



Корпоративный автопарк

Какими марками наполнить Кому поручить сервис Где заправить

Качество автомобиля – не единственный фактор его покупки. Наполнение корпоративного автопарка влечет за собой ряд связанных вопросов: страхование, доставка автомобилей, сервисное обслуживание. Соответственно, удобнее работать с компаниями, готовыми взять на себя все сопутствующие вопросы. Доход и прибыль автоимпортеров и дилеров в первую очередь призваны показать

масштаб компании. Более крупные компании имеют более широкую сеть сервисных центров и более гибки в своей финансовой политике. Кроме того, названные показатели, а так же рентабельность и годовой доход на одного сотрудника демонстрируют эффективность работы. Деньги клиента, перечисленные за товар или сервисную услугу говорят о востребованности и удобстве работы.



Портрет рынка.

В сегменте B2B автомобильный рынок сегментирован на направления:
Импорт автомобилей
Продажа автомобилей
Сервисное обслуживание корпоративных парков
Сети АЗС

Крупнейших автодилеров в Украине - до 15.
Крупнейших автоимпортеров в Украине - около 20.
Объем реализации новых авто по итогам первого полугодия 2011 г. - 95 тыс. машин.
Доля импортной продукции в сегменте коммерческих автомобилей - 83% рынка.
Производство коммерческих автомобилей - рост на 117% за 6 месяцев 2011 г.

Самые продаваемые марки по результатам полугодия:
Skoda, Hyundai, Chevrolet, Daewoo, Renault, Hyundai

Ford, Skoda, Geely, Hyundai

Отраслевые объединения:
Ассоциация украинских автомобилепроизводителей.
Ассоциация импортеров и дистрибьюторов автокомпонентов.
Всеукраинская Ассоциация автомобильных импортеров и дилеров.

Игроки рынка:
Компании оперирующие на авторынке разделены на 2 группы:
Автоимпортеры и дистрибьюторы - 17 компаний
Автодилеры - 13 компаний
Такое разделение в достаточной мере условно, поскольку практически всех операторов авторынка можно в той или иной степени отнести

к автоимпортерам, а спектр услуг, оказываемых корпоративным клиентам весьма схож (продажа автомобилей, запасных частей и комплектующих, гарантийное и послегарантийное техническое обслуживание и т.д.), поэтому при составлении рейтинга в значительной мере учитывалось, как сами компании себя позиционируют.

Решения для бизнеса:

- Продажа новых коммерческих автомобилей
- Наполнение корпоративных автопарков легковыми и грузовыми автомобилями
- Сервисное обслуживание автопарков
- Продажа оригинальных запасных частей, аксессуаров для автомобилей, автокосметики
- Сопутствующие услуги – лизинг автотранспорта, логистика, страхование

НАДЕЖНЫЕ ПАРТНЕРЫ ДЛЯ БИЗНЕСА

УКРАИНСКАЯ АВТОМОБИЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ
Год основания: 1969
Сильные стороны: Крупнейший производитель автомобилей в Украине, владеющий технологией полномасштабного производства. Успешное многолетнее сотрудничество «УкрАВТО» с DaimlerChrysler, General Motors, Adam Opel GmbH, Nissan, Toyota и «АвтоВАЗ»
Руководитель: Александр Козис

ПОРШЕ УКРАИНА
Год основания: 2008
Сильные стороны: Продажи авто с использованием полного спектра финансовых инструментов - от лизинга и кредита до сдачи авто в аренду и автострахования
Руководитель: Роман Буина, Здурад Дьяченко

ВИННЕР ИМПОРТС УКРАИНА, ЛТД
Год основания: 1992
Сильные стороны: Суперсовременный модельный ряд, который охватывает сегменты от малого до люкс-класса, мощная дилерская сеть по всей стране и безупречная репутация брендов Porsche, Jaguar & Land Rover, Ford и Volvo.
Руководитель: Богдан Кульчицкий

ВИДИ ГРУП
Год основания: 1994
Сильные стороны: Компания нацелена на создание бизнесов в быстроразвивающихся отраслях экономики, создание конкурентных продуктов и повышение удовлетворенности клиентов, увеличение своей стоимости, повышение благосостояния сотрудников и общества.
Руководитель: Виталий Джурицкий

