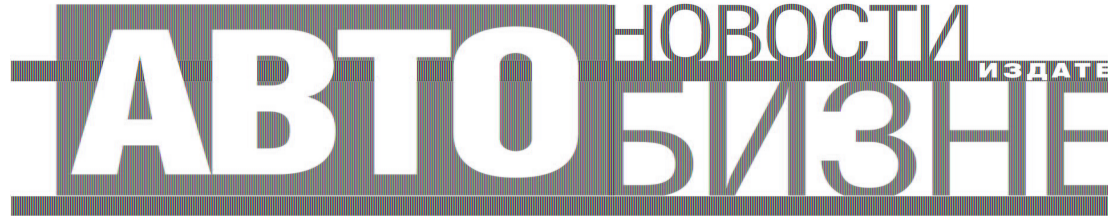


Перспективы вторичного рынка автозапчастей в России

ИД Новости Автобизнеса



- Издательский дом «Новости Автобизнеса» создан в мае 2010 года при слиянии двух изданий: «Новости Авторемонта» и «Правильный Автосервис».
- «Правильный Автосервис» имеет преимущественное распространение среди малых и средних СТО и рассказывает о технологиях и инновациях.
- «Новости Автобизнеса» (до сентября 2010 года – «Новости Авторемонта») – журнал для средних и крупных СТО (включая официальных дилеров), который рассказывает об успешном ведении бизнеса и о том, как извлечь прибыль с использованием современных технологий
- Вместе оба журнала охватывают весь сегмент aftermarket и являются номером один на рынке (совокупный тираж – более 20 тысяч экземпляров)

Компания GiPA

отмечает 25 лет работы на рынке маркетинговых исследований в области послепродажного обслуживания автомобилей

