ИВАН ВОДОПЬЯНОВ

АВТОМОБИЛЬНЫЕ СКИДКИ ОТ ДЕДА МОРОЗА

СТОИТ ЛИ ПОКУПАТЬСЯ НА НОВОГОДНИЕ СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЯ

Скидки в канун Нового года — особенно распространенное явление на автомобильном рынке. На этот раз машину в России можно купить с дисконтом от обычных 5% до сказочных 30%. «Деньги» разбирались, как воспользоваться акциями и какой подвох кроется в новогодних предложениях.

Холодный декабрь — традиционно жаркая пора для представителей автомобильного бизнеса: в России продажи новых автомобилей в последний месяц года обычно на 20–30% выше среднестатистических. Подобный всплеск потребительской активности объясняется новогодними премиями и отложенными на конец года средствами покупателей, а также подарками и скидками, которые в канун наступления нового года готовы предложить продавцы. Обычно в канун Нового года покупатель может рассчитывать на уступку в 5–10% от средней цены нового автомобиля. Но бывают и исключительные случаи, когда дисконт может достигать сказочных 20–30%. «Как-то я в канун Нового года выбирал супруге автомобиль и получил скидку в 500 тыс. руб. при его стартовой стоимости в 2,2 млн руб. Разве это не подарок под елку?!» — вспоминает Максим Васильев, директор отдела продаж компании «Авилон.Volkswagen».

Скидки премиальные и массовые

Те, кто не верят в Деда Мороза, знают, что традиционные предновогодние дисконты не связаны с проделками сказочного персонажа, как и со щедростью автомобильных продавцов. Все объясняется спецификой бизнес-процессов автомобильного бизнеса: под конец года официальные автомобильные дилеры отчитываются в штаб-квартиры автопроизводителей о выполнении годового плана продаж. И если новый год они встретят с максимально расчищенными складами, за это их ждут премии и бонусы. Частью этих «пряников» дилеры в канун праздников готовы поделиться со своими клиентами. «Новогодние скидки традиционно самые высокие в году, и они будут актуальны всегда,— комментирует Василий Кисенков, владелец компании по подбору люксовых автомобилей Luxcars.— Объясняются эти скидки, во-первых, тем, что дилерам необходимо „закрывать“ год и надеяться на дальнейшие дотации от автопроизводителей. Стоимость на закупку автомобиля устанавливается в зависимости от выполненного или перевыполненного ими плана продаж. Во-вторых, именно в это время автодилерам нужны дополнительные средства, чтобы сотрудникам, топам и менеджерам обеспечить зарплаты, отпускные и премии по результатам года».

Что касается размеров скидки, то под Новый год они действительно могут достигать сказочных 30%. «На такую большую скидку вы можете рассчитывать, покупая авто, например, у дилеров премиальной „немецкой тройки“: BMW, Mercedes-Benz и Audi,— продолжает Василий Кисенков.— Дилеры этих марок позволят продать автомобиль себе в минус. Этот временный убыток они компенсируют позже дополнительными дотациями от своего представительства или какими-то другими путями — например, за счет цены дополнительного оборудования. На машины „немецкой тройки“ устанавливают немало дополнительного оборудования, цена которого иногда может превышать цену самого автомобиля. За счет этого продавцы могут достаточно гибко изменять цены на автомобиль. Конкретный пример: допустим, у дилера BMW в наличии есть семь единиц BMW 4-й серии средней стоимостью 3 млн руб., а задача от представительства продать десять автомобилей. Если они их продают, то получают бонус в размере 5 млн руб. Дилер понимает, что может продать автомобиль по закупочной цене без учета дополнительного оборудования по 2,2 млн руб. за машину. А оборудование, которое „висит“ на авто, спишут в утиль или же перекроют минус из бонуса, который получат».

Но, увы, столь значимые скидки обычно можно получить только в премиальном и люксовом сегменте авторынка, в массовом же секторе предновогодний дисконт существует, но он гораздо скромнее: тут можно рассчитывать на уступку в 5–10% от изначальной цены. «Средняя маржа от продажи нового автомобиля в массовом сегменте составляет 17%, но не стоит рассчитывать на скидку, приближенную к этой цифре. Идеально, если вам удастся получить скидку в 10%,— говорит Евгений Шурыгин, консультант по подбору автомобилей.— Конечный размер скидки зависит от множества факторов: ликвидность авто, цвет и комплектация. К примеру, на Hyundai Solaris в средней комплектации, обычного черного или серебристого цвета скидка не будет большой, так как машина пользуется спросом, ее заберут и так. А вот на такой же Solaris, но уже в максимальной комплектации, еще и в красном цвете, скидка будет больше — люди не хотят переплачивать за опции. Продавец с продажи автомобиля без скидки получает с покупателя 17%, а со скидкой примерно половину этого процента. Но с другой стороны, если покупателю отказать в скидке, то дилер не получит ничего. Таким образом, чем больше

ТЕКСТ **Георгий Алексеев**
ФОТО **Иван Водопьянов**