УКРАИНСКИЙ АВТОМОБИЛЬНЫЙ ХОЛДИНГ
Год основания: 1991
Сильные стороны: Собственная сеть из 38 филиалов UA Холдинга. Компания прошла рубеж в 200 тыс. проданных автомобилей. Специализируется на продажах новых автомобилей, в том числе при помощи банковского кредитования и лизинга
Руководитель: Олег Мищенко

АВТО ИНТЕРНЕШНЛ
Год основания: 1994
Сильные стороны: Компания имеет одну из самых больших дилерских сетей. АВТО Интернешнл представила первую из иностранных марок в Украине - Mazda с 1990 г.
Руководитель: Елена Дунина



Повышение пошлин на иномарки

Правительство инициирует введение специальных импортных пошлин до 33,4% вместо функционирующих сейчас 10% на ввоз иномарок с объемом двигателя от 1 л до 1,5 л и до 47% на автомобили с двигателем от 1,5 л до 2,2 л. Рынок в ожидании решения Кабмина. Странники нововведения обосновывают повышение налогов необходимостью поддержки отечественного автопрома. Кроме того, по мнению инициаторов повышения пошлин, эта мера простимулирует иностранного производителя открывать производство в Украине.



Елена Дунина, генеральный директор ДП «АВТО Интернешнл» (импортер автомобилей Mazda и Suzuki)

Какие последствия будет иметь повышение пошлин?

Любой рынок функционирует лишь для потребителя и благодаря потребителю. В случае увеличения налогов «сверхпошлины» ложатся на его плечи. Подорожание автомобилей в полтора раза, и так недешевых при соизмерении с существующей покупательной способностью, сузит выбор потребителя.

90% рынка - это автомобили с объемом двигателя от 1 л до 2,2 л. Именно этот сегмент и будет облагаться повышенным налогом. Автомобили с объемом двигателя, превышающим названные, - это автомобили класса люкс, спрос на которые не так высок, но и в случае подорожания не так ощутим для их потребителя. Увеличение пошлин приведет к переориентации на бывшие в употреблении автомобили и к тенизации рынка.

Приведет ли названная мера к развитию отечественного автопрома?

Заградительными пошлинами вряд ли можно добиться роста рынка. Странники нововведений ставят в пример Россию и Китай. Однако Украина несоизмерима с названными странами по объему рынка. Объем продаж в Украине в 15 раз меньше аналогичного показателя

России. Кроме того, большинство автопроизводителей уже открыли или открывают производства в России. Продажи в России составляют \$30 млрд, в Украине - \$2,3 млрд, за аналогичный период. Мирная практика и простая логика таковы, что в соседних странах открывать производства нецелесообразно.

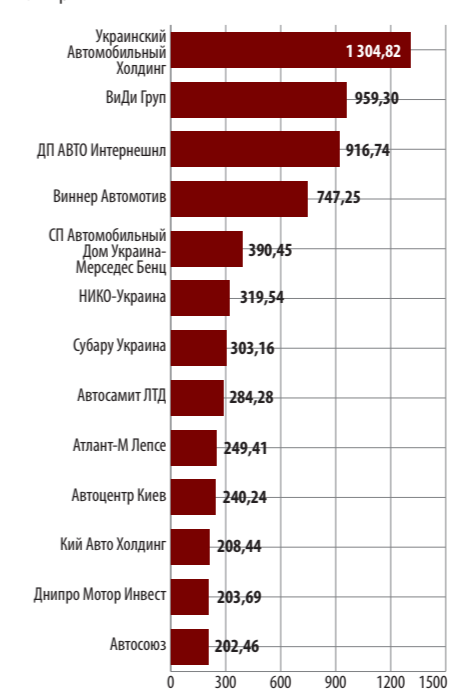
Еще один из аргументов «за» - открытие локальных производств иномарок...