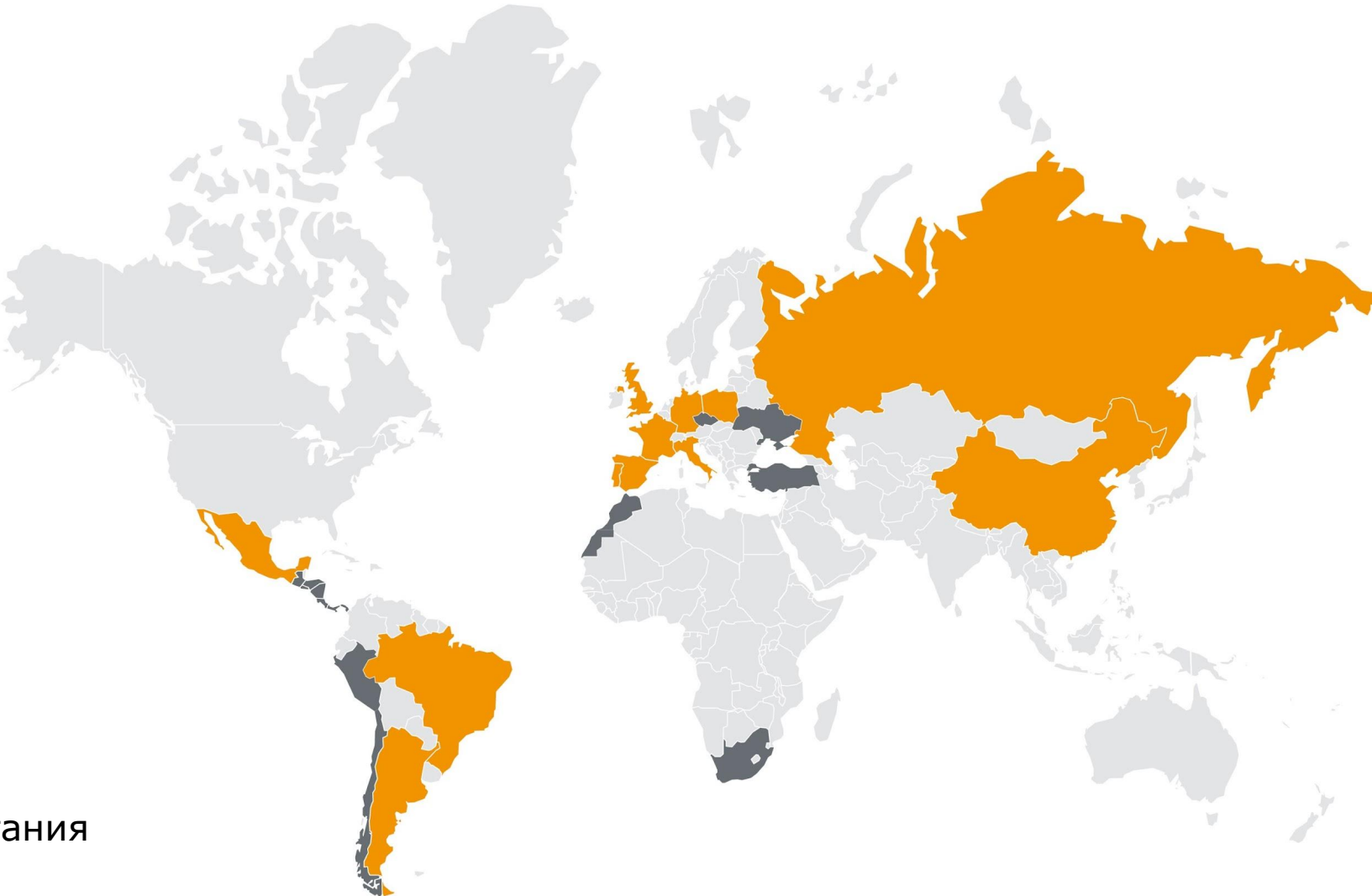


Международные Члены GiPA в 2010 году



GiPA, расположение офисов в мире

- Аргентина
- Бельгия
- Бразилия
- Китай
- Хорватия
- Чехия
- Франция
- Германия
- Венгрия
- Италия
- Мексика
- Польша
- Португалия
- Россия
- Словакия
- Словения
- Испания
- Великобритания

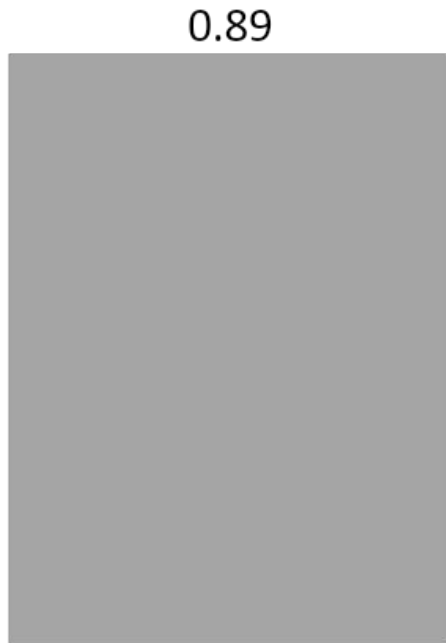


Парк – 34 млн легковых автомобилей
44% - старше 12 лет
Устойчивая тенденция к росту

