская, д.1, +7 (913) 644-3320
paints.viaduk@gmail.com
ул. Дементьева, д.21/1,
+7 (908) 313-2608
avto-cvet@bk.ru
ул. Лермонтова, д.93,
+7 (3812) 20-9258
omsk@europroject.ru

Орел

Новосильское ш., д.10,
+7 (4862) 54-0439
JuMatovyh@orelavto.ru
Орловская обл., Орловский р-н, пгт.
Знаменка, ул. Октябрьская, д.26,
+7 (919) 203-3665, autonie@mail.ru
Наугорское ш., д.5, +7 (4862) 49-8356
orel@europroject.ru

Оренбург

ул. Шоссейная, д.24а,
+7 (903) 395-0793, maxidol@yandex.ru
пр-д Автоматики, д.30,
+7 (922) 625-8229
kuzovorenburg@mail.ru

Оренбургская область

г. Сорочинск, ул. Карла Маркса, д.7
+7 (927) 714-9272, gizrashan@gmail.com
г. Миценск, пер. Перезовный, д.6
+7 (960) 644-4122

Пенза

ул. Саранская, д.76,
+7 (8412) 90-9832
petelinpenza11@yandex.ru

Пермский Край

г. Кунгур, ул. Ленина, д.71
+7 (342) 712-5420,
svetik180673@rambler.ru
г. Чайковский, ул. Юбилейная, д.29
+7 (34241) 4-6355,
nikolay.avtoconvet@mail.ru

Пермь

ул. Красина, д.6, +7 (905) 864-8126
Zuich.76@mail.ru
ул. Леонова, д.45, +7 (342) 247-5633
senil25@mail.ru
ул. Соликамская, д.291,
+7 (342) 204-2230
valeriy-volkov@mail.ru
ул. Менжинского, д.40А,
+7 (912) 590-3262
ул. Васнецова, д.8, +7 (919) 710-8875
nata-pdk@mail.ru
Деревообделочная, д.3,
+7 (342) 256-4005
3422564005@kuzovmarket.com
ул. Героев Хасана, д.37А,
+7 (342) 281-0792
e.bashkirceva@europroject.ru

Респ. Башкортостан

Стерлитамак, ул. Элеваторная, д.11
+7 (917) 347-0473,
Oksana.avtolider@mail.ru
Белорецк, ул. 50 лет октября, д.97
+7 (962) 522-6275,
avtomaster7@yandex.ru
Стерлитамак, ул. Переездная, д.9
+7 (917) 761-8037,
karimov.aidar.str@yandex.ru

Белорецк, ул. К.Маркса, д.37
+7 (347) 923-2010, avtomaster7@yandex.ru
Мелеуз, ул. Смоленская, д. 189
+7 (927) 233-8350, konnov68@mail.ru
г. Бирск, ул. Мира, д.112
+7 (34763) 5-5155,
automarket49a@mail.ru
г. Дюртюли, ул. Ленина, д.7, корп.1
+7 (347) 873-0260, ladaz1@rambler.ru
г. Салават, ул. Первомайская, д.49А
+7 (34763) 5-5155,
automarket49a@mail.ru
г. Октябрьский, ул. Садовое кольцо, д.106
+7 (927) 233-7574, goppe_dima@mail.ru
г. Бирск, ул. Чеверева, д.48
+7 (960) 399-1440,
mexanik-1@yandex.ru
Мелеуз, ул. Первомайская, д.23
+7 (937) 343-1001,
avtomirlemeuz@mail.ru
Туймазы, ул. Клара Цеткин, д.5
+7 (937) 498-8300, +7 (917) 471-3340
tmz.svetofor@mail.ru
Белорецк, ул. Веселова, д.27
+7 (927) 315-0576, a.podbor@yandex.ru
Белебей, ул. Красноармейская, д.188
+7 (34786) 5-4633, +7 (98747) 5-8888
kuzovmarkiet@mail.ru