Вряд ли иностранный производитель придет в Украину с локальными производствами опять-таки из-за сравнительно небольших объемов рынка. За

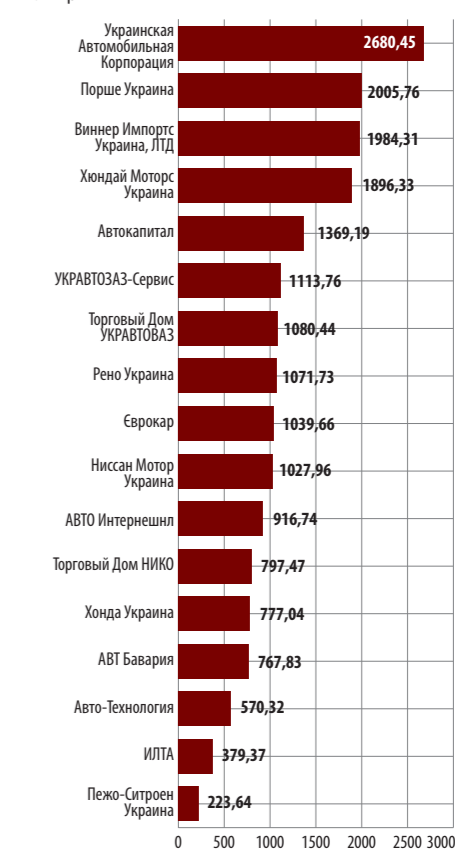
0,1% мирового рынка - а именно столько приходится на долю Украины - никто бороться не будет.

Для увеличения сбыта продукции необходимо идти путем честной конкуренции. Конечно, проще закрыть рынок, чем конкурировать по цене и качеству. Но нельзя идти путем заградительных пошлин.

Чистый доход автодилеров



Чистый доход автоимпортеров





Рейтинг авто-дилеров. Исследование рынка

№	Компания	Чистый доход в 2010 г., млн грн	Чистая прибыль в 2010 г., млн грн	Рентабельность 2010, %	Персонал чел	Доход на 1 сотрудника тыс.грн	ОБЩИЙ БАЛЛ	Марки реализуемых автомобилей	кол-во точек продаж	основные клиенты
1	ВиДи Групп	959,3	0,8	0,1%	1 400	685,2	62,6	Toyota, Lexus, Nissan, Honda, Infiniti, Ford, Mazda, Citroen, Peugeot, Subaru	12 дилерских центров	"Высший административный суд Украины, НБУ, Проминвестбанк, Ощадбанк, ВТБ Банк, Датагруп, КТГА, Департамент ресурсного обеспечения МВД Украины, Управление Государственной Службы Охраны, Дочерний Банк Сбербанка России, Львовская железная дорога, МТС, НЭК «Укрэнерго», НАЭК «Энергоатом», Николаевский Морской Торговый Порт
2	Украинский Автомобильный Холдинг	1 304,8	-6,6	-0,5%	1 054	1 238,0	60,7	Hyundai, Subaru, Лада, Uz Daewoo	38 филиалов	МВД
3	ДП АВТО Интернешнл	916,7	3,2	0,3%	313	2 928,9	51,6	Mazda и Suzuki	27 Mazda, 19 Suzuki	Крупные бизнес-структуры, лизинговые, банки и страховые
4	Виннер Автомотив	747,2	8,8	1,2%	242	3 087,8	51,4	Ford, Range Rover, Land Rover, Volvo, Porsche	1	
5	Автосамит ЛТД	284,3	13,0	4,6%	264	1 076,8	46,2	Toyota	1	МВД Украины, СБУ, НБУ, Таможенная служба Украины, Специальные подразделения «Беркут» и «Кобра», Служба охраны Президента Украины, Государственная служба охраны, ФК «Динамо».
6	Автомобильный Дом Украина-Мерседес Бенц	390,4	3,2	0,8%	270	1 446,1	39,6	Mercedes-Benz	1	
7	Кий Авто Холдинг	208,4	3,9	1,9%	177	1 177,6	36,1	Nissan, Renault	1 дилерский центр Рено, 1 дилерский центр Ниссан	
8	Автоцентр Киев	240,2	1,7	0,7%	189	1 271,1	34,5	Lada, Chery, Fiat, Renault	1	
9	Днепро Мотор Инвест	203,7	1,4	0,7%	115	1 771,3	33,5	Honda	9 дилерских центров	
10	НИКО-Украина	319,5	-7,8	-2,5%	366	873,0	29,3	Mitsubishi	1	Львовский областной совет
11	Атлант-М Лепсе	249,4	-8,3	-3,3%	126	1 979,4	25,3	Volkswagen	1	
12	Автосоюз	202,5	-6,7	-3,3%	185	1 094,4	24,4	Volkswagen	1	МВД Украины, Департамент ГАИ, Украинская мобильная связь, МКМ «Телеком», Посольство России, Посольство Японии, Представительство «Шеринг АГ», Прилуки, Реестрмта Украина, Адидас Украина, Солвей Фармацевтикале Гмбх, Жилет Украина, Житлоинвестстрой - УКБ, АБ «Диамайт», ВаБанк, АБ «Киев», Чумак, АВК, Верес

