

Искушение **Subaru**

В октябре в Нижнем Новгороде откроется один из крупнейших в России дилерских центров Subaru. Его создание для группы компаний «Интерпласт» — это не только продвижение интересной марки, но, в первую очередь, привнесение на нижегородский рынок новой идеологии автомобильного сервиса.



Дмитрий Смирнов, генеральный директор ГК «Интерпласт»

— Дмитрий Юрьевич, вашей группе компаний в сентябре исполняется 12 лет. Открытие центра Subaru можно расценивать как подарок клиентам?

— Скорее, это вершина в развитии одного из направлений нашего бизнеса. Группа компаний «Интерпласт» имеет интересы в разных отраслях — автомобильный бизнес, производственная

интеграция, управление недвижимостью. Автомобильным направлением занимаются три технических центра, которые работают в Нижнем Новгороде. В состав ГК также входит предприятие, которое является производственным интегратором, оно разрабатывает и поставяет готовые решения для различных производств, в том чис-

ле для автопрома. Мы открыли 5 филиалов в других регионах, и в ближайшие два года они вырастут в крупные центры по продвижению услуг в сфере производственной интеграции.

Автомобильный бизнес «Интерпласта» в том виде, в каком он существует сейчас, вырос из тюнинга, которым компания начала заниматься 12 лет назад. Мы в свое время очень плодотворно сотрудничали с Горьковским автозаводом, в течение нескольких лет готовили практически все выставочные модели ГАЗа для демонстрации на различных мероприятиях. И таким образом оттачивали навыки и мастерство. Естественно, серьезно занимаясь тюнингом и доводкой машин «до ума», мы сформировали сильную команду хороших специалистов и постепенно подошли к продаже и продвижению готовых автомобилей с тем, чтобы все наши знания и опыт нами самими и были востребованы.

До сих пор мы продавали автомобили Subaru в качестве официального дилера через небольшой салон, возможностей которого до определенного момента было вполне достаточно. Затем было принято решение о строительстве крупного современного дилерского центра. Оно было обусловлено меняющимися потребностями автомобильного рынка.

— Почему именно Subaru?

— Мы отдавали себе отчет, что это очень ответственный и непростой бренд для продвижения. Subaru — не массовый автомобиль. Это не просто средство передвижения, а продолжение собственного «я». Люди, которые покупают такого рода автомобиль, как правило, обладают нетривиальным взглядом на мир.

Чаще всего Subaru — не первый автомобиль, который приобретает автовладелец, а как минимум второй или третий. Сначала человек покупает относительно простую машину, затем — массовую модель, потом у него появляются личные требования к автомобилю. Исходя из этих потребностей, одни приобретают BMW, другие — Audi или Mercedes, а третьи отдают предпочтение Subaru. Это сознательный выбор. Времена меняются, вкусы и потребности людей развиваются, становятся более тонкими. Человек посто-

янно ищет себя, и этот поиск приводит к тем или иным штрихам в жизни, которые проявляются в том числе и в выборе автомобиля. После того как первичный спрос насыщается, люди уже обращают внимание на то, чем же они владеют, размышляют — а такой ли автомобиль им нужен. Subaru — это автомобиль для искушенных людей. И время искушенных людей уже настало.

Как мы сформулировали для себя, Subaru — это автомобиль для людей, которые привыкли сами рулить своей жизнью. Им не нужна пафосная машина — «памятник на колесах», им не нужно подчеркивать свой статус. Это люди самодостаточные, внутренние свободные.

Так что наше решение по строительству крупного дилерского центра было определено временем, потребностями рынка. Судя по статистике продаж автомобилей на мировом и российском рынках, сейчас так называемые «среднячки» — машины без «изюминки» — постепенно теряют в продажах. На первый план начинают выходить дорогие авто, хорошо оборудованные и разработанные применительно к индивидуальным требованиям. Subaru — один из таких автомобилей. Его время пришло. Открытие дилерского центра означает, что мы готовы продвигать эту марку совершенно по-новому, исходя из современных требований потенциальных владельцев Subaru.

— По-новому — это как? Подразумевается какой-то новый уровень сервиса?

— Вообще понятие «сервис» сегодня очень расплывчато, и часто в автомобильном бизнесе под этим подразумевается закручивание гаек и замена каких-то деталей. Однако такого рода обслуживание может быть актуально лишь для простых машин.

Понятие «клиентский сервис» сегодня нужно рассматривать с других позиций — как некое сопровождение. Владелец такого автомобиля как Subaru должен получать удовольствие от того, чем он владеет. Все остальные заботы берет на себя компания, которая этот автомобиль продвигает на рынок. Ведь при покупке Subaru человек приобретает не транспортное средство, а приятные ощущения. Поэтому та программа, которую мы разработали для владельцев Subaru, главным образом сосредоточена на области ощущений.

