

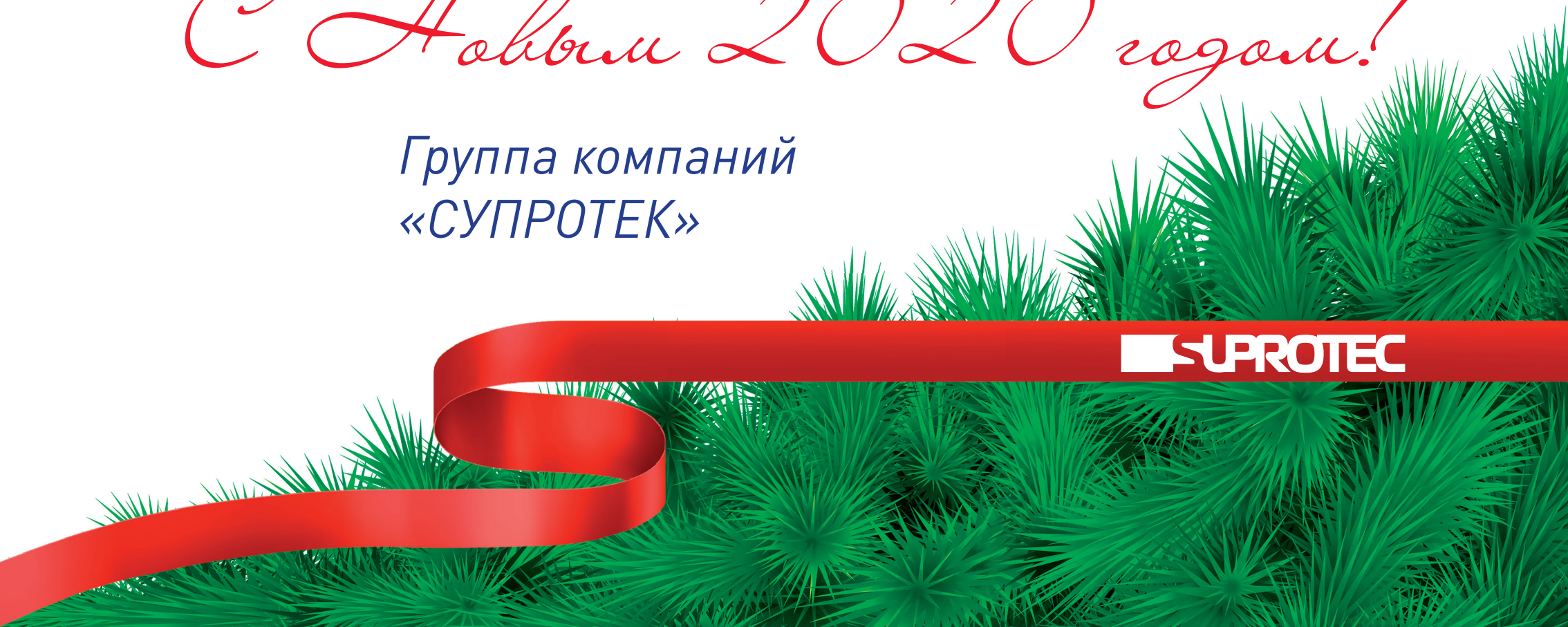


*Красивое число 2020.  
Словно вырублено в скале времени.  
Пусть сбудется всё,  
Что должно сбываться!  
Творим истории бег!*

*Держимся крепко в седле и стремях!  
В открытий и инноваций век!  
Добра и удачи!*

*С Новым 2020 годом!*

*Группа компаний  
«СУПРОТЕК»*



**ДОБАВЬ  
SUPROTEC!**

**АТОМИУМНАЯ  
ЭНЕРГИЯ**

**ЭКСПЕРТНЫЙ  
ВЗГЛЯД**

**«СУПРОТЕК» -  
лидер на  
российском  
рынке автохимии**

**Технология  
безразборного  
ремонта в мире**

**Итоги года от  
обозревателей  
«Ассамблеи  
автомобилистов»**

# ДОБАВЬ SUPROTEC!

**Сергей Зеленков**  
Генеральный директор группы компаний «СУПРОТЕК»



## О единой команде

Уважаемые коллеги, партнёры, все, кто занимается продвижением продукции «СУПРОТЕК» в России и ближнем зарубежье: в Казахстане, Украине, Белоруссии и других странах, тесно связанных с Россией и нашим продуктом! Хочу сказать вам огромное спасибо за то, что мы с вами сделали в 2019 году, который мы определили как год повышения репутации. Этот год сделал нас с вами сильнее. Наступивший кризис стал для нас вызовом, на который мы ответили хорошей работой и добились достаточно высоких и стабильных результатов. Более того, в это кризисное время мы даже подросли по объемам продаж.