Респ. Татарстан

п.г.т. Кукмор, ул. С.Сайдаша, д.9
+7 (905) 317-3344
rubin05@rambler.ru
Богатые Сабы, ул. Закирова, д.28
+7 (962) 556-7232, +7 (964) 945-1511
iskann@yandex.ru

Ростов-Великий

ул. Карла Маркса, д.12
+7 (903) 638-4742,
maikov1976@mail.ru

Ростов-на-Дону

ТК "Фортуна-Дон", магазин №7
+7 (918) 593-4789, antreco@yandex.ru
ул. Механизаторов, д.8
+7 (863) 201-7351, don@europroject.ru

Ростовская область

г. Белая Калитва, ул. Вокзальная, д.22, +7 (906) 423-5580
г. Каменск-Шахтинский, ул. Ворошилова, д.149В
+7 (903) 488-8358

Рязань

ул. Промышленная, д.27
+7 (903) 838-3500, danilae@mail.ru
Муромское шоссе, ст 2/14, павильон 14, +7 (910) 903-0075,
ararat_avakov@mail.ru
Южный промузел, д.6
+7-920-955-6181,
ryazan@europroject.ru

Самара

ул. Битумная, д. 3
+7 (927) 740-6086, master-li@inbox.ru

Санкт-Петербург

ул. Седова, д.5А, пом.2-Н
+7 (921) 633-6356,
ekaterina.krylov@mail.ru
ул. Ушинского, д.12
(Авторынок Пандора)
+7 (931) 342-3177, kuzov.spb@mail.ru
Салтыковская дорога, д.6
+7 (931) 251-7227, sapfir67@bk.ru
ул. Седова 10, +7 (981) 743-5490
diavto@mail.ru

ул. Доблести, 26 корп.1
+7 (931) 240-7395,
avtokristall2011@mail.ru
ул. Школьная, д.73 корп.2
+7 (953) 161-6114, Z-Helena@mail.ru
Сосновый Бор, ул. Александра Невского, д.39
+7 (813) 697-3337, kuzov-bor@mail.ru
Проспект Народного Ополчения, д.28, +7 (911) 262-9385,
kuzov.piter@yandex.ru
Ленинградская область, г. Сосновый Бор, ул. Петра Великого, д.9, +7 (812) 997-0236
kuzov-bor@mail.ru

Саратов

Московское шоссе, д.35/1Д
+7 (845) 238-4091
ул. Ак. Антонова, д.8
+7 (927) 226-0903
ул. Степана Разина, д.58
+7 (8452) 39-9290,
y.kukleva@europroject.ru

Саратовская область

г. Энгельс, ул. Маяковского, д.294
+7 (906) 307-8667

Свердловская область

г. Богданович, ул. Гагарина, д. 7, корпус Б, +7 (904) 389-77-89
г. Серов, ул. Орджоникидзе, д. 44
+7 922 1725606, +7 953 0521979
kuzov-serov@yandex.ru
г. Сысерть, ул. Тракторная, д.30А
+7 (922) 130-2050,
ber.avtocvet@gmail.com
Сысертьский р-н, г. Арамилы, ул. Гарнизон, д.17Б
+7 (950) 190-1246,
aramilavtocvet@mail.ru
г. Камышлов, ул. Ленинградская, 37
+7 (343) 752-0009,
avtokraska_04@mail.ru
Березовский г. Загвозкина ул. д. 99/1, +7 (903) 083-4294, 78gamlet@mail.ru
г. Новоуральск, ул. Шевченко, д. 12
+7 (34370) 2-58-28,
novo-gala79@mail.ru
Свердловская обл. г. Асбест, ул. Заводская, корп.2, стр.4,
+7 (963) 443-3001
mironov.am@mail.ru
Первоуральск, ул. Вайнера, д.15
+7 (950) 192-1474, color.avto@mail.ru
г. Каменск-Уральский, ул. Октябрьская, д.114
+7 (3439) 39-9989, iglaku@yandex.ru
г. Верхняя Пышма, ул. Петрова, д.51
+7 (34368) 7-7999
3436877999@kuzovmarket.com
Реж, ул. Свердлова, д.70
+7 (902) 443-7976, rezh-raduga@mail.ru

