

SERVICE and PARTS

www.car-pr.com

CAR pr

№ 2 (м а р т) 2 0 1 9



Диджитал
Дизель

WWW.DIGITALDIESEL.RU



КАПЛЯ ДИЗЕЛЬНОГО МЁДА

ИЩЕМ ПАРТНЕРОВ

CAR-PR.RU

CAR **pr**

- **Event-агентство**
для автобизнеса
- **Журнал**
Service and Parts
- **Инфоportal** для СТО
- **Конференции**
и профессиональные
конкурсы
- **Продвижение брендов**
в профессиональной
среде
- **Аналитика рынка**
автокомпонентов и
сервисных услуг
- **Маркетинговые акции**
для розницы и СТО



САМЫЕ БЫСТРЫЕ ГОНОЧНЫЕ МАШИНЫ РАЗГОНЯЮТСЯ
ДО 100 КМ/Ч ЗА 2,6 СЕКУНДЫ
СО СЦЕПЛЕНИЕМ SACHS



Официальный партнер BMW Motorsport

ПРОВЕРЕНО В ГОНКАХ


SACHS

2019: пульс рынка измеряет эксперт

Время от времени принято сверять часы, обсуждать «бизнес-координаты» отрасли с теми экспертами и практиками, кого знаешь давно, чьему мнению доверяешь. В отношении премиального сегмента рынка автокомпонентов для автора этого теста в топе таких экспертов – Олег Молотков, руководитель ООО «ZF Russia», глобального концерна ZF, лидирующего по ряду направлений и в ноу-хау, и в первичной комплектации, и на вторичном рынке.



Олег Молотков, руководитель ООО «ZF Russia».

- Год начался, и потому отчасти прогнозы делать проще, да и оценки уже устоялись, сложились. Можно смотреть на 2018-й с некоторого удаления, а новый год видеть не по первому, сомнительному в смысле трендов, месяцу. Как же в вашем понимании складывается год, чего ждать на рынке премиальных запчастей, и каков он сейчас, этот рынок?

- Рынок в целом в этом году чувствует себя более стабильно, чем год назад. Назовем эту ситуацию стабильно сложной – и все же сделаем упор на слове «стабильно». В таком сочетании понятий все достаточно оптимистично – и точно. Нет причин и каких-то видимых оснований прогнозировать большой рост. Нет и заметных признаков дестабилизации, расшатывания рынка, депрессии. Стабильность – уже хорошее начало, уже основание для построения достаточно надежных прогнозов.

Теперь о конкретных группах запчастей, которые мы предоставляем вторичному рынку. Начнем с подвески.

Подвеска в смысле обслуживания и ремонта, как система – это «генератор продаж» расходных деталей, материалов. Она требует постоянного внимания, особенно в условиях, когда парк стареет, а качество дорог если и растет, то скромными темпами. Добавим сюда и готовность автолюбителей реже обновлять парк.

И получим – стабильный, емкий рынок со своими законами. Конечно, подвеска в целом и ее наиболее «ходовые» в смысле объема ремонтов узлы – не в первом приоритете для автолюбителя. Зачастую их не относят в

сознании к сегменту «безопасность, заменить срочно», а числят в списке вторых приоритетов – комфорт, общая исправность. Именно в этой первой линии – тормозная система, рулевое управление. Насколько корректно отделять от них подвеску - пока не будем обсуждать. Важнее иное: к ремонту (а сначала детальной диагностике) именно подвески водитель обращается с полным вниманием лишь тогда, когда чувствует, что управляемость или поведение на дороге стали иными.

Еще раз подчеркну: отношение к подвеске по-настоящему потребительское! Подвеска может стучать, вызывать ощущения дискомфорта – но российский водитель готов долго и упорно списывать эти симптомы на иные причины: неровности дороги, например. Такое субъективное отношение отчасти понятно, ведь надо учесть и элемент привыкания. Изменения в характеристиках накапливаются постепенно, отследить их довольно трудно, особенно если не хочется замечать... и открывать кошелек. Увы, такая экономия заканчивается порою очень плохо. Автомобиль в какой-то момент может просто выбросить с дороги!

Все сказанное верно для рынка в среднем. Но премиум-сегмент выгодно отличается именно в смысле отношения к подвеске, ее обслуживанию и ремонту.

- И это сегмент присутствия ассортимента продукции концерна ZF.

- Именно так. Для «премиума» комфорт – один из главных эксплуатационных показателей. Даже, можно сказать, ценность. Его изменение заставляет водителя сразу обратиться в сервис, пройти диагностику и поспешить с устранением выявленных недостатков: купленный за очень большие деньги автомобиль не должен разочаровывать своего владельца. Показательно и поведение при обращении на СТО. Вышедшие из строя элементы подвески меняются либо на так называемые «оригинальные» либо на соответствующие им (и даже превосходящие, бывает и так) детали премиум-сегмента, производимые концернами – поставщиками конвейера и владельцами технологических ноу-хау. Спрос на детали премиального качества в премиальном сегменте автосалона – стабильный и постоянно высокий.

- А если спуститься чуть ниже, в масс-сегмент?

- Средний и низкий уровень качества запчастей на вторичном рынке – зона бурной и сложной конкуренции. Даже скажу – болезненной... или, по крайней мере, не вполне здоровой. Учитывая кризисную ситуацию в стране, автовладельцы, поставленные перед фактом неизбежного ремонта, пытаются ограничить его масштаб и заменить самое необходимое по минимуму. Кто-то настолько ограничен в средствах, а кто-то склонен формировать отложенный спрос в надежде на то, что кризис однажды закончится – и тогда-то будет выполнен полный, исчерпывающий все рекомендации мастера СТО, ремонт. А пока действует принцип «и так сойдет»... Именно в силу временности, экстренности ремонта автовладельцы склонны сознательно покупать дешевые детали. Что, в свою очередь, сокращает время до следующего экстренного ремонта, который вполне успеет нагрянуть прежде улучшения «погоды» в экономике года так через полтора.

Если еще раз взглянуть в сторону премиального сегмента деталей и автомобилей – все радикально иначе! Наши детали работают в два-три раза дольше.

- О ценах и логике ремонта мы поговорили. Стоит затронуть и ассортимент. Слияние с TRW – оно расширило предложение? Не возникла ли внутренняя конкуренция по каким-то позициям?

- Слияние существенно расширило ассортимент наших запчастей, всю программу поставок. Добавились позиции в снабжении тормозной системы, добавились и некоторые элементы подвески. По сути, мы работаем в одном качественном диапазоне – бренды концерна ZF и теперь еще TRW. Да, мы в одном сегменте – но именно поэтому не чувствуем внутренней конкуренции: разные подразделения нацелены на снабжение разных конвейеров и потому «притягивают» к себе разные автобренды. Расширение диапазона пошло всем на пользу. Конечно, если подходить строго математически, то деталь от Lemförder, изготовленная для Mercedes, будет дороже и выше по качеству, чем аналогичная деталь от TRW, сделанная для Ford, это надо понимать и относиться к этому следует именно так. Ведь Lemförder – это пре-

жде всего немецкий рынок. Это Audi, это Porsche, BMW, Mercedes, группа VAG. А перечисленные бренды говорят о многом.

- Еще хочу спросить о сетях и сервисных концепциях. Стали ли они каким-то отдельным специфическим клиентом для ZF?

- Знаете, есть сети – и сети... Мы охотно развиваем свою партнерскую сеть, я говорю о дилерах, представляющих продукцию ZF на рынке. Конечно, мы мониторим развитие сетевых СТО, мы видим рост и независимых сетей. Но как они живут, и по каким законам развиваются, мы, как поставщики запчастей, пока оцениваем с осторожностью. Ясно, что сети – это крупный и растущий рынок сбыта. Но тут важно соблюдать и осторожность в политике и логистике.

Для нас ключевой вопрос: как сети воспринимает «наш» клиент? И насколько иначе для нас реализуется работа в таком канале снабжения. Мы не конкурируем с теми, кто поставляет запчасти для сетей – мы, скажу так, живем в параллельных реальностях. У нас разные ориентиры. Если для кого-то главное – цена, мы не отрицаем такую логику. Но помним, что для нас по-прежнему приоритет – это надежность и долговечность.

Оксана Демченко

Концерн ZF является мировым лидером по производству техники привода и подвески, а также систем активной и пассивной безопасности. ZF объединяет около 230 производственных предприятий в 40 странах мира. В 2017 году оборот концерна ZF достиг 36,4 миллиарда евро. В целях сохранения лидирующих позиций в области инновационной продукции концерн ежегодно инвестирует более 6% от своего оборота в НИОКР.

Найди десять отличий

В 2019 году рынок стал похож на игру «найди 10 отличий» - ну или 20, 30... оно копятся постепенно, со временем. И это на фоне общей кажущейся схожести нынешнего 2019 года с прошедшим 2018-м: вроде бы резкого ухудшения нет; вроде бы стабильность в экономике, пусть и относительная. Но, стоит взглядеться, и отличия проявляются, и начинаешь из собирать, подмечать. Потому что возникает ощущение, что скоро малые, едва заметные изменения накопятся в достаточном количестве, чтобы стать чем-то серьезным. Трендом, глобальным изменением, важным всему рынку.

«Отличие №1» - по крайней мере, так кажется мне, копится в рынке сетевых франшиз для независимых СТО. Расстановка фигур на этом поле еще недавно была понятной, «узаконенной».

Но разве прежний закон все еще действует?

Год назад казалось так просто обозначить первую тройку франшиз рынка! Заодно порассуждать, кто растет в количестве, а кто - в качестве. Кто предлагает новое, а кто следует традициям, сложившимся за время присутствия на рынке...

Начало 2019 года, и особенно весна - время, когда перемены уже накопились и сделались хорошо заметны. Пожалуй, началось движение с активизации продвижения и пополнения управленческой команды в сети «Вианор», которая заявила (и продолжает заявлять!) о себе на рынке общего сервиса, а не узкого шинного сегмента.

Затем стали хлопать двери... «Буржуй», «Волин» и «Подорожник» - три названия, которые наверняка слышали очень многие, ведь эти техцентры явно не рядовые! Как же не заметить перемен в их статусе? Словно этого мало, с севера подкрался айсберг под названием «ЕвроАвто» - и стало понятно, что видимая часть куда меньше амбициозной и массивной - невидимой... Да, имя было знакомо рынку, но теперь, после шумного и массового события в Москве, собравшего так много профи в одном зале, что пришлось спешно менять зал - как не заметить эту заявку на новое, просторное место под солнцем?

А ведь есть еще громкие сообщения о массовом вступлении СТО в одни федеральные сети - и тихие, кулуарные разговоры о таком же массовом бегстве из других сетей.

Рынок франшиз, который начал просыпаться после «кризисного шторма» 2014 года, снов меняется. Время сочных и красивых кусков сыра, праздно лежащих на виду, постепенно уходит в прошлое, можно сказать - мышеловки обнаруживаются... И это - на фоне сложной ситуации с доходами населения и глобальной неопределенностью.

Значит, перемен станет еще больше, а динамика их вырастет.

В итоге - займут ли сети значительно большую часть рынка - или отступят и локализируются в своей нише?

Вероятно, ответ будет зависеть от реального, а не декларативного, баланса интересов. Потому что сейчас каждый достойный внимания техцентр тщательно считает не «понты», а выгоду - выраженную в деньгах, репутации, стабильности и объеме клиентского трафика, прозрачности и стабильности правил, отношении к высшей ценности каждого бизнеса, наконец - его клиентской базе...

Так что - год будет интересным, и игра в отличия продолжится.

*Оксана Демченко,
автомобильный эксперт.*



ВЕРНЫЙ ВЫБОР.



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

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

Больше информации:

www.schaeffler.ru/aftermarket

www.repxpert.ru



SCHAEFFLER



Новая упаковка для тормозных накладок Textar

TMD Friction изменил упаковку тормозных накладок Textar для барабанных тормозов коммерческого транспорта. Теперь они будут поставляться в прочной ПЭТ-упаковке с логотипом на фоне ярко-желтого принта. Новая упаковка защищает продукцию от Textar от подделок и помогает продавцам и СТО идентифицировать оригинальную продукцию Textar. В компании отмечают также, что отказ от упаковки в картонные коробки, поможет клиентам больше не беспокоиться об их утилизации. Напомним, что ассортимент накладок Textar для барабанных тормозов насчитывает около 600 артикулов для парка коммерческой техники. Существенная часть линейки производится на новом современном заводе TMD Friction в Сальто, Бразилия.

TMD Friction запускает новую серию семинаров

В России и СНГ стартует новая серия технических семинаров TMD Friction, в которых предусмотрен теперь блок информации по продукции японского бренда Nisshinbo. В этом году компания про-

ведет около 15 обучающих мероприятий в открытом формате, доступных для всех желающих. Программа однодневных семинаров TMD Friction включает в себя два блока. Теоретическая часть касается продаж, ассортиментной политики, технических параметров и специфики подбора запчастей. Второй блок посвящен разбору практических советов и рекомендаций по работе с компонентами тормозных систем. Затрагивается также тема подделок и способах их выявления. После семинара слушателям, успешно сдавшим тест, выдается сертификат. Помимо технических семинаров разработанная TMD Friction программа обучения включает образовательную интернет-платформу Textar Professional.



Продажи TMD Friction выросли на 10 процентов в 2018 году

В 2018 году TMD Friction разработчик фрикционных материалов для автопроизводителей и поставщик тормозных комплектующих Textar, Mintex, Nisshinbo и DON на 10% увеличил продажи на территории России и стран Таможенного союза. Залогом роста стало расширение регионов сбыта и ассортимента поставок, что обеспечило максимальное покрытие тормозными комплектующими как европейского, так и азиатского автопарка. В 2018 год под управление TMD Friction перешли продажи продукции Nisshinbo. После ребрендинга и организации новых ка-

налов сбыта российскому подразделению TMD Friction удалось обеспечить продажи Nisshinbo на уровне 2017 года. Сейчас ассортимент поставок Nisshinbo включает почти 500 артикулов колодок для дисковых тормозов и более 350 – для тормозных дисков. В 2019 году ассортимент пополнится позициями для новых моделей и модификаций автомобилей азиатского производства, а также тормозными колодками для барабанных тормозов и автохимией. В 2018 году компания начала поставки в Россию комплектующих для коммерческого транспорта под брендом DON с завода TMD Friction в Бразилии.

Textar Formula XT – экологичный продукт

TMD Friction получил сертификат соответствия, который подтверждает экологичность очистителя тормозной системы Textar Formula XT. Компания получила также официальное заключение, подтверждающее отсутствие в составе этого продукта озоноразрушающих веществ. Ранее Formula XT уже был зарегистрирован в Министерстве по охране окружающей среды ФРГ. Очиститель предназначен для очистки и обезжиривания элементов тормозов, тормозных дисков, ступиц колес, сцепления и других металлических поверхностей. Formula XT эффективно удаляет масла и смазки, не оставляя следов и быстро растворяя даже застарелые загрязнения, жир и силикон. Продукт можно использовать для очистки деталей зубчатых передач, стартеров и генераторов электрического тока, карбюраторов, топливных насосов, шлангов и инструментов. Аэрозольный очиститель удаляет частицы абразивной пыли, возникающие в процессе эксплуатации механизмов. Очиститель эффективно обезжиривает стеклянные и металлические поверхности, не повреждает резиновые уплотнители. Formula XT не агрессивен к полистиролу и не содержит растворителей на основе хлора. На этикетке очистителя тормозов Textar теперь есть инструкция по применению на русском языке. Formula XT объемом 500 мл получила новый артикул Textar 96000400.



TEXTAR[®]
BRAKE TECHNOLOGY



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

- TEXTAR ВЧЕРА** – Лучшие технологии и решения для тормозных систем уже более 100 лет.
- TEXTAR СЕГОДНЯ** – Премиум-бренд одного из крупнейших в мире производителей О.Е., предоставляющий полный ассортимент продукции для тормозных систем пассажирского и коммерческого транспорта.
- TEXTAR ЗАВТРА** – берет свое начало СЕГОДНЯ, потому что уже сейчас мы разрабатываем оптимальные решения для тормозных систем автомобилей будущего.



www.textar.com

Новинка от Delphi Technologies

Аппарат последнего поколения позволяет всего за пять минут осуществить проверку как системы непосредственного впрыска (GDi), так и системы распределенного впрыска (PFi) топлива. Используя дополнительное оборудование для ультразвуковой очистки, автомастерские могут удалять нагар — довольно распространенное явление для двигателей с системой GDi.

Полнофункциональное решение для систем GDi, наряду с оригинальными запчастями, диагностическим оборудованием и специальными тренингами, предоставляет СТО отличную возможность открыть для себя новый быстро растущий и прибыльный сегмент независимого рынка автозапчастей.

Компания Delphi Technologies запускает в серию Hartridge Excalibur GDi Master — компактный настольный стенд, способный тестировать как системы GDi, так и системы PFi. Это решение было впервые представлено на выставке Automechanika Frankfurt 2018 в виде прототипа. Данное устройство, наряду с линейкой оборудования для ультразвуковой очистки, представляет собой последнее дополнение ассортимента решений для техобслуживания систем GDi. Вместе с оригинальными насосами, форсунками и сервисными комплектами для популярных автомобилей PSA, универсальными электронными и гидромеханическими диагностическими инструментами и средствами обучения новое устройство позволяет автомастерским выйти на динамично растущий и прибыльный рынок обслуживания систем впрыска топлива.

Тестирование систем GDi и PFi всего за пять минут

Hartridge Excalibur GDi Master — одно из множества универсальных диагностических решений нового поколения — дает автомастерским возможности диагностики систем GDi как в катушечном, так и в пьезоэлектрическом исполнении при давлении до 235 бар, а также систем PFi. Самонастраивающееся устройство, построенное на той же запатентованной платформе, что и аппараты серии Sabre CRi и Toledo HEUi Master, и использующее то же программное обеспечение magmahTouch, позволяет проводить всестороннее тестирование всего за пять минут.

Благодаря технологии FERT (full event response time — время отклика на полное событие) Excalibur GDi Master способен проверить правильность двух важных для системы GDi параметров — подачи топлива и времени впрыска. Аппарат также обладает встроенной функцией обратной промывки для очистки форсунки от загрязнений перед тестированием, включает уникальный модуль анализа формы факела для определения правильности профиля / формы факела распыла и содержит обширную библиотеку автоматизированных и проверенных планов тестирования Hartridge, благодаря чему обеспечивается максимальная простота эксплуатации.

Оборудование для ультразвуковой очистки позволяет автомастерским удалять нагар

Поскольку форсунки GDi расположены внутри камеры сгорания двигателя, на них может оседать большое количество сажи. Для решения этой довольно распространенной проблемы в линейке Hartridge присутствует широкий ассортимент резервуаров для ультразвуковой очистки из нержавеющей стали. В течение цикла, длящегося от одной до трех минут, осуществляется эффективное и быстрое удаление стойкого нагара.

Hartridge Excalibur GDi Master и оборудование для ультразвуковой очистки — это новейшее дополнение ассортимента решений по техобслуживанию систем GDi. В рамках этой комплексной программы,

запущенной в конце 2018 года, топливными насосами и форсунками в качестве оригинального оборудования оснащаются более 2,1 миллиона популярных автомобилей PSA. В программу также входят электронные и гидромеханические диагностические инструменты и обучение, благодаря чему обеспечивается ее максимальная универсальность.



Take a Brake

SB

SANGSIN BRAKE

SANGSIN BRAKE

SB



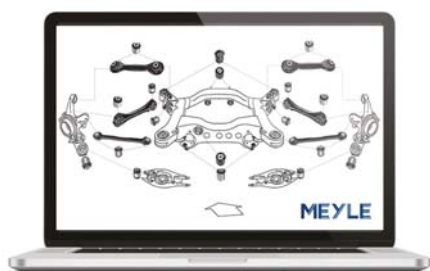


В России доступны Philips WhiteVision Ultra

Осенью прошлого года на выставке «Автомеханика» были представлены новые галогенные лампы для фар головного освещения Philips WhiteVision Ultra. Теперь эта новинка вышла на российский рынок. Лампы выполнены с применением новой технологии покрытия, имеют цветовую температуру 4200K и являются самыми яркими галогенными лампами с белым светом в ассортименте Philips. Лампы головного освещения Philips WhiteVision Ultra сертифицированы по стандарту ECE для автомобильных ламп. Philips WhiteVision Ultra имеет длинный световой пучок, обеспечивающий до 60 % лучшую видимость, что позволяет лучше видеть других участников дорожного движения и делает автомобиль более заметным на дороге, таким образом повышая уровень безопасности. Автомобильные лампы Philips WhiteVision Ultra для фар головного освещения доступны с цоколями H4 и H7.