**Хочу сказать вам огромное спасибо за то, что мы с вами сделали в 2019 году**

После весенней дилерской конференции мы особенно чётко осознали, что «СУПРОТЕК» это не головная компания в Санкт-Петербурге, это все мы с вами. Это каждый, кто на своём месте делает жизнь автомобилистов немножечко лучше, выполняя свою небольшую миссию. Главное - мы доказали, что умеем трудиться, расти, оценивать ситуацию и справляться с трудностями. Нам с вами было важно почувствовать, что мы единая команда.

## Об Instagram, новых партнёрах и чатах

Один простой пример. Мы объединили усилия и создали в сети Instagram конгломерат аккаунтов официальных магазинов, где поддерживаем друг друга и рекламой, и в рамках позиционирования продуктов.

Хочу сказать большое спасибо нашему новому партнёру Константину #AcademeG Заруцкому. Автохимия в холдинге была сопутствующим товаром, продуктом для расширения линейки бренда «СУПРОТЕК». Новый совместный проект с Константином - SUPROTEC A-prohim - показал, что автохимия может быть продуктом, равным нашим фирменным трибосостоавам. В 19-м году, благодаря тому, что вы поддержали этот проект, мы в несколько раз подняли объёмы продаж автохимии.



**Хочу сказать большое спасибо нашему новому партнёру Константину #AcademeG Заруцкому**

Мне нравятся наши диалоги в чатах WhatsApp и других ресурсах, где мы делимся опытом друг с другом. Кто-то отстаивает свою точку зрения, даже если эта точка зрения идёт вразрез с позицией большинства. Это показывает, что каждый из нас индивидуальность, личность. А у индивидуальностей всё получается гораздо лучше, потому что только личность может преодолевать препятствия и совершать малые подвиги.

## Об отсечении лишнего и интернете

Мы проанализировали и отрезали всё, что является лишними издержками, преждевременными направлениями. Мы оценили потенциал сотрудников компании и поставили перед ними новые, более амбициозные, задачи на 2020 год и на ближайшие три года.

У нас нет планов по расширению товарной линейки в новом году. Но есть задача повышать объёмы продаж в рамках того, что уже поставлено на конвейер и имеет хорошую репутацию у автолюбителей.



**Мы оценили потенциал сотрудников компании и поставили перед ними новые задачи на 2020**

Думаю, нам с вами нужно объединиться и создать условия, чтобы наращивать электронные продажи в интернете. Это новые возможности для увеличения дохода, как компании в целом, так и для каждого из вас в регионах. Мы будем привлекать вас к участию в этом проекте. Нам вместе необходимо повышать компетенции в этой сфере, наращивать ресурсы и реализовывать новые возможности в интернет-пространстве.

В то же время важно качественно работать с теми, кто уже давно стал нашим потребителем, кто принял наши продукты, пользуется ими много лет, любит наш бренд. Для них необходимо прорабатывать и реализо-

вывать программы лояльности, которые мы начали много лет назад и в двадцатом году продолжим эту работу.

## О конкурентах

Нам с вами необходимо осмыслить процессы, проходящие на потребительском рынке. Мы начали более активную работу с конкурентной средой, с крупными сетями. Я понимаю, что кого-то из вас это может раздражать. Вам кажется, что это является неким отходом компании от общей концепции. Я могу сказать одно: в бушующем океане конкуренции мы должны быть на несколько шагов впереди. Мы должны быть уверены, что ни одна кризисная буря не сможет нас с вами разрушить. Поэтому призываю вас, уважаемые дилеры, на местах применять новые механизмы и способы продаж.

Ни в коем случае нельзя допускать, чтобы в том или ином магазине администраторы и продавцы были обделены вашим вниманием. Только ваше внимание, только человеческое отношение позволяют делать бизнес. Было бы правильно, чтобы у вас была карточка каждой торговой точки, в которую были бы внесены имена и фамилии людей, дни рождения, какие-то особые даты для этого магазина. Это даст вам возможность делать вашим продавцам приятные сюрпризы, небольшие подарки, создавать нормальные диалоговые отношения. Это ценится превыше всего!



