



SUZUKI: ОТКРЫТИЕ ГОДА



В середине декабря прошло торжественное открытие крупнейшего в Нижнем Новгороде дилерского центра SUZUKI (ГК «Интерпласт»). Огромный (общая площадь – более 3000 кв. м) дилерский центр предлагает своим клиентам массу разнообразных услуг: 16 (!) постов СТО, диагностику состояния автомобиля в интерактивном режиме, возможность наблюдения за обслуживанием и ремонтом, а также комфортную зону отдыха. На открытие прибыли генеральный директор ООО «Сузуки Мотор Рус» Коичи Такакура и вице-президент по маркетингу и продажам в Европе «Сузуки Мотор Корпорейшн» Джун Хасегава.



Вице-президент по маркетингу и продажам в Европе «Сузуки Мотор Корпорейшн» «Сузуки Мотор Корпорейшн» Джун Хасегава (впереди) и генеральный директор ООО «Сузуки Мотор Рус» — Коичи Такакура.



Президент ГК «Интерпласт» Дмитрий Смирнов и генеральный директор ООО «Сузуки Мотор Рус» Коичи Такакура.



Коичи Такакура, генеральный директор «Сузуки Мотор Рус»



Перед тем как начать работу в России, я знал эту страну только на карте мира — видел, что это самая большая, просто огромная, территория. Но когда я начал здесь работать, понял, что размах — не только географический. Он и в потенциале, и в эмоциях, и в активном развитии. Если говорить об успехах «Сузуки Мотор Рус», достигнутых в России, можно выделить ряд позитивных перемен. В 2011 году компания вышла на лидерские позиции по продажам автомобилей: 1-е место в Европе и 6-е место — по всем странам мира, в которых продаются автомобили Suzuki. Число городов в дилерском списке увеличивается, качество обслуживания непрерывно совершенствуется, а клиентоориентированность всегда была и продолжает оставаться основным приоритетом.

Европейский и японский рынки уже сформировавшиеся. А российский пока еще растет. В Японии и Европе покупатели очень рационально подходят к выбору автомобиля. Российский покупатель отличается эмоциями, вдохновением, которое он вкладывает в покупку.

Сегмент SUV (англ. Sport Utility Vehicle — «практичный спортивный автомобиль» или «автомобиль для активного отдыха» — маркетинговый термин для автомобиля, имеющего кузов «универсал», но основанного на шасси внедорожника. — БК) на российском рынке постоянно растет. Именно поэтому нашей главной премьерой на прошедшем несколько месяцев назад Московском автомобильном

ко эта модель значима для России, и именно поэтому там приняли решение провести европейскую премьеру модели на ММАС-2012.

Конечно, в России традиционно спрос концентрировался на полно-размерных внедорожниках. Но все меняется, потребители все больше смотрят на компактные SUV. Основной рост сегмента SUV на российском рынке происходит именно за счет компактных моделей.

Наш флагман, Grand Vitara, — не просто компактный автомобиль в популярном классе. Это полноценный внедорожник, со всеми соответствующими возможностями, но при этом не слишком большой, что сегодня наиболее востребовано рынком. Мы движемся в тренде, и я считаю, у нас хорошие перспективы.

Со следующего года мы планируем запуск нескольких новинок. Это позволит интенсифицировать наши продажи и в конечном счете увеличить долю рынка. Сейчас мы в России продаем 36 тысяч (по всему миру — порядка 3 миллионов) автомобилей в год, стремимся к отметке в 40 тысяч. Через год можно будет задумываться и о 50 тысячах. ... Новый салон Первого дилерского центра — просторный, суперсовременный, и я уверен: в нем будет приятно работать, а клиенты останутся довольны сервисом высшего уровня!



г. Нижний Новгород,
ул. Народная, 41,
тел. (831) 220-08-33
www.suzuki-nn.com

Первый Дилерский Центр — самый крупный дилерский центр Suzuki в Нижнем Новгороде. На рынке успешно работает с 2007 года. Удачное месторасположение стало оптимальным после открытия метрополитана и развязок в районе Московского вокзала.