Севастополь

ул. Степаненко, д.14
+7 (978) 770-6248, smirnov-sto@bigmir.net

Симферополь

ул. Маяковского, д.14
+7 (978) 771-9855
e.gomanova@europroject.ru

Смоленск

Рославльское ш., 5 км (поворот на Богородицкое, за «Тигр-Мебель») +7 (4812) 60-9595, 273838@mail.ru

Пивной пер., д.8,
+7 (4812) 27-3838
273838@mail.ru

Соликамск

ул. Добролюбова, д.39Д
+7 (34253) 6-9288,
svetlana_r77@mail.ru

Ставрополь

ул. Октябрьская, д.184А
+7 (903) 443-0700,
orbitastavropol@mail.ru
ул. Заводская, д.15/4
+7 (962) 000-0167;
+7 (962) 000-0162
logachev.y@avtospektr26.ru

Ставропольский Край

Шпаковский р-н, г. Михайловск, ул. Орджоникидзе, д.267
+7 (961) 459-0499,
grigoriy_09@mail.ru
г. Минеральные Воды, ул. Советская, д.120,
+7 (928) 348-5566
Станица Кущевская, Кавказский пер., д.60, +7 (905) 476-6417

Сургут

ул. 30 лет Победы, 47
+7 (902) 690-0268,
e.shipilova@europroject.ru

Тамбов

ул. Никифоровская, д.2Б
+7 (4752) 56-5002,
guliae.v.alex@mail.ru

Томск

ул. Усть-Киргизская 2-я, д.23, стр.5
+7 (3822) 22-4040,
nagivan78@yandex.ru

Тюменская обл

Ялуторовский р-н, г. Ялуторовск, ул. Первомайская д. 17 стр. 4
+79324797427, avtomaster-727@ya.ru

Тюмень

ул. Земляной Вал, д.10/1
+7 (3452) 61-0126, 610126@mail.ru
ул. Домостроителей, д.28, стр.3 ,
+7 (3452) 22-5905,
a.titov@europroject.ru

Ульяновск

ул. Локомотивная, д.62
+7 (8422) 78-4335,
avtomarket_ul@mail.ru
ул. Урицкого, д.98,
avtomarket_ul@mail.ru
ул. Октябрьская, д.22, стр.10
+7 (8422) 45-3149,
avtomarket_ul@mail.ru

Уфа

ул. Интернациональная, д.36
+7 (937) 471-1999, veraani@mail.ru
ул. Сагита Агиша, д.13, к.1
+7 (347) 274-0705
sufufa@mail.ru
ул. Сочинская, д.8
+7 (927) 956-9996, ufa@port3.ru
Уфимское ш., д.25А
+7 (347) 292-1509
ufa@europroject.ru;
v.kuznetsov@europroject.ru

Хабаровск

ул. Павла Леонтьевича Морозова 26Б/1
+7(4217)77-83-00; +7(914)5448300
kuzovmarket27@mail.ru

Чебоксары

Чувашская Республика, г. Новочебоксарск, ул. Коммунистическая, д.19
+7 (8352) 37-3381
svet-chi@mail.ru
Чувашская Республика, г. Чебоксары, ул. Ленинского Комсомола, д.29
+7 (927) 992-2191
k.batuev@gmail.com

Челябинск

Троицкий тракт, 20Б/1, бокс №17
+7 (912) 324-8000, vdj@inbox.ru
ул. Свердловский тракт, д.5/9,
+7 (351) 791-5714
chelyabinsk@europroject.ru;
s.kosolapov@europroject.ru

Челябинская область

г. Копейск, пр-т Победы, д.60
+7 (951) 813-2230
nazipov74@mail.ru
г. Озерск, ул. Дзержинского, д.62
+7 (922) 697-7711
zigachev_147@rambler.ru
г. Копейск, ул. Победы, д.4А
+7 (919) 339-2728
89193392728@mail.ru

