

АВТОЛЮБИТЕЛЬ – ЭТО СТИЛЬ ЖИЗНИ



Роман Петров
Директор по продажам
группы компаний «СУПРОТЕК»



- Роман, что вы считаете главными достижениями департамента продаж в уходящем году?

- «СУПРОТЕК» - сложный продукт, его нужно уметь продавать. Это не импульсная покупка, покупателя необходимо к ней готовить, информировать. Приходя в торговую точку, клиент должен получать качественное консультирование и поддержку. Именно на это, на повышение уровня компетенций конечных продавцов, был сделан основной упор.

Кроме этого, мы стандартизировали выкладки. Чтобы наша продукция стояла на полках понятными блоками: по узлам применения, по востребованности - хиты продаж. Каждую точку обеспечили POS-материалами - шелфтокеры, рекламные буклеты. Сделали так, чтобы при взгляде на полку мы сразу выделялись, чтобы клиент мог нас легко идентифицировать.

Мы модернизировали систему обучения, увеличили количество обучающих семинаров, сделали так, чтобы обучать продавцов могли не только технические консультанты компании, но и наши менеджеры по продажам. Разработали такой «Курс молодого бойца». Мне кажется, это уже принесло свои плоды.



- Тайные покупатели ходят по магазинам?

- Мы наладили более глубокий сбор информации о том, что вообще происходит на рынке, в точках продаж. Мы чётко видим, что стоит на полках автомагазинов страны, что происходит с конкурентами, по какой цене они продают, какой ассортимент.

Да, мы запустили проект «тайный покупатель». Собираем информацию о том, что в отсутствие наших представителей продают или не продают продавцы в магазинах. Наладили обмен информацией между нами и крупными розничными сетями по отчётности. Это даёт нам возможность получить достоверную картину по продажам конкурентов. Смогли понять, где мы лидируем, где мы молодцы, а где наоборот. С кем какую стратегию по конкурентной игре выстраивать.



- А если оценить год в цифрах?

- Пока сложно оценить точно, но вся аналитика показывает, что рынок автокомпонентов немного упал. По предварительным данным, на 8% где-то. Это связано с тем, что упала платёжеспособность людей, они отказываются от товаров не первой необходимости.

Большинство автомобилистов, например, переходят на более дешёвые аналоги по маслу и так далее. В этих условиях мы также корректируем стратегию коммуникаций с конечным потребителем. Доносим, что, вложившись сегодня в «СУПРОТЕК», завтра ему не придётся вкладываться в капитальный ремонт автомобиля.

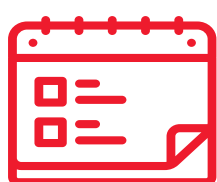


- Как на фоне падения рынка отработал «СУПРОТЕК»?

- Есть подразделения, которые закрывают год с приростом. Это Казань, где рост составил более 30%, на втором месте Екатеринбург. Скорее всего, с небольшим плюсом закроют год Питер и Москва. В то же время, есть падение по отдельным регионам, и по региональному отделу в целом. Падает категория В и С – отдельно стоящие магазины. Это одна из причин падения в региональном отделе. Ну, и опять же есть регионы более платёжеспособные – та же Москва, города-миллионники. Европейская часть страны лучше охвачена логистически, здесь больше сетей. Всё это влияет.

Растут продажи в сетях и интернет-торговля. В сетях более конкурентные цены, выше качество обслуживания, удобные светлые магазины, они находятся в доступных местах, у них понятный и внятный ассортимент, профессиональные продавцы. Это даёт, конечно, конкурентные преимущества.

Ну а интернет – это самый растущий канал. Он пока у нас весит не слишком много в общих продажах, до 10%. Тем не менее за ним будущее. В мире уже более 50% товаров продается через какие-либо интернет-площадки. И рынок автокомпонентов не исключение. Всё, что для этого нужно – понятный сайт, нажимаешь две кнопки «оплатить» и «доставить», тебе всё привозят в нужный момент.



- Расскажите о планах на будущий год. Не раскрывая коммерческих тайн, конечно.

- Во-первых, мы должны начать расти. Несмотря на то, что рынок будет падать, мы должны выбирать пути и решения, которые позволят нам зарабатывать. Я уверен, что это возможно. Сфокусироваться на тех каналах, которые растут - сетевая торговля, интернет. Они тянут трафик.

Во-вторых, развивать персонал, повышать управленческие компетенции, техники переговоров. Чтобы наши люди в команде с растущей энергией начали сворачивать горы.



- Роман, вы недавно в автобизнесе, чем удивил – со знаком плюс, и со знаком минус - рынок автокомпонентов?

- Из минусов - этот рынок отстаёт от отраслей-лидеров.



- Слишком инертный?

