

АССОЦИАЦИЯ ПОСТАВЩИКОВ АВТОМОБИЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ

# АВТОКОМ

Сурен  
Переверзев

Директор бренда



“

Пока рынок  
замирает в шоке  
от перемен,  
мы создаем  
новые  
стандарты  
и растем

ТРЕНДЫ  
И ПРОГНОЗЫ  
от производителей

ЛОГИСТИКА  
И ДОСТАВКА  
от дистрибьюторов

АНАЛИТИКА  
РЫНКА  
от экспертов



Запчасти,  
которые  
**не подведут**



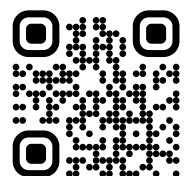
[lynxauto.ru](http://lynxauto.ru)



ЗАПЧАСТИ  
ДЛЯ ОСОБЕННЫХ  
АВТОМОБИЛЕЙ

[ngn-parts.com](http://ngn-parts.com)

NGN



ГАРАНТИЯ  
3 ГОДА

## НОВОСТИ АССОЦИАЦИИ

4

Перезагрузка автосервиса:  
почему вся индустрия собирается  
на ИнтерАвтоМеханике

8

АВТОСЕРВИС ГОДА 2026: КТО СТАНЕТ  
ЛУЧШИМ?

12

Как владелец лучшего автосервиса  
страны строит бизнес на дисциплине,  
а не на доверии

14

Трудности рынка 2026

18

Не «как выжить», а «как зарабатывать»:  
итоги конференций АВТОКОМ

22

Что такое ЭВРИКАР?

24

Как в Ижевске вырос сервис  
на 8 постов

26

АВТОКОМ: всё для развития автосер-  
виса — в одном портале

30

Почему клиенты не возвращаются:  
результаты 100 000 опросов

34

АВТОКОМ и Чемпионат Кубка России  
по драг-рейсингу RDRC 2026

## ДИСТРИБЬЮТОРЫ

39

Амбициозные цели ROSSKO



60

Импортер и дистрибьютор «Авто-Евро»



66

ГК АВТОРУСЬ в Ростове



74

Магистраль-НН: «Главное — детали»



80

ОЛГА — импортёр HL Mando в РФ



84

Маркировка автокомпонентов



86

ВОЛЬТАЖ — 25 лет успеха!



90

MoTexСавтозапчасти: надёжный фунда-  
мент для вашего бизнеса



92

«М ПАРТС» — это сплав технологично-  
сти и коммерческой смелости



94

Четверть века TruckMotors: как менялся  
рынок грузовых запчастей



96

Как «Умный гараж» помогает современ-  
ным СТО работать эффективнее



## УЧАСТНИКИ

42

LYNXauto: как меняется рынок запча-  
стей и на чем растут частные бренды



46

Комплексные решения и стандарты  
надежности от LYNXauto



50

NGN: философия доступного качества  
масел и стандартов автокомпонентов



54

KORSON: эволюция защитных свойств  
в массовом сегменте CM



58

SUFIX: рациональный выбор и эффек-  
тивное импортозамещение



64

SPEEDMATE: остров стабильности  
в меняющемся автомире



68

Экосистема авторемонта: как СТО и  
магазинам запчастей сохранить маржи-  
нальность в новых реалиях рынка



76

История бренда NIAGARA



82

Ведём диалог с HL Mando: о трендах  
в автомобильной индустрии



100

Вентиляторы есть в арсенале FEBEST



104

Вспомогательная химия для СТО



108

От двигателя до трансмиссии: расши-  
ряем ассортимент фильтрации



112

NTN GROUP. Кто мы?



114

SIDEM: европейский производитель де-  
талей подвески и рулевого управления



118

Standard Springs — производитель  
пружин из Турции



122

Рынок автоэлектрики и перспективы  
расширения STARTVOLT



126

TIXONA. С выхлопом — на ты!



130

JIKIU, SB NAGAMOCCHI, AZUMI: спрос  
на надёжность будет всегда



136

О бренде LUZAR



140

Дооснащение автомобиля в 2026



142

Тенденции рынка смазочных материа-  
лов в России — ассортимент  
CARVILLE RACING



144

Меняющиеся условия рынка: ставка  
на гибкость и скорость



148

SINTEC — лидер российского рынка  
антифризов



150

Пружины подвески TRIALLI



## АНАЛИТИКА РЫНКА

154

Актуальные тренды  
автомобильного рынка





### Уважаемые коллеги, партнеры, друзья!

Сегодня отрасль послепродажного обслуживания автомобилей переживает один из самых динамичных периодов своего развития. Меняются технологии, бизнес-модели, требования клиентов и условия работы. Но неизменным остается главное — успех всегда зависит от людей, их профессионализма, готовности развиваться и работать сообща.

Миссия AVTOKOM — Совершенствование рынка послепродажного обслуживания автомобилей для обеспечения безопасности конечных потребителей и защиты интересов его профессиональных участников.

Мы последовательно развиваем проекты, которые помогают отрасли двигаться вперед.

Конференции «Автосервис как успешный бизнес», конкурс «Автосервис года», образовательные программы Академии AVTOKOM, технические воркшопы, крупнейшие отраслевые выставки и аналитические мероприятия — все это становится площадкой для открытого диалога, обмена опытом и поиска практических решений, необходимых бизнесу сегодня.

Одним из ключевых направлений нашей работы остается программа лояльности ЭВРИКАР, где уже почти десять тысяч СТО. Мы последовательно развиваем эту экосистему, объединяя лидеров независимого автосервиса, создавая для них возможности для обучения, обмена опытом и развития бизнеса.

Мы уже сформировали крупнейшее профессиональное сообщество отрасли и дальше наша цель — развитие рынка автосервиса в сторону большей цивилизованности, профессионализма и открытости.

Клиент должен получать честную диагностику, корректную информацию о состоянии автомобиля и возможных рисках, качественный ремонт по нормальной рыночной цене — без обмана и навязывания услуги. Именно в такой среде формируется доверие. А доверие — это фундамент безопасности и устойчивого развития всей отрасли.

Безусловно, рынок продолжает сталкиваться с серьезными вызовами. Усиливается конкуренция, меняется структура продаж, появляются новые требования законодательства, трансформируются привычные модели ведения бизнеса. Но именно такие периоды становятся временем новых возможностей для тех, кто готов учиться, внедрять современные решения и объединять усилия.

Мы уверены, что будущее создается совместной работой. Поэтому AVTOKOM продолжит расширять образовательные инициативы, укреплять профессиональное сообщество, развивать программу «ЭВРИКАР», открывать новые возможности для сотрудничества с российскими и зарубежными партнерами и создавать инструменты, которые помогают участникам рынка становиться сильнее.

Благодарю всех, кто идет этим путем вместе с нами. Доверие наших партнеров, активность участников и желание двигаться вперед — главная ценность AVTOKOM и основа всех наших достижений.

Уверен, что вместе мы продолжим формировать сильный, современный и цивилизованный рынок послепродажного обслуживания автомобилей.

**Эдуард Арамян**  
Генеральный директор AVTOKOM

# Перезагрузка автосервиса: почему вся индустрия собирается на ИнтерАвтоМеханике

Российский автомобильный рынок продолжает штормить: логистические цепочки перестраиваются на ходу, требования к качеству компонентов растут, а независимые СТО и крупные сети ищут новые точки опоры. В этих реалиях личные встречи и прямые контракты становятся главным условием выживания и роста бизнеса.

В традиционные для отрасли даты 18-21 августа московский МВЦ «Крокус Экспо» превратится в главный автосервисный хаб. Здесь развернется Международная выставка автомобильной индустрии **ИнтерАвтоМеханика** — проект, который в кратчайшие сроки перерос формат классических экспозиций и стал современной, отвечающей запросам бизнеса, полноценной B2B-платформой мирового уровня.



- Выставку автокомпонентов и оборудования для послепродажного обслуживания ИнтерАвтоМеханика;
- Выставку коммерческого транспорта и большой тест-драйв ComAutoTrans;
- Международный автобусный салон АвтобусЭкспо.

Такой комплексный подход позволяет посетителям закрыть абсолютно все потребности бизнеса за один визит — от закупки деталей для легкового парка до обновления коммерческого и пассажирского транспорта.

## Масштаб для лидеров рынка

Масштаб экспозиции впечатляет: в павильонах «Крокус Экспо» на площади в 20 000 кв. м собираются ключевые игроки, определяющие стандарты отрасли. Свое участие уже подтвердили тяжеловесы рынка: ROSSKO, АвтоРусь, Амтел, LAVR, Suprotec, Carville, FEBEST, Rossvik, Sintec, AM Point, GNV Oil, JIKIU, LUBREX, АвтоАльянс, Shturman, AVLKRAFT, LYNX, ENIX, Полюс+, MS-Marshall, OLGA, Paint Expert и сотни других ведущих брендов.

## Новый импульс и синергия АвтоКластера

ИнтерАвтоМеханика — это амбициозный преемник знаменитой выставки «ИнтерАвто» с ее более чем 20-летней историей. Перейдя под управление компании-организатора «Сигма Экспо Групп», проект получил мощную перезагрузку. Обновленная концепция сработала моментально: сразу после премьеры проект завоевал престижную награду «Прорыв года» на Евразийской премии Ассамблеи автомобилистов.

Один из главных драйверов эффективности проекта — его комплексный формат. ИнтерАвтоМеханика традиционно пройдет в составе масштабного отраслевого **АвтоКластера**, объединяющего на одной площадке три взаимодополняющих события:



Официальным партнером ИнтерАвтоМеханики выступает компания **ROSSKO** — один из ведущих российских дистрибьюторов автозапчастей, чья продукция установлена в каждой пятой машине страны. Эксклюзивное участие лидера такого уровня подчеркивает статус выставки как эффективного инструмента лидогенерации и кратчайшего пути к контрактам.