Черкесск

ул. Доватора, д.13А,
+7 (878) 220-2919

Чита

ул. Кастринская, д.7
+7 (3022) 55-5015, +7 (914) 808-5015
ruslanbiserov75rus@mail.ru

Элиста

ул. Ленина, д.175А,
+7 (988) 680-5555
alex.gubin2015@yandex.ru

Южноуральск

ул. Мира, д.51
+7 (961) 795-3325,
vm-2007@mail.ru

Ярославль

пр-т Октября, д.84А
+7 (4852) 98-5195, odrov@it-ctrl.ru
Ярославский район, пос. Нагорный, ул. Дорожная, д.12Б
+7 (4852) 98-8600
ул. Мостецкая, д.1, ТЦ Формула, 2 этаж, +7 (4852) 75-9897
yarik-kraski@mail.ru
пр-т Толбухина, д.2А,
+7 (4852) 33-6641,
mironovak25@mail.ru
пр-т Октября, д.73,
+7 (4852) 25-2937
yaroslavl@europroject.ru;
s.pogodin@europroject.ru

Ярославская область

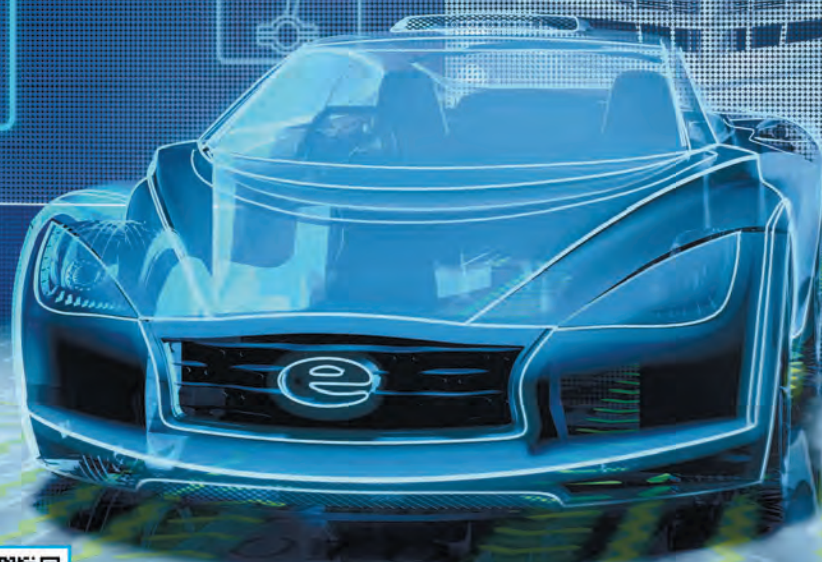
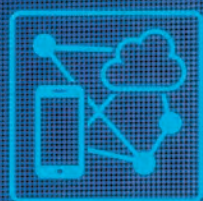
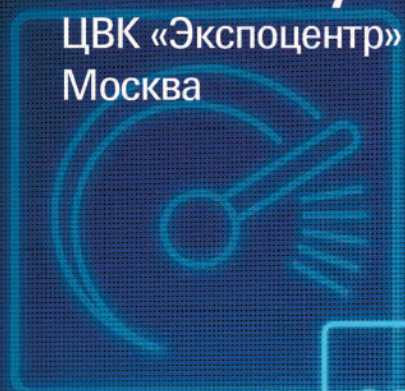
Ярославская область, г. Рыбинск, ул. Демитрова, д.3 ,
+7 (901) 485-5062

MIMS automechanika MOSCOW

21-я Международная выставка запасных частей, автокомпонентов, оборудования и товаров для технического обслуживания автомобилей

21 - 24 августа 2017

ЦВК «Экспоцентр»
Москва



Получите Ваш билет на
www.mims.ru



Организатор

ITEMF
EXPO

Журнал «КУЗОВ» совместно с компанией Capital Lube, официальным дистрибьютором масел PETRONAS, запускает акцию «Масло победителей для пяти победителей».