- Дело не в инертности. Ёмкость рынка большая, деньги хорошие крутятся, но отстают технологии продаж. Вообще уровень развития самого бизнеса: и в рознице, и в дистрибьюции. С другой стороны, это возможности. Есть понимание, какие изменения могут происходить, я их вижу.

Из плюсов. Самое яркое - автолюбители - это же определённая каста, такой клуб. Они относятся к технике с теплом и трепетом. Люди увлечены автомобилями, они где-то гоняют, где-то ремонтируют, готовы вкладываться в любимый автомобиль. И директора крупных автомобильных сетей, и продавцы в маленьких магазинах, и покупатели. Это приятно и интересно. Это стиль жизни!



- Что бы в пожелали коллегам в новом году?

- Я бы пожелал быть оптимистами. Ничего страшного в том, что происходит на рынке, нет. Просто изменения. Нужно перестраивать себя, смотреть на других, на тех, у кого хорошо получается. Не бояться меняться, чтобы выходить в конкурентной борьбе в лидеры. Автомобильный рынок огромный. Надо не закрываться в домике, а смотреть вокруг. Перемены идут и будут нарастать, поэтому важно меняться в соответствии с запросами потребителей. Кто это сделает, будет на гребне волны.

«2019 ГОД РАСЦЕНИВАЮ КАК УДАЧНЫЙ»



Сергей Дмитриев
Руководитель представительства
«СУПРОТЕК» в Волгограде

Внедрены новые методики построения продаж и оценки эффективности работы сотрудников - «Мобильная торговля».

Производителем выпущены на отечественный рынок новые продукты под брендом «СУПРОТЕК А-про-хим», которые пользуются большой популярностью у конечных клиентов и показывают отличную динамику по продажам на фоне стагнирующего рынка. Считаю важной встречу руководства «СУПРОТЕК» с дистрибьюторами продукции, организованную весной 2019 года в Санкт-Петербурге.

В финансовом плане продажи на территории Волгоградской области показали 12% прироста по сравнению с 2018 годом, что меня, естественно очень радует. В 2020 году планирую добиться увеличения продаж по моторным и трансмиссионным маслам на 18-20 % за счет более активного продвижения бренда «СУПРОТЕК» в соц-сетях, медийном пространстве региона. Всем коллегам желаю хороших продаж, оптимизма и удачи в выборе верной стратегии во всех возможных сферах жизни! ■

ЭФФЕКТИВНАЯ И БЕЗОПАСНАЯ АВТОХИМИЯ

**ПРОВЕРИЛ.
ОДОБРЯЮ.
ПОЛЬЗУЮСЬ.**

Константин
Заруцкий
#AcademeG

8 (800) 200 06 61 suprotec.ru

SUPROTEC: ВЫГОДА ДЛЯ КАЖДОГО



Александр Лопарёв
Глава Московского филиала «СУПРОТЕК»

Уважаемые коллеги и дорогие наши партнеры! 2019 год выдался непростым для компании «СУПРОТЕК». Взлеты и падения - неотъемлемая часть нашей истории.

И, несмотря на все невзгоды, нам удалось в 2019 году увеличить объемы продаж, расширить географию сбыта, спланировать и реализовать масштабные маркетинговые кампании в крупнейших розничных сетях автотоваров.

Динамика развития интернет-ресурсов и переноса информации в веб-пространство сегодня идет очень быстро. Одни из наиболее эффективных инструментов на сегодня - это продвижение продукции «СУПРОТЕК» через медийных личностей. Владельцы автомобилей доверяют сегодня словам автоблогеров не меньше, чем заключениям научно-исследовательских институтов.

Поэтому отдельно стоит отметить вхождение в нашу дружную и заботливую семью автоблогера №1 на российском YouTube Константина Заруцкого (AcademeG). Он стал новой ветвью истории бренда «СУПРОТЕК» с линейкой продукции A-Prohim.

Надеемся в 2020 году не сбавлять оборотов, ставить перед собой только самые амбициозные цели и, на первый взгляд, невыполнимые задачи. Их достижение - лучшая мотивация.

Коллегам хочется пожелать максимального перевыполнения всех планов. Партнерам и клиентам желаем масштабирования своего бизнеса, в первую очередь за счет плодотворного сотрудничества с компанией «СУПРОТЕК». Мы всегда открыты к новым сотрудничествам и не важно, кто будет нашим новым клиентом: сеть гипермаркетов, официальный автодилер или же индивидуальный предприниматель. Мы всегда сумеем найти общие интересы и выгоды для каждого.

С Новым Годом! ■

SUPROTEC

НАЙДИ СВОЮ НОВОГОДНЮЮ СКИДКУ!

3% 7% 19% 20% 40% 41% 50% 10% 15% 5%



ВОССТАНОВЛЕНИЕ ХАРАКТЕРИСТИК АВТОМОБИЛЯ

*Акция продлена до 13.01.2020 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.