

Мой Автомобиль

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБОЗРЕНИЕ АССАМБЛЕИ АВТОМОБИЛИСТОВ

www.autoassa.ru

2019 [6]

ВАКЦИНА ОТ ЧЁРНОГО ХАЙПА

«Когда кто-то говорит о нашем продукте неуважительно, мы можем понять это желание»

2

НЕФТЬ, БАЛЕТ И SUPROTEC

Триботехнология из Санкт-Петербурга становится частью успехов России на внешнем рынке

3

ПРАВИЛА ДОРОЖНОГО УВАЖЕНИЯ

Александр Пикуненко считает, что водительскую культуру бывает сложно отличить от соблюдения ПДД

4

ДОБАВЬ ДОВЕРИЯ!

ГЛАВНОЕ - ЛЮБИТЬ ЛЮДЕЙ

Для любого бизнеса, тем более для производителей, очень важным является момент доверия. Часто спрашивают: как завоевать доверие? Но я всё же сторонник того, что воевать здесь нет необходимости. Важно построить долгие и добрые отношения. Такие отношения строятся, прежде всего, на любви к людям. Просто людей нужно любить, уважать и стараться думать о том, чтобы им было хорошо, удобно, выгодно. Тогда эти отношения начинают строиться на правильных принципах. Не сделай другому того, что не желаешь себе.

Мы производим продукты не только для того, чтобы извлекать прибыль. Хотя это нормально для любого бизнеса. В первую очередь, мы делаем это для того, чтобы наш потребитель был удовлетворён нашим продуктом, чтобы наш продукт нравился. Соответственно, если это нравится нашему потребителю, если это нравится нам, а мы уважаем и любим свой продукт и свой труд, тогда отношения с потребителем получаются стабильными и долгими. Доверие в этом случае выстраивается как само собой разумеющийся благоприятный фон общего дела. Доверие состоит из разных моментов. Во-первых, клиент понимает, что компания, которая производит данные продукты, не однодневка. Во-вторых, компания не извлекает свою маржу из перепродажи где-то кем-то сделанного продукта. В-третьих, наша компания создана и работает в России.

У нас у всех было и есть некое убеждение, что всё, что сделано внутри страны, это плохо. Отчасти, наверное, так и было. Но во многом это миф, который с годами разрушается. В том числе и нашими усилиями.

Руководитель «СУПРОТЕК» Сергей Зеленьков рассказал, как компания на протяжении семнадцати лет строит и поддерживает честные отношения с миллионами клиентов в России и за рубежом



ПРИНЦИП ЧУХЧЕ – ОПОРА НА СОБСТВЕННЫЕ СИЛЫ

В России малый бизнес опирается на свои собственные возможности, выживает самостоятельно. Как именно выживать и достигать целей – каждый решает сам. Поэтому нам здесь приходится стараться гораздо больше. Но если мы стараемся больше, то и результат у нас может быть выше. Нам не на кого надеяться, не на кого пенять, некого обвинять. Мы считаем, всё, что мы делаем сегодня, это наши сбалансированные финансовые и технологические возможности.

Наши учёные отслеживают всё самое лучшее в мире. Они стараются разобраться: почему и из чего это сделано, понять, почему это лучше. И

затем стараются сделать свой продукт. Но сделать его лучше, чтобы быть на шаг впереди. Такой подход позволяет нам быть в тренде инноваций для автомобиля, оставаться лидером нашего сегмента рынка. Если мы заявляем о тех или иных свойствах продукта, то мы отвечаем за эти свойства. И наш потребитель имеет возможность убедиться в том, что мы говорим правду.

Эта правда и становится главным фундаментом нашего доверия. Достаточно хотя бы одной небольшой лжи, чтобы разрушить это доверие.

ВАКЦИНА ОТ ЧЁРНОГО ХАЙПА

Когда мы сталкиваемся в интернет-пространстве или ещё где-то с негативом в свой адрес, когда кто-то

говорит о нашем продукте неуважительно, либо старается его каким-то образом очернить, мы понимаем это желание. Оно часто вызвано тем, что кому-то не хватает собственной значительности, культуры, интеллекта. Он пытается на хайпе сделать себе имя и встать в один ряд с топовыми блогерами YouTube-сообщества – нашими друзьями и партнёрами. Есть вариант, что такие люди делают это по заказу конкурентов, которым очень не нравится, что на рынке есть кто-то, кто вырос из малого предприятия и стал лидером этого рынка.

