

ОБЩИМИ УСИЛИЯМИ К УСПЕХУ КАЖДОГО!

2015 | №1

# GROUPAUTO NEWS

РОССИЯ



ПОСТАВЩИКИ ГРУППЫ:

СТРАТЕГИИ РАБОТЫ  
В НОВЫХ УСЛОВИЯХ

12 НОВОСТЕЙ ОТ НАШИХ  
ПОСТАВЩИКОВ

HELLA:  
«Мы стараемся  
не следовать за  
рынком, а создавать  
его»



ПОСТАВЩИКИ ГРУППЫ:

Federal-Mogul:  
«Мы в России всерьез  
и надолго»

DENSO:  
«Мы делаем  
большой акцент на  
работе с клиентами  
второго уровня»



5  
НОВОСТЕЙ  
РЫНКА

NTN.SNR:  
компания,  
дважды  
пережившая  
кризис

ИСТОРИЯ ОДНОЙ  
СТАНЦИИ

ОПЫТ РАБОТЫ И УСПЕШНЫЕ ПРОЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ГРУППЫ



Техцентр «Технолайн» расположен на оживленной Инициативной улице в городе Люберцы Московской области, в непосредственной близости от эстакады, которая соединяет Комсомольский и Октябрьский проспекты. Проехать мимо и не заметить этот сервис просто невозможно. Из-за близости перекрестка машины здесь притормаживают, нарядные здания привлекают внимание, заметно выделяясь на общем безрадостном фоне железнодорожной обочины. Но едва ли кто-нибудь знает, что эта станция технического обслуживания уникальна. Чем? Да хотя бы тем, что

## «Технолайн» стремится к тому, чтобы каждый клиент стал постоянным



является одной из старейших СТО, входящих в настоящее время во франшизу «ЭВРИКАР». Об истории сервиса, его развитии, сотрудничестве с GROUPAUTO RUSSIA, насущных проблемах и многом другом мы поговорили с директором техцентра «Технолайн» АНДРЕЕМ КОЛБИНЫМ.

**— Как вы пришли к мысли о том, что нужно открыть сервис и заняться ремонтом автомобилей?**

— До того как открыть станцию технического обслуживания, я в течение 5 лет руководил магазином автозапчастей площадью около 500 квадратных метров. Однако с течением времени стало понятно, что этот вид бизнеса не обеспечивает достаточного уровня прибыльности. Поэтому в 2007 году появилась идея, подкрепленная возможностью открыть собственный автосервис. Свои двери СТО открыла уже 6 августа 2007 года.

**— Как выглядел сервис изначально?**

— Это было здание площадью 430 квадратных метров, где располагались 4 слесарных и 2 диагностических поста, один стенд схода-развода и малярно-кузовной цех на 4 поста. Иллюзий не было, я прекрасно понимал, что на такой площади добиться выдающихся финансовых результатов

будет трудно. Тем не менее я изначально старался организовать все технологические процессы на высоком уровне, по крайней мере по сравнению с моими конкурентами в радиусе 7–10 километров.

Техцентр сразу был оснащен хорошим оборудованием, в ремзоне с первого дня поддерживалась практически идеальная чистота.

В том числе и благодаря этому нам удалось в довольно сжатые сроки набрать хорошую клиентскую базу. К моменту ввода в строй нового здания в 2013 году и реконструкции старого в нашей базе данных числилось порядка 8 000 клиентов, как физических, так и юридических лиц. А на данный момент число уникальных записей в нашей базе данных достигло 14 000.

Понятно, что постоянными клиентами из них являются далеко не все, но мы стремимся к тому, чтобы каждый автовладелец, единожды попавший на нашу станцию техни-

## ИСТОРИЯ ОДНОЙ СТАНЦИИ



Качественный и грамотный сервис,  
высококвалифицированные мастера

ческого обслуживания, остался доволен оказанными услугами и стал нашим постоянным клиентом.

### — Развитие шло непросто?

— Поначалу бизнес развивался несколько не так, как мне хотелось бы. Первоначальные ожидания, скажем так, не оправдались. По всем расчетам и бизнес-планам период окупаемости сервиса должен был составить год-полтора. Однако прибыль я увидел гораздо позже, поскольку в этом виде бизнеса многое, если не всё, зависит от того, кто вместе с тобой работает. В любой сфере услуг, а ремонт транспортных средств — это именно сфера услуг, огромное значение имеет персонал, его профессионализм. Так вот, с персоналом первое время было очень непросто. Но постепенно, в течение полугода, сформировался костяк команды, после чего пошла планомерная работа.