Еще одна стратегическая зона — единая специализированная экспозиция Соорганизатора выставки, Ассоциации поставщиков автомобильных компонентов «**Автоком**».

*«Мы уверены в успехе проекта, так как он объединяет мощный выставочный ресурс Сигма Экспо Груп, глубокую профильную экспертизу АВТОКОМА и возможности Москвы как крупнейшего логистического хаба, альтернатив которому просто нет».*

*— Эдуард Арамян, генеральный директор ассоциации «АВТОКОМ»*

#### От теории к практике: знания и инструменты роста

Современная выставка — это не только стенды участников, но и пространство для развития компетенций. В рамках проекта организаторы делают мощный акцент на практику, обучение и реальные бизнес-решения.



#### АвтоБизнес Форум: модели, которые работают

Одним из ключевых событий деловой программы становится АвтоБизнес Форум. Здесь выступают исключительно практики, ежедневно управляющие реальными сервисами, логистикой и продажами. В фокусе внимания — разбор живых кейсов обслуживания транспорта, эффективные модели организации процессов, минимизация ошибок персонала и методики роста прибыльности СТО.

#### Зона мастер-классов «АвтоМастерская»

Для специалистов, ориентированных на прикладные навыки, разворачивается площадка мастер-классов «АвтоМастерская». Фокус зоны направлен на внедрение комплексных услуг, которыми можно усилить автосервис и повысить средний чек без значительных инвестиций.

В программе — самые востребованные направления:

- Локальное восстановление кузова без покраски (PDR);
- Электрохромная тонировка и маркировка деталей;
- Современные решения в сфере автохимии и химчистки;
- Роботизированные технологии мойки;
- Диагностика подвески на вибростенде;
- Тест-драйвы премиального гаражного и диагностического оборудования.

#### Логистика успеха: почему именно Москва и «Крокус Экспо»?

Выбор локации для проведения ИнтерАвтоМеханики осознанно ограничен столицей. Москва остается единственным центром, способным обеспечить идеальную транспортную доступность для делегаций со всех регионов России и зарубежья.

«Москва — безусловный центр бизнеса, финансов и политики, поэтому все крупнейшие федеральные выставки проходят здесь. Сюда проще привлечь аудиторию, а логистическая доступность идеальна. И хорошо, что именно в Москве есть «Крокус Экспо», аналогов которому в стране нет и не появится. Это площадка номер один по инфраструктуре и масштабу. Здесь всё связано воедино: станция метро с переходом прямо в павильоны, близость к аэропортам, собственные отели и торговые центры. Все главные выставки выбирают «Крокус», потому что его возможности уникальны».

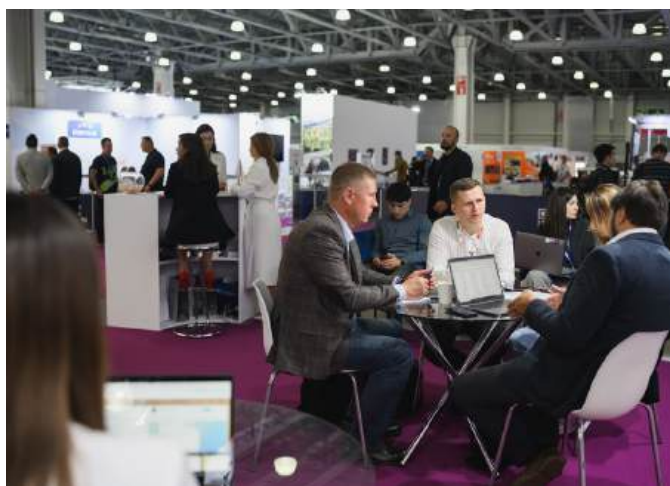
— **Петр Тугарашвили**, директор департамента коммерческих отношений МВЦ «Крокус Экспо»



### Вывод: стратегический выбор для бизнеса

ИнтерАвтоМеханика доказывает, что в эпоху цифровизации личное присутствие на ключевых отраслевых площадках остается незаменимым инструментом развития. За несколько дней работы на выставке руководители компаний, владельцы СТО и специалисты по закупкам получают объем информации, контактов и готовых технологических решений, сопоставимый с годом самостоятельной рутинной работы.

Для профессионалов автоиндустрии посещение выставки ИнтерАвтоМеханика — не просто пункт в календаре, а долгосрочная инвестиция в конкурентоспособность своего бизнеса.



**18–21 АВГУСТА 2026**

КРОКУС ЭКСПО, МОСКВА

### Разделы выставки

-  Запчасти и компоненты
-  Оборудование для диагностики, ремонта и восстановления
-  Аккумуляторы и электроника
-  Мойки и моечное оборудование
-  Шины и диски
-  Легковые автомобили
-  Смазочные материалы, технические жидкости и автохимия
-  Кузовной ремонт и лакокрасочные материалы
-  Аксессуары и тюнинг
-  Гаражное оборудование
-  ПО, телематика и IT-решения

Организатор



Соорганизатор



При поддержке



# «АВТОСЕРВИС ГОДА 2026»: КТО СТАНЕТ ЛУЧШИМ?



Борьба за звание лучшего автосервиса страны — в самом разгаре. Конкурс «Автосервис года 2026», который проходит уже в девятый раз, вновь собрал сильнейшие станции технического обслуживания, лучших механиков, мастеров-консультантов и руководителей со всей страны.

За последние годы проект, организованный Ассоциацией дистрибьюторов и поставщиков автокомпонентов АВТОКОМ, превратился из отраслевого соревнования в настоящий знак качества для независимого автосервиса. Здесь побеждают не только знания и скорость работы — здесь оцениваются уровень сервиса, культура общения с клиентом, эффективность команды и способность бизнеса постоянно развиваться.

## Когда автосервис — это больше, чем ремонт

Современный автосервис давно перестал быть просто мастерской с подъемниками и набором инструментов. Сегодня это полноценный высокотехнологичный бизнес, где важна каждая деталь: квалификация сотрудников, организация процессов, доверие клиентов и умение работать по высоким стандартам.

Именно поэтому конкурс «Автосервис года» стал для отрасли чем-то гораздо большим, чем просто соревнованием. Для одних — это возможность проверить уровень своей команды. Для других — шанс заявить о себе на всю страну. А для многих участников — мощный инструмент развития бизнеса и мотивации сотрудников.

С каждым годом проект становится масштабнее: рас-



ширятся география, растёт количество участников, появляются новые форматы и номинации, а конкуренция выходит на совершенно новый уровень.



### Рекордный сезон 2025

Прошлый сезон стал для конкурса по-настоящему рекордными. В 2025 году в проекте приняли участие более 6000 автосервисов из 800 городов России — от Калининграда до Камчатки. В финальную часть вышли свыше 250 СТО, которые на протяжении нескольких месяцев проходили тестирования, решали практические кейсы и боролись за звание лучших в профессии. В разработке кейсов принимали участие представители брендов-партнеров конкурса: технические специалисты с мировым именем.

Торжественный финал прошел 29 мая 2025 года в московском Arbat Hall и собрал представителей всей отрасли — от независимых сервисов до крупнейших игроков рынка.

Главный титул сезона — «Лучший автосервис года 2025» — завоевал «Автосервис на Дубровской» из Брянска. Второе место занял «Автосервис ДРАЙВ» из Калининграда, третье — автосервис «Адреналин» из Вологды.

Но главное — конкурс вновь показал, насколько сильно изменилась сама индустрия. Сегодня независимые СТО — это современные предприятия с высоким уровнем экспертизы, сильными командами и серьезным отношением к качеству сервиса.

### Почему участие в конкурсе стало важным для бизнеса

Многие участники признаются: подготовка к конкурсу меняет работу автосервиса изнутри. Команды начинают глубже изучать техническую документацию, совершенствовать коммуникацию с клиентами, перестраивать внутренние процессы и сильнее вовлекаться в работу.

Конкурс помогает не только выявить сильнейших, но и увидеть точки роста.

Для автосервисов участие в проекте — это:



- объективная оценка уровня команды;
- дополнительная мотивация сотрудников;
- укрепление репутации сервиса;
- мощный маркетинговый инструмент;
- возможность выйти на федеральный уровень узнаваемости.

Не случайно многие участники возвращаются в проект снова и снова — уже с новым опытом, новыми амбициями и желанием стать лучшими в своей категории.

### «Автосервис года 2026»:

«Автосервис года» продолжает бить собственные рекорды: в этом году он объединил более 6500 специалистов и автосервисов из 810 городов, а борьба за выход в финал стала одной из самых напряженных за всю историю проекта.



Первый этап конкурса — онлайн-тестирование — собрал тысячи участников со всей страны. Затем конкурс продолжился региональными финалами в федеральных округах, где участники продемонстрировали свои знания, практические навыки и умение решать профессиональные задачи в условиях высокой конкуренции.

**Участники соревнуются в четырех ключевых номинациях:**

- «Лучший механик»;
- «Лучший мастер-консультант»;
- «Лучший руководитель»;
- «Лучший автосервис».

Многие команды отмечают, что сама подготовка к соревнованиям уже становится мощным драйвером развития. Сотрудники глубже изучают техническую документацию, совершенствуют навыки коммуникации с клиентами, перестраивают внутренние процессы и начинают работать более слаженно.

**Региональные финалы: определены сильнейшие в округах**

В июне конкурс «Автосервис года 2026» вышел на один из самых ответственных этапов — региональные финалы, которые объединили участников из восьми федеральных округов России.

Участников ждали серьезные профессиональные испытания: практические кейсы, индивидуальные и командные задания, задачи на техническую диагностику, клиентский сервис и управление автосервисом. На этом этапе решающее значение имели не только глубокие знания, но и скорость принятия решений, умение работать в команде и сохранение концентрации в условиях высокой конкуренции.

По итогам региональных финалов были определены не только лучшие автосервисы, но и сильнейшие специалисты в каждой из ключевых номинаций.