Рейтинг авто-импортеров. Исследование рынка

№	Компания	Чистый доход в 2010 г., млн грн	Чистая прибыль в 2010 г., млн грн	Рентабельность 2010, %	Персонал чел	Доход на 1 сотрудника тыс.грн	ОБЩИЙ БАЛЛ	Марки реализуемых автомобилей	Кол-во дилеров
1	Украинская Автомобильная Корпорация	1 896,3	111,0	5,9%	60	31 605,5	71,4	Легковые: Mercedes-Benz, Chrysler, Jeep, Dodge, Opel, Chevrolet, 3A3, Chery, LADA Коммерческие: Mercedes-Benz, 3A3, TATA, JAC.	
2	Порше Украина	2 680,4	75,8	2,8%	3 096	865,8	68,6	Легковые: Porsche, Audi, VW	15 ауди, 36 VW
3	Виннер Импортс Украина, ЛТД	1 984,3	111,1	5,6%	160	12 401,9	60,1	Легковые: Ford, Jaguar, Land Rover, Volvo, Porsche.	22
4	Хюндай Моторс Украина	1 080,4	87,3	8,1%	48	22 509,2	57,9	Легковые: Hyundai	23
5	Автокапитал	1 071,7	44,0	4,1%	81	13 231,3	40,8	Легковые: Acura, Lexus, Audi, Mazda, BMW, Mercedes-Benz, Cadillac, Mitsubishi, Honda, Nissan, Hummer, Porsche, Hyundai, Subaru, Infiniti, Suzuki, Land Rover, Toyota	3
6	УКРАВТОЗА3-Сервис	1 028,0	-3,2	-0,3%	33	31 150,4	39,2	Легковые: Saab, Opel, Chevrolet, 3A3, Daewoo.	
7	Торговый Дом "УКРАВТОВАЗ"	2 005,8	-18,5	-0,9%	106	18 922,3	36,7	Легковые: Lada	36
8	Рено Украина	1 369,2	5,4	0,4%	85	16 108,1	34,8	Легковые и коммерческие: Renault	50
9	Еврокар	1 113,8	0,4	0,0%	62	17 963,8	32,6	Легковые: Skoda	
10	Ниссан Мотор Украина	1 039,7	9,2	0,9%	96	10 829,8	30,0	Легковые и коммерческие: Nissan	
11	ДП АВТО Интернешнл	379,4	26,6	7,0%	321	1 181,8	29,8	Легковые: Mazda, Suzuki	3
12	Торговый Дом НИКО	797,5	9,1	1,1%	61	13 073,2	29,5	Легковые: Mitsubishi	
13	Хонда Украина	777,0	11,1	1,4%	71	10 944,2	28,7	Легковые: Honda	
14	АВТ Бавария	767,8	17,5	2,3%	235	3 267,4	26,7	Легковые: BMW	
15	Авто-Технология	916,7	3,2	0,3%	313	2 928,9	23,7	Легковые: Lada	
16	ИЛТА	570,3	0,6	0,1%	65	8 774,2	22,4	Легковые и коммерческие: Peugeot	
17	Пежо-Ситроен Украина	223,6	-19,1	-8,6%	36	6 212,3	4,5	Легковые и коммерческие: Peugeot, Citroen	

Рейтинг составлен на основании оценки финансовых и количественных показателей. В основу положен принцип пропорциональности: по каждому из параметров компании с наилучшим (наиболее высоким) показателем присваивается 100 баллов, а компании с наименьшим – 1 балл. Баллы остальных компаний, входящих в рейтинг, распределяются прямо пропорционально значениям соответствующих показателей в диапазоне от 100 до 1. Рейтинг рассчитан на основании следующих

параметров: чистый доход, чистая прибыль, рентабельность, численность персонала, годовой доход на 1 сотрудника. Итоговый балл рассчитывался как среднее арифметическое баллов компании по каждому из показателей.

Источник: данные официальной отчетности, данные компаний

«Мы не просто продаем автомобили, а предлагаем решение бизнес-задач...»

