

покупательскую активность. Наша задача — эффективно использовать госпрограммы и программы импортеров, чтобы привлечь клиентов непосредственно в наш салон», — говорит Сергей Киселев. При этом, по его словам, есть клиенты, которые даже в период кризиса готовы покупать или менять свой автомобиль, они проявляют заинтересованность в государственных программах и предложениях дистрибьютора, задача дилера — правильно «обработать» клиентский поток. Господин Киселев рассказал, что холдинг уже запустил программы, использующие trade-in (возможность обменять старый автомобиль на новый — "Ъ"), группа построила уже два дилерских центра, заточенных исключительно под эту услугу. Подобные программы пользуются спросом примерно у 20% клиентов «Ключавто», говорит господин Киселев.

Хорошие результаты по таким программам получила и «Эскадра». «Эффективным инструментом является поддержка государственной программы „Утилизация и трейд-ин“, — комментирует Владимир Росликов. — У нас действует корпоративная программа ŠKODA по продаже автомобилей с пробегом Das WeltAuto. По сравнению с прошлым годом доля trade-in в автоцентре „Эскадра“ увеличилась в среднем на 30%, клиенты более охотно стали пользоваться данной услугой. Также, благодаря наличию программы государственного льготного кредитования, количество выданных автокредитов в дилерском центре „Эскадра“ остается на том же уровне, что и в докризисный период. Доля кредитов, выданных по данной программе, составляет порядка 80% в портфеле всех кредитных сделок».

В «Ауди Центр Краснодар» и «Ауди Центр Кубань» также наращивают количество дополнительных услуг для клиентов. Как рассказал Александр Петрушин, в салонах разработана дисконтная программа для клиентов сервиса, которая позволяет им получать скидки на обслуживание до 30%. Для владельцев Audi, планирующих

продать свой автомобиль, продолжает он, действует программа Audi MeetingPoint, которая позволяет продать автомобиль не старше пяти лет по цене, установленной владельцем, через официального дилера. Клиенту предоставляют бесплатное оформление пакета документов и подготовка автомобиля (мойка, химчистка и полировка). Александр Петрушин добавил, что дилерские центры также предлагают клиентам совместную с ООО «Фольксваген Банк Рус» кредитную программу, по которой для новых автомобилей Audi A3, A4, A5, Q3, A6, Q5 действует процентная ставка от 5,9% годовых.

Дополнительным и немаловажным плюсом для дилера может стать и грамотная политика производителя. Компания, которая готова более гибко, чем другие, подходить к ценообразованию, имеет шансы занять более выгодное положение на рынке, говорит Сергей Киселев и приводит в пример корейский Hyundai. «Производитель нашел внутренние резервы и в первом квартале сохранил стоимость своих моделей, в то время как другие активно ее повышали, и в итоге вырос во втором квартале, хотя и сравнительно немного», — пояснил он.

По словам Владимира Росликова, автодилеры также могут повлиять на активность покупателей за счет качества взаимодействия с клиентами. «Во-первых, в кризис необходимо уделять еще большее внимание к индивидуальным потребностям и пожеланиям при выборе автомобиля. Во-вторых, важен комплекс разнообразных акционных предложений, из которых каждый клиент может выбрать подходящее именно ему. В-третьих, необходимо повышать профессионализм персонала. Например, наши сотрудники регулярно повышают уровень своей квалификации в академии „Фольксваген Групп Россия“». Владимир Росликов отметил, что эти и другие шаги по повышению лояльности клиентов позволяют автоцентру «Эскадра» занимать лидирующую позицию по продажам ŠKODA в Ростовской области с 2011 года.

«С ПРОБЕГОМ» И ДЛЯ БИЗНЕСА

Переключение на продажи подержанных автомобилей или работу в корпоративном сегменте в сегодняшних условиях может не принести существенного роста выручки, считают дилеры и аналитики. По данным «Автостата», российский рынок подержанных автомобилей по итогам первого полугодия сократился на 23,4% — до 2,2 млн штук, при этом цены пока устанавливаются не в пользу дилеров. «В отличие от конца прошлого года на рынке наблюдается преобладание продавцов, поэтому у потенциальных покупателей машин с пробегом есть хорошие возможности для торга», — поясняет Алексей Муханов.

По его словам, рассчитывать на заметные корпоративные продажи дилерам также не стоит. «На этот сегмент приходится только около 12% рынка, при этом за полгода он упал сразу на 27,5%, поэтому не в состоянии серьезно повлиять на общую картину», — рассуждает эксперт.