Безусловно, это информационная война, маркетинговая война, где противники пытаются уничтожить репутацию.

Продолжение на странице 2 ↓

ВОПРОСЫ-ОТВЕТЫ

Отвечает технический консультант «СУПРОТЕК» Сергей Соловьёв

Что делать с составом «Актив Премиум», который дают в подарок с 4л. банкой масла?

Active Premium - это приятный бонус, который выдаётся вместе с 4л. канистрой моторного масла SUPROTEC Atomium. Это универсальный восстанавливающий трибосостав для ДВС любых типов (бензин, газ, дизель). Он рассчитан на заправочную ёмкость масла до 7 литров.

Его можно использовать в качестве «первого этапа» обработки, заливая состав до 1000 км до замены моторного масла, перед переходом на масло SUPROTEC Atomium. Или же использовать состав как «второй и третий этапы».

Если вы уже постоянно используете масло SUPROTEC Atomium и провели комплексную обработку трибосоставами, поддерживайте эффект составом «Актив Регуляр», а «Актив Премиум» сделайте подарком вашим друзьям.

Как часто нужно заливать топливные присадки SGA|SDA?

Многофункциональные топливные присадки SGA|SDA предназначены для постоянного применения. Они улучшают характеристики топлива: смазывающие и чистящие. Это важно для поддержания оптимальных параметров работы современных топливных систем. Для дизеля это Common Rail, для бензина – системы прямого впрыска типа TSI, TFSI и прочие.

Присадки улучшают характеристики топлива, продлевают ресурс системы впрыска и позволяют экономить. По статистике, например, таксомоторов, экономия топлива полностью окупает затраты на регулярное приобретение присадки. Двигатель работает корректно и с высоким КПД.

Подскажите, можно ли использовать триботехнические присадки на турбированном двигателе объёмом 1600, 150 л.с., конкретного упоминания не нашёл, если да, то посоветуйте какие?

Можно. Восстанавливающие трибосоставы «СУПРОТЕК» не влияют на пары трения турбины, так как они сделаны не из металла. Система картриджей в турбинах собирается на втулках из композитных материалов. А с ними наш трибосостав не работает. Здесь он не делает ни хуже, ни лучше.

А вот непосредственно двигателю трибоприсадка, конечно, поможет. Для вашего ДВС рекомендуем трибосостав «Актив Плюс бензин». Обработываете в три этапа, как написано в инструкции.

Найди ответ на интересующий тебя вопрос в рубрике «Вопрос-Ответ» на сайте «Супротек» - <https://voprotec.ru/vopros-otvet/>.



Окончание. Начало на странице 1 ↑

И если бы компания «СУПРОТЕК» на протяжении своих 17 лет стояла на принципах «что получилось, то и хотели», не было бы доверия тех миллионов потребителей, которые многократно обращаются к нашим продуктам. Повторная покупка, когда к продукту возвращаются снова и снова, едва ли не главный элемент доверия.

РАДЫ ВИДЕТЬ ВАС СНОВА

Когда мы говорим, например, о трибосоставах, мы понимаем, что это не продукты постоянного использования. Человек за время эксплуатации своего автомобиля купит несколько банок, обработает, а потом «Регуляр» будет поддерживать динамику двигателя. Ну, обработает трансмиссию, другие узлы и механизмы.

Но с точки зрения технологического набора он всё равно пользуется продуктом один раз. Остальное время мы ждём, когда он приобретёт новый автомобиль и у него снова будет потребность в обработке. В этом, конечно, есть определённая сложность. Но когда мы выводим новые продукты, а наши потребители за этим следят, они с удовольствием ими пользуются, потому что у них высокое доверие к бренду, они имеют опыт использования товаров «СУПРОТЕК».