Все для удобства СТО

MEYLE внедрила контекстную графику для обозначения рычагов задней подвески для некоторых моделей BMW и Mercedes.



Графические изображения, разработанные MEYLE, показывают запчасть в составе конструкции шасси, что упрощает поиск необходимых компонентов. Такое решение делает работу с компонентами более простой и быстрой и существенно упрощает подбор нужных для ремонта запчастей. MEYLE уже давно предлагает возможности графического подбора компонентов переднего моста для 200 самых популярных моделей в немецком автопарке. Теперь контекстная графика доступна для компонентов заднего моста автомобилей BMW 1-й, 2-й, 3-й и 4-й Серии, а также автомобилей Mercedes Benz C- и E-Класса. Графику

можно использовать не только в каталогах системы TecDoc, но и в онлайн каталоге MEYLE, а также в интернет-магазинах.



Castrol GTX с расширенной системой защиты

Castrol расширил систему защиты для линейки моторных масел Castrol GTX. Теперь на верхней части канистр и на боковой продукции размещен уникальный код на голограмме. Такую технологию защиты компания начала внедрять еще в 2016 году с продукции линеек Castrol EDGE и Castrol MAGNATEC. Благодаря такому коду потребитель можно удостовериться в подлинности продукции через сайт компании, а также в мобильном приложении бренда, с помощью звонка на горячую линию или через sms. В ответ должно прийти подтверждение наименования продукта, а также номер производственной партии, который можно сверить с номером, на канистре или бочке. Алгоритм

проверки настроен так, что все попытки полного копирования кода на упаковке отслеживаются.

NTK: максимально широкая линейка датчиков частоты вращения и положения валов двигателя

В Москве состоялась презентация новой продуктовой группы бренда NTK (входит в портфель NGK Spark Plus Europe) – датчики частоты вращения и положения валов двигателя. Это расширение ассортимента позволяет NTK предлагать комплексное решение в области датчиков двигателя. Датчики частоты вращения и положения валов двигателя подают на электронный блок управления основную информацию, необходимую для работы двигателя, а также данные о скорости вращения и положении коленчатого и распределительного валов относительно друг друга. Датчик положения (распределительного вала) непрерывно определяет положение вала для

обеспечения необходимой синхронизации. Сведения, которые получает от датчиков блок управления, он использует для того, чтобы определить, какой из цилиндров в данный момент времени совершает рабочий ход. Это нужно для определения оптимального момента для впрыска топлива и подачи напряжения на катушку зажигания, что и обеспечивает своевременную работу свечи зажигания и плавное управления всем двигателем. Новая линейка датчиков включает в себя 567 артикулов, что на 88% покрывает автопарк. Это делает NTK Vehicle Electronics брендом, который предлагает почти для любого автомобиля исключительно качественные и долговечные датчики частоты вращения и положения валов двигателя в качестве запасных частей. Ассортимент включает в себя как датчики индуктивного типа, генерирующие аналоговый сигнал, так и датчики, работающие на эффекте Холла и выдающие цифровой сигнал.



WWW.CTR.CO.RU

CTR[®]

Ваша основа надежного движения



VW POLO V

ШАРОВАЯ ОПОРА
РУЛЕВОЙ НАКОНЕЧНИК
РУЛЕВАЯ ТЯГА
РЫЧАГ ПОДВЕСКИ
СТОЙКА СТАБИЛИЗАТОРА
ПЕРЕДНИЕ КОЛОДКИ

CBVW-1L/R
CEVW-3L
CRVW-1
CQVW-3L
CLVW-2
CKVW-7



OPEL CORSA D

ШАРОВАЯ ОПОРА
РУЛЕВОЙ НАКОНЕЧНИК
РУЛЕВАЯ ТЯГА
РЫЧАГ ПОДВЕСКИ
ПЕРЕДНИЕ КОЛОДКИ

CBG-64
CEG-15L/R
CRG-14
CQG-10L/R
CKG-57



FORD FOCUS

ШАРОВАЯ ОПОРА
РУЛЕВОЙ НАКОНЕЧНИК
РУЛЕВАЯ ТЯГА
РЫЧАГ ПОДВЕСКИ
СТОЙКА СТАБИЛИЗАТОРА
ПЕРЕДНИЕ КОЛОДКИ
ЗАДНИЕ КОЛОДКИ

CBF-24
CRF-10
CEF-37L/R
CQF-1L/R
CLF-23
CKF-14
CKMZ-23



AUDI A3

ШАРОВАЯ ОПОРА
РУЛЕВОЙ НАКОНЕЧНИК
РУЛЕВАЯ ТЯГА
РЫЧАГ ПОДВЕСКИ
СТОЙКА СТАБИЛИЗАТОРА
ПЕРЕДНИЕ КОЛОДКИ
ЗАДНИЕ КОЛОДКИ

CBVW-2L/R
CEVW-1L/R
CRVW-3
CQVW-1L/R
CLVW-1
SLVW-1
CKVW-8

**ТЕПЕРЬ
НА ЕВРОПУ**

ПОСЕТИТЕ
НАШ ОНЛАЙН КАТАЛОГ:

WWW.NEOCTR.KR

НОВОСТЬ 1

Финальное соглашение

28 марта 2019 года, концерн ZF, мировой технологический лидер и ведущий поставщик систем мобильности для легковых автомобилей, коммерческого транспорта и промышленного сектора, объявил о заключении финального соглашения по приобретению компании WABCO за 136,50 доллара за акцию. Запланированная сделка одобрена Советом директоров и Наблюдательным советом ZF, а также Советом директоров компании WABCO. Благодаря появлению нового бренда в портфеле ZF концерн станет ведущим глобальным поставщиком интегрированных мобильных систем для коммерческого транспорта. Общий объем продаж после слияния предположительно составит 40 млрд евро.



500 Mobil 1 Центр

В Калининграде 2 марта состоялся праздник в честь 500-й по счету сервисной станции Mobil 1 Центр на территории России, Украины и Казахстана. Торжественная церемония в честь юбилейного Mobil 1 Центра прошла при участии официальных лиц ООО «Мобил Ойл Лубрикантс», аффилированной компании ExxonMobil. Ее гостями стали представители дистрибьютора и сотрудники Mobil 1 Центра.

Новый Mobil 1 Центр «Спектр» вошел в глобальную сеть станций технического обслуживания, работающих по передовым международным стандартам. Программа, запущенная в 2011 году теперь насчитывает 500 станций, и ее развитие только набирает обороты.

Одним из ее главных преимуществ является то, что при замене моторного масла, автовладелец получает бесплатную диагностику его машины по 10 пунктам*, в том числе проверяется состояние трансмиссионных масел и жидкостей, аккумулятора, тормозной жидкости, протекторов.

Новый Mobil 1 Центр располагается по адресу: г. Калининград, ул. Аллея Смелых, 200Б.

Новые лампы Philips WhiteVision Ultra

Галогенные лампы для фар головного освещения Philips WhiteVision Ultra, впервые представленные прошлой осенью на выставке Automechanika, стали доступны для приобретения в России. Благодаря новой технологии покрытия и впечатляющей цветовой температуре 4200 К обеспечиваются отличные характеристики освещения.

Philips WhiteVision Ultra – это самые яркие галогенные лампы с белым светом в ассортименте Philips, предназначенные для использования на дорогах общего пользования. Лампы Philips WhiteVision Ultra можно приобрести не только в специализированной автомобильной рознице, но и традиционных ритейл-сетях.

Премьера двигателя JLE-4G18TD

28 февраля 2019 года состоялась российская премьера двигателя JLE-4G18TD второго поколения.

Двигатель JLE-4G18TD второго поколения является развитием зарекомендовавшего себя 1,8-литрового четырехцилиндрового бензинового двигателя с турбонаддувом,

знакомом российским клиентам Geely по модели бизнес-седана Emgrand GT.

Двигатель JLE-4G18TD второго поколения на 21 л.с. мощнее своего предшественника, а также развивает крутящий момент на 35 Нм больше, что позволяет существенно увеличить динамику всех моделей Geely, в которые будет устанавливаться новый силовой агрегат. При этом диапазон оборотов, в котором новый двигатель развивает максимальную тягу – от 1500 до 4000 об/мин – существенно шире, чем у двигателя первого поколения, то есть новый двигатель является более эластичным и удобным в повседневной эксплуатации.

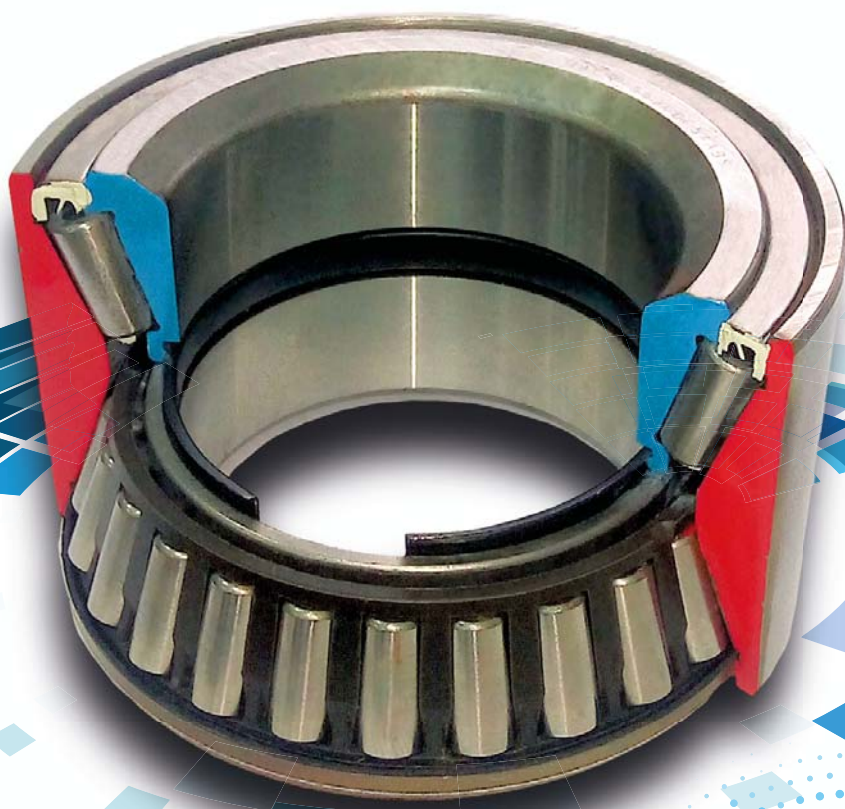
Еще одно ключевое направление, в рамках которого совершенствовался двигатель JLE-4G18TD – снижение шума и вибраций, которые возникают при работе ДВС. Часть деталей двигателя, как, например, кожух приводной цепи газораспределительного механизма, были заново спроектированы и испытаны в ИЦ Geely. Инженерам удалось снизить шум, слышимый на водительском месте, до 39,5 дБА, что соответствует уровню звукового комфорта премиальных автомобилей немецких и японских брендов.



Роликовые ступичные подшипники

серии **DACR**

- ▶ повышенная грузоподъемность за счет оптимизированного пятна контакта
- ▶ увеличенный ресурс
- ▶ высококачественная смазка с диапазоном рабочих температур -40 до $+250^{\circ}\text{C}$



WWW.TORQUE.PARTS

TORQUE

GRASS.

Репортаж с производства

Автор: Марина Белоглядова

Этот год для компании ключевой – 15 февраля 2017 года стартовали официальные продажи нового детейлингового бренда премиум-класса Detail, на производстве запускаются новые складские помещения, продукция и проекты, а также этот год объявлен в компании годом диджитализации. Журнал Service and Parts посетил предприятие, расположенное в Волгоградской области.



Экскурсия началась с нового офисного здания, на трех этажах которого расположены все структурные подразделения.

Михаил Катанаев, директор по логистике ТД «ГраСС», отметил, что современное светлое здание выполнено в европейском стиле Open Space. Огромная площадь офиса разграничена полупрозрачными перегородками. Стильный дизайн в светлых тонах подчеркивает стремление компании к новаторству, и является отражением молодого, дерзкого духа коллектива GRASS, работающего в системе координат Agile.

Манифест Agile включает в себя такие постулаты, как «люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов», «готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану» и др., что

позволяет компании создавать мобильные рабочие группы, ответственные за результат и быстро реагировать на любые изменения.

Научно-Исследовательский Центр

НИЦ разделен на три зоны: офисную, зал обучения и исследовательскую лабораторию.

Руководитель НИЦ – Маковецкая Анастасия. Лаборатория оснащена оборудованием высочайшего мирового качества. Именно здесь специалисты создают новые продукты и тестируют их (например, на температурные режимы в диапазоне от минус до плюс 50 градусов Цельсия, на тряскость продуктов, химический состав и свойства и мн.др.)

Рядом расположен класс обучения, где проходят теоретические и практические занятия по химии для всех сотрудников компании, семинары для клиентов и даже детей.





Производство

Производственные линии составляет более 3 000 кв.м. Каждый цех разделен на две зоны: зону загрузки компонентов и зону розлива. В зоне загрузки происходит заполнение смесителей компонентами по определенной программе и их дальнейшее перемешивание. Большое значение уделяется качеству воды.

Все процессы выполняются с помощью специального высококачественного оборудования, которое позволяет с высокой точностью осуществлять дозирование веществ. После окончания процессов загрузки и смешивания, созданные образцы поступают в примыкающую к цеху производственную лабораторию, где проходят

проверку на соответствие заявленных показателей качества. Только после полной и тщательной проверки продукт поступает на розлив.

Линии выпускают продукцию объемом до 1 л., 5 л. и 20л. Производительность – не просто очень высокая, а космическая.

Для розлива агрессивных химических продуктов, в состав которых входят кислоты и гипохлорид натрия, оборудована специальная линия из титана. Здесь же расположена малая эстакада, предназначенная для загрузки агрессивных компонентов, продуктов на основе растворителей и абразивных веществ.

Стоит отметить, что в 2016 году компания GRASS, одна из первых в России, запустила линию по производству гелевых ароматизаторов.

Склад

Для автоматизации работы запущена новая система учета – эксперт логистики, которая предполагает хранение, подбор и отгрузку товаров через специальные терминалы. Каждая позиция, поступающая на склад, принимается и размещается в определенную ячейку учёта.

Для удобства отгрузки склад оснащен семью доками, 5 из которых предназначены для большегрузных фур и 2 для легковых автомобилей.

Старый склад готовой продукции площадью 1359 кв.м. В начале 2017 года был запущен новый современный склад площадью 3000 кв.м. В нём организовано хранение продукции в удобной и легкодоступной системе металлических стеллажей, которая включает 4624 палето-места и имеет до шести ярусов в высоту и 28 рядов в длину. Товар на складе распределяется по зонам хранения в зависимости от весогабаритных характеристик и хрупкости.

Но и этих площадей компании недостаточно – и сейчас идёт глобальное строительство новых помещений.



N!Academy в Нижнем Новгороде

20 февраля 2018 NEXUS Automotive Russia и компания IXORA в рамках проекта N!Academy провели совместный семинар с поставщиками Brembo и ContiTech в Нижнем Новгороде.



Наибольший интерес и множество вопросов у аудитории вызвала часть презентации, посвященная замене тормозных дисков – от момента установки диска на ступицу и проверки колебания диска измерительным прибором до финального монтажа.

Систематическая проверка тормозных дисков, по рекомендации Brembo, должна проводиться через каждые 15-20 тысяч км. и при каждой замене тормозных колодок, а также, если чувствуется биение или вибрация.

И обязательно нужно менять тормозные диски, как только была достигнута минимальная толщина, появились глубокие царапины и трещины, появились темные пятна и области синего цвета, при деформации.

Рассказал Сергей и о ключевых преимуществах продукции Brembo, в том числе и привел примеры сравнительного анализа, а также и о тормозной жидкости, выпускающейся брендом и превосходящей стандарты.

Семинар состоялся в ГК «Александровский сад» и первая часть была посвящена презентации бренда Brembo, в которой Сергей Васильков, менеджер по работе с регионами стран СНГ компании Brembo рассказал об истории компании, о продуктовой линейке и о технических особенностях ремонта тормозной системы автомобиля.

Компания Brembo была основана еще в 1961 г. Эмилио Бомбассеи, отцом нынешнего президента, в нескольких километрах от Бергамо. И хотя тогда это была небольшая механическая мастерская,

опыт, накопленный ее основателем в машиностроении и металлургии, был востребован клиентами уровня Альфа Ромео. Сейчас бренд Brembo завоевал прочную репутацию лидера в сегменте тормозных дисков.

Также Сергей рассказал аудитории о преимуществах окрашивания тормозных дисков по УФ-Технологии, презентовал портал www.bremboparts.com, на котором размещена информация о продукции для рынка запасных частей, провел тестирование на знание деталей тормозной системы и тонкостей их установки и ремонта.





Вторая часть семинара была проведена Дмитрием Осиповым, техническим тренером компании ContiTech.

Continental AG – германский производитель шин и автокомпонентов, компания основана еще 8 октября 1871 года и занимает 1-е место в Европе и 4-е на мировом рынке по производству шин. 25 июля 2007 года компания объявила о приобретении подразделения Siemens VDO Automotive AG у концерна Siemens AG, что позволит компании войти в пятёрку крупнейших производителей автомобильных комплектующих.

В 1991 году сегмент концерна «Технические продукты» реорганизован в 29 юридически независимых компаний под общим названием «ContiTech».

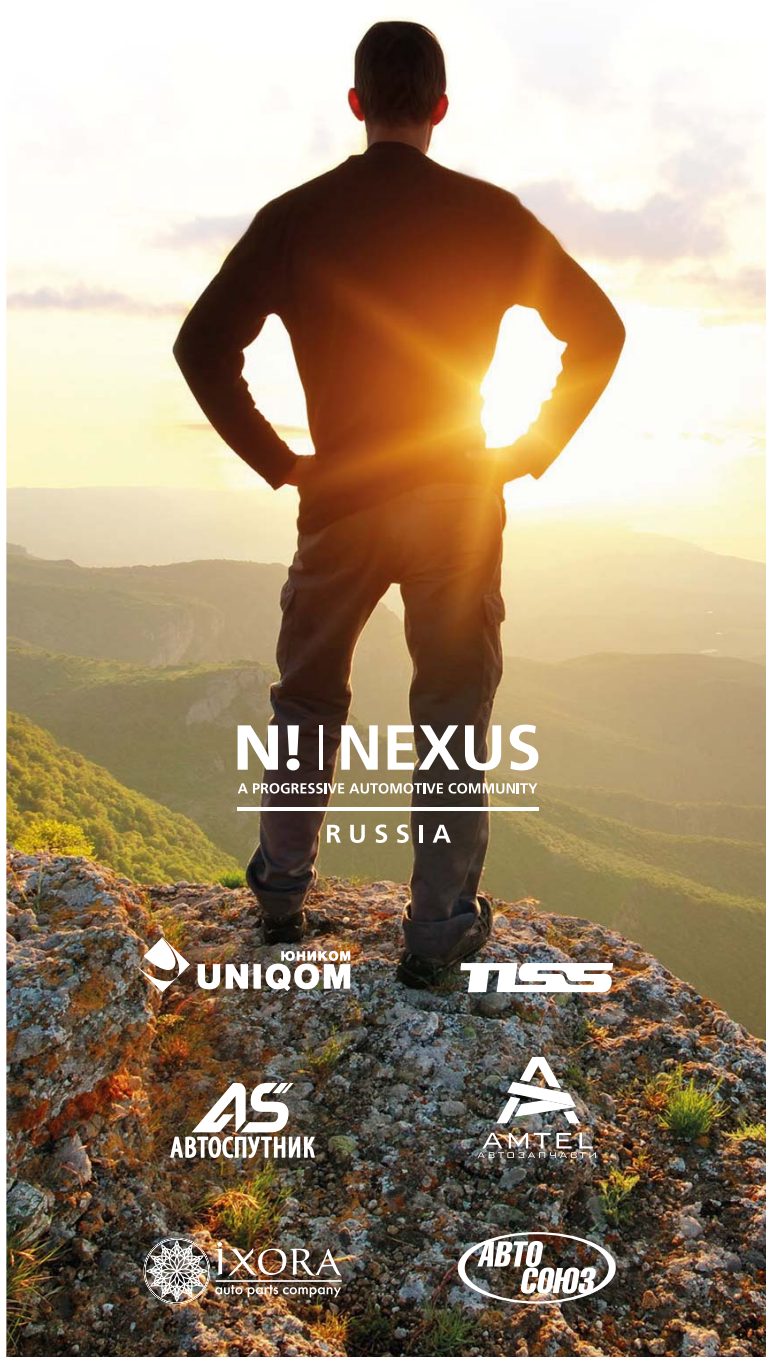
Немецкая промышленная группа CONTITECH входит в состав крупного концерна Continental AG и предлагает огромную гамму приводных ремней различного типа для легковых и коммерческих автомобилей:

- Зубчатые ремни – серия CONTI SYNCHROBELT.
- Клиновые ремни – серии CONTI SF, CONTI MULTIBELT.
- Поликлиновые ремни для привода вспомогательных агрегатов – серии CONTI-V MULTIRIB и CONTI-V MULTIRIB ELAST.
- Готовые комплекты для замены важнейших деталей и узлов – серии CONTI SYNCHROBELT KIT, CONTI-V MULTIRIB KIT, CONTI-V MULTIRIB ELAST TOOL KIT.
- Профессиональный инструмент для монтажных работ – серии CONTI TOOL BOX, CONTI TOOL BOX ASIAN CARS, CONTI UNI-TOOL ELAST.