— Расскажите, пожалуйста, об этой программе подробнее.

— Первое мероприятие в ее рамках — Subaru-рейд в Германию, приуроченный к открытию дилерского центра в России. Автопробег на Subaru будет символизиро-

вать общность владельцев этих автомобилей. Маршрут пройдет по кольцу практически через всю Германию. Проедем до Петербурга, пересечем Финляндию, там погрузимся на паром и приедем в германский порт Росток. Оттуда — в Потсдам, где будет организована экскурсия в королевском замке Сан-Суси. Затем мы отправимся в Нюрнберг, и там каждый сможет испытать свой автомобиль в условиях гоночной трассы Нюрнбургринг.

Запланирован также тренинг на Хоккингхайм-ринге. Этот тренинг направлен на то, чтобы владелец автомобиля смог при необходимости без проблем вывести свой автомобиль из критической ситуации, сумел лучше почувствовать свою машину, возможности и преимущества бренда Subaru. Ведь главное в вождении — не только ощущения комфорта и безопас-

«Владелец такого автомобиля как Subaru должен получать удовольствие от того, чем он владеет. Все остальные заботы берет на себя компания, которая этот автомобиль продвигает на рынок».

ности, или адреналин и жажда скорости, но и единение автомобиля с владельцем.

Вслед за этим мы посетим штаб-квартиру Subaru с тем, чтобы автовладельцы смогли увидеть, как автомобили их марки продаются и обслуживаются в Европе, и пообщаться с местными владельцами Subaru. Потом нас ожидает Мюнхен — несколько дней пивного фестиваля Октоберфест, дальше отправимся в Кельн, где нас ждут экскурсии по Рейну и другие мероприятия. Затем мы вернемся в Росток, на пароме переправимся в Финляндию — и обратно в Россию... Общая протяженность маршрута составляет 5,5 тыс. км.

Практически каждый автомобиль будет оснащен системой навигации, в которую закладываются карты Европы и России для более легкой ориентации на дорогах. В машинах также будут установлены радиостанции, которые позволят держать связь между автомобилями. Маршрут составлен таким образом, что у участников автопробега будет достаточно остановок для отдыха — уже заказаны гостиницы с парковками и автостоянками. В составе колонны поедет автомобиль технической поддержки для предупреждения разных непредвиденных ситуаций. Все остальное зависит от мастерства водителей.

— А сколько владельцев изъявило желание участвовать в поездке?

— В этом рейде примут участие 24 человека на 10 автомобилях Subaru. Подобные акции мы будем проводить часто и планируем устраивать мероприятия на разные вкусы. Вообще-то, речь идет о начале работы элитного клуба Subaru, а обладатели автомобилей Subaru станут членами этого клуба и, в частности, смогут принимать участие в тест-драйвах новых моделей автомобилей, тестировать новинки. Мы будем приглашать владельцев Subaru на совместные поездки на этапы чемпионата мира по ралли. Все это даст возможность более полно почувствовать ценность бренда Subaru.

— Какие модели Subaru вы планируете продавать? Как будет меняться ассортимент?

— Модельный ряд будет расширяться. Помимо тех автомобилей, которые про-

даются сегодня, с ноября к нам приходит абсолютно новая модель — Subaru V9 Tribeca — прогрессивный внедорожник. Примерно через полгода мы выведем на нижегородский рынок спортивный автомобиль Subaru Impreza, созданный на новой базе. И на базе этого авто будет расширен модельный ряд: полноприводный родстер, минивэн и три модификации спортивных авто. Как видите, модельный ряд получается достаточно широким.

Кроме того, Subaru сейчас прорабатывает возможность поставок на российский и европейский рынки городских автомобилей, которые сегодня очень популярны в Японии. Таким образом, модельный ряд будет насчитывать 10–12 моделей Subaru. Что примечательно, практически все автомобили полноприводные, что очень актуально для российских условий.

— Как будет меняться спрос на автомобили Subaru?

— Сегодня уже составлен план продаж на следующий год. По нашим прогнозам, это будет существенная цифра. Сейчас, я повторяю, настало время Subaru. Этот автомобиль становится модным и востребованным. В конце концов, он просто очень надежен, практичен и современен.

Подготовила Анна Глуховская
Фото Александра Ивасенкова

интерпласт
ГРУППА КОМПАНИЙ

Автосалон Subaru
г. Нижний Новгород,
ул. Куйбышева, 30
Тел.: (8312) 754-007, 753-778

Сервисный центр Subaru
г. Нижний Новгород,
ул. Куйбышева, 32
Тел. (8312) 431-904