**Репутация начинается с таких простых вещей, как внимание, забота, ответственность**

Плохо, когда в том или ином магазине ваш торговый представитель не появляется месяцами. Когда мы говорим о репутации, мы должны понимать, что репутация начинается с таких простых вещей, как внимание, забота, ответственность.

«СУПРОТЕК» всегда славился тем, что к вам, уважаемые дилеры, мы относились как к себе самим. Повторю и подчеркну, что мы считаем вас не просто партнёрами, а единой компанией «СУПРОТЕК». Одним целым! Только вместе мы сможем преодолеть любые препятствия.

## О караоке-капитализме

Я думаю, что 2020 год будет непростой с точки зрения рыночных отношений. Снова будут санкции, проблемы, у людей не появится больше денег. Поэтому нам нужно быть очень внимательными ко всем конкурентам. Не только в нашем секторе автохимии, масел, сма-

зок, автокомпонентов. Важно внимательно смотреть и подмечать успех любых торговых линеек, которые достигают хороших результатов на рынке. Подсматривать, копировать не стыдно. Караоке-капитализм – это хорошая история. Почему бы не повторять успешных, не делиться друг с другом интересным опытом?

## Об эффективности рекламы

Хочу призвать вас обратить внимание на наиболее эффективные радиостанции в ваших регионах, на передачи, которые нам тематически близки. Вокруг очень много рекламных стоперов, которые не позволяют эффективно продвигать и продавать нашу продукцию. А человек, который едет в автомобиле и слушает радио, реже переключается и отключается от рекламных сообщений, чем тот, кто видит рекламу по телевидению или в интернете. Мы, безусловно, должны выбирать тот рекламный инструмент, который наиболее эффективно работает на продажи наших продуктов.

В свою очередь, мы оценили тот инструмент, который лучше всего работает на европейской части России. Это программа «Ассамблея автомобилистов» на «Маяке». По нашим данным, этот рекламный канал лучше всего поднимает наши продажи. На втором месте, например, в СПб стоит «Авторадио». В Москве – «Эхо Москвы», «Говорит Москва». Вообще радио даёт эффективные продажи.

Если говорить о ТВ, безусловно, здесь остаются федеральные каналы, НТВ. Но я думаю, что эта история будет больше работать в сезон – март, апрель, май, июнь, сентябрь, октябрь, ноябрь, декабрь. В оставшиеся месяцы мы постараемся взять некую паузу. И в это время нужно опираться на местные радиоканалы и другие рекламные площадки.



### Инструмент, который наиболее эффективно работает на продажи наших продуктов

Важным растущим рекламным инструментом, с которым нужно работать, остаётся Интернет. И здесь я бы просил вас поддерживать друг друга. Есть наши официальные группы в социальных сетях, есть наши клубы для широкой аудитории. Принимайте участие в работе этих групп, пишите свои комментарии, задавайте вопросы, участвуйте в розыгрышах и конкурсах!

Компания на 2020 год задумала и разрабатывает большой годовой конкурс, хорошую рекламную кампанию. Чуть позже вы об этом узнаете. Когда будет готова общая концепция, мы начнём делиться этой информа-

цией, чтобы вы также подсказали какие-то элементы, интересные идеи. Как нам с вами в этом конкурсе вместе поработать, чтобы добиться максимального увеличения внимания к продукту и повысить объёмы продаж.

Хочу также обратить ваше внимание на повышение цены. В сегменте продаж 4-5% - это процент общей ежегодной инфляции. При этом мы находили резервы, чтобы в отдельные годы не повышать отпускные цены даже на эти несколько процентов. Но наши издержки никуда не ушли. Вы понимаете, что налоги бьют по доходности. При этом нам необходимо изыскивать средства для федеральной рекламы и других действий по продвижению. Чтобы мы могли как можно сильнее поддерживать вас.

## О недосказанности и сторитейлинге

Я думаю, что 2020 год станет для нас интересным периодом, в который мы с вами сможем грамотно подойти к тем людям, которые знают о бренде «СУПРОТЕК», много раз о нём слышали, но до сих пор не приняли решение использовать. Почему они не приняли такое решение и не стали нашими потребителями? Я думаю, что это происходит только по одной простой причине. Где-то мы с



**Важно, чтобы они осознали, что SUPROTEC - это абсолютно безопасно и реально эффективно**

вами им что-то недосказали, где-то не очень правильно расставили акценты. Я думаю, такие люди просто опасаются, потому что не получили должной и необходимой информации, которая перевесила бы чашу весов в пользу «выбрать и использовать».