Первые пять подписчиков следующих пяти номеров журнала получают в подарок канистру премиального моторного масла PETRONAS Syntium с технологией CoolTech™ для своего автомобиля.

Полностью синтетические моторные масла PETRONAS Syntium созданы с использованием технологии CoolTech™. Эти моторные масла обладают уникальной способностью эффективно поглощать и отводить избыточное тепло от основных деталей двигателя. Масла PETRONAS Syntium с технологией CoolTech™ предотвращают повреждение двигателя, защищая его детали от аварийного износа под воздействием высоких температур; гарантируют качественное смазывание за счет стойкости к окислению при высоких температурах; обеспечивают оптимальный режим работы двигателя благодаря отсутствию нежелательных отложений, вызванных перегревом.

Для получения приза необходимо оформить подписку и сообщить об этом в редакцию по телефону: (495) 229-42-42.

ИЗВЕЩЕНИЕ

ИНН 7730659254 ООО «Автомобильное время»
Р/с № 40702810838000052557 ПАО СБЕРБАНК г. Москва,
БИК 044525225
к/с 30101810400000000225

Плательщик _____
(Фамилия, Имя, Отчество)

Адрес для доставки (с индексом) _____

Назначение платежа						Сумма, руб.	
Оплата за журнал "КУЗОВ" за номера	№62	№63	№64	№65	№66	Всего номеров: 6	900
	X	X	X	X	X		
Итого: 900							

С условиями приема банком суммы, указанной в платежном документе, ознакомлен и согласен
Плательщик _____ "_____" 2017
(подпись плательщика, дата)

Кассир



Сделайте копию оплаченной квитанции и отправьте ее в редакцию любым удобным способом.

Телефон редакции: (495) 229-42-42
Факс: (495) 229-42-57
E-mail: ak@asa-auto.org
Почтовый адрес: 121059, Москва, ул. Киевская д.14, стр. 9 (редакция журнала «Кузов»)

* стоимость подписки с доставкой за рубеж уточняйте в редакции

КВИТАНЦИЯ
Кассир

ИНН 7730659254 ООО «Автомобильное время»
Р/с № 40702810838000052557 ПАО СБЕРБАНК г. Москва,
БИК 044525225
к/с 30101810400000000225

Плательщик _____
(Фамилия, Имя, Отчество)

Адрес для доставки (с индексом) _____

Назначение платежа						Сумма, руб.	
Оплата за журнал "КУЗОВ" за номера	№62	№63	№64	№65	№66	Всего номеров: 6	900
	X	X	X	X	X		
Итого: 900							

С условиями приема банком суммы, указанной в платежном документе, ознакомлен и согласен
Плательщик _____ "_____" 2017
(подпись плательщика, дата)

Необходимо заполнить для оформления подписки

Организация и ее сфера деятельности:

Должность:

Рабочий телефон:

Мобильный телефон:

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КУЗОВНОГО РЕМОНТА

KITT

- липкая
- антистатическая
- из хлопковой марли
- удаляет пыль
- не оставляет ворса
- не оставляет следов пропитки

МАСТЕР KITT



РЕКОМЕНДУЕТ!