**Лучшие автосервисы:**

- СТО «ФИЛЬТР» (Чита);
- ГАСГАРАЖ (Томск);
- KUZNIK (Чебоксары);
- ВИЛДРАЙВ (Челябинск);
- VICTORYAUTO (Астрахань);
- «ХОРОШИЙ СЕРВИС» (Пятигорск);
- MYAUTOLAB (Москва);
- «ДРАЙВ» (Калининград).

**Финал конкурса «Автосервис года 2026»**

Кульминацией сезона станет грандиозный финал конкурса «Автосервис года 2026», который пройдет 21 августа в Москве в рамках выставки ИнтерАвтоМеханика в Крокус Экспо.



Он объединит **200 лучших представителей независимого автосервисного сообщества страны**. Именно между ними развернется решающая борьба за звание сильнейших в своих номинациях.

Но главный результат конкурса измеряется не только победами.

Через несколько дней станут известны имена победителей. Их фотографии украсят профессиональные издания, а кубки займут почетное место в автосервисах.

**Но настоящая ценность конкурса совсем не в наградах.**



Она в другом. Каждый новый сезон собирает все больше участников, делает борьбу сложнее, а уровень профессионализма — выше. И если девять лет назад конкурс искал лучших, то сегодня он уже помогает всей отрасли становиться лучше. Он не просто определяет победителей — он задает ориентиры для всей независимой сервисной отрасли, повышает уровень подготовки специалистов, помогает автосервисам внедрять современные стандарты работы и формирует культуру качественного обслуживания клиентов.

**Наверное, именно в этом и заключается главная победа «Автосервиса года».**



## Конкурс «АВТОСЕРВИС ГОДА»

Ежегодное профессиональное соревнование, проводимое среди станций постгарантийного обслуживания и ремонта легковых автомобилей, а также малого коммерческого транспорта, работающих на территории РФ.

Участником конкурса может стать любая станция технического обслуживания и сотрудники автосервиса не дилерского сегмента.

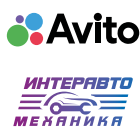


В 2026 году конкурс объединил более **6 500** автосервисов из **810** городов России — от Калининграда до Камчатки



Призовой фонд премии составил **3 500 000**, участие бесплатное

ПЕРЕХОДИ ПО QR-КОДУ  
И УЗНАЙ КАК СТАТЬ  
СЛЕДУЮЩИМ  
АВТОСЕРВИСОМ ГОДА!



# Как владелец лучшего автосервиса страны строит бизнес на дисциплине, а не на доверии

Григорий Пронченко не даёт интервью. Он ставит точки. «Инвестиция, а не затраты». «Премия, а не штраф». «Контроль, а не доверие». Его автосервис из Брянска победил на всероссийском конкурсе, его мастера — первые в личных рейтингах, а средний чек растёт, по его словам, «до страшных цифр». Мы поймали его между переговорами с «Газпромом» и планеркой, чтобы узнать простую вещь: как его жёсткие принципы конвертируются в холодные деньги. Его ответы были кратки, но с большим смыслом.



## Глава 1. «Победа — это не табличка. Это двигатель для среднего чека»

«Следующий год-полтора, наверное, несколько лет», — так Григорий оценивает срок окупаемости вложений в победу в конкурсе «Автосервис 2025 года». Для него это не пиар, а долгосрочный актив, который теперь тикает, как денежный счетчик, во всех точках контакта с клиентом.

Но самое ценное случилось не в день награждения. Оно случилось в спорах. «Честно, сначала мы очень скептически относились к участию в конкурсе. Много казалось бюрократией», — признаётся он. Жюри заставляло менять процессы, которые казались неизблемыми. Спорили, но делали. И оказалось, что эти «глупые» критерии — и есть готовая инструкция по повышению выручки. Слабые места, на которые он привык закрывать глаза, вдруг стали видны всем. Пришлось чинить.

Результат? Клиенты голосуют рублём. «Средний чек растёт постоянно, прогрессирует до уже страшных цифр», — говорит Григорий без тени хвастовства. Про-

сто констатация. **Логика железная: когда человек приходит не «в сервис», а к лучшим специалистам отрасли, у него развязываются руки. Он готов брать более дорогие решения.** Победа сотрудников в личных зачётах — это не просто «молодец». Это топливо для внутренней культуры и прямой путь к лояльности клиента. Всё сходится.

## Глава 2. ГБО, второй сервис и «план Б» от инженера

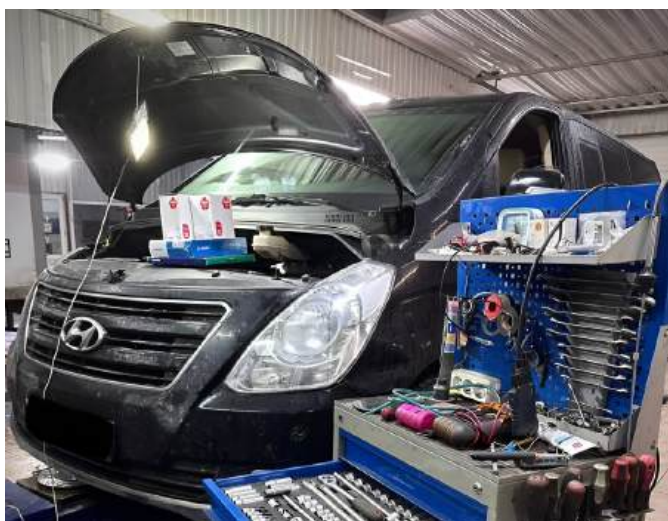
На вопрос, почему именно газобаллонное оборудование, он отвечает так, будто перечисляет характеристики двигателя: «Прибыльный монобренд. Стабильность из года в год. Прямо вот стабильно». Никакой поэзии, чистая механика прибыли.

О втором сервисе в Брянске говорит ещё лаконичнее: «Финансовый порог достигнут давно. Все скоро». Чувствуется, что планы уже не на бумаге, а в сметах.

А что, если мода на газ пройдёт? Тут в Григории просыпается инженер. Он парирует не эмоциями, а спецификацией. «Наше оборудование и компетенции универсальны», — разводит он руками. Специалисты, которые вникают в электронику и топливные системы ГБО, — это и есть универсальные солдаты авторемонта. «Клиентская база, репутация, культура сервиса останутся. А это главный актив». Все риски он понимает и оставляет себе пространство для манёвра. «Готовы адаптироваться быстро». В этой фразе — вся его философия: жёсткая специализация сегодня не должна мешать развитию завтра.

## Глава 3. Жёсткая арифметика кадров: «Учил и буду учить. Если уходят — пусть уходят»

Историю про то, как он отправил троих сотрудников на обучение, а один из них стал руководителем и снял с



него операционку, Григорий рассказывает как о сделке, инвестиции от которой уже давно окупили себя, а сейчас приносят прибыль.

«Жаль», — с лёгкой иронией говорит он о переданных функциях. И сразу выдаёт расчёт: «Я перенаправил высвободившееся время на стратегию, на внедрение в продажу новых услуг. Общая выручка выросла выше инфляции, выше всех ожиданий». Инвестиция в чужой рост вернулась ему многократно — ростом масштаба.

Его принципы работы с людьми звучат как манифест сурового реалиста. «Философия простая. Учил и буду учить. Грубо, но лучше работать со специалистами, чем с бездарями». И главное — никакого страха перед уходом прокачанных кадров. «Если уходят, пусть уходят. От этого будет только отрасль квалифицированнее». Его задача — не удержать силой, а создать среду, где рост зарплаты привязан к росту знаний. «Кто пришел за воздухом, все равно уйдет. Кто ценит развитие — останется». И да, он без сантиментов: «Я готов взять со стороны и прыгнуть выше». Идеология — ни при чём. Результат — всё.

#### Глава 4. Священный Грааль: «Звонок тайного покупателя. Хороший результат - это премия. И точка»

Здесь Григорий становится максимально прямолинейным. На вопрос о звонке тайного покупателя, которым он пользуется ежемесячно - «Это тайный экзамен очень-очень помогает. И всё».

Для него это фундамент справедливости. Не инструмент для вычетов из зарплаты, а инструмент для начисления премий. «Хороший результат — это премия. И точка». Всё просто и цинично здорово: система настроена не на поиск косяков, а на поощрение эталона.

А на возможные вздохи про «атмосферу недоверия» у него есть историко-философский ответ. Жёсткий, как удар гаечным ключом: «Мы, славяне, без контроля никогда, ни в жизни, ни в чём не достигнем результата. Только контроль». В этом — его кредо. Контроль — это не про подозрительность. Это про порядок, дисциплину и единственный известный ему путь к качеству. Без вариантов.

#### Глава 5. Роль собственника: «Моё дело - находить новые ниши, пусть и рискованные, и решать сложные задачи»

Чем теперь занимается Григорий, когда у него есть руководитель? «Контроль других смежных бизнесов» и «самые главные переговоры». «Подкрутка контрактов — это только на мне. Здесь зарождается всё, с чем будут работать ребята после», — говорит он. Его зона — добыча условий, которые дают команде фору.

Выставки для него — не тусовка, а поле битвы за преимущество. «Поставщики масла, переговоры по субсидиям, по Газпрому... Всё можно сделать на выставках». Каждая поездка имеет конкретный KPI.

*И наконец, главный ответ — о его уникальной ценности. Он звучит как итог всего сказанного, формула предпринимателя в его исполнении: «Это способность быстро переключаться между задачами и находить единственно верное решение, оценивая все риски — особенно когда речь о чём-то новом или о ситуации, с которой в сервисе раньше не сталкивались».*

Он — не лицо компании. Он — её нервная система и волевой центр. Всё остальное — вопросы правильного контроля и верно рассчитанных инвестиций. И никакой магии.



# Трудности рынка 2026

Представляем вашему вниманию интервью с Александром Уховым, руководителем проекта «Академия СТО АВТОКОМ».