1994-й. О «ВиДи Групп» еще никто не знает. Небольшая компания занимается реализацией запасных частей и оборудования для автомобильной и специализированной техники. На тот момент она лишь одна из многих. 2011-й. «ВиДи Групп» занимает лидерские позиции на автомобильном и логистическом рынках Украины. Доход компании за 2010 год составил 959 млн грн. «ВиДи Групп» обеспечивает работой и гарантирует достойную оплату труда полутысячам украинским гражданам.

Компания впервые в Украине предложила новый формат общения с клиентами – автогородок, назвав его Город Автомобилей «ВиДи АвтоСити». Сегодня – это объединение двенадцати дилерских центров известных мировых брендов: Toyota, Lexus, Nissan, Infiniti, Honda, Mazda, Ford, Citroën, Peugeot, Subaru. Общая площадь Города Автомобилей составляет более 50 000 кв. м.

В шоу-румах представлены более 90 моделей, а сервисные центры обслуживают около 470 автомобилей ежедневно. Город Автомобилей предоставляет полный комплекс услуг, включая тест-драйв, покупку авто, страхование, лизинг, кредит, обмен автомобиля с пробегом на новый с доплатой разницы стоимости, официальный сервис, аксессуары и запчасти.

Кроме автомобильного направления, компания активно развивает ряд смежных бизнесов: логистику автомобилей, лизинг, страхование, а также проектирование и строительство современных автоцентров. Доля корпоративных клиентов в портфеле компании составляет около 7%. О синергии разных направлений бизнеса рассказал директор по продажам «ВиДи Авто Менеджмент Групп» Виктор Кордилевский.

«ВиДи Групп» включает в себя логистическую, страховую, лизинговую компании. Насколько востребованы эти направления в среде корпоративных клиентов?

Благодаря такому сочетанию мы можем предложить нашим корпоративным



клиентам, правильнее сказать – партнерам, не просто автомобили, а комплексный продукт. Мы не просто продаем им средство передвижения – мы пред-

Крупнейшие корпоративные клиенты

- Высший административный суд Украины
- Национальный банк Украины
- Проминвестбанк
- АО «Ощадбанк»
- ПАО «ВТБ Банк»
- «Датагруп»
- КГГА
- Департамент ресурсного обеспечения МВД Украины
- Управление Государственной службы охраны
- Публичное акционерное общество «Дочерний Банк Сбербанка России»
- «Львівська залізниця»
- МТС
- НЭК «Укрэнерго»
- НАЭК «Энергоатом»
- Николаевский морской торговый порт

лагаем им решения их бизнес-задач, избавляя их от лишних хлопот. К примеру, один из популярных финансовых инструментов закупок для корпоративных автопарков – лизинг. Это очень перспективное направление. В 2010 году в Украине парк автомобилей в лизинге был на уровне 20 000 автомобилей, и мы прогнозируем его рост с каждым годом. Быть конкурентоспособными на рынке этих услуг нашему предприятию позволяет наличие собственной лизинговой компании «ВиДи Лизинг», при этом одной из составляющих продукта лизинга есть страховой продукт, который предлагает уже страховая компания «ВиДи Страхование». В случае, когда закупка корпоративным клиентом осуществляется за собственные средства, мы также можем предложить выгодные программы страхования и специальные тарифы. К тому же клиент лишен проблем с выплатой возмещения по страховым случаям. Ведь и сервисные центры, и «страховая» работают в рамках одной группы. СК «ВиДи Страхование» провела ряд исследований удовлетворенности клиентов обслуживанием компании.

Согласно их данным, качеством обслуживания, процессом урегулирования страхового случая остались довольны 94% клиентов.

Логистический оператор BLG ViDi Logistics работает лишь на потребности группы или на рынок в целом?

В основном подразделение логистики направлено на обслуживание импортирующих структур. Компании, которыми управляет «ВиДи Логистик Менеджмент Групп», обеспечивают доставку автомобилей в дилерские центры Ford, Porsche, Volvo, Jaguar, Land Rover, Honda, Subaru, Seat, Lada, Hyundai, KIA, Nissan, Chevrolet, Skoda, Chery. Кроме того, логистическое направление компании позволяет нам предложить своим корпоративным клиентам доставку новых автомобилей, которые они покупают у нас, в регионы, где представлены филиалы нашего клиента, а также доставку автомобилей клиента, которые выходят из эксплуатации в наш центр по продаже автомобилей с пробегом «ВиДи Автомаркет» по программе обратного выкупа автомобилей, который занимается их последующей реализацией.

