

# Кому он нужен, антикор?

## СРАВНЕНИЕ РОССИЙСКОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

ЮРИЙ БУЦКИЙ

**А**втомобильный дилер... Насколько его интересы связаны с интересами производителя автомобилей? И если российский дилер не похож на западного коллегу — о чем это говорит? Не о том ли, что методы работы автомобильных концернов в Европе и России несколько разные?

Прежде чем ответить, поговорим о послепродажной подготовке автомобиля к эксплуатации. Посмотрим, как проводится она за рубежом и у нас. Поразмышляем о позиции производителя автомобилей и его дилера. Сопоставим факты. И уж тогда попробуем сделать выводы. В качестве примера выберем весьма перспективную услугу — дополнительную антикоррозионную защиту автомобиля.

Дело борьбы с коррозией автору хорошо знакомо. И не только по опыту российских сервисов. Ему довелось изучать применение антикоррозионных материалов в разных странах — от Швеции до Сингапура. Банально, но факт: везде есть специфика подготовки автомобиля к эксплуатации. В том числе и с точки зрения защиты от коррозии. Специфика региональная. Если хотите — географическая.

Причин тому немало. Север — это морозы. Снег с дождем и дождь со снегом. Частые перемены температур с «плюса» на «минус». Антигололедные реагенты на дорогах. Кое-кто полагает, что в Скандинавии их не применяют. Будьте уверены — применяют. Просто они гораздо экологичнее и совершеннее наших.

Тропики — это чудовищная жара и влажность. Соленое дыхание теплых экваториальных вод. Включите воображение и представьте автомобиль в парной русской бани. Да еще с включенным кондиционером. Каково приходится металлу его кузова?

Недаром существует термин «тропическое исполнение автомобиля». Но есть и другое понятие — «северная эксплуатация». Потому автомобили для скандинавских дорог

готовят иначе, чем для Куала-Лумпура. Хотя марки и модели — одни и те же.

А Россия? Есть ли тут своя специфика и свои проблемы? А как же! Их впору окрестить «шведскими в квадрате». Зимы мягче — но это как раз и плохо. Дождей и мокрого снега больше, а «ноль по Цельсию» бывает гораздо чаще. Сами понимаете, коррозии перепады температур только на руку.

Экологическая обстановка в Москве и Петербурге несравненно тяжелее, чем в Стокгольме, Осло или Копенгагене. А пресловутые москов-

● **Если российский дилер не похож на западного коллегу — о чем это говорит?**

ские реагенты... Они будто специально созданы не для борьбы со льдом, а для уничтожения всего подряд: деревьев, обуви, проводов, автомобильных шин и кузовов. К тому же российская страсть к плановому хозяйству неистребима. И вот вам картина маслом. Теплая осень или весна. И движется по улице автоцистерна, поливая совершенно сухую мостовую антигололедной отравой. «Уплочено!»

Скажите, нужна ли автомобилю в таких условиях дополнительная

антикоррозионная защита? Рассудительный человек скажет: «Да». Российские автомобильные дилеры отвечают: «Нет». Отвечают устами продавцов-консультантов и инженеров по гарантии. Это вполне современные и продвинутые молодые люди в строгих костюмах. Иногда — в чистых фирменных комбинезонах. Вот их отработанные до автоматизма слова: «Иномарки не гниют», «У них пожизненная заводская защита», «У них оцинкованные кузова» — ну и так далее.

Не согласишься, а уж тем более напишешь об этом в журнале — обижаются. Даже сердятся. Образцово-показательно. Примерно так: «Вы бросаете тень на бренд! Производитель дает гарантии на кузова от коррозионных поражений. Шесть лет! Восемь лет! Двенадцать лет!».

● **В условиях кризиса российский автопарк будет стареть.**

Словом, защита forever! Но при этом представители дилера, как правило, забывают сказать, что гарантия-то — от сквозной коррозии. А это означает, что губительные процессы в скрытых полостях начнутся гораздо раньше — на второй или третий год эксплуатации. И возникает вопрос: это что — некомпетентность российского дилера или... позиция производителя?