В ходе мероприятия все участники смогли задать интересующие вопросы и получить исчерпывающие консультации о продукции и деятельности компаний на рынке России и в мире. После обучения все желающие приняли участие в увлекательном турнире по боулингу с ценными призами.



Становиться **лучше** каждый день



N! | NEXUS
A PROGRESSIVE AUTOMOTIVE COMMUNITY
RUSSIA



Новое сцепление STARCO на ГАЗ с двигателем Cummins 2.8 149 л.с. Н/О (280 мм, 330 Нм)

Торговая марка STARCO к имеющемуся в ассортименте сцеплению SPK28008 выпустила усиленный и кевларовый комплекты сцепления.

SPK28008/2D

Сцепление в сборе усиленное

нажимной диск - SPB28015 - 2122-1601090 (053482001168) - 1 шт

ведомый диск (8-пружин) - SPD28008/2D - 2122-1601130 (251878006639) - 1 шт

муфта сцепления в сборе - ES121031 - 053151231031 - 1 шт

комплект перчаток - 1 шт

SPK28015KV

Сцепление в сборе (накладка кевлар)

нажимной диск - SPB28015 - 2122-1601090 (053482001168) - 1 шт

ведомый диск (кевлар) - SPD28015KV - 2122-1601130 (251878006639) - 1 шт

муфта сцепления в сборе - ES121031 - 053151231031 - 1 шт

комплект перчаток - 1 шт



Новая модель фургона «ГАЗель Next»

Горьковский автозавод начал производство новой модели фургона «ГАЗель Next» полной массой 4,6 т со сверхдлинной колесной базой и увеличенным объемом кузова. По сравнению с базовой моделью объем кузова в новой модели увеличен на 15% – с 13,5 до 15,5 куб. м, площадь загрузки увеличена на 20% – с 6,8 до 8,1 кв. м. Грузоподъемность фургона выросла почти в два раза – до 2 т, сообщает пресс-служба ГАЗа.

Как отмечается, с новой моделью ГАЗ впервые выходит в сегмент тяжелых фургонов (по международной классификации – HVAN, heavy vans), где ранее были представлены только модели иностранных производителей. Одновременно с фургоном стартовало производство новой модели микроавтобуса.

Стоит отметить, что на вторичном рынке, на все модели «ГАЗель Next» бренд ESPRA предлагает следующие наименования запасных частей: прокладка картера масляного, прокладка клапанной крышки, насос гидроусилителя, комплект прокладок двигателя (18 штук), прокладка ГБЦ, манжета коленвала задняя, подшипник ступицы в сборе, ремень генератора, натяжитель ремня, насос водяной, муфта сцепления в сборе и мн. др.

EN **ESPRА**
urbi et orbi

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

Inovedad!

Сайлентблоки – новая товарная категория Finwhale®

Без сайлентблоков невозможно представить подвеску современного автомобиля, а точнее, её направляющую часть. Их количество может быть разным, может достигать до нескольких десятков, всё зависит от типа подвески вашего авто, её кинематической схемы и количества рычагов. Чаще всего в автомобильной подвеске можно встретить сайлентблоки, работающие преимущественно на кручение: с наружной обоймой, с внутренней обоймой или двухобойменные.

Подвижность в сайлентблоках обеспечивается за счёт эластичности резины, без трения, что позволяет увеличить срок службы узла, исключить обслуживание в процессе эксплуатации, а также снизить уровень передаваемых через шарнир вибраций. Это возможно благодаря тому, что металлические внутренняя и наружная втулки, а также слой эластомера, как правило, резина, неразборно соединены друг с другом при помощи технологии вулканизации.

Неразборные шарниры имеют ряд особенностей, по сравнению с другими их видами:

- более технологичны в замене при ремонте подвески;
- способны передавать большие усилия;
- эффективно гасят вибрации от дороги;
- отличаются высоким постоянством характеристик;
- отсутствует взаимное проскальзывание между резиновыми и металлическими деталями, благодаря чему между ними, при нагрузке, не возникает силы трения, которая может являться причиной ускоренного износа слоя эластомера.

Способность вобрать в себя все вышеперечисленные преимущества определяется, прежде всего, видом и характеристиками применяемых материалов, технологией производства и тотальным инженерным контролем качества продукции. Например, уровень передаваемых усилий и гашение вибраций зависит от качества, типа и твёрдости применяемого эластомера, а отсутствие взаимного проскальзывания между их элементами – от строгого соблюдения технологии изготовления и хорошей адгезии материалов, что в значительной степени определяет надёжность данных деталей и ресурс.

Инжиниринговым центром Finwhale® в производство резинометаллических шарниров были внедрены материалы, отвечающие всем современным требованиям и стандартам качества, такие как, гибридные эластомеры, высокопрочная сталь и силумин. Все материалы подобраны с учётом высоких показателей прочности и адгезии. Очень распространённый среди многих производителей и менее затратный метод штамповки при производстве обойм сайлентблоков Finwhale® не применяется. Чтобы повысить точность изготовления и не допустить эллипсность, внешние обоймы изготовлены с применением механической обработки. Это ис-

ключает отклонение их геометрических размеров от нормы. Подытожив, можно выделить ряд преимуществ резинометаллических шарниров производства Finwhale:

- износостойкие и прочные гибридные эластомеры высокого качества;
- высокая прочность соединения (адгезия) резинометаллических элементов;
- точность изготовления;
- выдерживают высокие осевые и крутильные нагрузки;
- эффективно гасят вибрации от дороги;
- не скрипят и не дубеют на морозе.

В производственной программе Finwhale® представлены сайлентблоки на популярные и распространённые марки и модели автомобилей, такие как: [Hyundai i30](#), [Hyundai ix35](#), [Hyundai i40](#), [Hyundai Santa Fe](#), [Hyundai Elantra](#), [Hyundai Tucson](#), [Hyundai Solaris](#), [Hyundai Getz](#), [Hyundai Sonata](#), [KIA Ceed](#), [KIA Sorento](#), [KIA Sportage](#), [KIA Cerrato](#), [Nissan QASHQAI](#), [Isuzu Trooper](#), [Great Wall Hover](#), [Toyota Camry](#), [Skoda Fabia](#), [Skoda Octavia](#), [VW Passat](#), [VW Polo](#), [VW Golf](#), [VW Tiguan](#), [Ford Focus](#), [Mazda 3](#), [Opel Frontera](#), [Chevrolet Aveo](#), [Daewoo Kalos](#).

Многие автолюбители смогут по достоинству оценить европейское качество данных деталей на подвеске собственного авто. А их стоимость приятно удивит.



Северная весна: тепло человеческих отношений

Клуб руководителей СТО Санкт-Петербурга в марте обсуждал тему тепла и холода, очень даже сезонную: как сочетать стандарты и контроль – с высокой мотивацией и работой на результат, а не «тупо» за зарплату?

13 марта в зале было жарко, участники и гости клуба высказывали мнения, которые были порою противоречивы и даже противоположны, но общение в целом сложилось конструктивное. Ведь суть клуба его идейный вдохновитель – Александр Пахомов, тех-центр «Дилижанс» - всегда видел в концентрации идей для их последующего обдумывания, апробации и доработки.



Идея первая – «государство нам поможет»

Обучение всегда было важной частью работы успешного бизнеса. Тем более – поколения меняются, автомобили усложняются, а клиент при скромном бюджете желает получить больше услуг и внимания, чем прежде. Помочь в этом готовы власти – и это хорошая новость, вполне практическая, а не декларативная. Дело в том, что в Питере успешно работает «Клуб работодателей» (сайт www.r21.spb.ru), созданный и поддерживаемый службой занятости города. На встрече 13 марта присутствовала и выступала Марина Козлова, руководитель клуба работодателей. Было приятно услышать от нее, что служ-

ба занятости осознает размер «зазора» между уровнем теоретической подготовки и навыками, полученными учеником – и требования к нему реального рынка на момент первого поиска работы или завершения переподготовки.

Марина Козлова также рассказала подробно о программах службы занятости по переподготовке и том финансировании (или со-финансировании), которого город готов предоставить компаниям из реального бизнеса. «Программы меняются под заказчика. Есть возможность выбрать тренера, учебное заведение, программу! Список возможностей – 100 профессий. Пользуйтесь этой возможностью, - призвала спикер.

Идея главная – как «поженить» мечты и реальность?

Основной спикер дня – Николай Янковский, директор по сервису сети СТО «Виа-нор» - говорил о своем опыте и опыте сети в формировании здоровых управленческих отношений, который в итоге позволяют клиенту ощущать себя на сервисе комфортно и уверенно.

Бизнес-тренеры охотно и красиво излагают концепции лояльности, мотивации, видения в бизнесе... Терминов много, и вроде бы все – по делу. Но «на земле» работают далеко не ангелы. И условия на предприятии далеки от идеальных. Не всегда можно и нужно платить «в рынке» и больше рынка. Не всегда оплата гарантирует результат. Не обязательно управляющие воздействия, которые кажутся логичными и верными сверху, срабатывают на уровне цеха, смены, отдельного механика. Кстати, в зале было много, и даже гораздо больше, чем обычно на клубе бывает, тренеров и консультантов – они прибыли на конференцию, которая началась 14-го марта и «Клуб руководителей» для них стал разогревом, приятным аперитивом перед главной информационной трапезой, где сами они видели себя шеф-поварами. Так вот для них слова Николая порою казались слишком уж приземленными. Но именно в их максимальной практичности, бытовой детальности, и была их ценность для реального бизнеса.

Основана вся презентация была на центральном слайде, где Николай подробно



описал два состояния – мечту и реальность – для каждого этапа работы с клиентом. Далее он комментировал эти этапы как управленец, иногда разбивая мечты без жалости, а иногда обрабатывая их «напильником» прагматизма так, что исходную форму и не угадать...

Итак, мечты и реальность. Поэтапно.

Обращение клиента

Мечта: отвечает эксперт-консультант и он все знает сразу, а цены – наизусть и по запчастям, и по работам!

Реальность. На небольшой станции людей в смене мало и все загружены работой, иначе не выжить. Держать консультанта? Да ладно, кто же его оплатит, если клиенты хотят все и сразу – а платят только за необходимое и со скидкой? Ответит на их звонок тот, кто в данный момент свободен. А еще может случиться так, что ответит мастер. Но будет он при этом занят, и клиента выслушает кое-как, и ответит не сразу, и даже предложит перезвонить позже, когда будет посвободнее.

Предложение

Мечта: конечно же, проблему сразу поймут, и по запросу немедленно сформируют полную калькуляцию, а еще все запчасти проценят и будут они в наличии. Более того, первичная калькуляция копейка в копейку совпадёт с итоговой, ведь ее составил профи! Конечно же, никаких

внезапных расширений по работам не случится. Само собою, время будет указано точно. Сказали, что уложатся в час и десять минут – так и выдадут авто, по секундомеру...

Реальность. Практики понимают многое даже в первом звонке. Они более или менее знают специфику марки и модели в данном возврате и пробеге. Они смогут составить предварительную смету по работам и запчастям. Но расхождение с итогом будет. В штатном случае оно не превысит 30%.

Встреча с клиентом

Мечта: радушно встретят, узнают в лицо и по имени, в 3 минуты распечатают все документы, ведь они знают, что именно 3 минуты согласно исследованиям глобальных маркетологов клиент ждет и не сердится.

Реальность. Если это пригород, если это утро, если только что пришла (ушла) электричка – а порой именно она формирует поток заказов – клиент втиснется в очередь и будет ждать, как все. Его данные могут и не найтись сразу, но минут за 10 работы с ним консультант или приемщик все уладит с бумагами, распечатки будут готовы.

Приемка автомобиля

Мечта: 20 минут консультант и клиент будут в светлом просторном боксе смотреть в подробностях свежeweымытый автомобиль. Конечно, на подъемнике. Конечно, с полным вниманием к указанной заранее проблеме и тем слабым местам, которые могут наблюдаться у этой модели при этом пробеге.

Реальность. Приёмщик выйдет к машине и минут 5 истратит на осмотр. Он постарается по возможности, ведь это активная приемка и он понимает, что здесь и теперь работает на загрузку цеха и нынешнюю, и будущую. Но времени у него нет. За день он примет и 20, и 30, и более клиентов, если день складывается именно так.

Согласование изменений

Мечта: едва возникнет такая ситуация, клиента поставят в известность. Конечно же, ему расскажут подробно о причинах расширения списка работ и обоснуют каждое изменение. Ему озвучат стоимость подетально, сроки работ и доставки запчастей тоже будут точными.

Реальность. Клиенту озвучат стоимость. Только ее. Дальше – по обстоятельствам.

Выдача автомобиля

Мечта: рекомендации озвучат, а ключи отдадут возле автомобиля.

Реальность. Рекомендации озвучат, ключи отдадут – на приемке, в помещении СТО.

Напоминание

Мечта: все будет сделано в оговоренные сроки, в удобной клиенту форме.

Реальность. Никаких напоминаний...

А теперь еще раз, подробнее, о том сегменте рынка, где работает «Вианор» - чтобы прочувствовать природу реальности и призрачность мечты.

По большей части, техцентры компактные, 7 постов в среднем. Значит, штат очень компактный, и многие процессы выполняются тем, кто свободен. А еще это определяет весьма средний уровень персонала: работа не очень-то престижная, продвижения в карьере не предполагается.

Как в таких условиях если не соответствовать мечтам, то хотя бы не вызывать раздражение у клиента? А ведь иначе его не привязать к СТО, не приучить возвращаться снова и снова.



Корпоративная культура – вот что на первом месте. Так было и есть в автосервисе Германии (оттуда мы берем или пробуем взять немало), и в России тоже. Корпоративная культура – это стиль общения внутри коллектива техцентра, это ценности и отношения.

«Если собственник общается с работниками по принципу «я все знаю, я прав, а ты выполняй свои обязанности и не спорь», подобным будет и общение консультанта с клиентом. Он транслирует поведение вышестоящего, и говорить о клиентоориентированности в таком сервисе станет бессмысленно. Доверие и искренность возможны в общении на равных, а менторство, позиция безапелляционного эксперта – это взгляд на клиента сверху вниз. Или логика типа «вы платите, а мы выполним обязанности», что ничуть не лучше».

Помимо изменения ценностей и отношений, Николай предложил тщательно контролировать, мониторить ситуацию. Благо, видеонаблюдение сейчас установить просто. Записывать происходящее на приемке и в ремзоне – тоже просто. Прислушиваться и просматривать, чтобы понимать, как именно работает техцентр, как в нем взаимодействуют люди – значит, понимать ситуацию «на земле», а не придумывать себе ее электронную модель по данным CRM и графикам KPI. Они не покажут реальности! Порой гораздо больше дает звонок с намерением записаться для прохождения ТО. Как поприветствуют, как

представятся, что скажут о техцентре, согласятся ли перезвонить или выполнят ли этот повторный звонок? Ведь тут важно не просто видеть галочку в графе, ответа типа «да-нет», тут – отношения! Или замечательный их формализм.

«Нужен ли этому техцентру клиент? Или, быть может, тут просто железный конвейер, где никто никому не нужен и людей – нет», – задался вопросом Николай.

Долго и сложно, с большим числом возражений, обсуждался вопрос о том, должен ли клиент на входящем звонке сразу общаться с мастером, консультантом или механиком? В малом, компактном сетевом техцентре – нет, – таков ответ Николая Янковского. Эту работу полностью передали контакт-центру. И потому, что заполнение первичной информации ведется полнее и аккуратнее, и потому, что звонки принимаются системно, и для того, чтобы снять несвойственную работу с тех, кто умеет «крутить гайки». Сработала ли новая схема? И да, и нет. В малых городах-спутниках – например, Электросталь – клиент предпочитает сразу приехать и сразу общаться с мастером. Их схем он не принимает и сознательно их ломает.

«Мы не бутиковый сервис, где мастера работают непрерывно по 20 лет и дольше. Мы – быстрый сервис, берем при открытии новой точки людей с улицы. Дальше неизбежны отсев и текучка кадров. Значит, важно вести клиента, оградив его от внутренних проблем СТО».



Постепенно разговор об ориентации бизнеса на запросы клиента стал дрейфовать к теме разумных и вынужденных компромиссов. И возник целый ряд споров в зале. Консультанты, коучи отчаянно и аргументированно отстаивали автоматизацию и контроль: две оси координат, позволяющих все ввести в режим зримо-го, измеримого процесса. Практики мира СТО говорили о ценности людей – ведь именно люди общаются с людьми! Если превратить их в винтики, то кем станут клиенты? Гайками...

Еще одно индексное, яркое возражение было связано с особенностями малого и крупного бизнеса, которые живут по совершенно разным законам. И попытки переноса методов управления одних в реальность других ничуть не успешны.

«Тактика боя авианосца ничто для торпедного катера! Мы в этом бизнесе – именно торпедные катера, - реплика из зала. – Иная скорость, иная живучесть, иная реакция на непрерывно меняющиеся условия!»

Точку зрения практиков высказал в своем резюме дня Александр Пахомов: «Я предпочитаю говорить о человекоориентированности. Я изначально не брал людей, которые работали в «советском» сервисе. В итоге у меня начали работать те, кто вчера был сам клиентом нашего техцентра. Так вот в том предприятии вообще не требовались усилия для управления. Была команда единомышленников, и каждый работал, ставя себя на место клиента».

Слово «клиентоориентированность» я услышал лет через десять после открытия станции. Потому что наш техцентр назвали этим самым словом. Сам я видел и вижу все иначе. Компания не может быть приятной и удобной клиенту, если она не такова внутри, для своих сотрудников.

Подбирайте единомышленников! Не нужны крутые профи, которые приходят только за деньгами. Они ничего не дадут компании. Они пришли – взять и уйти»...

Компания – отражение личности и идей собственника или идеолога, который ее строит. Чаще смотрите в зеркало. Примерно так можно описать формулу успеха в построении отношений с клиентом.

Сезон OEM-синергии

Автор: Оксана Демченко

Само понятие «синергия» настолько истрепано, что его как-то даже неловко упоминать. Однако суть оно передает, и вполне точно. В сложное время особенно ценны общие усилия подразделений, управленцев. А еще – комплексные предложения, дополнительные продукты... Не зря в 2019 году тема выявления точек роста и воздействие на них – комплексное! – это хит для сообщества автодилеров, а клуб «Автобосс» – одна из лучших «радиостанций», успешно транслирующих хиты.

Первое в 2019 году собрание клуба «Автобосс» было посвящено, если помните, расширению среднего чека. Тема сложная, для независимых СТО – так даже и спорная. Но показательная: только общими усилиями можно выработать понимание того, что ценно клиенту. Только вместе можно снова и снова, в несколько касаний, помочь клиенту согласиться на работы и услуги, не видя их как навязанные и ценя внимание своего техцентра. Только поддерживая в дальнейшем общение можно снова вернуть клиента. Разве это – не синергия?

И вот снова – та же тема, но в иных преломлениях и качествах...

14 февраля в клубе говорили о заработке при сотрудничестве страховых компаний, дилеров и банков.

А через месяц, в марте, обсуждали продажи подержанных автомобилей, где надо или жёстко конкурировать с перекупками, или как-то с ними сотрудничать; где надо искать надежных партнеров в сети, где надо еще и учиться на опыте – желательно чужом, чтобы не совершать повторно те же ошибки. Одним словом, опять синергия...

Сумма усилий – февральский клуб

Первым спикером дня стал Сергей Удалов, и это был прекрасный выбор: начать с обобщения и аналитики от «Автостат», чтобы уточнить координаты темы.

Итак, 2018-й в плане данных по рынку – второй год роста рынка продаж, при этом, хотя рынок еще на подъеме (рос на мо-

мент сбора данных для выступления), динамика процесса сокращается. Рост слегка преувеличен и из-за сложности учета в переходный период конец года – начало нового. И потому февральский прогноз на 2019-й год по продажам озвучить было сложно. Слишком много влияющих факторов, в т. ч. политика. Но все же прогноз в тот день был дан.