Каких-то скачков или прорывов в истории сервиса не было. Ремонт автомобилей — это такой вид бизнеса, в котором, если делать все более или менее правильно и адекватно, происходит именно планомерное развитие, прекращающееся в тот момент, когда предприятие упирается в загрузку, близкую к 90 процентам. Добраться 100-процентной эффективности практически нереально. Для этого нужна глобальная оптимизация процесса и постоянная входящая очередь клиентов. В принципе, за 3 года сервис вышел на 90-процентную загрузку и продолжает пребывать в таком состоянии.

### — Наверняка финансовый кризис 2008–2009 годов стал серьезным испытанием для молодого бизнеса?

— Да, было очень непросто. Резко сократился клиентский поток. На глазах падали продажи автозапчастей (за полтора–два месяца — в два раза). Это спровоцировало отток профессионального персонала. Я потерял в то время несколько хороших сотрудников. Некоторые из них после восстановления рынка, правда, вернулись. Было очень тяжело, но мы смогли выстоять. За счет чего? За счет оптимизации расходов, за счет поиска более доступных вариантов ремонта для клиентов. В немалой степени помогло и то обстоятельство, что еще до кризиса мы успели взять дешевый кредит. Кризисный период для нас длился год, максимум полтора. Потом все плавно восстановилось до прежних объемов. Стабильный рост продолжался до 2011 года. Затем было принято решение о расширении бизнеса, построено новое здание и отреставрировано старое. В 2013 году новый комплекс общей площадью 1200 квадратных



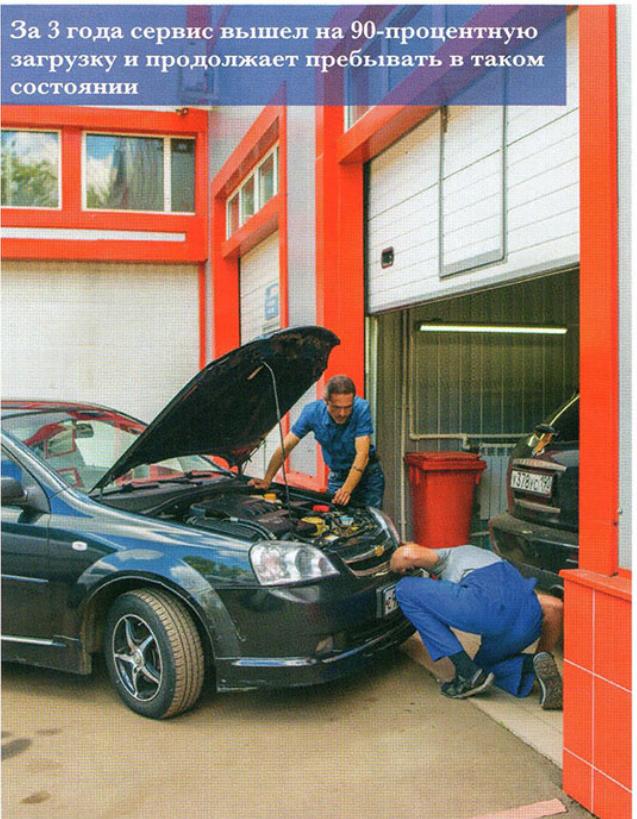
метров начал свою работу. Таким образом, площади выросли практически в 3 раза, добавилась большая стоянка на 70 машино-мест (раньше было около 15). Еще через полтора года новый комплекс вышел на плановые показатели.

### — А как чувствуете себя сейчас, в кризис 2015 года?

— Я не могу сказать, что то, что происходит с конца прошлого года, — это глобальный кризис. На моем сегменте рынка колебания курса рубля отразились не так значительно, как на других. Всеобщей паники у клиентов не было, от обслуживания автомобилей они не отказались. Да, выросли цены на запчасти. Реагируя на это, мы на 15 процентов подняли стоимость нормо-часа, но этим и ограничились. Самое неприятное последствие кризисных явлений 2015 года — это резкое снижение рентабельности кузовного ремонта из-за 40-процентного увеличения стоимости расходных материалов. Сейчас мой кузовной цех работает на грани рентабельности. Если сравнить его со слесарным, то прибыльность второго окажется в 2,5 раза выше. Связано это, прежде всего, с тем, что очень большие расходы идут на лакокрасочные материалы, на персонал (критически важно, чтобы в цеху работали люди с прямыми руками, растущими из анатомически правильного места, а их труд требует соответствующей оплаты). То есть оказать качественный ремонт бесплатно просто невозможно. Существует минимально необходимое количество расходных материалов, которыми можно качественно осуществить тот или иной ремонт. Если опуститься ниже этой планки, ремонт можно считать плохим, а его последствия обязательно дадут о себе знать через какое-то время.