Важно, чтобы они осознали, что SUPROTEC - это абсолютно безопасно и реально эффективно. Это наша общая задача. И её решение должно опираться на авторитетные мнения. Мы должны опереться на мнения опытных автомехаников, мотористов. Они есть у каждого из вас в регионах. Они являются авторитетными экспертами. Так пусть простым, шершавым языком правды они дают какие-то свои оценки. Если они пользуются нашей продукцией, обрабатывают двигатели, трансмиссию и прочие узлы, то они знают правду. Они знают, насколько хорошо это работает. Мало слышать отзывы потребителей, нужно слышать отзывы профессионалов.

Поэтому есть ещё одно направление, на которое мы делаем ставку в 2020 году, сторитейлинг - продающие истории. У каждого из вас накопилось огромное количество историй про применение трибосоставов и

автохимии. Мы просим вас присылать эти истории в центральный офис, в наше рекламно-маркетинговое подразделение, к менеджерам, чтобы мы эти истории перерабатывали в видео-истории. Может быть, они будут сделаны актёрами. Чтобы донести некие драматические вещи, которые работают на продажи. За этим будущее! Мало сказать, что «СУПРОТЕК» эффективен. Лучше всего воспринимается настоящая человеческая история. Она несёт в себе заряд энергии, силы, она убеждает.

## О профессиональном росте

Хочу пожелать вам 2020 году профессионального роста. Больше читайте, больше наблюдайте, повышайте свои компетенции в области продаж. Становитесь настоящими профессионалами. Помните о том, что «СУПРОТЕК» - лидер на российском рынке. Я бы хотел, чтобы наша с вами команда была командой настоящих профессионалов. Чтобы мы умели продавать в любых условиях, чтобы мы доказали, что можем поднять продажи не на 10-20%, а, например, на 50%. Да, для этого нужно приложить усилия.

Я понимаю, что многие среди вас занимаются продажей не только «СУПРОТЕК», но и другими продуктами. Но поверьте, если в сегменте «СУПРОТЕК» вы сможете преодолевать препятствия и достигать успеха, то и в продаже других продуктов вы сделаете то же самое. Поэтому наша «Малая академия «СУПРОТЕК»» готова сделать всё, чтобы давать вам почву для размышления, новые инструменты для работы, новые темы. Мы также готовы и хотим делать это в диалоге. Мы вам не учителя, но коллеги и друзья. Мы с вами обмениваемся опытом.



**В сегменте «СУПРОТЕК» вы сможете преодолевать препятствия и достигать успеха**

В новом году продолжатся командировки наших специалистов, менеджеров, технических консультантов. На эти встречи я прошу приглашать своих коллег, продавцов, всех, кто заинтересован в увеличении объёмов продаж. Мы вместе должны продумать и проработать активности, которые действительно работают. Не просто дать человеку продукт на обработку и забыть о нем, а сделать так, чтобы записать (пусть на смартфон) эту обработку, посмотреть параметры «до» и «после», составить эту историю. Тогда это будет работать.

2020 год должен стать годом ещё большей эффективности, большего результата. Нам с вами необходимо строить наш бизнес на твёрдом камне.

И этот камень уже есть - это репутация компании. Пора получать результаты.

Каждый из нас инженер бизнеса. Головной офис планирует в конце 2020 года подготовить награды и особые призы для каждого, кто успешно работает в России и ближнем зарубежье. Мы должны знать своих героев, тех, кто достиг настоящих результатов. Примеры надо брать с лучших и сильнейших. Я думаю, что каждый из вас может стать лучшим. За многие годы вы это подтвердили. Пусть 2020 год станет годом реальных результатов, годом эффективности. Давайте добавим «СУПРОТЕКА» в жизнь! ■

# АТОМИУМНАЯ ЭНЕРГИЯ



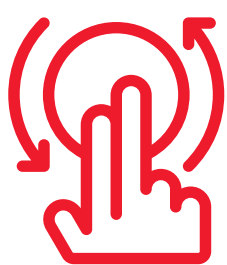
Глава Европейского офиса Atomium (входит в группу компаний «СУПРОТЕК») Дмитрий Цыпляев признался, что уходящий год для российской марки на мировом рынке был трудным, но интересным.



**- Дмитрий, что считаете главными достижениями уходящего года? Удалось «завоевать» новые страны?**

- Да, в команде дилеров Atomium появилось несколько новых стран. В Восточной Европе на постоянной основе с нами теперь работают официальные представители в Румынии, Молдавии, Словакии и Польше. В Африке технологию «СУПРОТЕК» открывают автомобилисты Кении, Уганды, Танзании, Эфиопии, Сомали.

