

НОВЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ПРАВИЛА ПРОГРАММЫ AUDI В УСЛОВИЯХ ДЕФИЦИТА АВТОМОБИЛЕЙ

Спрос на автомобили премиум-брендов, активизировавшийся на мировом рынке в последние полтора года, спровоцировал дефицит некоторых моделей и перераспределение долей основных игроков. Тенденция сохранится и в будущем году: концерны будут стремиться максимально удовлетворить потребности покупателей на ключевых для себя территориях развития не в пользу российского рынка, который, хотя и считается приоритетным, в абсолютном выражении объемов продаж пока далек от американского и европейского. О том, какой в этих условиях будет стратегия корпоративных продаж Audi в России и почему запланированную на будущий год покупку автомобиля нужно оформлять уже сейчас, рассказывает коммерческий директор Audi Центра Нижний Новгород, официального дилера марки, АНДЖЕЙ ТАУБЕРГЕР.

— Каким был этот год для Audi?

— На мировом рынке Audi традиционно была в роли догоняющей. Если BMW и Mercedes-Benz плотно сидели на американском рынке, очень неплохо чувствовали себя в Европе и Юго-Восточной Азии, то у Audi при относительно неплохих показателях в Европе, особенно на родине марки в Германии и Китае, где есть свое производство, позиции в США были гораздо слабее. В этом же году отрыв Audi от ближайших конкурентов серьезно сократился. Рост объемов продаж Audi, особенно после кризиса, был наиболее динамичным в премиум-сегменте. Думаю, что к 2013 году можно будет говорить о паритете между тремя ведущими брендами в общемировых продажах. Но, к сожалению, активизация спроса привела к тому, что мы острее других почувствовали дефицит конкретных моделей. Очереди начали формироваться уже в августе, особенно на внедорожники. Сейчас ближайшие поставки в Нижний Новгород, например, Audi Q7 запланированы на май. Теоретически можно получить машины и раньше, но это абсолютно не гарантировано — в договоре в любом случае будет проставлен срок 30 мая.

— Как скажутся мировые тенденции на российском рынке?

— Дефицит уже привел к тому, что основные объемы продаж распределяются в сторону гигантов — США, Китая, Германии и Великобритании. Российский же рынок, хотя и считается приоритетным (по объемам продаж Audi входит в десятку) и одним из самых динамично развивающихся, сильно уступает по объемам продаж — на Россию приходится лишь 2–3% от общих объемов реализации.

Причем тенденция растущего дефицита характерна не только для премиум-сегмента, но и для масс-брендов. Ни Toyota, ни Honda не могут сегодня удовлетворить все потребности клиентов. А это значит, что часть из них уйдет в более дорогой сегмент, то есть премиум-бренды искусственно получают дополнительных потребителей, которых не смогут обслужить.

Для покупателей Audi ситуацию усугубляют особенности внутрикорпоративной политики и распределения производственных мощностей материнским холдингом марки — Volkswagen Group Rus. Так, те же Audi Q7 собираются на одной линии с Volkswagen Touareg и Porsche Cayenne — новыми моделями, раскрутке которых производитель уделяет особое внимание, тогда как Q7 себя уже рекомендовал. Вообще, Volkswagen Group Rus, в отличие от ближайших конкурентов, имеет огромное количество моделей на общей платформе, а это сказывается и на распределении объема комплектующих, спрос на которые также растет.

Все это означает, что в будущем году спрос будет по-прежнему значительно опережать предложение и мы будем чувствовать острую нехватку



автомобилей. Уже сейчас заявленные нами планы продаж на будущий год по некоторым моделям не подтверждены импортером на 100%, как было в предыдущие годы, когда была абсолютная уверенность в том, что наша оценка совпадет с фактическими поставками. Руководство российского представительства Audi не в силах изменить ситуацию и диктовать условия. Все, что нам сможет выделить производитель, будет распределяться в зависимости от доли рынка, которую имеет тот или иной регион из 45 дилеров Audi в России. К сожалению, качество работы дилеров уже не определяет объемы его продаж. Все решают квоты.

— Как в этих условиях будет формироваться политика концерна в области корпоративных продаж?

— Корпоративные программы однозначно будут корректироваться. Безусловно, мы будем стараться получить от производителя и импортера максимум для наших партнеров. Особенно для тех, что составляют так называемый «красный список» Audi — крупные корпорации, такие как Сбербанк, ЛУКОЙЛ и т.д. Их скидки по корпоративным программам будут сохранены, даже если нам придется поступиться частью собственной прибыли. Но для рядовых сотрудников этих компаний мы уже не сможем предоставить те же льготы.

В целом наши инициативы по продвижению корпоративных предложений в будущем году будут минимизированы. Кроме «красного списка», мы сосредоточимся на адресном, персонализированном обслуживании топ-менеджмента компа-

ний по спецтарифам и постараемся использовать потенциал и клиентские базы банков, страховых и лизинговых компаний, чтобы сформировать предложение, максимально выгодное всем участникам сделки.

— Насколько гибким будет дисконт для корпоративных покупателей, не входящих в «красный список»?

— Все будет решаться в индивидуальном порядке и во многом зависеть от модели. По некоторым моделям абсолютно не будет дефицита — это, например, новая Audi A6, под которую производитель зарезервировал достаточно мощностей. На Audi A8 можно ожидать специальные программы, так как концерн не удовлетворен ее продвижением в России и пока заявленный план продаж этого автомобиля на 2011 год выше ожиданий дилеров. По Audi A7 мы также не почувствуем ни дефицита, ни переизбытка — планы производителя сочетаются с нашими, и эта модель будет в свободной продаже с хорошим ценовым предложением и ассортиментом по цветам, двигателям и комплектациям. По всем остальным моделям адекватно удовлетворить спрос мы не сможем.

— Нематериальные бонусы для корпоративных клиентов будут сохранены?

— Да, здесь все в нашей власти. Это и персональный менеджер, и специальная лизинговая программа, и предоставление подменного автомобиля аналогичного класса на время гарантийного ремонта и технического обслуживания, а также выездной тест-драйв и двухлетняя гарантия без ограничения пробега.

— Как в нынешних условиях рациональнее спланировать сроки обновления автопарка?

— По опыту полутора лет посткризисных продаж относительное насыщение рынка мы ждем в первой половине 2011 года. Именно тогда можно надеяться на бонусы, привилегии и ассортимент. Но рассчитывать, что все и дальше будет так же хорошо, — чистая иллюзия. Во втором полугодии нас ждет жесткий дефицит и неудовлетворенность клиентов. Поэтому даже если покупка планировалась на весну будущего года, действовать надо уже сейчас — при условии оформления сделки в декабре есть шансы получить машины к весне. По моделям Q5 и Q7 мы особенно рекомендуем определяться как можно скорее, так как уже до конца этого года основная часть квоты на 2011 год будет реализована. В крайнем случае, Audi Центр Нижний Новгород всегда готов по первому требованию вернуть аванс. Мы прекрасно понимаем, что планы наших клиентов иногда опережают их финансовые возможности.