ГОД РЕПУТАЦИИ

Мы объявили 2019 год – годом репутации. Это очень важно для нас и наших клиентов. Если потребителям известно имя, если репутация бренда высока, тогда люди будут пользоваться этим продуктом. Человек априори понимает, что этому продукту он будет доверять, будет им пользоваться. Да, сегодня сложное время на рынке. Каждый из нас ходит в магазин и часто просто не знает, продукты какой марки взять. Здесь я говорю о продуктах питания. Настолько быстро

меняется внутреннее наполнение этих продуктов. Кто-то в целях экономии пытается заменить один ингредиент другим, консерванты самые разные применяет и прочее.

В ПОИСКАХ ИДЕАЛЬНОЙ КОМПОЗИЦИИ

Когда мы меняем композицию наших минералов, то не для того, чтобы ухудшить или удешевить продукт, а для того, чтобы улучшить его. Сейчас большая группа наших учёных – геологов, геофизиков, трибологов и те, кто хорошо разбираются в использовании продукта в силовых агрегатах, – подбирают новые композиции, создают новые минеральные группы, чтобы усилить эффект работы трибосоставов. Мы добавляем в них элементы инновационной автохимии. Это даёт нам возможность решать задачи более широкого спектра или, напротив, конкретного сегмента, если мы говорим о промышленности.

К сожалению, наш продукт не настолько универсален для всего, поскольку режимы эксплуатации механизмов очень разные. Когда мы говорим о режиме эксплуатации автомобиля, нам всё понятно. Каждая, даже самая маленькая, партия сырья у нас очень жестко контролируется на входе. У нас есть своя лаборатория, все партии минеральных композиций проверяются на машинах трения, прежде чем пойти на конвейер к потребителю. Контроль на всех этапах – тоже важный фактор, чтобы не потерять доверие.

ЭКСПЕРТНОЕ СООБЩЕСТВО

Что касается взаимоотношений с экспертным сообществом, учёными, автомобильными журналистами. Для нас важно мнение экспертов, профессионалов, которые используют наши продукты, испытывают их, дают нам

какие-то рекомендации, заключения. Поэтому на протяжении 17 лет мы обращаемся к учёным, специалистам, которые проверяют наши продукты в разных режимах и дают нам заключения.

Бывает так, что идёт долгий поиск каких-то параметров. Как в случае с маслом. Мы проверяли множество параметров моторных масел от разных поставщиков и в нашей стране, и за рубежом, и также проверяли моторные масла известных брендов на российском рынке. На протяжении полутора лет мы подбирали ту формулу, тот состав, который будет интересен для нас с точки зрения трибохарактеристик, трибосвойств – продление ресурса и защита от износа. И самое главное, что свойства масла должны быть неизменными на протяжении длительного периода эксплуатации – longlife.

Они видят, что такой эффект достигается при использовании триботехнических составов из России

Мы добились своего, у нас получился триботехнический шедевр – наше моторное масло SUPROTEC Atomium. Прошел год, как мы запустили этот продукт на рынок. И за это время мы убедились, что наш потребитель имел возможность ещё раз удостовериться в том, что мы производим высокоэффективные продукты, что они достойны уважения. И это тоже элемент взаимного доверия между брендом «СУПРОТЕК» и нашим потребителем на российском рынке.

ЭКСПОРТ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ТЕХНОЛОГИИ

Наш бренд Atomium в Европе только-только прикоснулся к рынку. Он даже не вошел в рынок, а только прикоснулся. Но мы видим, что на глобальном рынке есть колоссальное удивление. А там люди более открытые, их меньше обманывали.

Поэтому когда они видят, что такой эффект достигается при использовании триботехнических составов из России, они очень удивляются – почему этого нет повсеместно, почему об этом мало кто знает? Они удивлены – как в России сделали такой шикарный продукт?

Я думаю, что время Atomium ещё придёт. Там, где мы более активно продвигаем наш продукт, число потребителей и продаж растёт каждый месяц. Это говорит о том, что продукт на мировой рынок зашёл и начинает завоёвывать пространство. Он работает! Наш продукт проходит проверку не только внутри страны, но и в других странах. Нам доверяют, а мы доверяем нашим потребителям, консультируем, сопровождаем товар и прислушиваемся к пожеланиям наших клиентов, чтобы вместе создавать новые продукты.