## Про налоги

— Александр, 2026 год — это уже не «грядущие изменения», а реальность, в которой рынок живёт уже больше, чем полгода. Мы видим пугающие цифры: например, в Пермском крае, по данным РБК, количество активных ИП в автосервисах может сократиться на 12–15% к концу года. По стране под удар попали до 800 тысяч малых предприятий. Что будет дальше?

— Хорошо, что не все 800 тысяч предприятий — это автосервисы. Это слишком много для нашего автопарка. Вы знаете, новости, что «всё пропало», ходят по рынку постоянно. Но давайте посмотрим фактам в лицо. Несмотря на все налоговые изменения 2026 года и «серый» прогноз по автосервисным предприятиям, нужно понимать, что «свято место пусто не бывает», как бы это ни звучало.

По опросам конца прошлого года 55% участников планировали развивать свой бизнес в условиях изменений 2026 года, а 11% планировали открывать новые токи. Получается, что рынок не сжимается, а трансформируется. Одни игроки уходят, другие приходят или расширяются. Да, это непросто.

Более того, хочется сказать, что из-за налоговой нагрузки, программы маркировки и еще по ряду причин, бизнес уходит в тень. Это нельзя отрицать.

И вот здесь кроется ответ на ваш вопрос «Что будет дальше?»

Дальше будет поляризация рынка.

Серая зона в виде гаражей, частных мастеров и сервисов без чеков, документов и гарантий. Они будут существовать на острой экономии и наличных расчетах.

А с другой стороны — сильная часть рынка, играющая по правилам. Профессиональные СТО, которые понимают: выжить можно только за счет эффективности и доверия клиентов. Вот для кого сейчас окно возможностей, в котором нужно уметь продавать не услуги гаража, а ценности настоящего продукта.

## Поэтому мой ответ на «что будет дальше»:

Выживут и будут развиваться те, кто прямо сейчас, в 2026 году, делает ставку на обучение и повышение квалификации персонала. Потому что, когда поток клиентов уходит в «серую» зону из-за цены, нужно уметь работать с возражениями, продавать качество и строить систему так, чтобы каждый ваш сотрудник приносил больше выручки, чем это было в 2025 году. Адаптированные процессы, четкие анализ и планирование бюджетов, выверенные правила компании и лояльный, умеющий продавать и обслуживать автомобили коллектив. Ничего нового я не сказал, но это то, что поможет. Кризис — это всегда возможность вырваться вперед. И наша задача в Академии — дать для этого инструменты.

— Где станциям взять инвестиции на обучение, если появился НДС 5% минимум, и он «съедает» всю прибыль?

— Это, пожалуй, самый важный и самый болезненный вопрос сегодня. И в нем скрыто главное заблуждение, которое убивает бизнес.

**Первое и главное. НДС — это не ваши деньги.**

Я сейчас скажу прописную истину, но почему-то многие владельцы СТО о ней забывают. НДС — это не ваши затраты, которых раньше не было, а теперь они возникли. Это деньги вашего клиента. Просто они проходят через ваш расчетный счет транзитом в бюджет государства. Вы — налоговый агент. Это нужно понять. До 2026 года многие работали по упрощенке 6% «с доходов». Привыкли. А теперь пришел НДС 5% (или 7% — в зависимости от оборотов), и возникло ощущение, что у вас отняли львиную долю прибыли. Но это психологическая ловушка.

В новой реальности правильная формула звучит так:

**«Клиент платит цену = Себестоимость + Прибыль СТО + НДС»**

Вы не закладываете НДС из своего кармана. Вы включаете его в стоимость услуги для клиента. И если клиент готов платить за качество — он заплатит. Если нет — вопрос к вашей коммуникации и ценности, а не к налогам.

**Второе. Беда кроется в кассовом разрыве, а не в налоге.**

Не заложили НДС в новые цены для клиента или заложили его неверно. Высокая дебиторская задолженность или большие отсрочки по договорам. Вот, где риски, ведь дата уплаты налогов фиксирована и ФНС ждать не будет, пока станция соберет нужную сумму... **Это вопрос финансовой компетенции руководителя, а не налоговой политики.**

У станции должен быть просчет хотя бы на три месяца вперед:

- Когда клиент платит? (предоплата? постоплата?)
- Когда должны заплатить налог?
- Есть ли у вас НДС к вычету за купленные запчасти?
- Увидели выручку на счете, потратили всё на аренду и зарплату, а к 28-му числу денег на НДС нет. Банкротство. И не надо винить налоги — надо винить отсутствие финансового планирования.

**Третье. Откуда взять инвестиции на обучение? Накопительная статья бюджета.**

Вы спросили про инвестиции. Отвечу прямо: если у вас нет денег на обучение в 2026 году — значит, вы неправильно построили бизнес-модель. НДС — это не катастрофа. Это фильтр, который хочешь — не хочешь научит считать... Если руководитель СТО в 2026 году говорит, что у него нет денег на обучение, потому что пришел НДС, он просто признается в собственной финансовой безграмотности. Он не посчитал кассовые разрывы, не включил налог в цену для клиента, не использовал вычеты, не повысил эффективность персонала.

— Эксперты прогнозируют, что средний чек в легальных СТО вырастет в 2026 году на 15–20% именно из-за налоговой нагрузки. Часть бизнеса уходит в «серую» зону. Как



**в такой ситуации «белым» станциям бороться с конкуренцией со стороны «серых»?**

— Играть по правилам — это единственный способ остаться в бизнесе через 2–3 года. Вот смотрите, система маркировки «Честный знак» уже запущена и в 2026 году распространится уже на значимые группы товаров. В ближайшее время все СТО обяжут зарегистрироваться в системе «Честный знак» как участников оборота. Далее начнутся штрафы и выявление серых точек. Получается, что даже крупным дистрибьюторам запасных частей будет не выгодно продавать товар серым игрокам. ФНС тоже работает и уже отлично видит отклонения налоговой нагрузки у станций от выведенной нормы. Видит движение по картам. Если пока станцию не трогают, то это значит, что просто наблюдают. Поэтому выход из тени становится вопросом времени. Да и вообще, мастеров в гаражах было всегда достаточно. Они не появились «вдруг». Гараж никогда не станет полноценным конкурентом для чистого, светлого, профессионального автосервиса с высоким уровнем обслуживания.

— Вы реально верите, что маркировка победит контрафакт?

— Нет.

— Это весь ответ?

— Давайте будем реалистами и не забывать нашу, отечественную смекалку. Это как древнерусская забава — если что-то запрещают, то надо срочно придумать способы обхода. И тут будет такая же игра. Да, уровень контрафакта, конечно, снизится. Конечно, программа маркировки — это эффективный инструмент борьбы, но не стопроцентный. Тут есть плюсы для белых сервисов, о которых говорили ранее. Чем раньше настроят систему у себя на предприятиях, тем быстрее получат инструмент лояльности для своих клиентов, когда полностью понятна история происхождения товара и выданы прозрачные документы после обслуживания автомобиля.

— А как же схема включения товара в услугу? если в заказ-наряде написать «замена масла с расходниками» (работа + материалы), то запчасть формально не прода-



ется, а значит — можно использовать немаркированные детали.

— Я предлагаю перейти сразу к стадии принятия, пропустив отрицание и торги. Повторюсь, что в ближайшее время регистрация в качестве участника оборота станет обязательной для станций — это раз. Два — это сама суть программы маркировки, когда товар виден на всем жизненном пути. Спрятать в услугу — значит потерять. Три — это вопросы от ФНС и Роспотребнадзора. Пока они прикрывают глаза, но беспорядок должен быть устранен.

### Про кадры

— В прошлых интервью вы говорили про «эпоху перемен ценностей». Молодежь не идет в механики. Ситуация на рынке труда среди автосервисов тяжелая. Что-то изменилось за последний год?

— Для небольших городов все стало хуже просто потому, что люди уезжают либо в большие города, либо уходят в другую сферу деятельности. В крупных городах скорость закрытия вакансий увеличилась, а во многих сервисах, исходя из моего общения с представителями рынка, даже сформировался кадровый резерв. Ответ на вопрос «почему так?» в трансформации рынка, о чем мы уже говорили. Часть точек закрывается и люди ищут работу, часть малых, независимых специалистов предпочитают уходить в найм, чем перестраиваться на новые правила. Но это все совсем не про молодежь...

### Про обучение

— Сколько дней нужно, чтобы «средний» мастер-консультант после вашего обучения начал приносить в два раза больше выручки?

— Как люблю такие вопросы и еще люблю рекламу с подобным призывом, в духе — «Купите у меня курс и через неделю, без напряжения вам на карту придут сотни тысяч!». Люблю — это в кавычках, вы понимаете. Вопрос встречный — а старт где? Если человек новый, так он через неделю будет продавать на 100 процентов больше, чем продавал ранее. Если человек

профессионал, обладающий и опытом, и инструментами, то добавить 5% — это отличный результат. Получит ли человек на нашем курсе новые и полезные инструменты, которые сможет сразу применить? — Конечно! Тут главное — пробовать и не бояться! Получать результат и на этом идти дальше. А руководителю важно контролировать выполнение.

— В одном из ответов вы говорили о том, что «волшебной таблетки» в автосервисе не существует. Если обучение — это лишь часть терапии, то какие еще три рекомендации из арсенала АВТОКОМ (кроме курсов) руководитель СТО должен принять, чтобы бизнес «был в тонусе» и не болел?

— Постараюсь коротко и емко. Первое — считать бизнес, анализировать ситуацию и оперативно реагировать на внешние и внутренние изменения. Тут могут помочь наши конференции, которые мы проводим достаточно часто. Это три конференции в год в регионах страны, две конференции в рамках международных выставок СТО EXPO и ИНТЕРАВТОМЕХАНИКА, и еще одна конференция в онлайн формате, в конце декабря, подводим итоги, так, можно сказать. Анализировать ситуацию на станции можно с помощью опроса удовлетворенности клиентов — это же самое важное. Наш проект «ПРОЗвон» позволяет собирать реальные отзывы, формировать их в удобный, информативный отчет. Станции, принимающие участие в проекте, очень сильно растут в уровне лояльности, например, с 60% до 93% через 3 месяца. А это, в дальнейшем, генерация выручки.