Насколько успешен Ваш логистический бизнес?

Автовозы совместного предприятия «Е.Х.Хармс Автомобиль Логистик Украина» за шесть месяцев этого года выполнили план по выручке на 101%.

Не выпадает ли из логического ряда дополнительных сервисов «ВиДи Групп» девелоперский проект? Ведь он не направлен на клиента...

Это только на первый взгляд. Высокого уровня качество дилерских центров и их своевременную сдачу в эксплуатацию мы можем достичь, лишь полностью контролируя процесс. Кроме того, нам выгоднее реализовать проекты силами собственной девелоперской компании, это влияет на стоимость проекта в целом.

Поговорим, о корпоративных клиентах компании... Можно ли составить средний портрет Вашего корпоративного клиента?

Это примерно то же самое, что и вычислять среднюю температуру по больнице. Существует сегментация корпоративных клиентов как минимум по формам собствен-

ности: государственные и коммерческие, крупные и средние, а также по отраслям, в которых представлены наши корпоративные клиенты.

Насколько отличаются маркетинговые подходы и организация процессов при сотрудничестве с разными группами юрилиц?

Кардинально отличаются. Государственные учреждения делают закупки согласно закону о государственных закупках. В коммерческих организациях форма закупки иная, и практически у каждой организации своя процедура: оценка ценовых предложений, открытые и закрытые торги. Исходя из разных форм закупки – совершенно разные подходы к этим клиентам.

Много ли госпредприятий среди Ваших клиентов?

Примерно 20% от всего количества корпоративных клиентов.

Мы говорили о широком профиле компании. Расскажите на конкретном примере о том, какие преимущества клиенту дает широкая линейка возможностей компании.

К примеру, компания покупает парк коммерческих авто в лизинг для перевозки грузов, которые должны перевозиться в определенных температурных режимах. В обычной ситуации клиенту необходимо найти поставщиков на автомобиль, на



переоборудование, лизинговую компанию для финансирования, при этом произвести документальное оформление переоборудованных автомобилей в соответствии с законодательством и регистрацию в МРЭО. Мы же, имея в арсенале автомобильные предприятия, торгующие коммерческой группой автомобилей в том числе, лизинговую компанию, а также компанию «ВиДи Юникомерс», которая

специализируется на переоборудовании автомобилей во всевозможные варианты транспортных средств, предлагаем услугу под ключ.

Каковы Ваши прогнозы развития автомобильного рынка до конца этого года и на следующий, 2012 год?

Это зависит от множества факторов. К примеру, землетрясение в Японии негативно повлияло на весь автомобильный мир. Возникают и локальные обстоятельства: в августе Министерство экономического развития и торговли по заявлению Ассоциации «Укравтопром» начало спецрасследование относительно импорта легковых автомобилей. Результатом расследования может стать увеличение пошлин до 33,4% и 47% в зависимости от объема двигателя. Принятие таких мер может существенно повлиять на объем рынка и не в сторону увеличения. Если же не будет форс-мажорных обстоятельств, рынок в 2012 году может вырасти до 30% в динамике до отметки 265-270 тыс. авто.

Доля продаж корпоративному клиенту от общего числа продаж каждого из автоцентров %



Новая эра постпродажного обслуживания автомобилей

600 000 авто, проданных и установивших небывалый рекорд продаж в 2008 году в Украине, в 2011-м поставят новый рекорд. Но уже в сфере постпродажного обслуживания. Гарантии, полученные в 2008-м, закончились, а амортизация продолжается. Владельцы компаний, располагающие автопарком от 2-х машин, задумываются о том, где выгоднее обслуживать автомобили, при этом не теряя качества. «АТЛ» позиционирует себя как компания с гибкой ценовой политикой, предлагающая комплексное решение сервисного обслуживания корпоративных клиентов: все необходимые товары и услуги из одних рук. О рынке after market и особенностях работы с корпоративными клиентами рассказала коммерческий директор компании Виктория Ермак.

Виктория, какова ситуация с развитием обслуживания корпоративных клиентов сегодня и как она изменилась за последние 2-3 года?