Посещения каналов продаж

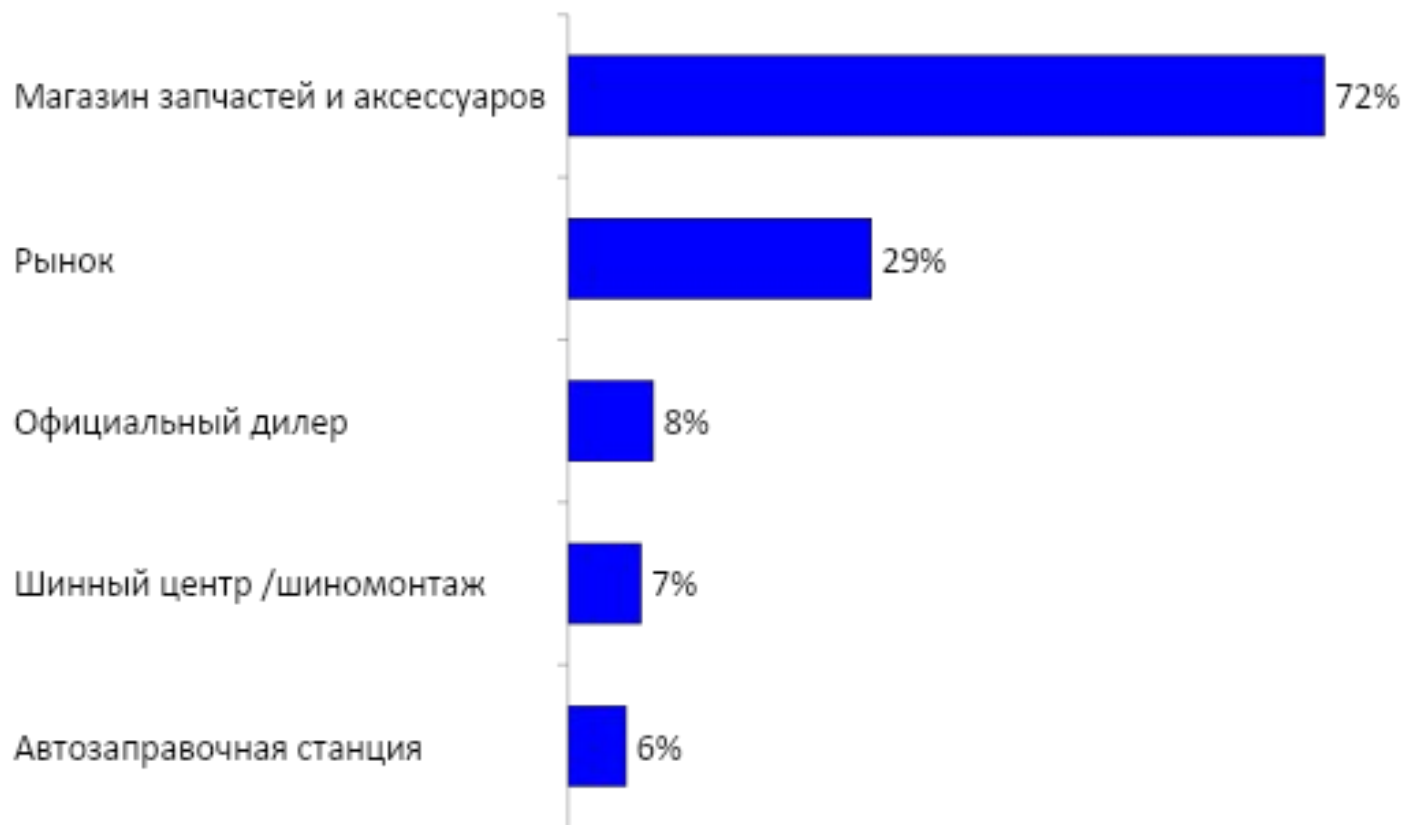
Доля водителей, посетивших каналы продаж
в 2010 году

Среднее количество посещений каналов
продаж



Посещения каналов продаж

29% водителей посетили в 2010 году рынок.