Второе — участие в профессиональных сообществах, где можно черпать инструменты и опыт коллег. Я говорю по эксклюзивный проект «В отпуск за знаниями», недельный формат, идеально сочетающий обучение и отдых. Более 150 человек уже приняло участие в данном мероприятии.

Конкурс «Автосервис года» — это уже тоже целое сообщество, связанное едиными целями стать лучшими. Об этом проекте, думаю, что вам лучше расскажет Владимир Миненко.

Третье — идти в ногу со временем и современными технологиями. Интеграция ИИ в работу сервиса — это очень актуально. Конечно, я говорю не про ремонт автомобиля, а про автоматизацию и ускорение процессов. В интересное время живем.

### Вопрос-резюме

— Если бы у вас была возможность всем автосервисам России прямо сейчас сформулировать посыл на ближайший год в одном предложении, что бы вы сказали?

— «Адаптируйся или вымри...». Чарльз Дарвин. Нельзя ничего не делать.

**НЕ УСТРАИВАЕТ ВЫРУЧКА?**

**НИЗКАЯ КОНВЕРСИЯ  
ПРИ ЗАПИСИ КЛИЕНТОВ?**

**МАСТЕРА-КОНСУЛЬТАНТЫ  
ВСЕГДА В «МЫЛЕ»?**

**НЕ ЗНАЮТ, КАК ПРЕДЛАГАТЬ  
УСЛУГИ?**

**ЧАСТЫЕ КОНФЛИКТЫ?  
ПЕРЕБОИ С ПОСТАВКАМИ  
ЗАПЧАСТЕЙ?**

**ПЕРСОНАЛ БОИТСЯ  
ВОЗРАЖЕНИЙ?**

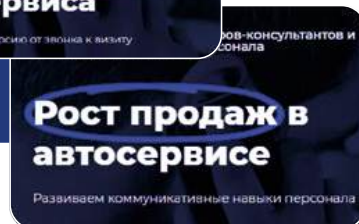
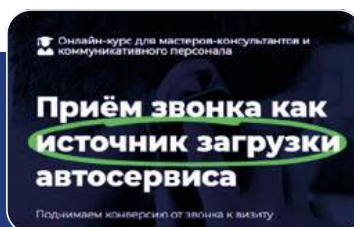
**КЛИЕНТЫ ВЫБИРАЮТ  
КОНКУРЕНТОВ?**

**АКАДЕМИЯ АВТОКОМ УЖЕ 9 ЛЕТ  
СИСТЕМАТИЗИРУЕТ ЗНАНИЯ  
ПЕРСОНАЛА АВТОСЕРВИСОВ  
ПО ВСЕЙ СТРАНЕ**

**и позволяет собственнику выходить  
на новые уровни заработка**



**ОНЛАЙН – ИНТЕНСИВЫ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА,  
позволяющие эффективно вести запись  
в автосервис и без страха активно  
продавать услуги**



**ОЧНЫЕ ВСТРЕЧИ ДЛЯ СОБСТВЕННИКОВ  
И РУКОВОДИТЕЛЕЙ, открывающие  
новые горизонты и возможности**



# Не «как выжить», а «как зарабатывать»: итоги конференций АВТОКОМ в Екатеринбурге, Краснодаре и Красноярске

2026 год стал для рынка автосервисов годом, когда «раньше» и «сейчас» — это две большие разницы. Налоги, маркировка, кадры, поведение клиентов — всё изменилось. И те, кто приехал на конференции ассоциации АВТОКОМ, получили не общие фразы, а конкретные инструменты, чтобы не просто удержаться на плаву, а увеличить прибыль в сложной, турбулентной ситуации.



Встречи в **Екатеринбурге, Краснодаре и Красноярске** собрали почти **800 участников** и уже доказали: системный подход окупается. Пришло время подвести итоги и заглянуть вперёд — **на конференцию в Казани и декабрьскую онлайн-встречу**, где разберут итоги года и стратегию на 2027-й.

**О чём говорили в течение года и как решали реальные вопросы**

Главное, что объединило все три города, — **полный отказ от формальных докладов**. В зале шли выступления, которые сразу переходили в жаркие обсуждения. В коридорах спике-

ров не отпускали после блоков, а в ЭКСПО-зоне при 35–40 стендах ведущих брендов звучали ответы на вопросы о качестве, гарантии и программах лояльности.

## **Юридическая защита: как не платить за чужие ошибки**

Наталья Никонова (юрист с 15-летним опытом) разобрала Постановление №780 не как текст закона, а через реальные кейсы: фиксация уровня топлива, скрытые повреждения, работа с запчастями клиента. Участники признавались: одна правильно составленная форма окупает стоимость билета на конференцию многократно.

В Краснодаре и Красноярске этот блок традиционно становился самым напряжённым — потому что каждый собственник СТО хотя бы раз терял деньги из-за невнимательности

в документах. Четко сформулированные правила компании и грамотно оформленный уголок потребителя может существенно сэкономить бюджет предприятия и защитить в судебных разбирательствах.

### НДС на УСН: налоговая стратегия вместо паники

Екатерина Борноволокова показала, как встроить НДС в экономику сервиса **без потери маржи**. В 2026 году откладывать изменения — значит платить из своего кармана. Участники получили понятные сценарии: когда менять прайс, как перестраивать договоры с поставщиками и почему дробление бизнеса больше не работает. Александр Ухов предоставил модели управленческой отчетности и показателей для ведения бизнеса при переходе на НДС. Как остаться на плаву и продолжить зарабатывать. Участники конференций забрали калькуляторы доходов и памятки, которые помогут при переходе на новую систему налогообложения.

### «Честный Знак»: от страха к системе

Яна Яровая и Ян Кауров буквально пошагово «расшифровали» маркировку для участников конференций. Главные открытия:

- Регистрироваться в ГИС МТ нужно. Ждать чуда и думать, что сервис этот вопрос не затронет, не стоит.
- Услугу и товар в чеке надо разделять в рамках закона о защите прав потребителя, строка «ТО автомобиля» с включенными материалами больше не спасает.
- Без 2D-сканеров и обновлённых касс работать с маслами опасно: штрафы уже реальны.

Каждый участник получил инструкцию и разъяснения как зарегистрировать автосервис в системе маркировки и начать работать пошагово.

После этого блока у людей появился не страх, а план действий — и это, по оценкам участников, стоило всей поездки.

### Кадры: главный дефицит рынка

Елизавета Чурина (Авито) привела цифры по Уральскому региону, а Валентина Саитова (сеть «Юпитер Моторс», Тюмень) — живую систему удержания мастеров без бесконечного повышения зарплат. Оказалось, **психологический комфорт и гибкость команд** удерживают людей лучше, чем оклад на 20% выше рынка. 15 инструментов поиска сотрудников от Екатерины Михальской теперь работают в Сибири, а опыт сети FIT SERVICE от Вероники Ершовой в удержании персонала заставил задуматься участников о условиях труда, как одном из удерживающих факторов.

### ИИ, маркетинг и автоматизация: конкретные инструменты

Елена Стулова продемонстрировала **работу голосового ИИ-помощника** для зала — и многие впервые увидели, как робот сам записывает клиентов и контролирует качество звонков. Дмитрий Селевко добавил: профиль СТО в интернете — это такой же ресепшен, как стойка администратора. Реальные фото, личный бренд владельца, живой контент — это продаёт лучше скидок.



*Для поставщиков и дистрибьюторов конференции АВТОКОМ – это отличная возможность услышать рынок из первых уст.*

На конференциях работала масштабная ЭКСПО-зона, где **представлялось более 40 брендов**. LYNXauto, ARNEZI, AZUMI, FEBEST, GANZ, JIKIU, LAVR, MECAFILTER, NGN, NIAGARA, SB NAGAMOCCHI, STANDARD SPRINGS, STARTVOLT, TIXONA, NTN-SNR и другие участвовали в прямых переговорах и отвечали на самые острые вопросы.

### Что получили поставщики?

- Живую обратную связь о качестве, контрафакте и реальном спросе на конкретные позиции.
- Понимание, как сервисы принимают решения при выборе бренда.
- Панельные дискуссии, где обсуждали давление маркетплейсов, новые логистические цепочки и рост китайского автопарка.

Участники из числа дистрибьюторов подтвердили: **после таких встреч ассортимент корректируется быстрее и точнее**, чем по итогам любых отчётов.



### Что дальше?

На этом АВТОКОМ не останавливается. Впереди — два ключевых события:

#### Очная конференция в Казани, в ноябре

Только актуальные блоки по запросам от рынка с учётом новых вызовов второй половины 2026 года.

В программе:

- обновлённые кейсы по «Честному Знаку»;
- юридические лайфхаки, которые помогут не доводить до суда;
- инструменты поддержки бизнеса со стороны государства;

#### Декабрьская онлайн-конференция

Это будет аналитический итог года и прогноз на 2027.

- сводные тренды 2026 по всем регионам;
- прогнозы экспертов на 2027 год;
- записи и чек-листы, чтобы подготовиться к новым изменениям без спешки.

*Как показал опыт Краснодара, Екатеринбурга и Красноярска: тот, кто приезжает на конференции АВТОКОМ, уезжает с готовыми решениями, новыми контрактами и уверенностью в завтрашнем дне.*

### Вместо послесловия

**Время неопределённости** — это фильтр. Он отсеивает тех, кто надеется на «авось», и оставляет тех, кто готов встраивать системные решения.

В Краснодаре участники закрыли юридические и налоговые риски. В Екатеринбурге получили маркетинговые и кадровые инструменты. В Красноярске — закрепили практику работы с «Честным Знаком».