### — Как произошло знакомство с ООО «ЭВРИКАР», что подтолкнуло вас войти в эту франшизу?

— С компанией «ЭВРИКАР» мы работаем уже настолько давно, что я и не вспомню, как произошло знакомство. Скорее всего, они приехали на СТО, и, скорее всего, эту делегацию возглавлял генеральный директор ООО «ЭВРИКАР» Игорь Пономарев, с которым мы сейчас очень тесно и тепло общаемся. А тогда, скажу честно, я довольно скептически отнесся к идеи создания сети независимых



**G** Поначалу бизнес развивался несколько не так, как мне хотелось бы. Первоначальные ожидания, скажем так, не оправдались.

станций технического обслуживания, тем не менее объединенных определенными стандартами. Но «ЭВРИКАР» сделал нам интересное на тот момент предложение на оказание услуг кузовного ремонта по полисам КАСКО. Тогда по кузовному цеху работы было не очень много, и мы благодаря «ЭВРИКАР» смогли его загрузить. Большшим плюсом стало и то, что сервису оказали хорошую рекламную поддержку. В итоге на сегодняшний день мы являемся одной из самых старых станций технического обслуживания, которая входит во франшизу «ЭВРИКАР».

#### — Что дает вам это сотрудничество сегодня?

— На данный момент 90 процентов исходящих от «ЭВРИКАР» автомобилей идут по линии кузовного ремонта. И нам это выгодно, потому что каждого входящего от «ЭВРИКАР» клиента мы рассматриваем как потенциально постоянного. Если машина приезжает в наш техцентр по направлению на ремонт по КАСКО и если сотрудники СТО правильно и грамотно общаются с клиентом, добросовестно работают, то этот автовладелец с большой долей вероятности в дальнейшем становится нашим постоянным клиентом. «ЭВРИКАР» имеет договорные отношения с дистрибуторами неоригинальных запасных частей на территории России, и при посредничестве «ЭВРИКАР» мы смогли заключить выгодные для себя договоры на по-

ставку этих деталей и продолжаем по ним работать до сих пор. Еще одна для нас болевая точка — это цены на кузовные запасные части. Совсем недавно и опять-таки при непосредственном участии «ЭВРИКАР» удалось добиться улучшения условий продажи страховым компаниям для СТО. Раньше пересмотр цен происходил автоматически сразу после обнародования нового дилерского прайс-листа на запасные части. В этом же году решили работать по ценам прошлого года. Препирательства, причем не только с нами, но и с дилерскими центрами, длились около полугода, и мы в конечном счете сумели доказать свою правоту. Ведь первой жертвой такой экономии становится клиент. Важный аспект для независимой станции — это возможность с помощью «ЭВРИКАР» провести аудит своей деятельности, понять где и как можно повысить эффективность работы для увеличения своей доходности, а так же провести аттестацию персонала и направить для обучения как управленческий персонал, так и механиков. Но что, пожалуй, самое важное для нас это то, что мы, как часть системы «ЭВРИКАР» получаем от нее юридическую поддержку в решении самых сложных для нас в настоящее время вопросов.

#### — Что вы ждете от партнерства с «ЭВРИКАР» в будущем?

— В нашем общении с «ЭВРИКАР» обсуждалось много интересных проектов. Один из них — единое ПО для независимых СТО. Воплотить в жизнь задумку такого масштаба действительно очень непросто. По планам система должна была представлять собой удобное рабочее место мастера-приемщика, в котором у него, в одной оболочке, должно было быть под рукой все, что может ему понадобиться: документация, инструментарий для подбора запчастей, оригинальные программы, планеры, дневники, сервисы онлайн-общения, помощь, обмен информацией между техцентрами, общие базы данных с комментариями и т. д. Думаю, этот проект стоит того, чтобы его реализовать.

Вообще же, хочу сказать, что «ЭВРИКАР» — это очень интересная и хорошая франшиза. Она позволяет ввести в работу независимых СТО определенные стандарты. Но это непросто, потому что дело приходится иметь с уже существующими, действующими предприятиями, а не создаваемыми с нуля. Единственное, о чем можно сожалеть, так это о том, что «ЭВРИКАР» как бренд в нашей стране пока еще не раскручен. Но это со временем поправимо, будем, в том числе и своим безукоризненным трудом, эту ситуацию исправлять.

В 2013 году в базе данных «ТехноЛайна» числилось порядка 8 000 клиентов, а сейчас их около 14 000