Впрочем, с некомпетентностью и так все ясно. Увы! Она, как говорится, имеет место быть. Недавно автор этих строк пытался выяснить у официальных дилеров: какую защиту от коррозии получают на конвейере автомобили популярной французской марки? Какие кузовные детали оцинкованы? Толщина цинкового слоя? Как защищены сварные швы? Какие материалы нанесены на днище? Что именно распылено в полостях? Иными словами, на чем реально осно-



вана гарантия производителя? А заодно — ваш корпоративный апломб?

Внятного ответа не дал никто. Повторяли набившие оскомину фразы о гарантии производителя и чести мундира. А он, забугорный производитель, оказался хитрее своего российского дилера. Он учитывает, с какой страной работает — с Норвегией, Швецией или Россией. Он знает, что европейцы себя уважают. Неподготовленную машину им не продашь. Она должна соответствовать условиям эксплуатации и (внимание!) менталитету населения. А скандинавский менталитет таков: нам, северянам, нужна дополнительная антикоррозионная защита. Тем более что KIMAB (Шведский институт металла и коррозии) ее настоятельно рекомендует. И автомобильные журналы об этом постоянно рассказывают.

Соответственно ведут себя и скандинавские дилеры. Они сигнализируют производителю: нам необходим антикор! А производитель после исследований и рекомендаций KIMAB двумя руками «за». Обработайте! Таким образом, антикоррозионные материалы для послепродажной обработки получают официальное одобрение автомобильного концерна. И вот уже дилеры любезно предлагают эту самую защиту. И выполняют ее на самом современном уровне.

Еще раз, просьба читать внимательно. Это весьма поучительно! Производитель осознанно одобрил антикоррозионные материалы и технологию. Дилер вежливо и убедительно предложил послепродажную защиту. Автомобиль обработали. Клиент доволен. В ближайшие шесть-восемь, а то и десять лет он машину менять не будет. Просто еще раз посетит антикоррозионную станцию года через три-четыре. Это — Скандинавия.

А теперь перенесемся в Россию. Тот же производитель прекрасно знает: россияне буквально сметают новенькие иномарки. С гордым намерением поменять машину через три года. С какой это радости предлагать им антикор? Зачем учитывать шведский и норвежский опыт, рекомендации ученых? Здесь менталитет другой! Аборигены и так все купят. Да еще в очередь встанут. Нет, надо гнать и гнать им машины — быстрее, как можно быстрее! А по коррозии отговориться формальной «сквозной» гарантией.

Может ли при таком раскладе российский дилер походить на скандинавского? Нет, конечно. Вот и наблюдаем мы отуженных мальчиков, которые не знают о коррозии ничего. Или почти ничего. Впрочем, автору известны и вовсе иррациональные случаи. Например, такой. Обработал российский владелец свою иномарку антикором. Шведским. Тем самым, что в Скандинавии получил одобрение автопроизводителя. Машина, заметим, на гарантии. Приезжает наш герой на плановое

ТО, а ему говорят: «Мы вас с гарантии снимем! Вы машину обработали! Крепеж на подвеске пачкается! Это не предусмотрено». Слабые попытки объяснить, что крепеж теперь «не закиснет», ни к чему не привели.

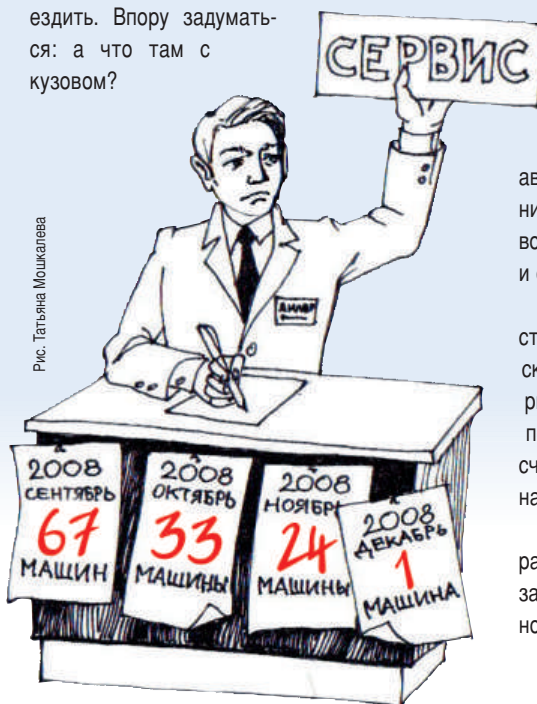
На минуточку. Материал производителем автомобиля одобрен. Но в Швеции, Дании, Норвегии. Те же автомобили поголовно обрабатывают именно этим материалом. Но опять же —