Прогноз от «Автостат» на 15 февраля: незначительное сокращение продаж по итогам 2019 года, порядка 3-5% в сегменте новых авто.

Фокус на рынке авто с пробегом – рекомендация спикера: этот рынок больше, стабильнее и перспективнее. Указанные свойства пробегового рынка снова и снова повторялись на разных встречах вес-

ны – на форуме ForAuto, на клубах «Автобосс», и на заявленном событии РОАД в апреле.

У рынка подержанных авто есть полезная особенность: в годы падения рынка новых он – пробегный – растёт. Аналогично перетекание спроса замечено и при стимулировании продаж со стороны государства.

Прогноз на 2019 от «Автостат» – небольшой рост для пробегового рынка.

В 2018 году доля продаж автомобилей в кредит стала сокращаться. Банки менее охотно выдают автокредиты и такое их поведение становится знакомым фактором. Ситуация по кредитам на авто с пробегом – эти данные «Автостат» давно



пытался получить у банков и проанализировать, но до поры не встречал ответного энтузиазма. И вот - сложилось. Крупнейшие банки поделились цифрами.

Это важно и это стоит рассмотреть с вниманием! Как принято говорить – погуглите открытые источники, и вы обнаружите, что они сообщают: половина новых авто в РФ продается в кредит. Но такое соотношение долей получено заведомо некорректно, ведь все автокредиты соотносят с продажами именно новых авто! Просто по пробегным – повторим – нет данных, подтвержденных данных от банков...

И вот они появились. С их учетом картина изменилась, причем – по трендам, а не только по долям рынка.

В 2017 году 17% автокредитов «ушло» - на пробегные авто, а в 2018 - еще больше, 23%. Проникновение кредитов на новые именно в свете этой статистики можно и нужно пересчитать, - предложил Сергей Удалов – и добавил: это вовсе не 50%, как принято говорить, а лишь 37-38%. Значит, будет корректно говорить не о росте доли кредитных сделок, а наоборот, о сокращении таких продаж новых авто.

Насколько важна переоценка рынку продаж и рынку сервиса? Очень важна. Она меняет прогноз по объему продаж, а значит и по расходам клиентов, и по срокам владения, и косвенно - по общему уровню потребительского оптимизма...

Но что именно (кроме уровня доходов населения) мешает продавать кредиты? Ответ спикера таков:

- слабое взаимодействие между участниками рынка. Чем более зрелым становится рынок, тем актуальнее это взаимодействие и тем важнее «снести баррикады» и искать упомянутую синергию, не ставя в полный приоритет только свой интерес – интерес дилера, банка, страховой компании;
- переход к «другим продуктам» - более сложным и комплексным. Их лучше всего продают именно дилеры. Пример сложного продукта - кредит с обратным выкупом. И тут мнение спикера: будущее - за продуктами с низким ежемесячным платежом.

А теперь в режиме блица – идеи и мысли зала и спикера.

«Нельзя пытаться заработать на всем. Банк не продаёт семечки, например, а дилер не должен зарабатывать на дополнительных продуктах», – комментарий одного из банкиров, присутствовавших на встрече. Снова о синергии, да? Несостоявшейся в данном случае...

- Скорость – вот что часто меняет рынок, меняет решение клиента и его настрой. Скорость принятия решений по кредиту, скорость и прозрачность процесса одобрения, внятность и однозначность согласования в цепочке участников сделки – все это важно. Особенно если клиент приехал из другого города, чтобы купить автомобиль. Для регионов это вполне штатная ситуация.
- Движение к «безлюдным» бизнес-технологиям. Они отчасти обезличивают процесс и это мешает влиять на клиента. Но это – эффективность и скорость, и такой подход победит. Очень многое происходит в онлайн уже теперь.

Лояльность клиента длится 90 минут, это данные NADA. И это время, за которое надо дать решение для успеха сделки.

- Тренд нового рынка – создание экосистем в сети (пока такое есть в жилищном кредитовании, у банков). Экосистема – это платформа, среда с большим набором услуг от большого числа участников, где клиент может найти решение по многим своим потребностям, причем дружественные, выгодные, партнерские.

Умение слушать друг друга – клубы марта

«Чтобы продать что-нибудь ненужное, нужно сначала купить что-нибудь ненужное, а у нас денег нет».

Кот Матроскин,

«Трое из Простоквашино».

Вероятно, кот Матроскин был автодилером, и он очень хорошо понимал специфику работы в рынке, где все именно так. Без большого и «правильного» склада

не сделать продаж, а сам этот склад не структурировать под свои цели, если нет ресурсов финансовых, управленческих и временных.

Увы, в рынке подержанных авто у всех «белых» игроков проблемы схожи. Склад сам по себе создает затраты, а уж его расширение, да еще и с учетом выгодной, ликвидной структуры...

Ликвидные автомобили не успевают попасть на рынок, за них идет жестокая борьба с первых секунд публикации объявлений! Как победить в этой борьбе и стоит ли идти на крайние меры ради победы? Вопрос актуален не только для этого рынка.

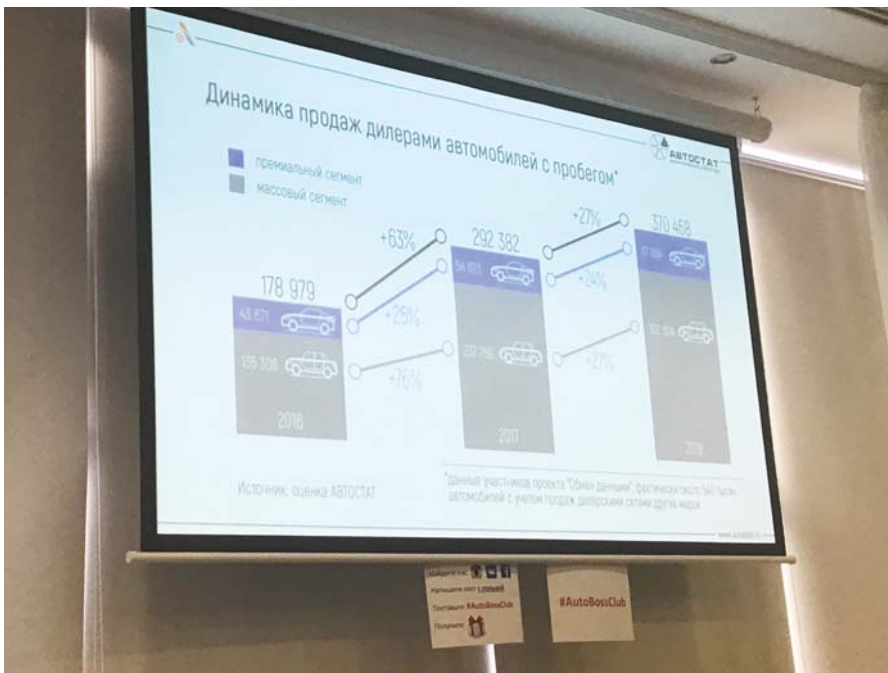
В марте 2019 года впервые, кажется, в одном зале собрались автодилеры и «перекупы». Заключая идеальные враги! Перекупы полагают дилеров чужими на рынке, где они диктуют правила и знают все. А дилеры, как знает каждый, называют всех прочих в рынке «серыми», если не относят вовсе к «черным».

И вот они собрались в одном зале и активно, позитивно обменялись мнениями. Ведь каждая сторона имеет свою часть «пазла». И кое-какие совпадения в узоре мнений обнаружились.

Безусловный спикер дня - Гаджи Курбанов, основатель компании и площадки Nagaba. Он предельно честно и подробно высказал личное мнение, свой взгляд на мир так называемых перекупов и на процесс работы с объявлением, только что попавшим в сеть. Пожалуй, презентация из числа «мастридов».

Первая интересная ее часть - классификации перекупов. Они поделены на староверов и технократов, на золотоискателей и диких койотов.

Староверы увязли в логике и методике работы 90-х, когда автомобиль вырывали у



владельца, выманивали, выторговывали через ложь и подлог. О них говорить не так уж интересно.

Золотоискатели – это и есть автодилеры, которые в теории все знают о процессах бизнеса, имеют обученный персонал и сильные программы автоматизации оценки... вот только они моют песок объявлений медленно и однообразно.

А в это время дикие койоты умудряются взять лучшее! Они – быстрые, они работают по ситуации и проактивно, они точно знают, как договориться с клиентом и готовы отдать ему деньги на месте, наличными.

Дилер неизбежно проиграет койоту... надо принять это и искать решение, чтобы изменить ситуацию. Как? Через свои сильные стороны – потенциально сильные! Доверие к прозрачности процессов и точность оценки. Но такая работа – трудная.

«Сегодня перекупы - это не одиночки прошлого... Рынок б/у автомобилей сейчас - структурированный, есть колл-центры, есть «достоверно» продавцы и покупатели, обычно пожилые, приятной внешности местные жители, очень комфортные для клиента - они милы, а их авто по идее имеют малый пробег и хорошо хранились...»

Сегодня дилеры просто не готовы конкурировать с перекупали! Они не

успевают взять лучшие авто. Пока они думают и согласуют, всё уже куплено! Это мгновенный рынок, где многое решают минуты, а то и секунды. Первым дозвонился, первым приехал, быстро и точно оценил состояние, сделал хорошее предложение, смог убедить продавца - все это перекуп делает лучше и быстрее. Хотите победить? Сотрудничайте!», - предложил спикер и рассказал о возможностях своей платформы, нацеленной именно на профессионалов рынка б/у автомобилей.

Многие мысли были поддержаны в выступлении Сергея Литвиненко, компания Car Price. Он отметил, что удивлен намерением некоторых дилеров устраивать охоту на лучшие предложения авто с выездом – именно охоту на клиента. «Холодные звонки – это «сохнувший» канал пополнения склада».

А еще спикер успокоил зал, отметив, что по опыту своей платформы и ее клиентов он видит: официальных дилеров, салоны б/у авто и честных перекупов интересует разный парк, они работают с автомобилем по-разному! Именно это создает хорошую основу для сотрудничества в нишах, где нет пересечения интересов и сотрудничество взаимно выгодно.

«Вы конкурируете за разные авто! Перекупам нужен автомобиль, который можно хорошо продать с минимумом вложений, и это относительно недорогой автомо-

биль, от 300 до 600 тыс. рублей обычно». А вот дилера интересует почти новый и более дорогой автомобиль.

Стратегия успеха для дилера – искать именно автомобили в наилучшем состоянии и вкладываться в детейлинг, чтобы «прицепить» к цене много того, что создаёт кумулятивную маржу – страховку, сервис, услуги... К тому же в сети, на платформах и в аукционах, при столкновении дилера и частного перекупа, вероятность победы первого высока, гораздо выше, чем в офлайн борьбе на скорость сделки!

Спикер посоветовал автодилерам относиться к сотрудничеству с частными перекупами осторожно: это вымирающий офлайн бизнес, не стоит его переоценивать.

Баланс мнений установил, пожалуй, Виктор Александров, генеральный директор компании NEXT AUTO. Представитель перекупов нового типа. Именно из числа тех, кто смог структурировать и вырастить свой бизнес – белый, цивилизованный.

Автосалон был открыт с 2013 года и постепенно стал меняться в плане ценностей и целей бизнеса. Надо добавить: Чувашия - особенная культура торговли, особый менталитет. В каждом дворе свой перекуп, торгуют все... и это позитивно и легко принимается городом, автовладельцами. Сейчас для компании NEXT выкуп авто с улицы - основа бизнеса. Выкуп обычно проходит в течение часа!

Спикер предложил не идеализировать «койотов». Задача такого перекупа - психологически задавить автовладельца, доказать ему низкую ценность автомобиля. Неделя общения по телефону и лично - и цена падает на 100-150 тыс. Это жесткий бизнес.

Для салона логика иная. Важно создать лояльную аудиторию, настроить работу своего круга единомышленников. Да, тогда можно покупать чуть ниже рынка, ведь работа «в белую», без обмана и психологического негатива, становится для клиента ценностью.

Работа без обмана. Ценность репутации. Рынок, где каждый хорошо понимает свою нишу и готов сотрудничать с «соседями» - не правда ли, красивая картинка?

Конкурс профессионального мастерства

Как получить от них максимум возможного? Ответ может дать ТЦ «ВОЛИН», который провел конкурс внутри своего коллектива. И получилось лучше, чем у многих компаний, ассоциаций и иных структур, «заточенных» на общероссийские конкурсы в отрасли!

По мнению Ольги Селезнёвой, собственника ТЦ «ВОЛИН», сама идея проведения внутреннего конкурса возникла как серьёзный план с датами зимой, незадолго до нового года. Ее проработка заняла немного времени: первичный созвон с партнерам; прикидка затрат по времени и деньгам; выбор формата. Все это – важно, но не занимает много времени и не требует вовлечения дополнительных людей и ресурсов.

Активная фаза подготовки стартовала буквально за две недели до мероприятия. Она включала «расчистку» загрузки ремзоны на день конкурса; смещение рабочих графиков участников; договор со службой кейтеринга; окончательное подтверждение участия от партнеров; договор с ведущим и персоналом поддержки – фотограф, видеооператор.

21 февраля 2019 года в новом цехе центра, прямо в рабочей зоне, прошел кон-

курс. Для встречи, вступительного слова, обсуждения полуфинала и награждения победителей было выделено свободное пространство, оформленное красной дорожкой и фоновым баннером.

Для проведения первого этапа – теории – столы были размещены в той же ремзоне. Автомобили, подъемники и макеты для практического теста находились рядом.

Стоит добавить: конкурс внутри компании организуется в свободной форме. Прозрачность условий и судейства полная: жюри здесь, подсчет баллов и обсуждения проходят в том же зале, что и тесты. А еще нет намерения запутать участников, поймать их на расплывчатых формулировках вопроса, на случайной ошибке по невнимательности или волнению (например, заполнено смежное поле, вместо «плюс» проставлен «минус» хотя понимание темы есть, и полное).

Это очень важно и это – даже, наверное, главное и самое ценное в данном конкурсе: и участники, и жюри сошлись в своих «задачах дня». И это – передача как можно более масштабного и цельного пакета знаний. Важно не точно соблюдать тайминг – важно понять логику вопроса и освоить технологию работ; важно не угадать возможный ответ, а добыть в прямом общении с экспертом настоящее понимание этой темы, смежных с ней и иных, не вошедших в программу – но очень важных для повседневной практики.

Пример: не было вопросов по работе мотора и системы выхлопа после удаления катализатора. Но такие автомобили есть, их надо диагностировать и ремонтировать. Вопрос был задан – и почти полчаса один из ведущих экспертов в теме, руководитель компании Digital Diesel Сергей Чернявский говорил о том, как меняется работа системы, что такое «прошивка», кто и как ее создает, как при замене штат-



ной механики «обманывают» систему и как понять, что именно за «обман» сейчас попал в диагностику; как будут выглядеть параметры и ошибки при той или иной прошивке. Плохо или хорошо выбивать катализатор? Нет, этот вопрос не ставился, поскольку речь шла о чисто технической и ремонтной стороне дела. Такие машины есть, и как-то их обслуживать – надо.

Несколько слов о теории. Всем членам жюри было предложено ко дню конкурса приготовить по 10 вопросов для теоретического теста. Тут их и представим, экспертов: Сергей Петров, технический

эксперт SKF; Юрий Александров, технический эксперт Schaeffler; Константин Курганов, технический эксперт Bosch; Сергей Чернявский, собственник компании Digital Diesel и эксперт-практик в технологии и ремонте всех представленных в РФ дизельных топливных систем.

Председатель жюри – Оксана Демченко, автомобильный эксперт, журналист, писатель.

Баллы в финале распределились очень плотно и ровно. До последней минуты было подозрение, что первое место, воз-

можно, придется как-то растянуть на троих... ведь они шли балл в балл! Но финальным усилием один балл вырвал победитель, а равные результаты создали по сути два вторых места.

Вот состав финалистов: Константин Алексеев, Андрей Бабкин, Евгений Волков, Владимир Гревцев, Андрей Кириллов, Константин Кондратенко, Дмитрий Лялин, Михаил Насыр, Николай Омелянчук, Александр Поливода, Василий Рябов, Юрий Суровкин, Олег Тохтаназаров, Павел Фотин.

Победители:

1 место – Константин Алексеев



2 место – Дмитрий Лялин



3 место – Константин Кондратенко



Detailer Day Expo – уже скоро

Автор: Андрей Головин

Меньше двух месяцев осталось до открытия специализированной выставки автохимии Detailer Day Expo 2019. Организаторы главного электронного портала России детейлинг тематики car-care.ru и агентство наше car-pr.ru организовали пресс-конференцию, посвященную предстоящему событию.

Пресс-конференция прошла на территории лофта #орепСтудия 6 февраля 2018 года. Началось мероприятие с приветственного слова Марины Белоглядовой и выступлений организаторов выставки Олега и Дмитрия Гренковых, а также Юрия Мозгова. Они дали краткий экскурс в историю детейлинга в России. Если реально и продвинутый уход за кузовом автомобиля существует не одно десятилетие, то сам термин появился около 10 лет назад, вместе с открытием car-care.ru.

Однако, настоящий бум в данном направлении происходит последние 3 года: открылось множество центров, специализированных магазинов и школ для обучения мастеров. Именно в этот период о детейлинге стали говорить как об отдельном сегменте автобизнеса, а не как о дополнительной функции кузовных цехов и автомоек, да и сам термин «прижился» не только у специалистов автоиндустрии, но и у простых автовладельцев.

После рассказа о недавнем прошлом настало и время поговорить о ближайшем будущем – **Detailer Day Expo 2019**, запла-

нированном на 5-6 апреля. Не случайно выбор места проведения пал на крупнейшую медийную площадку Music Media Dome. В ходе прошлогодней выставки в Сокольниках посетителям понравился широкий охват: нашлось место как для деловых встреч, так и для развлекательных мероприятий. Тем не менее, многие посчитали, что музыка и прочие элементы шоу для посетителей иногда мешали важным переговорам. Технические параметры новой площадки, в частности наличие различных помещений и хорошая звукоизоляция, позволят более гармонично совместить развлекательный и деловой форматы.

Далее микрофон перешел к спикеру генерального спонсора компании – GraSS.

Значительная часть выступления раскрывала особенности премиальной линии продуктов для ухода за автомобилем в сегменте премиум класса «Detail Sensr Different». Несомненно, мы ещё не раз услышим о ней.

Дошла очередь и до официальных спонсоров мероприятия: Koch Chemie, KRYTEX, Leraton, FLEX и SCHOLL Concepts. Продукция гиганта химической промышленности Koch Chemie включает полный спектр автохимии и автокосметики. При этом компания не только выпускает средства, применимые в детейлинге, но и развивает ассортимент сопутствующих услуг. Не обошлось и без таких важных сегментов рынка средств ухода за авто, как электроинструмент и расходные материалы для шлифования и полировки, представленные компаниями Flex и SCHOLL Concepts соответственно.

Помимо акул автомобильной и химической индустрии, слово взяли и сотрудники молодых узкоспециализированных компаний. Созданная в 2014 году выпускниками МГУ им. М.В. Ломоносова компания KRYTEX, снискала свою популярность после выпуска гидрофобного покрытия для стёкол, но спикер уверял, что их цель – разработка и внедрения более широкого спектра защитных средств для автомобиля. Компания Leraton, отличающаяся броской рекламой, словно ориентированной на молодежь, объединила под своим брендом интернет-магазин и детейлинг-студию. Если раньше компания продавала самые популярные товары для автомоек, то теперь они сосредоточили внимание на выпуске собственной линии продукции.

5-6 апреля 2019 года, в «день детейлера», годовщину основания интернет-проекта «Мир детейлинга Car-Care.ru», по адресу шоссе Энтузиастов д. 5с2 у деятелей индустрии будет возможность не только продемонстрировать продукцию, но и установить новые контакты, а также обновить и укрепить старые, любителей же автовыставок ждёт шоу программа.



О тонкостях сферы автозапчастей лидеры рынка рассказали в Воронеже

Автор: *Илья Ершов*

21 февраля в воронежском EXPO Event-Hall сити-парка «Град» прошел круглый стол с участием представителей мировых производителей и поставщиков автозапчастей.

Это мероприятие организовала местная компания АвтоСпутник. Организация является лидером на рынке продаж оригинальных и неоригинальных автозапчастей. Ведя свою историю с далекого 1996 года, АвтоСпутник сейчас осуществляет прямые поставки деталей из Германии, Испании, Франции, Италии, Нидерландов, Дании, Израиля, Белоруссии, Японии, Китая, Тайваня, Индонезии. Компания является дистрибьютором более 80 известных брендов – TRW, FAG, Mahle, Luk, Lemforder, Ina, Valeo, SKF, Delphi, Brembo и др.