«Корпоративный сегмент неактивен, потому что бюджеты на закупку являются затратной статьей и, как правило, режутся в первую очередь, поэтому в такое время подобные закупки страдают первым по аналогии с затратами на рекламу», — утверждает Сергей Киселев из «Ключавто». По его словам, определенный объем корпоративных закупок продолжают проводить государственные предприятия, но они ориентированы в основном на автомобили отечественного производства.

Снижение спроса в корпоративном сегменте отмечает и директор «Ауди Центр Краснодар» и «Ауди Центр Кубань». Александр Петрушин говорит, что заметное сокращение продаж произошло в третьем квартале, но он рассчитывает на возобновление положительной динамики к концу года, в том числе в Краснодарском крае.

Вместе с тем ряду дилеров удается получить положительный результат и в этом сегменте. Как рассказал Владимир Росликов, активная работа дилерского центра «Эскадра» по сотрудничеству

с крупными корпоративными клиентами (Coca-Cola, сельскохозяйственные и лизинговые компании) позволяет «добавить» к розничным продажам около 30%.

ОЖИДАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Строить прогнозы на ближайшую и среднесрочную перспективу дилеры и аналитики в текущих условиях решаются крайне неохотно. Алексей Муханов из «Автостата» говорит, что ситуация на рынке осложняется проблемами не только в экономической, но и в политической сфере, что затрудняет детальное планирование. Директор «Ауди Центр Краснодар» и «Ауди Центр Кубань» Александр Петрушин не исключил, что из-за нестабильной экономической обстановки в стране салонам придется менять стратегию работы, сокращать расходы и пересматривать бизнес-процессы.

«В отличие от кризиса 2008–2009 годов, вероятно, мы не увидим бурного роста, и после стагнации начнется медленное восстановление вместе с возвращением доходов населения на докризисный уровень», — предполагает Алексей Муханов. Так, основная задача автосалона «Эскадра» на второе полугодие 2015 года — удержание относительно стабильного уровня продаж и услуг, рассказал Владимир Росликов. «В связи с волатильностью на автомобильном рынке отдельное внимание в этом году уделяется поддержанию ликвидных складских запасов, оборачиваемости склада, так как 90% приобретаемых автомобилей контрактируется „из наличия“. Чувствительность потребителя к ценовым скачкам наглядно отражается в динамике продаж по периодам, в частности в связи с августовскими курсовыми колебаниями наблюдалось увеличение спроса», — рассказал эксперт.

Сергей Киселев из «Ключавто» считает, что в новых условиях положительно повлиять на рынок может государство, расширяя действующие программы по льготному кредитованию, trade-in и утилизации. «Утилизация принесла эффект, и он хорош. Помимо дешевых автомобилей, на которые действовала программа, в игру включались другие дистрибьюторы: они стали делать скидки примерно в эту же сумму на более дорогие модели, которые не проходят в эту программу», — поясняет он. Господин Киселев говорит, что сейчас государству стоит продолжать и увеличивать ставку кредитной компенсации. «Мы прекрасно понимаем: государство не будет поддерживать всех, но чтобы сохранить уровень производства на локализованных площадках и дать возможность работать предприятиям, которые выполняют условия по локализации, необходимо ставку держать», — считает он.

РАЗВИТИЕ НЕ ОСТАНОВИТЬ

Прогноз АЕБ на второе полугодие остается сдержанным. Согласно последним расчетам ассоциации, падение российского авторынка по итогам этого года составит около 36%.

На этом, казалось бы, неблагоприятном фоне крупные игроки не торопятся сворачивать программы развития, полагая, что кризис поможет им занять доли менее удачливых компаний. По словам Александра Патрушина, нестабильная рыночная ситуация и период экономического кризиса, несмотря на негативные факторы, — хороший шанс для крупных игроков усилить позиции и выйти из кризиса с плюсом.

Сергей Киселев напомнил, что в 2014 году «Ключавто» приобрела бизнес единственного ростовского дилера Mercedes-Benz «Панавто-Юг» и два автосалона «Ника-Моторс» — Toyota и Lexus. Сейчас группа продолжает строительство еще одного дилерского центра Toyota в Западном жилом массиве Ростова. «Мы продолжаем открывать новые салоны и видим, что они показывают уверенно хорошие продажи, даже в таких условиях», — говорит господин Киселев. ■



УЧАСТНИКИ РЫНКА ГОВОРЯТ О ХОРОШИХ РЕЗУЛЬТАТАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММ TRADE-IN