Кризис значительно изменил подход корпоративных клиентов к выбору подрядчиков, обеспечивающих сервисное обслуживание автомобилей. В первую очередь это ценовой критерий выбора, возможность оптимизировать затраты на сервис и контролировать процесс. Последние изменения в законодательстве Украины, связанные с финансовым и налоговым учетом, также внесли свои коррективы по выбору подрядчика. Эти факторы повлияли на развитие рынка after market и обслуживания корпоративных клиентов. Последние несколько лет определилась тенденция перехода корпоративных клиентов на обслуживание к крупным автосервисным компаниям, которые могут соответствовать новым требованиям и изменениям. Наша компания всегда работала с корпоративными клиентами, но в последние два года их число выросло на 20-30%, и мы выделили это направление как одно из приоритетных. Мы выработали программу обслуживания таких клиентов, которая включает целый комплекс услуг и условий.

Что представляет собой отечественный рынок постпродажного обслуживания на данный момент?

Структура рынка автомобильного обслуживания пока еще недостаточно четко выражена в Украине. Безусловно, в этом сегменте присутствует определенная специализация, можно говорить и о нескольких вертикальных уровнях. Можно выделить четыре уровня рынка. Во-первых, это авторизованные сервисы, так называемые OESM (Original Equipment Service Market), которые ра-

Бизнес-предложение – это оптимизация всех процессов: гибкая ценовая политика, обслуживание по единому стандарту, централизация документооборота, возможность контролировать целевое использование затрат

ботают исключительно с официальными дилерами и зарубежными автопроизводителями. Как правило, такие компании специализируются на обслуживании какой-то одной конкретной марки. Во-вторых, сетевые автосервисы. Этот сегмент в Украине до сих пор развит слабо. Западные сети на украинском рынке представлены слабо (исключением можно считать разве что некоторые сетевые

станции западной франшизы). В-третьих, одиночные сервисные пункты, но они не имеют аккредитации. Это не мешает им составлять конкуренцию авторизованным компаниям: услуги идентичны, но плата на них на 20-30% меньше. И последняя категория – индивидуальное оказание услуг технического обслуживания. Данный вид деятельности только с большой долей условности можно назвать бизнесом –

это, скорее, самозанятость. Работать же с корпоративными клиентами могут только первые две категории компаний автомобильного обслуживания.

Какое место на рынке определила для себя компания «АТЛ» и в чем ее сильные стороны?

Наша компания является сетевой. Концепция «АТЛ» заключается в объединении

под одной крышей специализированного магазина и автосервисной станции. Такой формат «магазин + СТО» удобен как для конечного потребителя, так и для компаний, владеющих автопарками. Однако для корпоративного клиента определяющим является не этот фактор. Наш собственный опыт свидетельствует, что для корпоративного клиента важно сервисное решение в комплексе: качество, сроки, гарантия, хороший ассортимент запчастей, приемлемые цены и практически 100%-ное покрытие территории Украины. Сервисные центры «АТЛ» – универсальны, не имеют привязки к определенным брендам и могут обслуживать автомобили любых марок.

Так в чем все-таки заключается бизнес-предложение «АТЛ» для корпоративных клиентов?

Бизнес-предложение заключается в оптимизации всех процессов в обслуживании автомобилей. Прежде всего, это гибкая ценовая политика, обслуживание автомобилей на любой станции сети в Украине по единому стандарту, централизация документооборота, и что немаловажно – возможность контролировать целевое использование затрат. Среди наших клиентов Управление государственной службы охраны в г. Киеве (более 300 автомобилей), УкрСиббанк (более 200 автомобилей), ООО «Евроизол» (ТМ «Зеленая Аптека») (более 50 автомобилей) и многие другие компании. Естественно, что все автомобили обслуживаются в разных регионах страны, но по единому стандарту – качество, сроки, стоимость. Вся документация компания получает из центрального офиса «АТЛ». В целом это значительно упрощает работу компании и оптимизирует затраты.

АТЛ – единственная украинская компания, которая входит в Европейский закупочный союз ATR International AG. Какие возможности дает это членство?

ATR International AG объединяет основных европейских поставщиков автозапчастей к автомобилям. Благодаря этому членству мы имеем максимально широкий ассортимент товаров от проверенных поставщиков, гарантию качества товаров и возможность предложить нашим клиентам лучшую стоимость.