### ● Основные доходы дилерам будут приносить не продажи, а сервисы.

в Дании, Норвегии, Швеции. А с гарантии машину снимают. Это уже в России. Есть ли тут разумное объяснение? Молчит производитель. Лепечет что-то невнятное дилер. А владелец — тот и вовсе убит. Знал бы — не связывался.

Не расстраивайтесь, любезный! Теперь все изменится. Только что Россия была самым растущим автомобильным рынком в Европе. Производители и дилеры хотели только продавать. Соответственно, и конкурентная борьба шла в секторе продаж. Какая-то особая подготовка автомобиля выглядела досадной помехой: время уходит, маржа снижается, конкуренты обгоняют! Поэтому клиент дилерского сервиса как источник дохода не рассматривался. Машину купил — все равно, что умер...

За последние месяцы 2008 года продажи новых автомобилей резко упали. И будут падать дальше. А клиент, потенциальный покупатель, что у него? Зарплату задерживают, кредит не дают — где тут менять иномарку каждые три года... Будем беречь старую. Ей еще ездить и ездить. Впору задуматься: а что там с кузовом?



А тут и пошлыны на ввозимые подержанные автомобили подоспели. Значит, на вторичном рынке очень скоро будут предлагать лишь два вида иномарок: собранные в России и ввезенные несколько лет назад. И те, и другие основательно побегали по российским дорогам. Коррозионное состояние их кузовов не сравнить с германской «трехлеткой». Потребитель и тут задаст вопрос: а как с железом?

В общем, российский автопарк будет стареть. Значит, за автомобилями придется более тщательно следить. Ухаживать за ними и ремонтировать. И, как неоднократно писал наш журнал, основные доходы дилерам будут приносить не продажи, а сервисы. Тут волей-неволей начнешь уважать клиента. И предлагать ему новые (и необходимые!) услуги, ту же антикоррозионную обработку например.

Нет, что ни говорите, а в кризисах есть и положительные стороны. Теперь мы поймем, что машина — не одноразовая посуда. Вспомним, что такое правильная эксплуатация. Поинтересуемся, что именно вкладывает производитель в понятие «гарантия». И надо ли доводить состояние кузова до сквозных дыр.

Как отреагирует на все происходящее производитель? А он уже отреагировал. О, этот парень гораздо дальновиднее, чем мы думаем.

### ● Умный и расторопный впишется в новую схему и будет хорошо зарабатывать.

Вернемся на год назад, в начало 2008-го. Именно тогда стало известно, что Шведский институт металла и коррозии, о котором я уже говорил, начал исследования коррозионной стойкости иномарок, эксплуатируемых в России. Все работы финансируются... кем? Правильно, ведущими производителями, созвездием мирового автопрома. Наряду с институтом в исследованиях участвуют концерн Geveko Industri, производящий антикоррозионные материалы Mercasol, и его российский представитель.

Скоро мы узнаем, как чувствуют себя иностранные кузова в наших далеко не скандинавских условиях. И автопроизводитель пересмотрит свою политику в России. Скорее всего, повернет в сторону шведской модели. Просьба считать это ответом на вопросы, заданные в начале статьи.

Что касается российского дилера... Умный и расторопный впишется в новую схему и будет зарабатывать. Хорошо зарабатывать. А недальновидный и ленивый уйдет с рынка. **AEC**

См. информацию на с. 2.