Помните, как в фильме «Брат». В чем сила? Наша сила в правде. ■

ЕВРОПЕЙСКИЕ АВТОМОБИЛИСТЫ НАЧИНАЮТ ДОВЕРЯТЬ ТЕХНОЛОГИИ ИЗ РОССИИ

С чего начинается продажа трибосоставов в мире? Мы понимаем, что любой наш новый потенциальный клиент-покупатель находится в категории сомневающихся из-за пока недостаточной узнаваемости бренда Atomium. Это, напомним, глобальный бренд компании «СУПРОТЕК» на мировом рынке. Здесь, говоря о клиенте-покупателе, мы имеем в виду как типичного автовладельца, так и потенциального дистрибьютора-партнера, желающего заниматься развитием нашего бренда в своей стране.

Что мы делаем, чтобы получить доверие к нашей технологии, бренду и продуктам? В первую очередь, мы, безусловно, рассказываем и показываем, как это работает. Как и в России, мы демонстрируем автомобиль с открытым двигателем, который работает без масла. Но и это не всегда убеждает потенциального покупателя, не сразу подводит его к покупке и началу применения наших трибосоставов.

Здесь мы говорим о том, что необходимо попробовать и, как минимум, начать применять. Чтобы получить ожидаемый и гарантированный эффект от применения продукта на своем личном автомобиле. Приведу простой пример. Наш новый партнер в Румынии - основатель и собственник бизнеса, связанного с продажей поддержанных автомобилей и рядом сервисов по их ремонту и обслуживанию. Прежде чем прийти к решению

начать заниматься развитием нашего бренда в своей стране, и, к слову говоря, инвестировать достаточные суммы денег, он провел комплексную обработку составами Atomium своего автомобиля SEAT Altea Freetrack 4x4 с двухлитровым двигателем VW TSI мощностью 211 л.с.

ДВС он обработал в три этапа продуктом Atomium Active Plus Diesel, а топливный насос высокого давления ТНВД составом Atomium HPFP. В результате человек был просто шокиро-



ван положительными эффектами от применения. Прямо скажем, не очень свежий уже автомобиль - машине 10 лет - обрел новую жизнь. Двигатель работает ровно, ушли шумы и вибрации, компрессия поднялась до номинальной, снизился расход топлива.

После обработки ТНВД дизель стал работать лучше, машина просто «рвет с места», в динамике не уступает новым автомобилям. Человек

В первую очередь, мы рассказываем и показываем, как это работает

почувствовал на своём опыте все обещанные производителем эффекты, остался доволен результатом. И поскольку он собственник бизнеса, связанного на 100% с автомобилями и их обслуживанием, принял решение работать с нами и стать нашим партнером в Румынии.

Соответственно, поставил цели и задачи своему персоналу для осуществления достаточного старта продаж и увеличения узнаваемости бренда Atomium в Румынии. А значит - для роста количества удовлетворенных клиентов, применяющих наши триботехнические составы, продлевающие жизнь автомобилю.

Да, большинство автолюбителей привыкли использовать что-то, что кто-то им когда-то посоветовал, что уже давно присутствует на рынке и как бы работает. Но никто не задумывается о том, что традиционные дешё-



вые присадки, которые в 99% случаев изменяют характеристики масла и дают временные эффекты, ты заливаешь в свой двигатель снова и снова. Сомнительная экономия и не очевидный результат. Триботехнические составы работают непосредственно на парах трения в узлах и силовых агрегатах автомобиля, формируют новую поверхность, не вымываются вместе с маслом при очередной его замене, работают долго и эффективно. Вслед за миллионами российских автолюбителей в этом начинают убеждаться владельцы автомобилей в Европе и на других континентах, где появляются восстанавливающие трибоприсадки из Санкт-Петербурга.