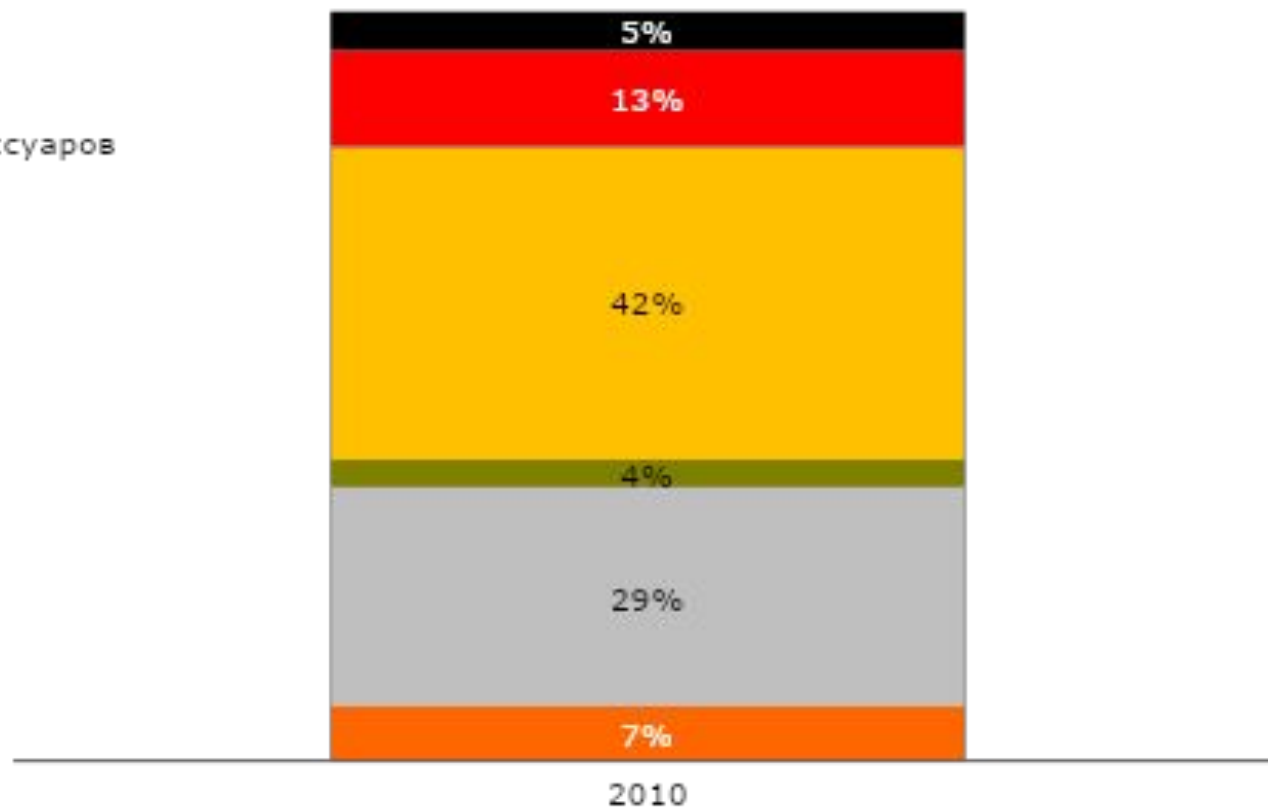


Особенности российского рынка запчастей aftermarket

- большая роль каналов «магазин», «рынок»
- невысокая (относительно развитых стран) доля ремонтной организации при продаже запчастей