На круглый стол была приглашена аудитория, занимающаяся автомобильной сферой. Большинство из участников были представителями автомагазинов, сервисных центров, автомастерских. Зал в сити-парке «Град» собрал больше сотни человек. Каждый из них хотел тесно по-

общаться с производителями и поставщиками, узнать о продукции, гарантийных условиях, тех или иных новинках на рынке. Индивидуальный подход к каждому приглашенному на круглый стол стал отличительной особенностью прошедшего мероприятия.

А началось все с приветственного кофе-брейка. После него участники форума в сити-парке «Град» переместились в отдельный зал, где поставщики непосредственно презентовали себя.

Первым на сцену вышел представитель китайской компании BORT. Эта организация с 1996 года является ведущим поставщиком амортизаторов на материковой части Китая. В России у компании есть свое представительство. К слову, BORT поставляют свою продукцию в 65 государств мира.

После презентации этой фирмы перед собравшимися выступил представитель итальянской компании DAYCO. Он рассказал, что его организация является мировым лидером в производстве и распространении изделий для создания двигателей и приводных систем. Кроме того, они предоставляют услуги для легковых и грузовых автомобилей, строительной техники, сельскохозяйственного и промышленного оборудования.

Затем прозвучал доклад от представителя компании LUZAR, которая создает и распространяет автораднаторы, вентиляторы, термостаты, ремни, насосы. Торговая марка была создана в 2003 году в Луганске. Однако сейчас значительное количество бизнеса этой фирмы переведено на территорию России.

На презентационной части круглого стола звучали также выступления представителей компаний KRONER (производство ШРУСов, ремкомплектов, подшипников, амортизаторов, крестовин), CWORKS (производство автозапчастей для Toyota), NFR (Нидерландской радиаторной фабрики), а также MEAT & DORIA (производство запчастей для карбюраторов и топливных фильтров). Все докладчики были предельно доходчивы, рассказывая о себе живым и непринужденным языком.

После презентаций начался непосредственно круглый стол. Он был организован так, что гости переходили с одного места на другое, дабы пообщаться с каждым из поставщиков. Гвоздем программы стал розыгрыш призов и подарков.



Цифровой портрет авторынка

Автор: Оксана Демченко

Если бы автомобиль собирался из цифр и трендов, в день работы конференции ForAuto конвейер выполнил бы годовой план! Судите сами: команда «Автостат» собрала не только сильную команду спикеров, но и слушателей пригласила профессиональных, так что информация со сцены и информация кулуаров дополняли друг друга, создавая целостную картину рынка продаж новых и подержанных авто. Если вам и этого мало – ближе к вечеру включилась тяжелая артиллерия, когда заработало специальное мероприятие – пятое ежегодное вручение премии АА «Автостат» – «Сохранность остаточной стоимости, или RESIDUAL VALUE 2019. Ну и отдельный пункт программы – пополнение команды «Автостат» за счет такого тяжеловеса бизнеса, как Татьяна Луковецкая.

Первая сессия – мнение официальных структур

День начался с позитива. Как-то уже традиционно представители российских официальных структур, будь то чиновники или аналитики, настроены оптимистично и рынок видят «на подъеме». По поводу их точки зрения можно дискутировать, но даже для этого надо сперва выслушать эту самую точку зрения. Собственно, этим и был занят весь зал в первую сессию. Неплохая зарядка: ведь, по мнению Минпромторга, рынок растет, и это заслуга власти, ведь, если бы ее усилия прошли мимо цели, мы – страна – имели бы сейчас закрытый АвтоВАЗ и дороги, заполненные импортными авто». Но мы имеем тот же ВАЗ в лидерах по объемам продаж и рост промсборки.

Более объективную – детально выраженную в цифрах – картину рынка изложил Сергей Целиков, теперь уже используя данные «Автостат» и по традиции начала весны выстраивая тройственный (негатив, среднее, позитив) прогноз на год вперед.

Структура рынка новых авто. «Лада» лидирует в продажах, и это – постоянный, стабильный фаворит. В Тольятти сейчас все неплохо, - отметил спикер, - оптимизированы процессы, проведена работа с поставщиками. Это реальность - устойчивое

российское предприятие со своей стратегией, и хорошим продуктом, который востребован рынком.

Второе место, и это тоже стабильно, занимает автопром Южной Кореи, его присутствие на рынке все активнее и «умнее».

Тоже важно и тоже «в долгую» работает: рост сегмента вседорожников, причем по большей части «паркетных» и небольших с тяготением внутри ниши к компактности и бюджетности.

Хорошо видна региональная неоднородность рынка, разница в темпах роста. Был отмечен как один из самых перспективных регионов Северо-запад.

Автомобилизация как таковая уже не тренд, рост числа авто на 1000 жителей по сути исчерпан, и это надо принять, как данность. А вот факт того, что 150-200 тыс. единиц техники с правом рулем продолжает ввозиться ежегодно... что ж, география и «экономика бедности» к тому располагают.

Сезонность пока обсуждать нет смысла. 2019 стартовал слабо, январь никого не обрадовал в плане продаж. Но есть интересный тренд: сближение кривых с данными по новым авто от АЕБ и из регистрации ГИБДД. Эти показатели сближаются, что в целом неплохо и показывает:

считать стали точнее, себя обманывать многим надоело... Впрочем, рынок новых авто – это лишь малая часть интересов. А вот рынок авто с пробегом – фокус внимания всех практиков! Он инертнее и масштабнее, он стабильнее и богаче, в нем - потенциал выживания и роста для дилеров не вычерпан.

Наконец, тренды. Нефть по-прежнему влияет на рынок в целом. Роль её чуть снизилась, но остаётся знаковой. От коридора цен на нефть зависит рубль, а следом и вся экономика. И тут хорошая новость – внутреннее ощущение растущей стабильности рубля в краткой и даже средней перспективе.

Негатив для рынка – это сокращение по данным опроса (почти вдвое!) самого объёма потенциальных покупателей новых авто - малочисленное поколение и смена модели потребления неудачно дополнены низким и не растущим уровнем дохода. При этом в деньгах емкость рынка вернулась к своему максимуму 2013-2014 годов, но, увы, на эти деньги купить можно куда меньше единиц авто.

Далее обзор продолжился в отношении рынка комтранса, который оказался даже ниже пессимистичного прогноза, данного на 2018 год изначально. И это ухудшение было понятно, ожидаемо уже в начале года и отслеживаемо - в его ходе. Рынку

больше не надо техники - она закуплена на замену износа и для обновления выходящего в утиль. А роста объемов перевозок, увы, компании не ждут.

Особняком стоит рынок легкого комтранса, где структура покупателей сложилась двоякая. В рынке новых авто 35-37% закупщиков - частные лица, а вот в пробеговых физлица «разбирают» уже 80% и более от предложенного к продаже. Такая картина создает очень разное поведение, мотивацию и в дальнейшем способ эксплуатации парка авто, купленных новыми – или же поддержанными. «Погоду» на двух этих рынках делают разные, совсем разные клиенты!

Еще один тренд - утрата четкой периодики обновления парка.

Вторая сессия – дилеры и дистрибьюторы

Модератор – Татьяна Луковецкая, «Авто-стат»; вступительное слово - Олег Мосеев, президент РОАД. Сильное начало сессии!

От лица РОАД год 2018 был оценен на «хорошо» при наличии убыточных брендов-аутсайдеров. Сегмент поддержанных – в фокусе внимания, интересно рос кузовной ремонт в теме ОСАГО. При этом доходность в новых авто была низкой за исключением двух брендов-лидеров.

Далее по рынку и трендам высказались приглашенные к участию в панельной дискуссии спикеры.

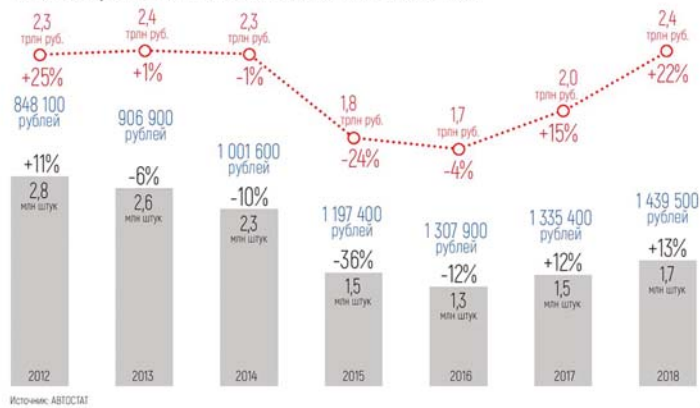
Алексей Подщечолдин, «БН-Моторс» отметил в своей компании 33% роста в сегменте продаж «пробежных» авто и +30% в новых, указал на внимание к сервису. И особо отметил: для него лидер прибыли и клиентского внимания – новый проект по долгосрочной аренде автомобилей, где имеется 55% роста. «Мы предложили простую и дешевую схему: 1000 руб. по аренде на день, 500 руб. в день по аренде на месяц и более, и это «Ларгус» в простой комплектации. Да, такая аренда - низкоприбыльный бизнес со своими целями и спецификой, но у него уже есть приверженцы и постоянные пользователи. Мы видим перемены в модели авторынка - и пробуем что-то дать своему региональному клиенту. Но этот бизнес – «в долгую», его нельзя строить на малом числе авто и на малом плече времени».

Автомобильный рынок России по сегментам

	продажи						тыс. шт.	18/17*
	2013	2014	2015	2016	2017	2018*		
PC ЛЕТКОВЫЕ	2 608	2 340	1 494	1 314	1 476	1 672	+13%	↑
LCV ЛЕТКИЕ КОММЕРЧЕСКИЕ	166	141	93	93	109	112	+3%	↑
CV СРЕДНЕТОННАЖНЫЕ ГРУЗОВЫЕ	33	27	18	17	19	20	+7%	↑
HCV КРУПНОТОННАЖНЫЕ ГРУЗОВЫЕ	78	61	33	36	61	62	+1%	↑
BUS АВТОБУСЫ	15	11	9	10	12	13	+8%	↑
ИТОГО	2 900	2 580	1 647	1 470	1 677	1 879	+12%	↑

* прогноз (оценка АВТОСТАТ) Источник: АЕБ, АВТОСТАТ
По по результатам 2018 года продажи всех типов транспортных средств выросли. Самый большой рост продемонстрировал сегмент PC (+13%). Меньше всего выросли продажи HCV и LCV - на 1% и 3% соответственно.

Ёмкость рынка легковых автомобилей в России



Рынок, парк и сроки владения



Динамика рынка новых автомобилей по федеральным округам

округ	доля	2013	2014	2015	2016	2017	2018	18/13
Россия	100%	-4%	-8%	-44%	-4%	+16%	+12%	-32%
Москва	15%	-7%	-3%	-42%	-1%	+6%	+12%	-34%
ПФО*	24%	1%	-8%	-45%	-2%	+19%	+8%	-28%
ЦФО*	20%	-4%	-9%	-43%	-6%	+17%	+12%	-33%
СЗФО	12%	-3%	-3%	-44%	0%	+17%	+13%	-20%
УФО	10%	-7%	-14%	-51%	-5%	+30%	+20%	-28%
ЮФО	9%	-3%	-9%	-42%	-4%	+14%	+11%	-33%
СФО	6%	-11%	-11%	-47%	-13%	+21%	+17%	-44%
СКФО	3%	-3%	-10%	-28%	-9%	+7%	+6%	-37%
ДФО	1%	-23%	+10%	-46%	-13%	+11%	+27%	-34%

* без учёта Москвы
За два последних года российский рынок восстановился лишь частично. Падение по отношению к 2012 году составляет 30%. Лучшее среднего показатели в ПФО, СЗФО и УФО.

Спикер от «Рольф» назвал год «Лучшим за историю компании» - 96 тыс. авто продано, +15% и +34% в продажах новых и б/у соответственно, сервис - тоже рост 15%.

«Тонавто» поддержал тон: год был отличный, лучший из шести последних.

Холдинг VERRA сообщил о росте в «премиуме», особо отметив «Лексус». При том год был назван нейтральным, он сознательно отдан руководством под эксперименты в онлайн продажах и финансировании, а еще под закрытие долгов, оставшихся с кризиса.

ГК «АвтоСпецЦентр» по теме продаж показал оптимизм, отметив как главную новость – назначение нового лидера и создание новой стратегии.

Вызовы 2019 года

Проблемы года сформулировали общими усилиями спикеров и даже зала.

- Беднеющее население. Хотя вопрос спорный, ведь речь идёт о тех, у кого есть деньги на новые авто, а они - лишь сегмент и он никогда не был в стране большим
- Срок замены (владения) удвоился с 2,4 года и до 4,5 это очень существенно!
- Дилеры могут потерять ряд выгодных услуг. Кредитование уходит в онлайн, и не только оно. Дилер превращается в выдавальщика авто для каршеринга, иных парков, это невыгодно, это сокращает роль и возможности.
- Дилеры лишены возможности выйти в рынок запчастей. Они обязаны брать у дистрибьютора детали и расходники дороже, чем их продаёт розница.

Авторынок будущего

Во второй части программы зал был поделен надвое, и каждый гость форума мог выбрать тему по интересам. Например, прослушать аналитический и в то же время интерактивный, построенный в формате шоу, рассказ о будущем дилерского бизнеса, о рисках и возможностях, о тотальном обновлении видения. Эту сессию вела Татьяна Луковецкая. И вот лишь некоторые тезисы.

Изменение модели потребления и роли автомобиля: от предмета роскоши к генератору затрат и негатива.

Если прежде автомобиль покупали дорого, им декларировали свой статус, то теперь автомобиль рассматривают как центр генерации проблем. От идеи владения сознание общества смещается к мобильности - возможности любым способом быстро и удобно добраться до нужного места.

8% населения мира - водители, это самая массовая профессия, и она сейчас под угрозой

Но тут есть и плюс - перераспределение: любой роботизированный узел требует втрое больше усилий (персонала) чем механическое устройство.

Кто владеет данными, кто их собирает, хранит, обрабатывает и монетизирует?

Этот вопрос – центральный в новой экономике. Что дает новое информационное поле бизнесу? Новые модели и возможности, конечно!

Автомобиль способен к широкому обмену с цифровой средой. Оплата парковки и движения по дорогам без транспондера, общение по заторам на дороге с иными авто в поле наблюдения, общение с умным домом, магазином, заправкой...

Платформы правят рынком!

При постройке виртуальных платформ не тратятся бетон и железо. В них нет ничего... материального. Но такой актив стоит очень дорого.

Для автомобиля цифровой двойник - это электронный ПТС.

Лояльность к бренду умирает...

Люди поколения Z сравнивают не бренды, а функциональность.

Для дилера неизбежно перепрофилирование из бутика в сервисный комплекс

Позитив в финале

Советы дилерам сегодня – как войти в будущее на волне роста:

- четко понимать свою стратегию на рынке. Не страшно, рост это или сжатие - надо быть честным и смотреть на реальность, а не иллюзии.
- сделать оргструктуру «плоской», спуститься с небес и быть в бизнесе. Ликвидировать «министерства», которые тащили холдинги вверх на этапе роста рынка;
- конфликты разного рода - их надо мониторить и гасить;
- цели. Надо точно понимать на уровне руководства: что важно получить от сотрудника - лояльность или профессионализм? Это трудный выбор, и надо делать его с открытыми глазами;
- мотивация для персонала должна быть честной и прозрачной.



МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА-КОНГРЕСС
ОТРАСЛИ АВТОЗАПЧАСТЕЙ
И ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ТЕХНИЧЕСКОГО
ОБСЛУЖИВАНИЯ АВТОМОБИЛЕЙ

ШАТЕ-М ЭКСПО

Разделы выставки



Запасные части
для автомобиля



Смазочные
материалы



Спецжидкости
и автохимия



Оборудование
для автомобильных
сервисов и СТО

7-8 июня

2019

ЕКАТЕРИНБУРГ

ЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНОЙ
ТОРГОВЛИ
ул. Куйбышева, 44Д

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР



SHATE-EXPO.RU

PERFORMANCE FORMULA

Автор: Оксана Демченко

Дизель способен работать очень долго. Он почти бессмертен... если ему не мешать. К сожалению, «помеха» - это не бестолковый пользователь или тяжелые условия, это - топливо. Гарантировать его качество, увы, невозможно. Зато можно улучшить самое проблемное, не причиняя вреда. Потому что есть присадка, которую разработал и производит OEM-бренд.



Эта присадка - не секрет, не волшебное неведомое средство. О ней знают практики, на нее много отзывов в сети. И вопрос в общем-то прост:

ПОЧЕМУ ВЫ ЕЩЕ НЕ ИСПОЛЬЗУЕТЕ ПРОСТОЙ и НАДЕЖНЫЙ СПОСОБ ПРОДЛЕНИЯ БЕЗАВАРИЙНОЙ РАБОТЫ?

В России присадку представляет практик дизельного ремонта. Это значит, можно получить консультацию и поддержку, ответы на все вопросы.

В этом тексте рассмотрены лишь основные.

Единственная на мировом рынке официальная присадка в дизтопливо: разработана, испытана и выпускается OEM производителем дизельной топливной аппаратуры

PERFORMANCE FORMULA - это не какая-то новинка, способная перевернуть рынок. Она разработана XX лет назад и все это время успешно работает там, где внезапная остановка дизеля недопустима - в промышленности, в полярных экспедициях, в резервных генераторах дата-центров, в гигантских дизелях океанских лайнеров и паромов, на магистральных тягачах...

Присадка будет хорошим продуктом и для тех, кто ее продвигает, и для тех, кто использует

Фасовка

Присадка поставляется в широкой линейке объемов фасовки – от бочки 208 л и до компактной, удобной для владельца легкового авто емкости XX мл

Высокая концентрация

Присадка разбавляется в пропорции 1:500

Магический эффект

Когда результат удается заметить сразу - это и есть инженерная магия!

Когда присадка незаменима?

Длительные простои, ответственные пуски с первой попытки: резервные генераторы, яхты, аварийные системы в регионах с критическими условиями,

Безаварийность: гарантия от внезапного выхода из строя ответственных агрегатов, агрегатов с регламентным сроком обслуживания (по наработке).

Системная экономия: актуально для гигантских моторов - океанские паромы, круизных лайнеры, железнодорожные локомотивы.

Оптимизация: приближение характеристик реального агрегата к идеальным, заданным производителем, при несовершенстве топлива. Важно при наличии риска вынужденного применения топлива с неизвестным или низким качеством.

Дополнительная гарантия: когда НАДО исключить неисправности. Например, при обеспечении аварийного режима энергоснабжения дата-центров.

Конкурентные преимущества:

- Борется с сыростью в топливе.
- Дает некоторое понижение температуры помутнения. Повышает на 2-2.5 единицы цитанового числа – это делает работу дизеля значительно тише и мягче. Выравнивает качество партий топлива быстро и значительно – важно для автопарков и продавцов топлива.
- Обеспечивает надежной защитой.
- Имеет высокие смазывающие свойства, а значит – создает надежную «защитную пленку» на поверхности даже для прецизионных пар, даже в наиболее жестких режимах и условиях.
- Экономична.

Чем выше потребность в присадке, тем она выгоднее ее применение за счет крупной фасовки по самой лучшей цене; удорожание на литр топлива минимально.

Присадка подходит для любого агрегата от мини-генератора до судового двигателя:



- Присадка помогает в восстановлении неработоспособных, «заклиненных» генераторов; присадка также обеспечивает надежный пуск после длительного простоя
- Присадка смягчает работу дизеля, сокращает риск поломки и дает не-

- значительную экономию топлива
- Присадка позволяет улучшить качество топлива - а это в данном случае мазут. Кроме того, замеры показали экономию в 2-4%. Немного? Но учтите расход топлива в таких системах!

«Эта присадка проверена нами бесконечное число раз. Ее лучшее качество - комплексность свойств. Не ждите огромной экономии топлива и иных маркетинговых чудес. Но будьте уверены в настоящей «железной» надежности.»

*Сергей Чернявский.
Компания Диджитал Дизель*

Диагностика неисправностей КПП в коммерческих транспортных средствах

Современные коробки передач отличаются высокой эффективностью и большим сроком службы. Тем не менее, они не застрахованы от поломок. Для того, чтобы избежать трудоемкого и дорогостоящего ремонта, необходимо всегда проводить первичную диагностику перед демонтажем агрегата. ZF Aftermarket предлагает качественный ремонт КПП ZF и сторонних производителей с использованием профессионального диагностического и ремонтного оборудования, а также оригинальных компонентов.

Правильная диагностика и соблюдение технологии ремонта позволяют избежать лишних затрат и повторных выходов из строя.