Дмитрий Цыпляев,
исполнительный директор
компании Suprotec EU s.r.o.
бренд Atomium

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ И САРАФАННОЕ РАДИО



Есть две категории наших клиентов. Первая - это те, кто уже применял нашу продукцию, знает её, убедился в действенности. Это наши сторонники и адепты. И задача компании поддерживать их, предлагать новые решения и продукты для обслуживания машин, которые помогут им и дальше комфортно владеть любимым транспортным средством.

Вторая часть наших клиентов - это те автовладельцы, которые пока ещё не знакомы с SUPROTEC, но так же

трепетно относятся к своему железному коню, которые хотят, чтобы он работал лучше, ездил как можно дольше или обладал ещё каким-то характеристиками. Здесь важным фактором является донесение информации о том, что такая продукция есть, что она обладает такими-то свойствами и преимуществами, решает такие-то проблемы.

Мы проводим большую работу по обучению дилеров в регионах

Для донесения этой информации мы используем множество средств. Здесь и федеральные теле- и радиоканалы, интернет, YouTube-каналы ведущих блогеров. Никто, в конце концов, не отменял и простое сарафанное радио. Советы друзей-товарищей, их личный опыт применения продукта, пожалуй, самый эффектив-

ный способ построения доверительного отношения к торговой марке. Поэтому, кстати, мы уделяем большое внимание работе с отзывами наших клиентов. Повторю, основная наша задача в работе с конечными потребителями - достоверно и полно информировать клиента о продукте. Поскольку продукт у нас непростой. Поэтому по всей цепочке, начиная с информативности упаковки и заканчивая сопровождением клиента после покупки, мы нацелены на то, чтобы автомобилисту было понятно и просто применять продукт.

Во всех точках продаж есть плакаты, буклеты, каталоги с подробным описанием продуктов и пользы их применения. Любой потребитель может позвонить на телефон горячей линии 8 (800) 200 0661, задать вопросы, получить консультацию. Есть корпоративные видео-каналы, где наглядно показано и рассказано, как и для чего применять каждый состав. Есть официальный сайт, где всё подробно расписано, где можно найти каждую точку продаж «СУПРОТЕК» в любом городе и посёлке РФ, есть, на-

конец, газета «Мой Автомобиль», которую вы читаете и узнаете новое об обслуживании своего автомобиля.

У нас есть программа по обработке личного транспорта наших дилеров. Они могут попробовать продукт на своём транспорте и убедиться в том, что он работает. Пройдя через такую программу, приобретя личный опыт, уровень доверия продавца повышается в разы. И уже не боясь ничего, с открытым сердцем он идёт рекомендовать SUPROTEC покупателям.

Мы проводим большую работу по обучению дилеров в регионах. Многие из них начинали строить свой бизнес вместе с «СУПРОТЕК» и прошли вместе большой путь становления. Они часть нашей компании, наши полноценные соратники и адепты, которые несут наши знания в территории, способствуют повышению культуры владения автомобилем, что называется, на местах.

Роман Петров,
директор по продажам компании
«СУПРОТЕК»

ДОВЕРИЕ НА ДОРОГЕ ОПИРАЕТСЯ НА КУЛЬТУРУ ВОДИТЕЛЕЙ

Но очень сложно бывает отличить культурное поведение на дороге от простой езды по правилам

Культуру поведения на дорогах, так или иначе, стараются прививать везде. Например, в США водительская этика является частью программы обучения в автошколе. Видимо, поэтому даже начинающие американские водители никогда не займут парковочное место, предназначенное для инвалидов. И дело не в штрафе - просто так не принято.

К другим этическим нормам относятся простые правила разумного поведения: например, оставлять окружающим «путь отхода» (не ехать бок о бок) - свободное место на соседней полосе, куда можно резко свернуть при аварийной ситуации. Или на светофоре останавливаться так, чтобы видеть задние колеса впереди стоящего автомобиля - так безопаснее. Еще одна полезная рекомендация - не выворачивать заранее руль перед левым поворотом, чтобы не вылететь на встречную, если вдруг вас «догонят» сзади.

А еще у американцев есть служебные «этические кодексы». Им обязаны подчиняться наёмные работники, деятельность которых связана с эксплуатацией служебного автомобиля. Это разумно, особенно если машина окрашена в корпоративные цвета - по одному водителю-хаму будут судить обо всей фирме.