**В Казани и в декабре онлайн — следующий шаг:** от защиты к устойчивому росту.

Регистрация уже открыта. Не откладывайте изменения на тот момент, когда они станут вынужденными.

*Ассоциация АВТОКОМ благодарит всех партнёров и участников, которые доказали: российский независимый автосервис способен не только адаптироваться к любым вызовам, но и превращать их в точки роста.*



## ОНЛАЙН-ИНТЕНСИВ

# УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ



28 сентября - 12 октября

### ЧТО ВЫ ПОЛУЧИТЕ:

#### ПОНИМАНИЕ ПРИЧИН КОНФЛИКТОВ

разберём основные источники  
недовольства клиентов  
и внутренних противоречий

#### ЭФФЕКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

как разговаривать с клиентом  
и коллегами, чтобы решить  
проблему и сохранить доверие

#### РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ И НЕГАТИВОМ

как отвечать на критику  
и «острые» комментарии  
без потери контроля

#### ПРАКТИКА СЛОЖНЫХ КЕЙСОВ

реальные сценарии  
из автосервисов, разбор  
ошибок и успешных решений

#### УКРЕПЛЕНИЕ КОМАНДЫ

навыки для руководителей, которые помогают строить  
сплочённый и стрессоустойчивый коллектив

Формат онлайн позволяет учиться  
из любого места — офиса, автосервиса  
или дома. После интенсивов вы получите  
рабочие алгоритмы и готовые сценарии,  
которые можно применять сразу



## ЗАПИСАТЬСЯ НА ИНТЕНСИВ



# Что такое ЭВРИКАР?

ЭВРИКАР — это глобальная партнерская сеть, объединяющая поставщиков автозапчастей, Дистрибьюторов и СТО.

Учитывая географию покрытия, масштабы и ограниченное количество слотов для участия брендов в проекте, формируется бизнес-логика: либо вы становитесь частью ЭВРИКАР сейчас, либо ваши продажи будут замещаться брендами проекта.

## Сколько лет проекту?

Запуск платформы состоялся в 2022 году: формирование концепта и объединение первых 500 пилотных автосервисов под единой айдентикой.

Далее, внедрение сквозного специализированного ПО и запуск масштабных b2b-мотивационных программ.

## Кто участники?

Из 100 000 существующих в стране автосервисов, лишь около 40 000 относятся к так называемому «цивилизованному» сегменту — станциям, имеющим минимум 3 подъемника, выделенную клиентскую зону и мастера-консультанта.

Именно этот формат СТО стал целевым для сети EVERYCAR.

## Какой масштаб у сети?

Сегодня партнерская программа EVERYCAR объединяет более 9 000 станций по всей России.

Несмотря на масштабность, мы вынуждены отметить, что это только 23% от всего потенциала «цивилизованного» рынка СТО, и однозначно есть куда расти.

## Какие планы?

Достигнув отметки в 9 000 станций EVERYCAR не снижает обороты. География проекта — это вся Россия, от Калининграда до Владивостока. Ближайшая цель — масштабирование сети до 20 000 СТО, а это 50% от всего «цивилизованного» рынка автосервисов России.

## Почему это интересно независимым автосервисам?

**Работа с персоналом 360°:** от механика в ремзоне до собственника. Действует система непрерывного обучения, профессиональных мотивационных соревнований и ежемесячных розыгрышей с чеками призов до 400 000 рублей. Это создает искреннюю лояльность сотрудников на местах.

**Щит безопасности:** создан уникальный фонд «Форс-мажор», в котором более 1 000 000 рублей, призванный страховать участников проекта в непредвиденных ситуациях.

**Интеллектуальный комплаенс:** собственный экспертный хаб EVERYCAR оперативно помогает решать сложнейшие юридические и налоговые кейсы, а также обеспечивает гладкое прохождение всех процедур, например, связанных с государственной системой маркировки «Честный Знак».

**Цифровая экосистема:** каждая станция получает оптимизированный сайт-визитку внутри продвигаемой платформы EVERYCAR с прямыми контактами для b2c-клиентов.





**Генерация трафика:** мощный b2c-маркетинг с регулярными федеральными розыгрышами ценных призов стимулирует автолюбителей выбирать именно станции сети.

**Технологическое превосходство:** предоставление специализированного софта и профессионального ПО на эксклюзивных, недоступных для прочих СТО условиях.

**Бизнес-модель EVERYCAR исключает избыточность:** каждая станция покупает ровно столько, сколько ей необходимо для операционной деятельности, но фокус смещен на умное управление ассортиментом и закупки у дистрибьюторов АВТОКОМ — участников проекта — РОССКО, АВТО ЕВРО, АВТОРУСЬ и МОТЕКС.

Сегодня, уже 67% всех потребностей станций участников в запчастях закрываются брендами проекта ЭВРИКАР через закупку у пула четырех определенных дистрибьюторов.

#### Почему участие в проекте интересно поставщикам?

Становится очевидно, что бренды, не успевшие попасть в проект, в будущем негативно ощутят на себе рост сети, программа фокусирует закупку именно на бренды проекта.

В апреле 2026 года валовая закупка станций сети EVERYCAR у дистрибьюторов проекта достигла 3,3 млрд рублей.

Бренды проекта — 2,2 млрд рублей — ядро, замещающее сторонние бренды.

Остальные бренды (включая оригинал) — 1,1 млрд рублей — гибкое удовлетворение специфического спроса клиентов при полном контроле дистрибуции.

Впереди еще большие победы. Количество станций растет согласно плану и бренды проекта будут приоритетными для них ВСЕХ.



## Как в Ижевске вырос сервис на 8 постов, куда заезжают и на легковом автомобиле и на мотоцикле

Представьте сервис в региональной столице: восемь постов, идеальный порядок, ремонтируют и машины, и мотоциклы. Многие думают: «Наверное, франшиза или инвесторы свалились». Но история ISKRA — это восемь лет пути от маленького холодного павильона до того, что сейчас называют одним из самых заметных сервисов в Ижевске.



Мы поговорили с основателем, Ильгизом Салаховым, не про цифры, а про логику. Как растет сервис, который не хочет быть как все? Как не испугать клиента с бюджетной машиной, когда у тебя почти что «дворец»? И как управлять этой сложной системой, чтобы она работала как часы?

**Начинали с 25 квадратных метров. А выросли потому, что клиенты поверили**

«Восемь постов — это не стартовая точка, а финишная черта первых восьми лет забега, — уточняет Ильгиз. — Начинали с крошечного пространства, где зимой руки коленели. Но просто делать дело нам было мало — хотелось делать его всё лучше и лучше».

Это важный момент: масштаб не был авантюрой «построим — придут». Он стал естественным ответом на растущий поток клиентов, которые ценили подход.

И вот вы стоите перед большим, красивым сервисом. Закономерный вопрос: не отпугнет ли это того, кто приехал на десятилетней иномарке? Мысль «туда только для дорогих машин» возникает у многих.

«Для нас нет градации «бюджетный — премиум», — говорит основатель. — Если человек доверил нам свой автомобиль, наша задача — создать для него максимальный комфорт. Красивая обстановка, чистота, порядок — это знак уважения

к любому, кто к нам заехал. Как говорится, делом надо заниматься серьёзно или не заниматься им вообще. Это философия и для клиентов, и для нашей команды».

### Секрет загрузки: специалисты, а не посты, и баланс во всем

Главный вопрос от коллег по рынку: как заполнить работой такое пространство? Магия ISKRA — в гибкости и балансе.

«У нас сложился уникальный коллектив: каждый мастер — эксперт по конкретным маркам автомобилей. Поэтому мы, будучи мультибрендовым сервисом, можем качественно взяться за большинство популярных марок», — объясняет Ильгиз.

Второй столп — умное планирование загрузки. «Стараемся держать баланс: часть мощностей всегда занята обслуживанием корпоративного автопарка, а часть оставляем для «розничных» клиентов. Благодаря этому мы можем формировать комфортную запись — обычно в пределах недели, без месячных очередей».

А ещё здесь чинят мотоциклы. И это не просто хобби. «Это родилось из опыта и увлечений наших ребят. Мы просто дали им возможность заниматься любимым делом. А для бизнеса это отличное решение: мотосезон здорово дополняет автомобильные потоки и помогает держать загрузку ровной круглый год».



### Большой сервис — это про систему, а не про крики

Управлять большой командой по старинке уже не получится. «Сейчас как раз перешли на современную систему управления — 1С «Альфа-Авто». Осваиваем, изучаем и будем адаптировать под наши задачи, — делится Ильгиз. — Это обязательно для любого сервиса, который вырос больше 4 постов. Чтобы всё было под контролем».

Знания — такая же валюта, как и запчасти. «Стараемся впитывать всё новое, как губка. Мы несколько лет являемся участниками сети EVERYCAR, и это для нас это в первую очередь доступ к бесценным знаниям, обучению и обмену опытом с коллегами».

А что с супер-технологичным оборудованием, которого нет ни у кого? «Мы отталкиваемся от экономической целесообразности, — прагматично отвечает основатель. — Сначала надёжно закрываем все базовые потребности: 3D-развал, несколько видов сканеров, необходимые стенды. А потом уже смотрим на новинки рынка, анализируем, что действительно нужно нам и нашим клиентам».

### Главный принцип и совет тем, кто только начинает

Как собрать команду для такого разнопланового дела? «Ищем в людях в первую очередь опыт и желание, — говорит Ильгиз. — Опыт работы и желание быть частью команды, которая сама хочет расти и развиваться. Это основа».

И если бы сейчас давали совет тому, кто открывает свой первый сервис в большом городе, что бы это было?

«Лучше синица в руках, — улыбается он. — Научись ловить синицу — поймал её потом и журавля. Не нужно сразу пытаться диктовать правила рынку. Нужно научиться делать своё дело безупречно хорошо на небольшом масштабе. А рост придёт как следствие».