Говоря о ремонте КПП для коммерческих транспортных средств, СТО могут полагаться на системные решения ZF Aftermarket для всех типов трансмиссий – механических, автоматических или автоматизированных. Специалисты сервисного подразделения ООО «ЦФ Руссия» обладают всеми необходимыми знаниями, чтобы профессионально выполнить ремонт практически всех распространенных коробок передач для коммерческих транспортных средств от ведущих производителей, используя оригинальные запасные части.

В среднем, коробка передач для комтранса и строительно-дорожной техники может эксплуатироваться без ремонта 12-15 лет. Однако ошибки эксплуатации и технического обслуживания, износ, связанный с тяжелыми условиями работы, загрязнение и неисправность самого транспортного средства могут привести к преждевременному выходу из строя агрегатов.

Характерные неисправности зависят от типа КПП

Все трансмиссии вне зависимости от конструкции ежедневно подвергаются высоким нагрузкам. Однако характерные неисправности имеют различия и требуют разнообразных подходов при их диагностике и устранении.

Ремонт механических КПП с ручным управлением

При ремонте механических КПП с ручным управлением чаще всего речь идет о замене компонентов синхронизаторов и уплотнений. Повышенный износ шестерен и подшипников говорит о нарушении правил эксплуатации: применение неправильной смазки, перегрузка, буксировка без отсоединения карданного вала. При ремонте особое внимание надо уделять правильности измерения зазоров между компонентами и применения деталей, предусмотренных конструкцией конкретного механизма. Зачастую установка одной новой детали требует замены сопряженных. Для того, чтобы проверить это, необходимы специальные знания и

надежный источник технической информации, которым может быть только производитель агрегата.

Неисправности КПП с автоматизированным управлением

В 80% случаев неисправности КПП с автоматизированным управлением связаны с работой актуаторов сцепления и коробки передач. Одним из признаков неисправного механизма сцепления может быть нестабильное переключение передач. Если водителю все же удастся задействовать сцепление и, как ему кажется, включить нужную передачу, двигатель все равно работает на холостом ходу. Кроме того, выход из строя коробки передач может быть вызван износом механического или электронного оборудования.



Хотя внешние признаки говорят о повреждении коробки передач, в действительности проблемы могут быть вызваны дефектами периферийных систем, которые взаимодействуют с трансмиссией. Например, неправильная работа двухмассового маховика, сбой в системе подачи воздуха или электроэнергии. Эксперты ZF Aftermarket отмечают, что, прежде чем приступить к ремонту коробки передач, необходимо исключить причины внешних дефектов, дабы избежать дорогого и бесполезного ремонта механической части КПП.

Ремонт АКПП (с гидротрансформатором) или гидродинамических коробок передач

Демонтаж и ремонт АКПП (с гидротрансформатором) или гидродинамических коробок передач должны производиться только после полной диагностики транспортного средства. Чаще всего данные трансмиссии применяются на автобусах и имеют очень развитые связи с прочими компонентами транспортного средства по шине CAN и получают информацию от различных датчиков: открытие дверей, высота подвески, положение педалей тормоза и газа. Некорректная работа самого незначительного компонента электрической схемы будет выражаться в отсутствии реакции АКПП на команды оператора, как полном, так и частичном ограничении количества доступных передач. Капремонт агрегата подразумевает замену фрикционных дисков и гидравлических уплотнений. Велик риск их неправильного монтажа неквалифицированным персоналом и повторного выхода из строя после ремонта. Доказать ошибку сборки бывает крайне трудно, так как при неправильной работе детали подвержены экстремальному износу или полностью сгорают.

Шаг за шагом: ремонт коробок передач ком. транспорта

ZF Aftermarket рекомендует определенную последовательность действий при ремонте: диагностика и экспертная оценка неисправностей, очистка, разборка, ремонт и, при необходимости, замена отдельных деталей. Это говорит о высоком стабильном качестве на всех этапах работ.

Шаг 1: Диагностика и обработка данных о состоянии автомобиля

Основа надежной диагностики – профессиональные средства ее выполнения и



квалифицированный персонал. Только при учёте этих факторов возможно сделать правильный анализ информации о неисправностях, сохраненной в памяти модулей управления транспортного средства, дать экспертную оценку технического состояния автомобиля и предложить оптимальный способ решения проблемы. ZF использует только профессиональное оборудование для диагностики. Интеллектуальные решения, как, например, программно-аппаратный сканер Bosch KTS Truck, обеспечивают доступ к данным о техническом состоянии автомобиля любой марки и могут считывать коды ошибок всех элементов системы управления. Устройство диагностики ZF Testman, разработанное специально для продукции ZF, фокусируется на системе привода. В отличие от других решений для диагностики данная система может также быть использована на уже демонтированных коробках передач. Она может считывать данные КПП, проверять статистические данные и динамические характеристики транспортного средства, получать полную информацию о неисправностях, сохраненную в базе данных, программировать устройства ZF, производить тонкую настройку и создавать зеркальные копии ПО отдельных компонентов. Полученная информация в электронном виде может быть также отправлена производителю. Это гарантирует получение ответа на любой вопрос, связанный с некорректной работой системы привода.

Шаг 2: Разборка коробки передач

Эксперты ZF Aftermarket исследуют компоненты, находящиеся внутри коробки передач. Практика показывает, что частичный ремонт не может гарантировать надежность агрегата. Поэтому агрегат

всегда разбирают на отдельные части, оценивают их состояние и правильность взаимодействия, при необходимости выполняют соответствующие измерения.

Шаги 3 и 4: Ремонт и проверка мехатронного модуля

Ремонт и замена коробок передач входят в число ключевых компетенций ZF Aftermarket. Благодаря уникальному опыту ZF сервисные центры ООО «ЦФ Руссия» в Москве и Санкт-Петербурге предлагают своим партнерам все виды ремонта с учетом потребностей и возможностей. Также доступна разветвленная сеть сервисных партнеров в различных регионах России.

Шаги 5 и 6: Установка и завершающие тесты на испытательном стенде

После сборки коробка передач заправляется новым маслом. Для тщательной проверки работы агрегата ZF разработал специальный испытательный стенд. Для каждого типа агрегатов существует отдельный протокол проверки. В сервисных центрах ООО «ЦФ Руссия» все предписания строго соблюдаются. При обнаружении дефекта при испытаниях, агрегат подвергается повторной разборке. Испытания проводятся до тех пор, пока все параметры не придут в соответствие с рекомендациями производителя. Повторные испытания не влияют на цену ремонта для заказчика.

Сервисное подразделение ООО «ЦФ Руссия» готово оказать всестороннюю поддержку независимым СТО в сфере комплексного ремонта КПП для коммерческих транспортных средств, обеспечивая высочайшее качество сервиса.

Итоги года: конечно, лучше увидеть, чем услышать!

Автор: Оксана Демченко

В 2019 году разница в темпах развития и планах в рынке стала очень заметна не только в сегменте коммерческого транспорта. Но все же именно здесь даже формат пресс-конференций по итогам года оказался выстроен так, чтобы отношение к рынку и своей в нем роли было сразу заметно. И в этом смысле MAN Truck&Bus 14 марта сделал самую яркую демонстрацию силы своих позиций в рынке. Полсотни журналистов и блогеров, работающих в автомобильной теме были приглашены в Краков, чтобы услышать итоги и прогнозы – и увидеть завод.



Очевидно, в рынке, который замедляется, более чем логично активизировать работу с подержанными автомобилями, тем более, это часть глобальной стратегии бренда.

Программ MAN TopUsed показала в России рост в более чем 200%. И первый прогноз на 2019 год – это ожидаемый рост рынка эвакуаторов и сегмента спецтехники (мусоровозов).

Если говорить об оценке 2018 года, то Питер Андерссон прямо назвал его одним из самых успешных для компании и привёл ряд примеров - ярких событий, показавших реальность дальнейшего укрепления бренда и его репутации в РФ:

- бренд реализовал поставленную ранее задачу и вошел в тройку лидеров в рамках «большой семерки»;
- бренд стал №1 среди европейских брендов в категории «Автобусы»;
- показанный премьерно на «Комтранс» великолепный MAN Lion's Coach заслуженно назван лучшим туристическим автобусом 2018 года;
- разрабатывается платформа Trucker's World для сообщества водителей;

Год 2018 в цифрах MAN

Пресс-конференция в Кракове стала замечательным сплавом традиций и свежих впечатлений. Тот же главный спикер дня - Питер Андерссон, генеральный директор ООО «МАН Трак энд Бас РУС». Тот же глубокий, с многочисленными выкладками по аналитике, взгляд на рынок – причем взгляд оптимистичный, но без пафоса. Наконец, любимый многими и очень трогательный ролик – честное слово, ждала его! – с доставкой на Красную площадь «главной елки» страны. И новое на этом ярком фоне: место встречи и ее формат, включающие экскурсию по самому новому, высокотехнологичному сборочному заводу, который выпускает до половины

единиц техники, поставляемой в Россию. Но впечатления – это хорошо, а цифры – лучше... так что к цифрам. Точнее, к докладу Питера Андерссона.

В 2018 году было продано 4907 грузовых автомобилей марки, что обеспечило прирост в 6,2%, трёхкратно опережающий в сравнении с динамикой «большой европейской семерки» (+ 2,3% по году). Комментируя эти данные, спикер отметил крайне высокие темпы роста в начале года – двузначные! – и сокращение закупок по рынку в целом во второй половине года. Это тот фон, тот уровень потребностей и экономики, на котором и стоит рассматривать итоги непростого года.





- развитие группы TRATON, значимой и даже знаковой частью которой является бренд MAN, было первым слайдом презентации. Именно так, общими усилиями и суммой инвестиций и технологий, предполагается расширять новый «цифровой» мир.

Особенная новость, которую выделили и преподнесли «на сладкое» - это запуск на рынок оригинального масла под брендом MAN. Оставляю в стороне маркетинговую оценку этого шага, хотя продажи в первые месяцы говорят однозначно: решение показало себя, как успешное в терминах объемов и динамики продаж.

Флагманом модельного ряда прошлого года назван магистральный тягач MAN TGX. И тут важна оценка партнеров, выраженная в заказах. Так, глобальная логистическая корпорация XPO Logistics получила крупную партию таких тягачей, поддержав сотрудничество, которое продолжается с 2007 года. Другие крупные клиенты года по TGX - ритейлер «Лента», частный перевозчик «ЖелДорЭкспедиция».

Есть объективные условия – и есть те возможности и усилия, которые прилагает концерн для развития. То и другое сложно и противоречиво складывается в российском рынке автобусов, где «против» играют протекционизм, ценовое дав-

ление производителей из Азии – а «за» лишь класс техники, ресурс и сервисные программы. Итог борьбы – лидерство в рамках «европейской семерки» в классе «Автобусы», а еще признание: Lion's Coach назван лучшим туристическим автобусом года в рамках Busworld Russia 2018.

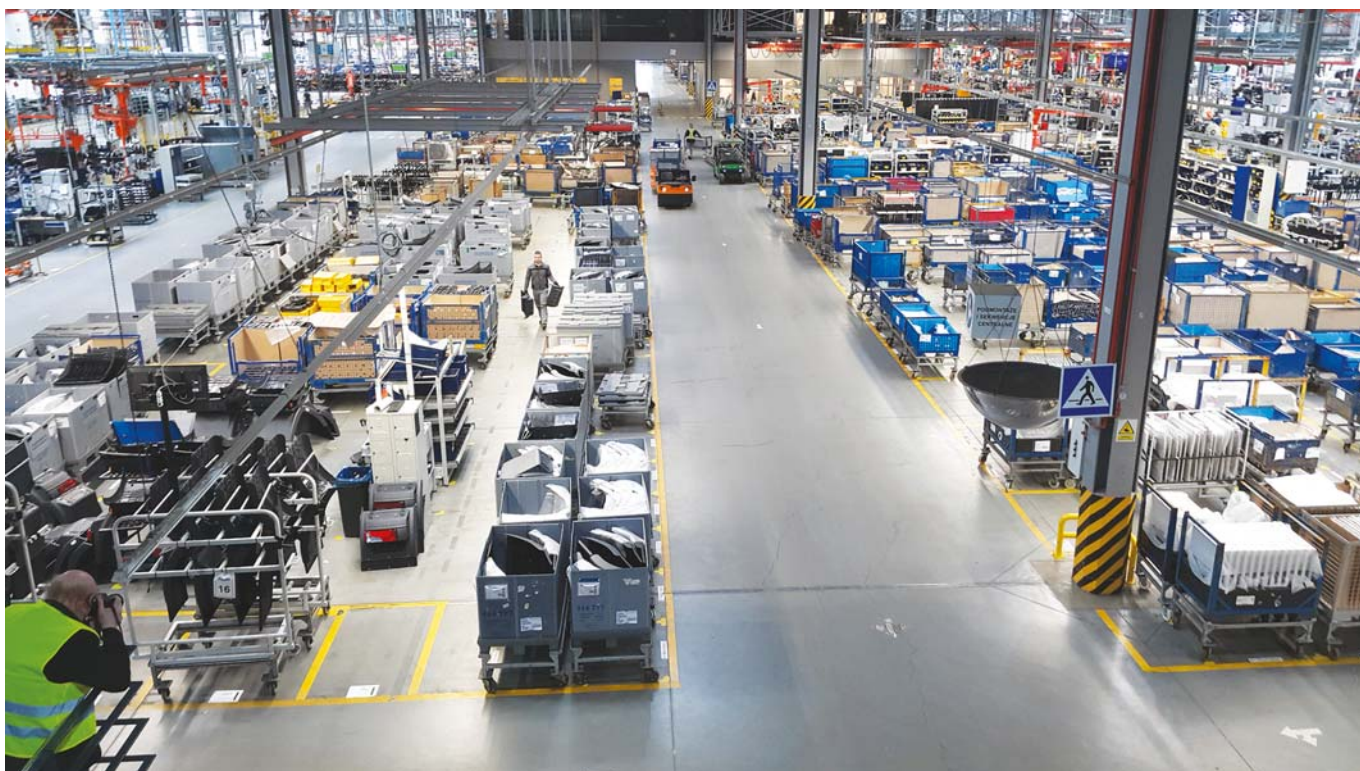
Для меня телематика была одним из фокусных, важнейших «ожиданий года». И, хотя внимания теме в рамках презентации досталось немного, сам старт в 2018 году платформы MAN Trucker's World –

это большое событие. «Больше чем клуб по интересам, скорее профессиональная ассоциация» - посмотрим, как она станет развиваться...

Возможности заявлены широчайшие: обмен опытом, статус почетных гостей на мероприятиях, особые условия по программе MAN ProfiDrive и т. д.

Несколько слов о маслах под брендом MAN. Конечно же, партнер в их производстве не был назван, что вполне ожидаемо.





Зато журналистов уверили: брендрование предполагает ответственность. Масла и жидкости MAN предназначены для наших суровых условий. Они испытаны на технике бренда, в России, и показали себя наилучшим образом.

День в обществе MAN

И снова к теме, с которой все началось: лучше один раз увидеть, чем много-много раз слушать, рассматривая слайды и видео презентаций.

Посещение сборочного завода дало такую возможность – увидеть.

Проект производства в Польше, близ Кракова, был запущен в 2005 году и стал реальностью в 2007-м. Следующие 10 лет развития позволили в 2017 году отпраздновать выпуск с конвейера стотысячного грузовика, а в 2018 году получить престижную награду «Завод года» в категории «Серийная сборка автомобилей большой грузоподъемности» (подробнее на сайте промышленной премии www.fabrik-des-jahres.de).

На момент нашего визита завод собирает 95 единиц техники ежедневно, и это не полная мощность: можно наращивать ее почти двукратно.

Цех окружен складом, а вернее, со всех сторон на конвейер втягиваются комплектующие, системы, агрегаты, расположенные вне основного цеха сборки так, чтобы минимизировать затраты времени и сил на их доставку. Система JIT в действии – по многим узлам пустая тара является сама по себе заказом, формирующим новую поставку.

Сборка включает монтаж и окраску рамы. Далее две линии непрерывно «тянут» – можно и без кавычек, автоматический транспорт действительно постоянно движется – раму, на которую последовательно нанизывают, навешивают, крепят узлы и агрегаты.

На финишной прямой кабины, прибывшие из Германии, надевают на «кабриолет». Тягач без кабины именно так называют на заводе, и мы один такой видели – его кабина еще в пути, хотя все прочее готово...

Момент который очень хотелось заснять на видео, хотя нам не разрешили съемку во время экскурсии – это первый запуск мотора, когда сумма деталей наконец-то оживает, становясь полноценным автомобилем. Впрочем, лишь дальнейшие тесты показывают, насколько все полноценно.

Стоит особо отметить систему работы по выявлению и устранению дефектов и ошибок. При сборке системы такой сложности они неизбежны. Помимо входного контроля в сам конвейер «вшиты» пять зон контроля. Выявление ошибки не останавливает сборку в большинстве случаев. Проблему, даже серьезную, устраняет мобильная бригада механиков высокого класса.



IBIS | INTERNATIONAL BODYSHOP INDUSTRY SYMPOSIUM

UNA PASSIONE PER IL PROGRESSO

SUMMIT

PASSION FOR PROGRESS

The IBIS Global Summit is one of the world's leading conferences for collision repair industry leaders and market influencers, bringing together over 350 international individuals.

10 - 12 JUNE 2019

GRAND HOTEL DINO, BAVENO NEAR MILAN

TO BOOK YOUR PLACE OR FOR MORE INFORMATION CONTACT SUZIE SCOTT
SUZIE@IBISWORLDWIDE.COM

our partners



Неисправность насоса охлаждающей жидкости: причины и диагностика

Насос охлаждающей жидкости, называемый в быту водяным насосом или помпой, — важный компонент оснащения двигателя. Его неисправность может привести к перегреву силового агрегата, что очень опасно. Как правило, неисправность становится результатом неправильного техобслуживания, например, несвоевременной замены ремённого привода. Как распознать симптомы неисправности и что предпринять, чтобы продлить срок службы насоса?

Основная задача насоса — обеспечивать циркуляцию жидкости в двигателе и, следовательно, соответствующую регулировку данного процесса. Конструкция этого устройства довольно простая, и при соблюдении правил техобслуживания она практически не требует вмешательства. Насос может приводиться в движение ремнём или цепью ГРМ, что делает его составной частью газораспределительного механизма. Он также может быть установлен в качестве отдельного узла. В первом случае, независимо от оценки работы, его необходимо заменить вместе с другими элементами газораспределительного механизма. Во втором достаточно просто следовать инструкции производителя. Условием бесперебойной работы насоса охлаждающей жидкости является своевременная замена всех взаимодействующих с ним узлов, а также самой охлаждающей жидкости, которая оказывает огромное влияние на состояние насоса.

К типичным признакам неисправности водяного насоса относятся:

- утечка охлаждающей жидкости;
- колебания температуры охлаждающей жидкости;
- исходящий от него шум.

Часто встречающийся признак неисправности водяного насоса — утечка жидкости. Причиной утечки может быть уплотнение насоса или прокладка между его корпусом и блоком двигателя. У

большинства насосов в корпусе имеется дренажное отверстие. Небольшое скопление влаги в нём ещё не свидетельствует о неисправности, особенно если это новый, только что установленный водяной насос. Всё дело в количестве влаги. Скопление влаги связано с процессом обкатки насоса, но как только утечка принимает постоянный характер, это может свидетельствовать о повреждении уплотнения или стать следствием допущенных меха-

ником ошибок при монтаже. В этом случае следует высушить покрытые влагой места и проследить за тем, продолжается ли утечка охлаждающей жидкости. Если да, то либо новый насос был неправильно установлен, либо имеющийся насос вышел из строя и подлежит замене. «При необходимости замены мы рекомендуем воздержаться как от использования дешёвых аналогов насоса, так и от охлаждающей жидкости низкого качества. SKF



серьёзно относится к этому вопросу, а потому предлагает клиентам только высококачественные устройства, многие из которых монтируются в заводских условиях», — говорит Томаш Охман, SKF.

Важным признаком возможной неисправности водяного насоса при его диагностике служат колебания температуры охлаждающей жидкости. Их можно наблюдать на индикаторе приборной панели автомобиля или с помощью компьютера, который позволяет считывать текущие параметры. Если двигатель без веской причины начинает перегреваться, это может указывать на снижение производительности насоса, из-за чего в двигатель не поступает необходимое количество охлаждающей жидкости. Такие признаки могут быть вызваны механическим повреждением внутренних узлов насоса (например, лопастей крыльчатки) или утечкой жидкости, ставшей результатом коррозии элементов системы охлаждения. В случае обнаружения коррозии необходимо обязательно заменить жидкость и промыть систему охлаждения специально предназначенным для этого средством. При этом следует помнить:

для постановки окончательного диагноза следует проверить состояние остальных компонентов системы охлаждения: термостата, радиатора и датчика температуры жидкости. Их неисправность также может стать причиной внезапного падения и повышения температуры.

