



## ПЛЮСЫ ПОКУПКИ АВТО ОНЛАЙН

**АНАСТАСИЯ КУРБАТОВА,**  
менеджер отдела продаж автомобилей  
Mini дилерского центра «Автодом»

Главные проблемы в онлайн-покупках авто сейчас уже носят не организационный, а психологический характер, серьезных трудностей и подводных камней в приобретении авто через интернет нет. Даже если человек находится в каком-нибудь отдаленном регионе, он всегда может зайти на сайт автомобильного бренда, увидеть все предложения, выбрать официальный дилерский центр. Как правило, у авторитетных и особенно у премиальных брендов все чисто и прозрачно, здесь нет каких-то подводных камней. В любом случае клиент, забирая автомобиль, осматривает его перед тем, как подписывать акт приема-передачи. Например, у нас в настоящее время идет сохранение стоимости автомобиля по той цене, которую мы успели согласовать с импортерами, отгрузив автомобили в страну и к себе на площадки. Все, что будет позже, естественно, уже вырастает в цене. Поэтому в условиях карантина лучше сейчас приобретать авто онлайн, нежели потом дороже. Сейчас уже схема приобретения авто онлайн хорошо налажена, клиенту лишь заранее необходимо определиться с маркой и моделью либо иметь в голове хотя бы две модели или модификации, которые можно сравнить. Однозначно необходимо запрашивать фотографии: у дилерских центров, работающих онлайн, есть автомобили в наличии и банк их фотографий. Для оплаты мы обычно выставляем счета по реквизитам, распространена также оплата по ссылке. Автомобиль лучше забронировать, и, я считаю, по ссылке хорошо вносить небольшую сумму предоплаты, а основную сумму — все же по безналичному расчету через онлайн-банк. Главное — с менеджером не спеша все спокойно обговорить: какие опции и характеристики вам нужны; чтобы вам показали, чем отличается один от другого; дали сравнить; объяснили, почему разная цена; влияют ли на нее опции или нет. С пакетными автомобилями, где набор опций одинаков, гораздо проще, чем с наборным. На практике сейчас общение с клиентами складывается даже проще. Рассказываешь, делаешь фотографии, выделяешь галочками, прописываешь, проговариваешь. Человек на том конце получает информацию, может ее обдумать и через какое-то время задать вопрос. В подобных случаях офлайн-разговор часто перебивается и затягивается, насыщен эмоциями и менее результативен для обеих сторон. Онлайн-продажи в целом имеют шанс на развитие: как мы в автоматах покупаем сейчас многие товары, так же мы можем подходить к подобному терминалу и выбирать себе автомобиль и дооборудование, подписывать электронной подписью документы, дистанционно решать вопросы с кредитованием и страхованием, приезжать в определенное место в нужное время на выдачу авто либо заказать его доставку на дом.

ложении, некоторые предпочитали внести онлайн-предоплату за авто, чтобы забронировать его. Но в любом случае сделка заканчивалась визитом в дилерский центр, осмотром автомобиля, тест-драйвом, обсуждением условий покупки. Сейчас же 100% сделок по продаже как новых автомобилей, так и автомобилей с пробегом проходят по принципиально другому сценарию: клиент знакомится с каталогом автомобилей, обсуждает условия приобретения автомобиля с нашими специалистами отделов продаж в режиме онлайн, согласовывает условия доставки и бесконтактной передачи автомобиля и оплачивает сделку в режиме онлайн».

## Виртуальный тест-драйв

Сегодня онлайн-продавцов автомобилей можно разделить на несколько типов. Во-первых, это сами автопроизводители и их официальные автодилеры. В частности, исторически одну из наиболее активных позиций в развитии онлайн-продаж в России занимает французская марка Renault, которая еще с 2016 года пробовала продавать через интернет свою тогда новую модель Kaptur. Различные формы онлайн-продаж в России развивают и корейские Hyundai и Kia, японская Nissan, китайская Chery; громкие заявления о запуске онлайн-продаж полного цикла недавно сделали немецкая марка BMW и российские Lada и УАЗ. Все автопроизводители предлагают приобретать онлайн автомобили через своих дилеров — в частности, активно автомобильный

е-commerce развивают такие дилерские холдинги, как «Фаворит-Моторс», «Рольф», «Авион», «Автоспеццентр».

Развивают онлайн-продажи авто и независимые автодилерские компании, которые особенно активно предлагают приобретать авто с пробегом. Наконец, помогают клиенту находить информацию о всех предлагаемых в интернете автомобилях различные агрегаторы или так называемые маркетплейсы — последние недели ознаменовались явным оживлением этого типа игроков, заметным проектом здесь можно назвать запущившийся в конце апреля сервис «СберАвто» от Сбербанка, где уже предлагается к дистанционной покупке несколько тысяч новых и поддержанных автомобилей.

Сейчас у всех упомянутых продавцов схема приобретения онлайн автомобиля работает следующим образом: клиент выбирает автомобиль через интернет, после чего с ним связывается менеджер и обсуждает детали покупки, затем клиент вносит онлайн предоплату за авто. Далее, когда заказанный автомобиль поступает дилеру на склад, клиенту предлагается оплатить автомобиль полностью (это может быть банковский перевод по реквизитам, онлайн-платеж с помощью карты или платежных систем типа «Яндекс.Касса», при этом отдельно оговаривается, кто берет на себя оплату процентов за перевод денежных средств — обычно эти расходы дилер берет на себя). Одновременно составляется договор купли-продажи авто, который клиент может подписать с помощью цифровой подписи. При ее отсутствии (а та-

ких случаев пока большинство) продавцы поступают следующим образом: они высылают договор в электронном виде, просят клиента его распечатать, подписать и выслать им по электронной почте сканы. А уже официально этот документ в бумажном виде подписывается при непосредственной передаче автомобиля, который можно организовать как в дилерском центре, так и заказать доставку машины на дом.

Помимо выбора конфигурации и комплектации авто на сайте обычно можно заказать установку дополнительного оборудования и даже дистанционно договориться об услуге трейдин. В этом случае сотрудник дилерского центра готов выехать к клиенту, посмотреть его старую машину, оценить ее и сделать предложение по ее приобретению в зачет покупки новой.

Особая боль онлайн-продавцов — это получение финансовых услуг, связанных прежде всего с кредитованием. До недавних пор, согласно законодательству, кредитный договор заемщику нужно было подписывать лично. Для этого к клиенту на дом обычно предварительно также выезжал менеджер автосалона, чтобы осуществить эту процедуру. Однако с недавних пор и здесь ситуация сдвинулась. Например, в конце апреля банк ВТБ запустил один из первых в России сервисов по дистанционной выдаче автомобильных кредитов: чтобы им воспользоваться, клиент может подписать кредитный договор с помощью цифровой подписи без личного взаимодействия с офисом банка или дилера. Пока сервис работает в пилотном режиме в Мо-