### А что же дальше для ISKRA? Планы — уже на уровне страны.

«Однозначно наша цель — география! Город, города...» — заключает он. Но это не просто рост площади. Это движение к новому уровню. В прошлом сезоне ISKRA впервые приняла участие в престижном федеральном конкурсе «Автосервис года» — своеобразном «Оскаре» автомобильной индустрии России. Для команды это стало не только проверкой своих стандартов, но и источником новой энергии.

«Это был бесценный опыт, — отмечает Ильгиз. — Мы увидели, как работают лучшие из лучших, сравнили свои процессы. И теперь с новыми силами готовимся к сезону 2026. Наша цель — не просто быть лучшим сервисом в Ижевске или Удмуртии. Мы нацелены на то, чтобы нас узнавали и уважали в масштабах всей страны. И конкурс — отличная площадка, чтобы доказать это делом».

*Именно так и рождаются лидеры: не рывком за чужой счёт, а шаг за шагом, выстраивая систему, где комфортно клиенту, эксперту-мастеру и самому бизнесу. Сначала — стать опорой для своего города. Потом — бросить вызов всей стране. История, которая вдохновляет не масштабом, а умной эволюцией и смелостью ставить самые высокие цели.*

# АВТОКОМ: всё для развития автосервиса — в одном портале

Современный автосервис сегодня — это уже гораздо больше, чем ремонт автомобилей. Это полноценный бизнес, который требует постоянного развития, обучения персонала, грамотного управления командой и поиска новых инструментов для повышения эффективности.

Но как владельцу или руководителю СТО успеть всё? Где искать актуальные знания, как мотивировать сотрудников, каким проектам доверять и как не потеряться в огромном количестве информации?

Ответом на эти вопросы стал новый портал АВТОКОМ — это полноценная экосистема, которая объединяет образовательные программы, профессиональные конкурсы, отраслевые мероприятия, инструменты мотивации и практические решения для собственников, руководителей и сотрудников автосервисных предприятий.

Особенность платформы заключается в том, что каждый автосервис самостоятельно выбирает проекты, которые соответствуют его текущим задачам. Можно начать с одного направления — например, участия в конкурсе, викторине или программе аттестации, — а затем, по мере развития, подключать новые возможности.

Каждый проект внутри платформы решает конкретные задачи и помогает автосервису уверенно двигаться вперёд.

## Автомобильная викторина

Профессиональные знания могут приносить не только пользу, но и выгоду. Именно на этом принципе построена автомобильная викторина АВТОКОМ.

Участники ежедневно отвечают на вопросы, связанные с автомобильной отраслью, проверяют свою эрудицию, зарабатывают баллы и повышают собственный уровень.

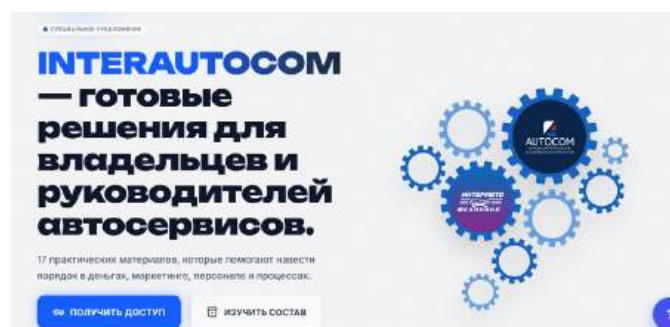
Игровой формат превращает обучение в увлекательный процесс, а система рейтингов и еженедельных розыгрышей мотивирует регулярно возвращаться на платформу. Такой подход позволяет постоянно поддерживать профессиональную форму и расширять свои знания без отрыва от работы.

## INTERAUTOCOM

Управлять автосервисом становится значительно проще, когда под рукой есть готовые решения.

Проект INTERAUTOCOM создан специально для владельцев и руководителей СТО. Здесь собраны практические материалы, которые помогают выстроить системную работу предприятия.

Финансы, маркетинг, персонал, организация внутренних процессов, управление показателями эффективности — все инструменты разработаны с учётом реальных потребностей автосервисного бизнеса.



Главная задача проекта — помочь руководителям сократить количество ошибок и быстрее внедрять эффективные управленческие решения.

## Академия СТО

Образование становится одним из ключевых факторов успеха современного автосервиса.

Академия СТО предлагает программы обучения, направленные на повышение эффективности бизнеса и развитие управленческих компетенций.

Участники получают знания о современных подходах к управлению предприятием, работе с персоналом, повышению прибыльности и развитию продаж услуг и запасных частей.

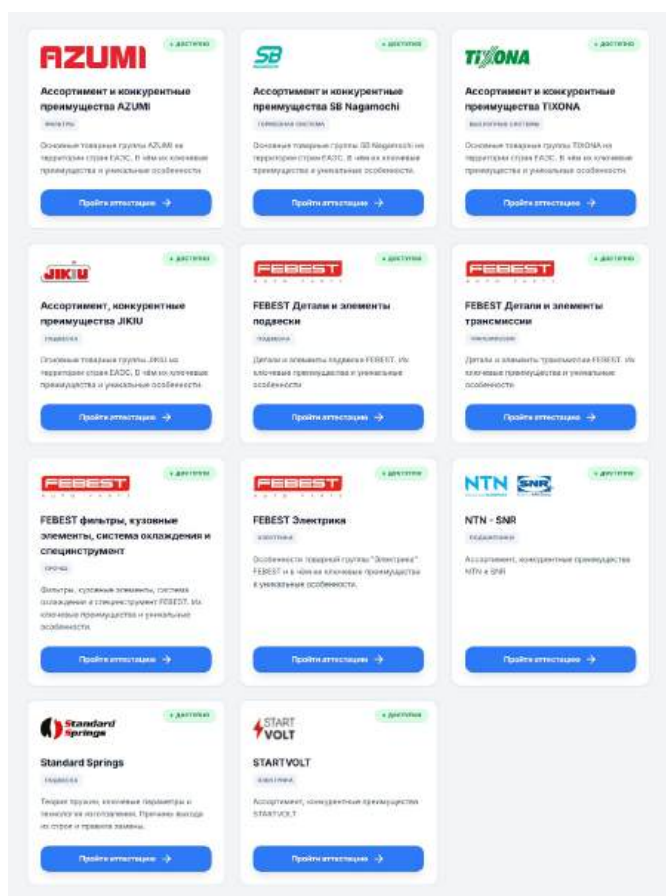
Полученные инструменты можно сразу применять в ежедневной работе.

## Аттестация производителями

Доверие клиентов начинается с подтверждённой квалификации специалистов.

Программа аттестации позволяет сотрудникам автосервисов пройти структурированное обучение, проверить свои знания и получить официальный именной сертификат от ведущих производителей автокомпонентов.

Для специалистов это возможность подтвердить свой профессиональный уровень, а для автосервиса — дополнительное конкурентное преимущество и повышение доверия со стороны клиентов.



## Автосервис года

Конкурс «Автосервис года» уже стал одним из самых значимых профессиональных проектов отрасли.

Это возможность заявить о себе на федеральном уровне, рассказать о своих достижениях и получить признание экспертного сообщества.

Участие в конкурсе помогает повысить узнаваемость предприятия, укрепить репутацию компании и продемонстрировать высокий уровень работы своей команды.

## Конференции и образовательные интенсивы

Отдельное направление работы АВТОКОМ — проведение масштабных деловых мероприятий.

Конференции, форумы, образовательные программы и интенсивы становятся площадками для обмена опытом между представителями отрасли.

Участники получают не только актуальные знания и готовые инструменты для развития бизнеса, но и возможность найти новые идеи, познакомиться с коллегами и расширить профессиональные связи.

## ПРОзвон

Современный автосервис невозможно представить без качественной работы с клиентами.

Проект ПРОзвон (ранее известный как MyTeam) помогает предприятиям укреплять отношения с автовладельцами и повышать уровень клиентской лояльности.

Инструменты колл-центра, проведение NPS-опросов и информирование клиентов о специальных предложениях позволяют выстраивать долгосрочные отношения и создавать дополнительную ценность для каждого посетителя автосервиса.

## Всё необходимое — в одном личном кабинете

Все проекты платформы объединены единым цифровым пространством.

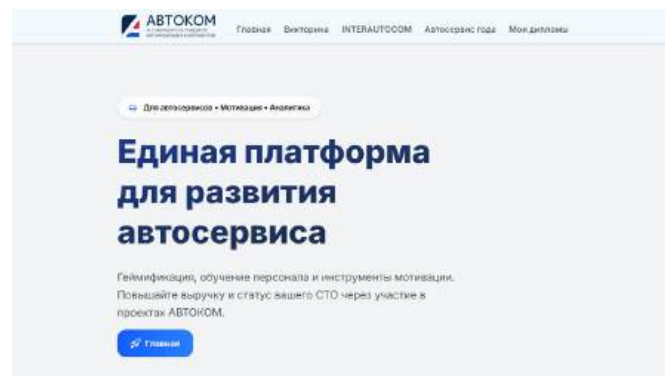
В личном кабинете lk.autocom.parts пользователи могут отслеживать свою активность, видеть достижения команды, контролировать участие в проектах, анализировать показатели эффективности и оперативно получать информацию о новых возможностях.

Это позволяет руководителям видеть общую картину развития предприятия, а сотрудникам — понимать собственный

прогресс и ставить новые цели.

## Начать просто

Многие возможности платформы доступны бесплатно. Так, участие в автомобильной викторине, конкурсе «Автосервис года» и программе аттестации производителями не требует оплаты, благодаря чему начать пользоваться экосистемой может практически любой автосервис.



## Экосистема для роста автосервиса

Сегодня АВТОКОМ создаёт не просто набор отдельных проектов, а полноценную экосистему для развития автосервисного бизнеса.

Портал объединяет знания, технологии, мотивацию и профессиональное сообщество, помогая автосервисам по всей стране становиться сильнее, эффективнее и успешнее.