Ещё один признак неисправности водяного насоса — это исходящий от него нетипичный шум. Обычно это говорит о повреждении подшипника. Неисправность может быть вызвана неправильной установкой ремня ГРМ, чрезмерное натяжение которого приводит к слишком большой нагрузке на подшипник, ускоряя, таким образом, его износ. «После того, как источник неисправности найден, следует провести окончательную проверку состояния подшипника, для чего необходимо снять привод и вручную провернуть вал насоса. Если появится аналогичный звук или ощутимый люфт, это значит, что повреждён именно подшипник. В нормальных условиях вал насоса вращается равномерно, с лёгким сопротивлением, не издавая каких-либо необычных звуков. Разумеется, нельзя проворачивать вал нового насоса, поскольку это может

привести к его полному выходу из строя. Цель описанной процедуры состоит только в том, чтобы убедиться, что мы имеем дело с неисправностью подшипника в старом насосе», — объясняет Томаш Охман. Как правило, водяной насос выходит из строя вследствие ненадлежащего техобслуживания, а не по причине неисправности самого устройства. «Старая, отработавшая свой ресурс охлаждающая жидкость характеризуется высоким содержанием хлоридов, что в сочетании с высокой температурой может привести к коррозии деталей насоса, таких как крыльчатка, корпус или динамическое уплотнение. Несвоевременная замена ГРМ, элементом которого может быть насос, а также нерегулярная замена самой жидкости, теряющей после нескольких лет использования свои защитные свойства, — это основные причины возникновения неисправностей в насосах охлаждающей жидкости, которые сами по себе не должны вызывать проблем в эксплуатации», — резюмирует Томаш Охман.

12 апреля

МАСТЕР-КЛАСС Владимира Краснобрыжего

» ТЕХНИКА ПРОДАЖ УСЛУГ СЕРВИСА

- Как сделать из «приемщиков» и «консультантов» продавцов сервиса?
- Как в 8 случаев из 10 расширить заказ-наряд, не потеряв лояльности клиента?
- Какие вопросы нельзя применять при общении продавца сервиса с клиентом и почему?
- Что такое ХПВС и как его применить в работе продавца сервиса?

26 апреля

184 ЗАСЕДАНИЕ КЛУБА
РУКОВОДИТЕЛЕЙ АВТОБОСС

» СЪЕЗД ЮРИСТОВ АВТОБИЗНЕСА. СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА ПО РАБОТЕ С ЮРИДИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ

О ЧЕМ БУДЕМ ГОВОРИТЬ?

- Какие юридические риски в коммуникации с юрлицами возникают чаще всего? По какой причине?
- Основные методы досудебного решения проблемы?
- Судебная практика-2019
- Как юрист может помочь компании избежать проблем с «юриками»: документы, инструкции, персонал, ИТ-инструменты

22 мая

МАСТЕР-КЛАСС

» ГЕНЕРАЦИЯ ТРАФИКА. КТО ОТВЕЧАЕТ ЗА РЕЗУЛЬТАТ?

28 мая

МАСТЕР-КЛАСС Олега Зорина

» ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РАБОТЫ СТАНЦИИ ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

29 мая

МАСТЕР-КЛАСС

» ПЯТЬ СЕКРЕТОВ УСПЕХА НЕЗАВИСИМОГО ТЕХЦЕНТРА

ЗАПИСЫВАЙТЕСЬ И ПРИХОДИТЕ! 8 (495) 989-11-26

РЕКЛАМА

AUTOBOSS
АВТОМОБИЛЬНАЯ КОНСАЛТИНГОВАЯ
КОМПАНИЯ

Новый формат Detailer Day Expo

Два года назад мир детейлинга был взорван ярким, оживленным и совершенно новым шоу - Detailer Day Expo. Проект получился настолько успешным, эмоциональным и профессиональным, что стал главным событием в индустрии детейлинга. Автовладельцы, детейлеры, представители СТО и автомоек, поставщики товаров, инструментов и услуг в данной отрасли смогли на одной площадке не только обменяться опытом, получить информацию о новинках, но и на практике ознакомиться с новыми технологиями и материалами. Мы попросили поделиться своим видением выставки организаторов Detailer Day Expo и основателей интернет проекта car-care.ru Олега Гренкова, Юрия Мозгова и Дмитрия Гренкова.

- Какой в нынешнем году мы увидим выставку Detailer Day Expo. Как опыт прошлых лет помог вам улучшить это мероприятие?

- В 2019-м году мы решили сделать эксперимент и на порядок поднять зрелищность выставки. Для этого в течение примерно полугода мы объезжали и рассматривали московские выставочные площадки, и в итоге остановились на Music Media Dome (бывшая Tesla Place). Высокий павильон, большая парковка, на которой можно устраивать активности для наших гостей, близость от метро — однозначные плюсы площадки. Ну а крупнейшая в мире проекционная поверхность внутри павильона поставила финальную точку в выборе.

Да, это недешёвая история. Доросла ли до неё индустрия российского детейлинга — увидим по результатам. Здесь очень многое зависит от подготовки к Выставке самих участников. Все возможности есть, но, как всегда, кто-то сможет их использовать, кто-то — нет.

Безусловно, опыт организации предыдущих мероприятий помог нам предвосхитить многие организационные моменты. Но новая площадка и новые возможности — это, естественно, дополнительные затруднения, неизвестность и необходимость принятия решений, порой непопулярных. В любом случае, мы идём по пути развития и расширения, нащупываем ту дорогу, которая поможет индустрии детейлинга и автомоек развиваться быстрее. И без ошибок этот путь обойтись не может.

- По опыту прошлых выставок — какие потребности сейчас у отрасли детейлинга? Ка-

кие изменения произошли в этой отрасли за последние годы?

- Главная потребность индустрии детейлинга — чтобы автовладельцы знали о её существовании. В этом году проекту Car-Care.ru исполняется 10 лет, и за это время сообществом сделано очень много шагов по популяризации детейлинга. Тем не менее, делая доклады на неспециализированных событиях, мы видим, что большая часть бизнес-аудитории, являясь владельцами автомобилей, слышит слово «детейлинг» впервые. Поэтому потенциал у отрасли ещё очень большой. Чем, кстати, пользуются некоторые дельцы, называя детейлингом любые, даже самые низкокачественные работы.

На наш взгляд, как индустрии детейлинга, так и моечной индустрии в целом не хватает единых правил развития, единых стандартов и квалифицированных кадров. Эту задачу мы собираемся решать путём объединения участников рынка под эгидой Международной ассоциации, о которой объявим на Выставке.

- Как, по вашему мнению, должны работать детейлинг-центры, чтобы сохранить и увеличить свой клиентский пул? Какие бизнес-процессы характерны для российских детейлинг-центров? С какими проблемами им приходится сталкиваться и как они могут/должны их решать?



- Как бы банально это ни звучало, но качество предоставляемых услуг — один из важнейших критериев успешности детейлинг-бизнеса.

Только качество позволяет бизнесу получать удовлетворенных клиентов и включать режим «довольного сарафана», когда толковый мастер быстро обрастает новыми благодарными почитателями, желающими обслуживаться только у него.

Имеет место и обратная ситуация, когда клиент экономит на всём, получает соответствующий результат, ставит крест на всем детейлинге и говорит о нём как о шарлатанстве и мыльном пузыре. На самом деле подобная ситуация характерна в наше время для многих отраслей.

Про бизнес-процессы в массе говорить пока рано. Большинство детейлинг-центров работает по привычным заказам (мойка-очистка-абразивная полировка-нанесение защитных покрытий, или мойка-очистка-пленка). Как правило, заказывают эти услуги постоянные клиенты, знающие основные виды работ.

Тяжело внедрять что-то новое, ломая сложившуюся картину мира клиента и заменяя привычные услуги более современными и технологичными. Часто на предложение попробовать новые и современные составы в ответ можно услышать: «сделайте как в прошлый раз».

Пока больше внимания уделяется внешнему виду и антуражу студии. При красивом оформлении клиенту легче расстаться с деньгами, не вникая в особенности составов и технологий. Яркая обёртка настраивает на соответствующий лад.

Проблем и у студий и у всех причастных к детейлингу пока значительно больше, чем решений. Например, пресловутый «кадровый голод», когда при лавинном появлении «школ», «академий» и «университетов детейлинга» готовят полноценных «специалистов» за неделю. Новоиспечённые эксперты, приходя устраиваться на работу, требуют астрономических окладов, а когда дело доходит до конкретного авто и работы с ним, говорят что на этих пастах/кругах их не учили. Либо, хуже того, ругают предлагаемые материалы и восхваляют «единственно правильный» подход, приобретённый ими при обучении.

Немаловажен вопрос материалов и продукции. Рынок насыщен подделками и «левым» товаром. Много желающих сэкономить копейку теряют рубль. Но пока

это мало кого останавливает. Даже у детейлеров большие проблемы с культурой труда. Немногие понимают, что выгоднее заплатить адекватные деньги и получить гарантированно качественный продукт, чем методом проб, ошибок и временных потерь найти «аналог» в разы дешевле.

Прошедший год поколебал позиции многих бизнесов в нашей сфере. Нет заказов у центров — нет продаж у производителей. Есть те, кто не выдержал и ушел с рынка. Сам же рынок растёт, появляются новые игроки, жадные до «быстрых денег» и не смотрящие даже на полшага в будущее. Они ломают демпингом структуры продаж, которые до них выстраивались годами. Но время расставляет все по своим местам. Эти детские болезни будут пережиты, и рынок, как саморегулирующийся организм, станет цивилизованным и прозрачным.

- Сколько в России детейлинг-центров (если есть такие данные?). Как они сегментируются? Как распределяются их доли по типам услуг? В каких регионах находятся сейчас точки роста для сферы российского детейлинга?

Говорить о точном количестве ДЦ в России достаточно сложно, поскольку цифра эта размыта. Ведь детейлинг-центром условно можно считать и мойку с набором детейлинг-услуг и выделенными под эти услуги отдельным постом-двумя. В этом случае цифра получается значительная — более 5000 детейлинг-точек по всей России.

Сегментирование очень условное: это и частные мастера, и мойки, имеющие специалистов по химчистке/полировке, и специализированные студии, для которых своя мойка — это гарантия принять авто в работу в достойном виде.

А вот по типам услуг уже есть, что сказать. Законодатель по услугам — столица. И если 2-3 года назад было модно работать «керамикой», то сейчас эта волна ушла в регионы. Там услуги формируют центры, а клиенты выбирают из того, что есть.

В настоящее время в Москве очень популярно нанесение антигравийной пленки. Это продиктовано созданным спросом на защиту от сколов и царапин, который изначально провоцировали недобросовестные центры, позиционируя «керамику» в качестве средства от всех болезней. Услуга эта уверенно распространяется и в регионы России, ведь антигравийка — пожалуй, единственное на данный момент средство сохранить первоначальный внешний вид автомобиля и обеспечить его кузову механическую защиту.

С точками и зонами роста детейлинга всё довольно прозрачно и логично — детейлинг развивается там, где у потребителей есть деньги. Это и столица, и южные регионы, и зауралье. Но в отношении новичков рынка сложилась определённая ситуация, являющаяся обратной стороной растущей популярности детейлинга. Множество детейлинг-центров, открывшись впервые и не проработав и полугода, закрываются из-за завышенных ожиданий собственников и тщетных попыток войти на достаточно специфичный рынок. Кажущаяся легкость построения детейлинг-бизнеса и его трендовость на деле превращается в необходимость кропотливо работать, особенно, на первых порах, к чему многие просто не готовы.

Собственники, заинтересованные в работе «вдолгую», обычно уже имеют крепкие бизнесы, пусть и без широкого спектра услуг. Долго самостоятельно тестируют новинки, подбирают наиболее приемлемые по соотношению «цена-качество» продукты и постепенно приучают к высокому уровню услуг своих постоянных клиентов. Так, небольшими шагами, растут и развиваются.

- Расскажите о составе экспонентов выставки? Какие направления детейлинга представлены здесь? Есть ли новые экспоненты?

С радостью и удовлетворением отмечаем, что ядро экспонентов, каждый год принимающих участие в Выставке, сформировалось. Плеяда спонсоров из года в год остаётся неизменной — это бренды KRYTEX (Генеральный спонсор первой Выставки, прошедшей в 2017 году), Koch Chemie (Генеральный спонсор Detailer Day Expo — 2018), Leraton, Flex. В этом году компания спонсоров приросла ещё одним крупным и амбициозным брендом, выходящим на рынок детейлинга. Это Генеральный спонсор Выставки, Detail — детейлинговый бренд широко известной на автомобильном рынке компании GraSS. Репортаж с производства компании читайте в этом выпуске каталога Выставки.

Несмотря на трудные для бизнеса времена (а когда в России были другие?), компании, у которых есть стратегическое видение и сформирована программа развития, продолжают участие в мероприятии, вкладывая в него материальные и людские ресурсы. Руководители таких бизнесов понимают, что сиюминутной отдачи от вложенных средств в виде скачка продаж ждать не приходится. Но участие в Выставке — это та самая работа «вдолгую», когда затрачиваемые усилия со

временем окупаются сторицей. Именно такой стратегии и придерживаются грамотные бизнесмены.

Ежегодно Выставка прирастает и новыми экспонентами, желающими получить доступ к детейлинг-аудитории. Мы стараемся помочь таким компаниям наиболее эффективно использовать возможность заявить о себе и получить свой кусок общего «пирога».

Как обычно, на Выставке представляют свою продукцию производители полировальных систем, защитных составов, средств для ухода за экстерьером и интерьером автомобиля. Присутствует направление беспокрасочного удаления вмятин (PDR), ремонта и защиты кожи, восстановления прозрачности фар, ремонта стёкол. Оборудование и инструмент также представлены на стендах Выставки. В мероприятии участвуют также экспоненты из автомобильной отрасли. В этом году особо стоит отметить повышенный интерес к мероприятию представителей плёночной индустрии. Многие включили в свой ассортимент качественные антигравийные пленки, что демонстрирует расширение их зоны деятельности из стайлинга в сторону детейлинга. Охват целевой аудитории растёт!

- Расскажите о программе мероприятий? Какие события вы предусмотрели в рамках Detailer Day Expo - 2019? Чем вы руководствовались (какими потребностями профессионалов детейлинга и автомобилистов), составляя программу мероприятий?

- По традиции, в программу Выставки войдут мероприятия, направленные на получение посетителями свежей информации и полезных навыков. Не забыта и развлекательная составляющая. На стендах экспонентов будут проводиться мастер-классы и активности. В процессе демонстрации продукции, оборудования и технологий работы посетители овладеют знаниями и умениями по правильному использованию инструмента и материалов, зададут интересующие вопросы и вступят в полемику — ведь в споре рождается истина, а поспорить наши коллеги очень любят.

Развлечения также направлены на совмещение полезного с приятным. Посетителей ждут конкурсы и викторины разной степени сложности, которые позволят на других посмотреть, себя показать и блеснуть эрудицией и навыками. Хедлайнером Выставки выступит турнир полировщиков

— «Детейлинг-баттл». В нём желающие смогут посоревноваться в мастерстве абразивной полировки и доказать себе и окружающим, что полирует не паста и не машинка, а руки профессионала.

Конференционная часть в этом году уменьшена, исходя из опыта прошлых выставок. Дело в том, что ресурсов многих участников недостаточно для полноценной работы на стендах вкупе с выступлениями в конференц-зоне, к которым надо основательно подготовиться. Да и посетителям интереснее провести драгоценное время не сидя на стуле и слушая спикеров, а передвигаясь по павильону и участвуя в стендовых активностях. Поэтому мы решили, что конференция должна быть выделена в отдельное полномасштабное событие. Тем не менее по запросам некоторых активных участников будет сформирована небольшая конференц-программа. В ней стоит отметить анонсирование ассоциации детейлинга и автомоек, к формированию которой мы с нашими партнерами намерены приступить.

И конечно же, красной нитью по всему мероприятию пройдёт общение посетителей и участников, нетворкинг, обмен контактами и опытом. Ради этого люди приезжают на Выставку из Москвы, Подмосковья, регионов России, а также из-за рубежа.

- В каком направлении дальше будет развиваться Detailer Day Expo?

Выставке 3 года. Это переломный возраст. Мы видим, что Выставка востребована, популярность её растёт. С одной стороны уже накоплен опыт, позволяющий учитывать потребности экспонентов и посетителей и в дальнейшем делать интересные и полезные мероприятия. С другой стороны, есть понимание, что до совершенства ещё далеко, и рано останавливаться на достигнутом. Потенциал далеко не исчерпан, и наша задача, как организаторов — искать наиболее универсальный формат Выставки, позволяющий привлечь под её знамёна как можно больше участников и посетителей.

Мы стремимся к тому, чтобы Выставка была не просто точечным мероприятием в начале детейлинг-сезона, а историей, которая длится на протяжении всего года. Поэтому работа с участниками Выставки и их долговременное сопровождение является одним из приоритетных направлений нашей деятельности как инфопроекта.

- Как выставка помогает формироваться отрасли детейлинга в России?

Сейчас любой уважающий себя бренд включает оффлайн-мероприятия в программу своего продвижения на рынок. Точечные монобрендовые семинары, рассказывающие о продукции и имеющие своей целью приобщение участников мероприятия к определённой линейке продуктов, регулярно проводятся в столице и регионах в основном на площадках крупных детейлинг-центров. Информации в Интернете достаточно, но оффлайн общения производителя и потребителя продукции не заменит ни одна даже самая толковая видеoinструкция. Поэтому подобные семинары весьма популярны среди детейлинг-профессионалов, но возможности их ограничены аудиторией в 30-50 человек.

В этом отношении выставка является таким огромным концентрированным мультибрендовым семинаром, который позволяет закрыть потребность живого общения и обмена опытом между производителями и потребителями детейлинг-решений. С учётом ежегодного проведения Выставка даёт возможность крупным производителям проинформировать клиентов о новинках продукции, трендах развития, а начинающим — заявить о себе на многочисленную аудиторию детейлинг-специалистов.

Посетив Выставку, детейлинг-профи и начинающие специалисты получают шикарную возможность сделать для себя выбор продукции и систем, которыми они смогут работать в дальнейшем. Для этого нужно просто выделить один-два дня в году и приехать в Москву. Поскольку участниками мероприятия являются практически все работающие в настоящий момент на рынке детейлинга бренды (во всяком случае, самые активные и амбициозные), можно уверенно сказать, что Выставка является одним из кирпичиков в фундаменте здания детейлинг-индустрии. Она не только формирует имидж для именитых брендов, но и открывает дорогу новичкам на рынок детейлинг-решений.

И уже сейчас мы объявляем, что в 2020-м году Detailer Day Expo пройдёт 6 и 7 апреля, следите за анонсами, обязательно приходите, и отличного вам нового детейлинг-года!

ВСЕ СПЕКТР
АВТОМОБИЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ



ИНТЕРАВТО

15-я международная выставка автомобильной индустрии

Автомобильные двигатели
и их компоненты



Шины и ремонт шин,
резинотехнические изделия

Гаражное и диагностическое
оборудование



Оборудование
и комплектующие для автомоек

Оборудование для кузовного
ремонта автомобилей



Автомобильная
химия, масла

Автоэлектрика
и автоэлектроника



Автомобильные
аксессуары

2-5 СЕНТЯБРЯ
2019

МОСКВА,
КРОКУС ЭКСПО

Организатор:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Генеральный информационный
партнёр:



Информационный партнёр
«Крокус Экспо»:



www.interauto-expo.ru

12+

Полезный выхлоп

Автор: Евгений Бочканов

О том, как заработать на выхлопных системах, расскажет представитель сервиса «Филитек», работающего в данной сфере с 2000 года. Наш собеседник - Александр Хацкевич, управляющий сервиса.



Александр Хацкевич

Ремзона

Особенности встречают сразу же при входе в ремзону: взгляд подмечает полное отсутствие подъемников. Все работы выполняются на ямах, и это, оказывается, принципиальная позиция. Все восемь постов, которые есть сейчас, оборудованы ямами.

Для работы с выхлопными системами яма - в разы удобнее. Начиная с диагностики. Жалоба на посторонние шумы чаще всего требует сесть в машину и погазовать определенным образом. Это куда быстрее делается на яме, нежели подъем автомобиля с сотрудником за рулем. Часто проблемы проявляются именно на стоящем автомобиле, а на вывешенной машине детали подвески уходят вниз, и обнаружить проблему становится невозможно. Еще один случай при диагностике - надо тронуться вперед-назад для проявления проблемы. На подъемнике это, очевидно, невозможно.