*Произведено
в Европе*

*Широкий
ассортимент*

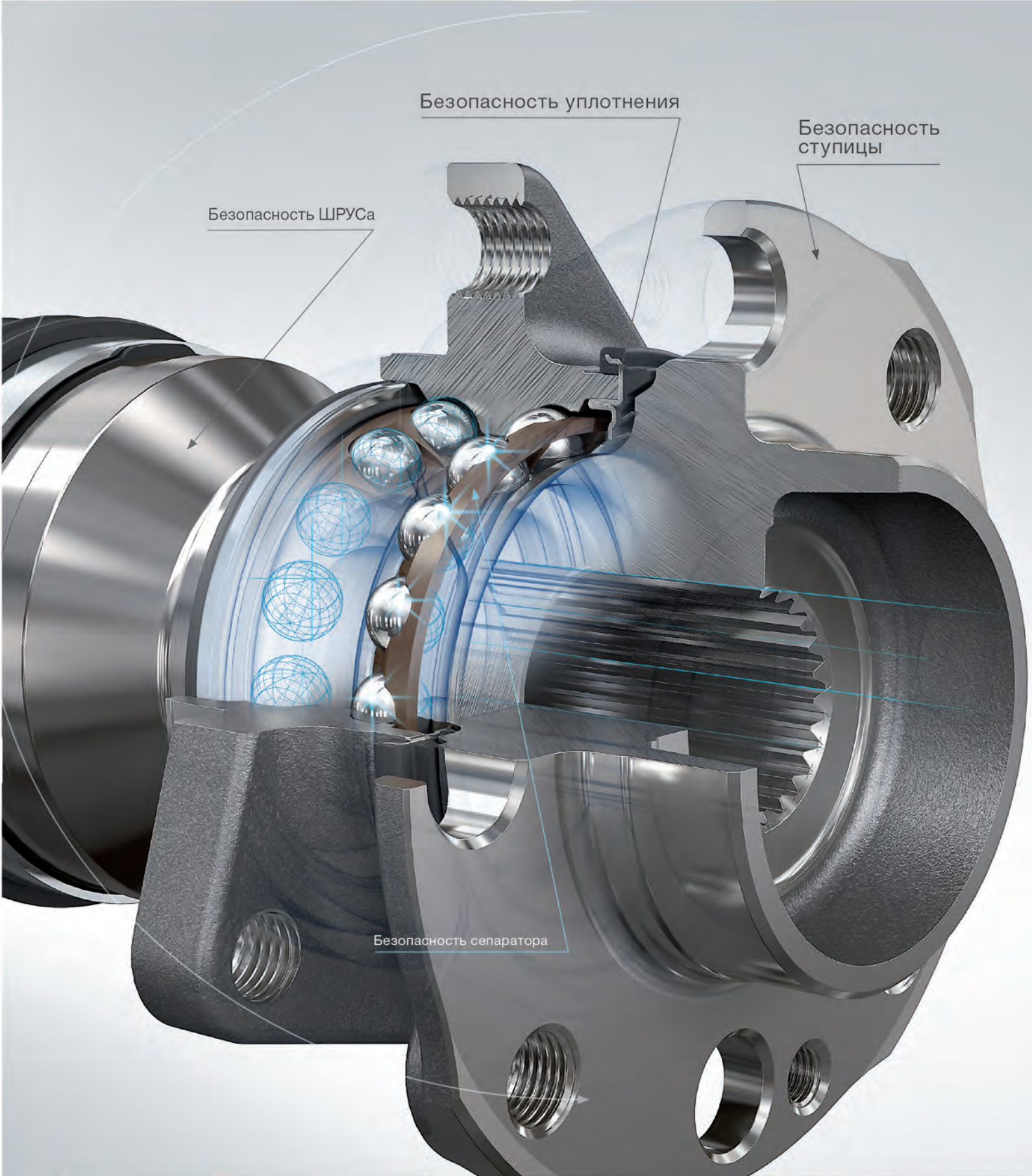
*Привлекательные
цены*



*Отличное
качество*

*Удобная
фасовка*

+7 495 790 04 52
www.kitt-auto.ru



#SECURITY INSIDE

Отвечая за сцепление с дорогой и торможение, система подвески не приемлет даже малейшей неточности. Являясь создателем системы ASB, разработчиком и производителем колёсных подшипников, дисков, подшипников подвески и ШРУСов, NTN-SNR использует накопленные знания для создания передовых продуктов.

Подшипники, детали подвески и ШРУСы, разработанные совместно с крупнейшими автопроизводителями, - это та же продукция ОЕ, которую мы предлагаем для вторичного рынка автозапчастей.

Лучшее для Вас.

www.ntn-snr.com

NTN 



With You