В Германии власти решили бороться за дорожную культуру суровыми репрессивными мерами и установили преискуртант на оскорбительные слова и жесты. Устный намек на умственную несостоятельность соседа по потоку может обойтись в 750 евро. А сравнение со снабженным пятачком



Популярная комбинация с вытянутым вверх средним пальцем обойдется в сумму от 600 до 4000 евро

нежвачным парнокопытным - в две с половиной тысячи.

Популярная комбинация пальцев с вытянутым вверх средним обойдется в сумму от 600 до 4000 евро, в зависимости от доходов нарушителя, а за применение физической силы можно

загнать в тюрьму на срок до двух с половиной лет.

В Советском Союзе под этикой обычно подразумевалось просто соблюдение Правил Дорожного Движения. Суровые агитплакаты убеждали водителей пропускать пешеходов или воздерживаться от выпивки за рулем.

В истории постсоветской России попытки начать борьбу за повышение культуры на дорогах предпринимались, но все были какими-то вялыми, вне зависимости от того, кто являлся их инициатором: ГИБДД или неправительственные организации.

Александр Пикуленко
обозреватель
«Ассамблеи автомобилистов»

НОВОСТИ

Частников лишат права размещать камеры для фиксации нарушений ПДД



В Госдуме готовят пакет поправок в законодательство о государственном-частном партнерстве. «Наша задача убрать частников. Я называю это «аренда государственной власти». Ну как можно арендовать камеру, использовать для заработка? Приборы, не соответствующие техническим нормам, искажают данные.

Собрали информацию, на флешке отнесли, а что с этой флешкой стало дальше? Кого-то наказали, кому-то простили - эту историю надо заканчивать», - заявил Вячеслав Лысаков.

Депутат подчеркнул, что неправильная установка камеры показывает превышение скоростного режима на семь километров в час.

Автомобильные номера предлагают выдавать по новым правилам



Правила выдачи автомобильных госномеров предлагают снова изменить. В Госдуме разрабатывают законопроект, согласно которому, вне зависимости от места постановки на учет, регистрационные знаки начнут выдавать с кодом региона, где зарегистрирован сам автовладелец.

Автор инициативы первый заместитель председателя комитета Госдумы по транспорту Михаил Авдеев считает, что такая норма «направлена на миграционный учёт и повышение антитеррористической защищенности», к тому же «это поможет четко видеть, сколько и где находится автомобилей с владельцами из разных регионов».

5 звезд за стихи и вкусный запах



Как часто пассажиры такси ставят оценки водителям, и что влияет на их рейтинг? Узнали из исследования.

30% пассажиров оценивают мастерство и впечатления от общения с водителем после каждой поездки. Еще треть никогда не ставит оценки. Остальные делают это время от времени. У пассажиров поинтересовались, в каких случаях водитель заслуживает высшую оценку. Самым распространенным ответом стал: «быстро и аккуратно доставил в пункт назначения». На втором месте оказалась вежливость водителя, на третьем - чистота и аккуратность автомобиля.

Среди ответов были: «вкусно пахло в машине, всю поездку наслаждалась запахом», «водитель был молод и весел», «это была женщина с утонченным музыкальным вкусом, не нарушавшая ПДД, и в целом quite a nice person», «водитель читал стихи собственного сочинения».

Больше новостей
www.autoassa.ru



ЭФФЕКТИВНАЯ
И БЕЗОПАСНАЯ
АВТОХИМИЯ

ПРОВЕРИЛ
ОДОБРЯЮ
ПОЛЬЗУЮСЬ



техническая поддержка 8 (800) 200 06 61

#AcademeG

авто асса

Над номером работали: главный редактор - Энд Ник Карунос, бильд-редактор - Роман Казейн, дизайн/вёрстка - Богдан Акимов.
Тексты: Ян Малышев, Роман Петров, Дмитрий Цыпляев, Александр Пикуленко. «Мой автомобиль». Информационный бюллетень. Установочный тираж до 500 000 экз.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБОЗРЕНИЕ АССАМБЛЕИ АВТОМОБИЛИСТОВ