Яма удобна не только при диагностике, но и непосредственно при выполнении работ. Например, только яма дает возможность одновременно работать двум механикам сверху и снизу машины, и это сильно расширяет возможности. Так, «Филитек» позиционирует себя как единственных, кто может снять катализатор на Bentley Continental с мотором V12, не снимая двигатель.

Не менее важный аспект - при установке декоративных насадок на выхлопную систему очень важен внешний вид. В этом случае один сотрудник устанавливает насадки, а второй смотрит издали и корректирует положение при необходимости. Все перечисленное очень существенно экономит время.

Еще один аргумент в пользу ямы - ее абсолютная, по сравнению с подъемником, надежность - уронить машину в яму можно только при маневрировании. Обслуживания яма, в отличие от подъемника, также не требует.

Оборудование

Помимо ямы есть и другие непривычные для среднестатистического сервиса вещи. Так, между ямой и верстаками приютилась сложноописуемая конструкция из металла - на ней располагают свариваемые детали выхлопа в наиболее удобном для сварки положении. Кстати, о сварке. Разумеется, в таком сервисе есть сварочные аппараты всех видов.

Для изготовления новых выхлопных систем и подгонки существующих есть набор станков для работы с трубами. Во-первых, это дорновый трубогиб - он большой, стоит очень много денег и позволяет сгибать трубы таким образом, чтобы в месте сгиба их диаметр оставался неизменным. Во-вторых, это бездорновый трубогиб - он также бывает необходим в ряде случаев. В-третьих, это развальцовочный станок, позволяющий менять увеличивать или уменьшать диаметр трубы в широком диапазоне - например, увеличить трубу 65 мм до диаметра 100 мм.

Для диагностики (а есть довольно много обращений типа «горит check engine и машина не едет») используется Launch. В целом, это можно назвать немного избыточным - чаще всего задач, кроме чтения ошибок, для диагноста здесь нет. Для чтения ошибок хватило бы и простецкого ELM327, но тут как раз тот случай, когда лучше переплатить.

Структура, персонал и контроль качества

В настоящее время в штате сервиса - два управляющих, три старших мастера и семь мастеров.

Управляющего можно с некоторой натяжкой сравнить с мастером-приемщиком в других сервисах - именно управляющий здесь взаимодействует с клиентом, принимает и выдает автомобиль, рассчитывает стоимость работ, подбирает запчасти и выполняет еще ряд задач.



Четыре поста из восьми. На две ямы можно загнать до четырех автомобилей. При этом сами ямы широкие (1.2 метра), освещенные, с удобным спуском

Старший мастер – специалист, имеющий существенный опыт, способный организовать и направить работу мастеров при сложных работах.

Контроль качества при выполнении сложных работ многоступенчатый. Сначала мастер предъявляет работу старшему мастеру. Тот предъявляет работу управляющему, и только тогда автомобиль выдается клиенту. Это позволяет минимизировать риски.

Кстати, именно из-за вопроса контроля качества этот сервис не является сетевым. Был период, когда компания имела три сервиса, но организовать достойный контроль качества в этих условиях значительно сложнее, поэтому от такой схемы было решено отказаться.

Интересно организован и подбор персонала. Практика данного сервиса такова, что принципиально набираются люди, не имевшие ранее опыта работы в других сервисах. Из имеющихся в настоящее время сотрудников только четверо пришли, умея варить металл. Остальные обучались с нуля. При этом ни те, ни другие, никогда до этого не работали в сервисах. Работа с автомеханиками, пришедшими из других сервисов, себя не оправдала. Сложно сказать, связано ли это с иным подходом на других СТО, или просто приходили не самые хорошие механики, но по словам Александра, опыт работы с «опытными» механиками оказывался неудачным – как правило, такие сотрудники не придавали должного внимания вопросу качества и долговечности выполненных работ. Зачастую практиковался подход «лишь бы машина уехала», что не

способствует доброму имени сервиса. Сложно сказать, с чем связана такая ситуация. Может, некоторые сервисы действительно не придают такого значения качеству выполненных работ. Может, кто-то практикует целенаправленный подход по принципу «раньше сломается – раньше приедет снова». А может, все дело в том, что по-настоящему ответственные и квалифицированные механики давно «пригрелись» в своих сервисах, и не собираются уходить, так как работодатель дает им достаточно комфортные условия. Сложно сказать, в чем именно дело – но это еще одна наглядная иллюстрация к проблемам поиска квалифицированного персонала.

Организация работ

График организован так, что в смену выходит по ситуации один или два управляющих, два старших мастера и четыре-пять мастеров.

Это позволяет иметь некоторый запас по ресурсам, так как один из главных принципов сервиса – прием и ремонт в день обращения. Это обусловлено достаточно прозаическими соображениями. Первое из них – то, что клиент, как правило, хочет выполнить работу «прямо сейчас», и предоставить ему эту возможность – значит сильно выиграть в его глазах. Второе соображение достаточно необычное, но здоровое: часто бывает так, что записавшийся клиент не может приехать. Часто после этого ему неловко, и он не приезжает больше никогда. Среднестатистический сервис над таким вопросом не заморачивается, и подобные клиенты чаще всего проходят по графе «дороже

выйдет потраченное время, чем заработанные деньги». Что, в целом, справедливо – в «общеслесарной» СТО случайный клиент оставит в среднем 1-2 тысячи рублей, тогда как даже простые работы по выхлопной системе чаще всего будут приближаться к 10 тысячам, хоть и с учетом запчастей. Вероятно, именно поэтому степень клиентоориентированности здесь в разы выше.

Необходимое условие для ремонта в день обращения – склад наличия. Здесь он есть, и очень большой. Площадью 180 м², на 10000 позиций различных товаров. Если в наличии не найдется детали для конкретного приехавшего автомобиля, чаще всего окажется возможна установка имеющейся запчасти с доработкой по месту. Поскольку наличие – одна из главных «фишек» сервиса, с поставщиками ведется плотная работа для обеспечения конкурентоспособных цен на запчасти.

Медийность

Компания уделяет много внимания ресурсам в сети. Помимо собственного сайта, активно поддерживается аккаунт в Инстаграме, сообщество во «В Контакте» и блог на Drive2. Фото и видеоматериалы с примерами работ для этих ресурсов готовит отдельный сотрудник. Все это в комплексе дает потенциальным клиентам достаточно информации о сервисе, поданной в правильном ключе. Интернет-ресурсы дают реализовать также «удаленную» работу: клиент из другого города, региона или даже страны находит подходящее ему звучание для его машины на сайте, связывается с сервисом, у себя в городе демонтирует выхлопную систему, отправляет ее курьерской службой в сервис. Ее дорабатывают, отсылают обратно клиенту, тот ставит ее на автомобиль. Такой сценарий для данного сервиса вполне рабочий.

Выполняемые работы

Предоставляемые услуги можно разделить на два основных направления: ремонт и тюнинг. Рассмотрим каждое из них подробнее.

Нарушения целостности выхлопного тракта

Самое распространенное, с чем сталкивался, вероятно, каждый автомобилист – посторонний шум при работе двигателя. Это может быть прогоревшая часть глушителя и посторонний «рык» двигателя как следствие, удары или дребезг при

соприкосновении глушителя с кузовом или подвеской из-за поврежденных креплений, или даже попросту замятая теплозащита. Все это приносит дискомфорт водителю, но относится к разряду легко устранимых проблем, которые не требуют особых знаний, а в данном сервисе проходят по категории самых простых работ.

Проблемы катализаторов

Случай посложнее – ошибка P0420/P0430 или снижение тяги. Все это – проблемы катализатора, вызванные либо снижением эффективности катализатора, либо повреждением его каналов, снижающим пропускную способность. Разумеется, не обходится и без случаев катастрофически оплавленного катализатора:



В случае обращения по ошибке P0420/P0430, как правило, выполняется диагностика (визуальный осмотр, «послушать-понюхать»), ошибка стирается, и клиент отпускается. Если ошибка проявляется через день-два – это почти однозначное решение о необходимости замены катализатора.

Сервис на выбор готов предложить несколько вариантов решения проблемы. Самое правильное и активно продвигаемое – установка нового оригинального катализатора. На это, однако, готовы не все. Часто задаваемый вопрос – о возможности установки универсального катализатора. По опыту сервиса, универсальный катализатор – решение неудачное, как правило, недолговечное и низкое по эффективности «дожигания». Вполне реальна ситуация, когда ошибка по низкой эффективности катализатора остается активной после замены катализатора на универсальный.

Возможно и удаление катализатора – в этом вопросе также наработан значительный опыт. Здесь, как известно, основная



Обманки старого типа – проставки под лямбда-зонд, создающие изолированное пространство между датчиком и кусочком катализатора.



Обманка нового типа, обеспечивающая циркуляцию выхлопных газов

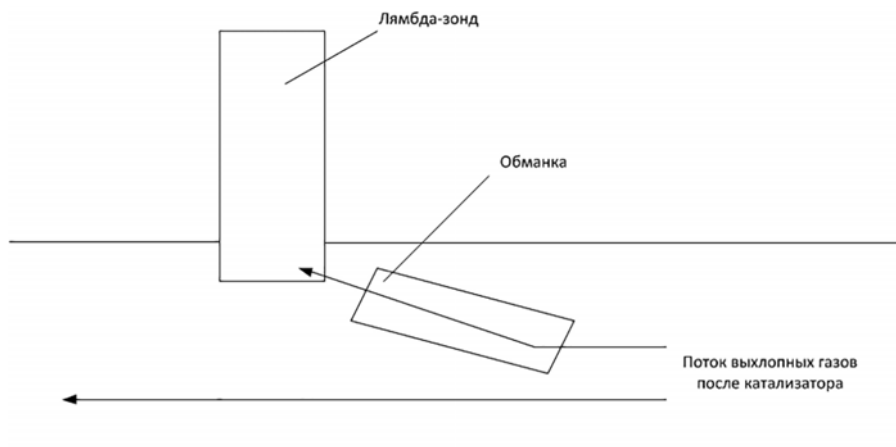


Схема установки обманки нового типа



Малая часть имеющихся в наличии насадок на глушители

проблема не в физическом удалении катализатора, а в отсутствии ошибки по датчику кислорода за катализатором. Достаточно давно компания разработала эмуляторы, подключаемые в разрыв между датчиком и блоком управления. Такие эмуляторы корректируют показания датчика таким образом, чтобы они соответствовали ожиданиям блока управления. В настоящее время, однако, более удобным вариантом оказываются проставки, устанавливаемые в штатное место установки катализатора, а уже за ним вкручивается лямбда-зонд. К нему, таким образом, поступают уже очищенные выхлопные газы.

На автомобилях последних поколений алгоритмы анализа сигнала с лямбда-зонда значительно усложнены. Чтобы обеспечить им ожидаемые показания, необходимо обеспечить активную циркуляцию отработавших газов мимо лямбда-зонда. Чтобы это сделать, был разработан «мини-катализатор», обеспечивающий такую циркуляцию:

Вариант с перепрошивкой блока управления сервис также рассматривал, привле-

кая для этого сторонних специалистов. К работе специалистов нареканий не возникало, но случались коллизии, когда клиент по совершенно другому поводу обращался в дилерский центр, где ему основывали возникшую проблему использованием нештатной прошивки блока управления. Подобные коллизии в принципе нелегко разрешаются, да и деловой репутации вредят, поэтому в конечном итоге было принято решение отказаться от таких работ.

Тем не менее, основной рекомендацией остается замена катализатора на оригинальный, не только из-за экологии, но и так как из-за газодинамических эффектов вполне вероятно снижение мощности после данной операции. Подробнее об этом – в разделе про тюнинг.

В любом случае, при проблемах с катализатором крайне желательно убедиться в корректной работе системы управления впрыском, так как зачастую катализатор «умирает» именно из-за проблем впрыска или двигателя в целом. Например, из-за неправильного смесеобразования или из-за масла, попадающего в камеру

сгорания. В этом случае и новый катализатор скорее всего быстро выйдет из строя.

Тюнинг

Пожалуй, тюнинг можно назвать основным направлением работы данного сервиса. Условно можно разделить его на несколько видов – доработку внешнего вида, звука и доработку для повышения мощности. На практике все эти виды работ обычно сочетаются, зачастую вплоть до прокладки новой выхлопной системы «с нуля». Что вообще-то является очень непростой инженерной задачей, учитывая совокупность предъявляемых требований – тут и требования по звуку, и по пропускной способности, и по сочетанию с конструкцией кузова и подвески, и по долговечности.

Внешний вид

Ярким примером такой работы может стать вывод второй выхлопной трубы на Toyota Camry с двигателем 2.4 л – чтобы это выглядело как на автомобиле с двигателем 3.5 л. Некоторые выполняют подобный тюнинг даже на Hyundai Solaris. Политкорректно этот вид тюнинга называется «доработка внешнего вида до старших комплектаций», а неполиткорректно – «хороший понт - дороже денег».

Но это не единственный вариант тюнинга внешнего вида. Зачастую внешний вид автомобиля существенно улучшается просто за счет установки других декоративных насадок на выхлопную систему – и эта услуга также востребована. Хотя чаще насадки востребованы все же в комплексе с другими работами.

Еще одна разновидность тюнинга внешнего вида – нештатный вывод выхлопной трубы, например, набор, или наверх, или в любую другую сторону, удобную клиенту. Бывают и случаи, когда прокладку трассы выхлопной системы требуется изменить по причине других конструктивных изменений, например, из-за установки газобаллонного оборудования. Такие работы, хоть и не связаны напрямую с изменением внешнего вида, логично также отнести к этой категории.

Звук

Визитной карточкой сервиса, отображенной в инстаграм-аккаунте, является доработка звука выхлопа. Оказывается,

на свете очень много автовладельцев, которые хотят, чтобы их автомобиль имел «злой» звук мотора, и они готовы отдавать за это неплохие деньги. Умение предоставить людям качественное исполнение этой услуги оказывается способом эти неплохие деньги получить.

В зависимости от конкретных требований и конкретного автомобиля, для доработки звука могут как вскрываться и дорабатываться штатные «банки» выхлопной системы, так и заменяться на другие. Как уже говорилось, нередко бывает и так, что необходимо полностью заново проложить выхлопную систему целиком.

С учетом имеющегося опыта сервиса, на ряд моделей уже существуют отработанные решения «под ключ», когда клиент обозначает пожелания («как в инстаграме, в таком-то посте»), а сервис сходу озвучивает стоимость. В этом случае максимально прогнозируемо и время работ (конечно, без учета форс-мажоров). Все это в комплексе можно назвать отработанной технологией.

Вопрос доработки звука, впрочем, имеет и обратную сторону. Работа не заканчивается с росписью клиента в заказ-наряде о получении автомобиля. Вполне может случиться, что через некоторое разумное время клиенту станет ясно, что звук надо немного изменить. Подобные изменения в определенных пределах выполняются условно бесплатно – то есть, изначально заложены в цену. Разумеется, за рамками этих «определенных пределов» работа перетекает из доработок по горячим следам в разряд новых работ по отдельным ценам.

Бывают и другие случаи – когда «злой» выхлоп клиенту не нужен, но вызывает дискомфорт штатный звук автомобиля. Так, уже типовым для сервиса стал случай с Mercedes GLE 400. В определенных режимах выхлоп издает неприятный гул, который, хотя и вызывает у клиентов дискомфорт, является «штатным» и не может быть устранен дилером по гарантии. За рамками гарантии, впрочем, тоже. С этой проблемой дилеры самостоятельно направляли клиентов в данный сервис. Здесь «банку» глушителя вскрывали и передуливали. Клиент в итоге оказывался доволен. На счету сервиса уже пять таких GLE 400.

Повышение мощности

Наконец, самым незаметным внешне видом тюнинга является доработка системы с целью повышения мощности двигателя. Характерный случай – когда сделан «мощностной» чип-тюнинг, и ограничивающим фактором становится пропускная способность выхлопного тракта. Как правило, в такой ситуации сервис предлагает установку спортивного катализатора. Он обладает стойкостью к высоким нагрузкам (перепады температур и давлений), а главное – имеет увеличенную площадь ячеек, обеспечивая повышенную пропускную способность.

Здесь стоит сделать лирическое отступление. Так уж исторически сложилось, что в голове среднестатистического автолюбителя прочно укоренилась логическая цепочка «что-то машина не едет – надо выбить катализатор». Помимо крайней некорректности самого суждения, есть и неочевидный аспект, о котором мы уже упомянули выше. Далеко не всегда удаление катализатора способствует повышению мощности. Поскольку выхлопной тракт – не просто труба, а царство хитрых расчетов в области газодинамики, то и логика чуть сложнее, чем «удалили катализатор – стало мощнее». Например, подпор отработавших газов часто способствует лучшей продувке цилиндров в определенных режимах, а в его отсутствие на такте впуска в цилиндре оказывается избыток отработавших газов. Получается этакий

«незапланированный EGR», существенно снижающий эффективность работы двигателя.

В этом смысле «Филитек» выполняет очень важную задачу по повышению автомобильной грамотности. Возможно, через несколько лет такой разъяснительной работы мы увидим, как водитель не стремится выбивать катализатор при виде лампы Check Engine на приборной панели. Хотя надежд на это мало – уж если даже сегодня многие сервисы все еще аргументируют недопустимость перелива масла в двигатель тем, что «выдавит сальники».

Резюме

Вопрос «можно ли заработать, специализируясь только на выхлопных системах», на самом деле даже не обсуждается – положительный ответ на него подтверждается как рассматриваемым сервисом, так и множеством его коллег по цеху. А вот степень востребованности качественного тюнинга выхлопа оказалась сюрпризом. Другой вопрос, что обеспечение качества – вопрос не сиюминутный, и решается долгой планомерной работой, обучением персонала и узкой специализацией, в противоположность федеральным сетям, делающим ставку на ширину охвата и берущим количеством. Оба подхода имеют право на жизнь, но с точки зрения ответной реакции клиентов выигрывают однозначно узкоспециализированные СТО – будь то специализация на ремонте агрегатов, марке автомобиля, или, как в нашем случае – на выхлопных системах.



Спортивный катализатор. Видно, что сота имеет довольно большой размер.

АССОЦИАЦИЯ
«РОССИЙСКИЕ
АВТОМОБИЛЬНЫЕ
ДИЛЕРЫ»



ROAD

КОНВЕНЦИЯ

2019

10-11

АПРЕЛЯ
МОСКВА
ЭКСПОЦЕНТР

Уважаемые читатели! Вам понравился журнал? Вы решили подписаться? Тогда:

Среди первых подписчиков состоится розыгрыш призов от «ФЭСТ»

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

Индекс: _____
 Область: _____
 Город: _____
 Улица: _____
 Дом, корпус, _____ офис, квартира _____
 Название компании _____
 Специализация _____
 Сайт _____
 E-mail: _____

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

ФИО _____
 Название компании _____
 E-mail: _____

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

Запчасти Сервис Автобизнес Авто

SERVICE AND PARTS #5

октябрь-ноябрь 2018

ООО «КАР-ПиАр»

www.car-pr.com

Над номером работали:

Марина Белоглядова, Оксана Демченко, Ольга Давыдова

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

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов

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

Тираж для конференций в Санкт-Петербурге и Казани (500 экз.) отпечатан в типографии «Роликс» Москва-Санкт-Петербург.

Тираж 15 000 экз. отпечатан в ООО «ДДД» г. Нижний Новгород.

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

E-mail: car-pr@bk.ru

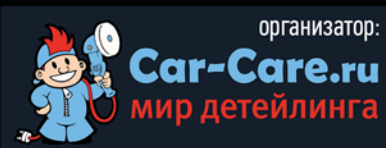
Сайт: www.car-pr.com

Стоимость подписки на 2019 год (6 номеров) – 1500 рублей.

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



Detailer Day Expo – 2019



Шоу-выставка **Detailer Day Expo** – это крупнейшее в Европе событие индустрии detailing.

Detailer Day Expo включает в себя выставку, шоу-программу, специализированные соревнования и мастер-классы.

Detailer Day Expo – это возможность заявить о своих новых разработках, укрепить связи с дилерами и осветить свою деятельность в медиапространстве.

Это лучший вариант быстрого старта, представления своей продукции и налаживания бизнес-контактов.

Это отличный шанс привлечь внимание к своему бренду частных потребителей и крупных компаний, работающих в сфере автобизнеса.

ddexpo.ru



@detailerdayexpo

официальные спонсоры:

KochChemie®

KRYTEX™

FLEX



5-6 апреля



Шоссе Энтузиастов, 5с2
5 километров от Кремля
10 минут пешком от м. Римская / Площадь Ильича



Присоединяйтесь к программе лояльности

КУВ ПРОМО

Зарабатывайте с КУВ
и получайте призы!



Условия на сайте:

promo.kyb.ru

КУВ

Наша точность, Ваше преимущество

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