Активно продолжают развивать торговую марку наши старые партнёры в Германии, Великобритании, Латвии, Швеции, на Кипре и в Австралии. У нас новый партнёр в Китае. Это очень перспективный для нас рынок. Словом, работаем со всеми континентами.



- Я знаю, что было несколько важных автомобильных выставок, в которых вы, точнее, ваши партнёры, принимали участие.

- Были выставки в разных странах. Как и в России, на них мы показываем автомобиль, работающий без масла, чем доказываем эффективность применения наших продуктов. Стараемся ближе познакомить потенциальных покупателей с технологией безразборного ремонта, восстановления узлов и агрегатов подержанных автомобилей, упреждения износа новых автомобилей. Ведём работу по росту узнаваемости бренда



- Растёт узнаваемость?

- Это главная проблема развития нового продукта на новых рынках - узнаваемость бренда. Проблема доверия к продукту, определенного количества знаний о нём, скепсис. Это, повторю, касается любого нового продукта на новом рынке.

Кроме этого, например, европейский автомобильный парк - это очень большое количество лизинговых автомобилей, где клиента в меньшей степени интересует состояние автомобиля на момент окончания лизингового контракта.

А если говорить о вторичном рынке, то почти все компании по продаже подержанных автомобилей дают здесь гарантию на один, а то и на два года эксплуатации. Поэтому активная часть наших клиентов - это люди с личными подержанными автомобилями, которые берегут свою машину и хотят, чтобы их «ласточка» служила еще долгое время.



- Есть особенности продвижения Atomium в тех или иных странах?

- Любой продукт на новом рынке должен получить определенную «раскрутку». Везде дают эффект выставки. Но мы прекрасно понимаем, что провести выставку - важный шаг, но его недостаточно для того, чтобы продажи удерживались в течение долгого времени после её проведения. Поэтому, безусловно, дальше работает реклама. В каждой конкретной стране есть свои особенности. Где-то лучше работает радио, где-то - телевидение, а в третьей стране блогеры дают колоссальный эффект. Поэтому подход к каждой стране индивидуальный, исходя из специфики региона и бюджета. Ну, и социальные сети, безусловно, сегодня эффективны по всему миру.



- Поделитесь планами на 2020 год.  
Atomium «завоюет» эту планету?

- В первую очередь, нами разработан план выйти на профессиональный уровень рекламы и присутствия в социальных сетях для увеличения продаж непосредственно в Чехии, в стране, где мы представлены как головной офис компании.

Безусловно, имеет значение количество торговых точек, но оно должно быть качественным, так как, если нет зонтичного покрытия рекламой по всей территории, то торговые точки в большом количестве - это мертвые точки. 80% торговых точек работают от спроса, есть спрос - есть продажи, а спрос появляется только тогда, когда нас слышно и видно во всём медиа-пространстве страны. Это применимо к любой стране и к любому бренду.

Параллельно ведутся переговоры с новыми партнёрами в таких странах как Индия, Китай, Малайзия, Австрия, Сербия, Хорватия, и в Северной Америке. Надо понимать, что наши потенциальные партнеры-дилеры, это уже существующие бизнесы, у которых есть ряд текущих задач и вопросов в своей операционной деятельности.



Любой новый бренд в их портфеле продуктов - это дополнительные финансовые инвестиции и людские ресурсы. Переговоры, ведутся, порой, очень долго, но в конечном итоге дают свои плоды. Со своей стороны, мы, безусловно, оказываем поддержку нашим партнёрам в развитии нашего бренда, вовлечены в процесс и держим с ними постоянную связь.

Поэтому, несмотря на все сложности, мы постепенно наращиваем своё присутствие на глобальном рынке, чтобы не только российские автомобилисты имели возможность продлевать жизнь своим автомобилям. Мы готовы поделиться такой возможностью со всем миром.

Беседовал Энд Ник Карунос ■

# SUPROTEC

## НАЙДИ СВОЮ НОВОГОДНЮЮ СКИДКУ!

3% 7% 19% 20% 40% 40% 50% 10% 15% 5%



### ВОССТАНОВЛЕНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК АВТОМОБИЛЯ

\*С 10.12.2019 по 31.12.2019 в фирменных магазинах «СУПРОТЕК», а также в точках продаж участвующих в акции региональных дилеров. \*\*Скидки от 15% до 50%, скидка не распространяется на масла Suprotec Atomium; \*\*\*Скидка не суммируется со скидкой по дисконтной карте.