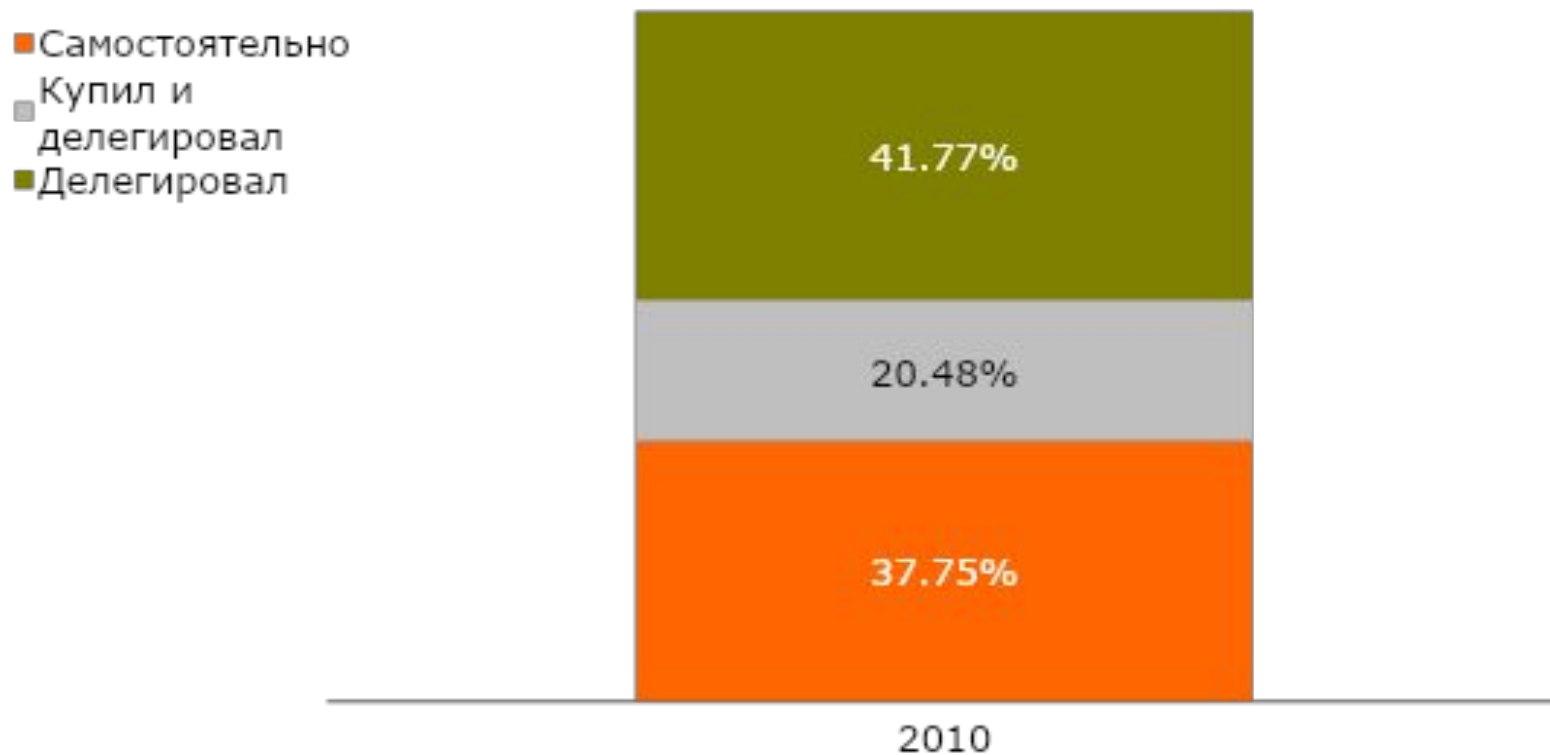
Место покупки амортизаторов

- Официальный дилер
- Независимый сервис
- Частный гараж
- Магазин запчастей и аксессуаров
- Рынок
- Другое



Способ смены амортизаторов

38% водителей, поменявших амортизаторы в течение последних 12 месяцев, установили их самостоятельно



Особенности канала продаж «сервис»

- Низкое доверие к сервису как к каналу продаж
- Низкий уровень лояльности к официальному дилеру, особенно в постгарантийный период
- Продажи запчастей через официальных дилеров находятся под 100-процентным контролем OEM-производителей (важная составляющая их доходности)

Особенности каналов продаж «магазин», «рынок»

- Выбор запчастей по ценовому принципу (ограничивает возможности для заработка производителя и дистрибьютора)
- Невысокий уровень узнаваемости брендов (необходимость инвестиций в рекламу)
- Невозможность «управления продажами» производителем

Секреты успеха производителей запчастей aftermarket

- собственные сервисные концепции (Bosch, Delphi, KYB, ZF)
- маркетинговые, POS-материалы для СТО:
«обучение» автовладельцев
- тренинги для персонала СТО
- позиционирование: «конвейерные» запчасти по цене дешевле оригинала

Спасибо за внимание

GiPA Россия. Генеральный директор Александр Груздев,
телефон +7 (495) 410 0487, e-mail: agrudev@gipa.eu
Новости Автобизнеса. Генеральный директор Роман Гуляев,
телефон +7 (926) 617 5800, e-mail: r.gulyaev@abiznews.ru