Независимо от размера предприятия и этапа его развития, каждый автосервис может выбрать именно те инструменты, которые помогут решить текущие задачи — от обучения персонала и повышения квалификации специалистов — до развития клиентского сервиса, мотивации команды и укрепления репутации предприятия.

Присоединяйтесь к платформе АВТОКОМ lk.autocom.parts, чтобы развивать свой автосервис быстрее, эффективнее и увереннее — вместе с отраслевым сообществом, которое формирует будущее рынка.

# АТТЕСТАЦИЯ ОТ МИРОВЫХ БРЕНДОВ АВТОЗАПЧАСТЕЙ

## ЧТО ВАС ЖДЁТ



### Изучите материалы

Доступ к комплексу учебных материалов: характеристики, особенности применения, преимущества и технические нюансы.



### Сдайте тест

Проверка реального понимания. Вы продемонстрируете знание ассортимента, технических параметров и умение подбирать изделия.



### Получите сертификат

Система автоматически проверит ответы. После успешной сдачи вы мгновенно получаете именной PDF-сертификат.

## ЧТО ВЫ ПОЛУЧИТЕ?



### Официальный сертификат

Документ, подтверждающий ваш уровень знаний о продукции бренда.



### Профессиональное признание

Доказательство компетентности для руководства, коллег и клиентов.



### Уверенность в работе

Знания помогут быстрее решать рабочие задачи и консультировать клиентов.



### Подготовка к конкурсу

Полученные знания значительно повышают шансы на победу в "Автосервис года".



Участие в программе аттестации

# АБСОЛЮТНО БЕСПЛАТНО



СКАНИРУЙТЕ  
QR-КОД

ПРОЙДИТЕ  
АТТЕСТАЦИЮ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ПАРТНЕР  
**LYNX**  
ЗАПЧАСТИ

ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПАРТНЕРЫ

**ARNEZI**

**AZUMI**

**FEBEST**  
AUTOTEILE

**Ganz**

**JIKU**

**LAVR**

**MECAFILTER**  
YOUR SMART CHOICE



**NIAGARA**  
infinite power

**SB**  
MOTOROIL

**Standard**  
Springs

**START**  
VOLT

**TIXONA**

**NTN**  
BRAND OF NTN GROUP

**SNR**  
BRAND OF NTN GROUP

ПАРТНЕРЫ

**Avito**

**ИНТЕРАВТО**  
МЕХАНИКА

# Почему клиенты не возвращаются: результаты 100 000 опросов

Руководитель автосервиса ежедневно управляет сотнями процессов: от заказа запчастей до подбора персонала и расчёта рентабельности. В этом потоке легко упустить главный вопрос, который напрямую влияет на выручку: **«А что на самом деле думает клиент, когда выезжает за ворота?»** Часто мы судим о качестве работы по молчанию в телефоне. Нет звонков — нет проблем. Но так ли это?

Проект **«ПРОЗвон»** (ранее известный как **My Team**) собрал и систематизировал обратную связь почти от **100 000 клиентов** за 2025 год. Цифры этого исследования не просто констатируют факты — они **подсвечивают системные точки роста**. Те самые, работа с которыми напрямую отражается на повторных визитах и прибыли.

**Приём и выдача автомобиля: где клиент решает — остаться или уйти**

Когда мы смотрим на индекс потребительской лояльности (NPS), становится очевидно: клиент редко оценивает техническую сложность ремонта. Он оценивает свой опыт взаимодействия с сервисом по двум ключевым точкам контакта — **моменту приёма автомобиля и моменту его возврата**. Детали ремонтного процесса для него остаются за кадром, и это естественно. А вот то, как с ним общаются и в каком состоянии он получает машину, — **это и есть его реальность**.

Аналитика «ПРОЗвон» выявила два ключевых аспекта, которые разрушают лояльность:

- **Состояние автомобиля на момент выдачи:** Вопреки ожиданиям, главная проблема кроется не в сложных технических ошибках. 48% негативных впечатлений связано с незавершёнными мелочами (незакреплённые детали, незакрытые крышки жидкостей). Ещё 19% недовольства вызывают загрязнения (следы масла, пыль), а 18% клиентов указывают, что исходная проблема так и не была устранена. Это вопрос не квалификации, а отсутствия финальной точки контроля.
- **Коммуникация с мастером-приёмщиком:** Главный камень преткновения здесь — непрозрачность итоговой стоимости и отсутствие обратной связи о статусе ремонта. Мастер может быть виртуозом диагностики, но если клиенту не объяснили, почему вырос счёт, весь профессионализм перечёркивается фразой в отзыве: «Меня не услышали и развели на деньги».

**Не контроль, а поддержка: как работает «ПРОЗвон»**

Руководитель не может стоять за спиной у каждого сотрудника. Но он может выстроить систему, в которой подобные ситуации становятся **видимыми и управляемыми**. Именно

здесь на помощь приходит инструмент регулярного опроса клиентов. Его задача — **не найти виноватых, а показать, где система даёт сбой**.

Когда руководитель видит, что причина оттока кроется не в плохом ремонте, а в отсутствии своевременного звонка клиенту, он может помочь своему коллективу. Как? **Взяв на себя часть коммуникационной нагрузки**. Сотрудники СТО загружены операционной работой. Освободить их от непрофильных, но критически важных для лояльности задач — значит дать им возможность заниматься тем, что они умеют лучше всего: **ремонттировать автомобили**.

**Обратная связь есть. Что дальше?**

Когда у руководителя появляются данные опросов, встаёт следующий вопрос: что с ними делать? Ответ — не нанять ещё одного администратора, который утонет в обзвонах. Ответ — **выстроить систему, в которой рутинные коммуникации не отвлекают команду от основной работы**. Именно эту задачу решает «ПРОЗвон»: его команда берёт на себя регулярные касания — от возвращения клиентов, которые не появлялись больше года, до напоминаний о плановом ТО и подтверждения записи. **Это не холодные продажи, а аудит удовлетворённости:** клиенту напоминают о сервисе, выясняют причину ухода и делают адресное предложение вернуться. Так вы получаете возможность **возвращать клиентов, не отвлекая собственный персонал от операционной работы**.

То же касается и других этапов. Напоминание о плановом ТО, звонок-подтверждение за день до визита, информирование о готовности автомобиля — эти, казалось бы, мелочи **формируют у клиента ощущение, что о нём помнят и заботятся**. А главное — они снимают эту нагрузку с администраторов, у которых за день бывает по несколько десятков разных задач.

Представьте ситуацию: в ходе ремонта выявились скрытые дефекты. Мастеру нужно согласовать бюджет, но он занят автомобилем. Клиент ждёт. Возникает напряжение. **«ПРОЗвон» может взять на себя функцию дополнительных коммуникаций** — будь то предложение комплексной услуги или

звонок с поздравлением и персональным предложением. Это не давление, а **сервисное предложение, которое помогает увеличить средний чек** — и при этом не требует времени мастера-приёмщика.

#### Не контроль, а поддержка

Важный принцип работы «ПРОзвон» — это **доброжелательность**. Мы понимаем, с какой нагрузкой ежедневно сталкиваются сотрудники СТО. Наша задача — не критиковать мастера за забытый звонок, а **дать руководителю инструмент, который сделает этот звонок автоматическим и своевременным, и предоставить аналитику**, основанную на реальных голосах клиентов, для принятия взвешенных управленческих решений.

Когда клиент доволен чистотой автомобиля, прозрачностью счёта и информированностью о каждом этапе — он оценивает это как высокий уровень сервиса. Задача руководителя — сделать так, чтобы **стандарт сервиса выполнялся всегда, вне зависимости от загрузки и человеческого фактора**. А для этого нужно сначала понять, что именно сейчас является стандартом в глазах вашего клиента.

В этом и есть суть данных обратной связи: **молчаливые догадки становятся управляемыми показателями, а эпизодические касания с клиентом — работающей системой**. Решения принимаются не на основе предположений, а на основе того, что говорят сами клиенты.



#### Высокий NPS — не точка, а процесс: опыт автосервиса «5%» с проектом ПРОзвон

Когда говорят о качестве работы автосервиса, ориентируются на цифры. И цифры тобольского автосервиса «5%» говорят сами за себя: индекс потребительской лояльности (NPS)

здесь стабильно держится **выше 80%**. Для владельца бизнеса Александра Никонова это не повод расслабиться. Это обязательство — **оправдывать доверие каждого**, кто заезжает в ворота сервиса.

На рынке автосервис «5%» уже 14 лет. За это время сервис оброс базой постоянных клиентов, для которых визит сюда — привычная часть обслуживания автомобиля. «Только к вам ездим», «работайте в том же духе, так же честно» — такие слова в телефонных опросах звучат регулярно. Но Александр знает: **удовлетворённость клиента — не статичная величина**. Она складывается из десятков мелочей каждый день. И если их не отслеживать, можно пропустить момент, когда лояльность начинает незаметно таять.

#### Зачем обратная связь, если и так всё хорошо

Партнёрство с проектом «ПРОзвон» (ранее My Team) началось не из-за кризиса, а из желания видеть полную картину. Александр Никонов рассудил так: даже самые довольные клиенты редко звонят с подробным разбором визита. Если всё прошло штатно, человек просто молча уезжает. А если возник маленький нюанс — например, руль после сход-развала стоит чуть неровно или коврик в масляном пятне — он может промолчать, но осадок останется. Именно такие **«тихие»** замечания со временем могут сделать так, что клиент перестанет считать ваш сервис основным.

«ПРОзвон» взял на себя ежедневный обзвон посетителей. Специалисты проекта не просто собирают оценки по шкале от 1 до 10, но и фиксируют живые комментарии. Александр получает сводку в онлайн-отчёте и в общем чате, куда загружаются аудиозаписи разговоров.

*«Я слышу не только цифры, а интонацию, с которой клиент говорит „всё хорошо“. Иногда из короткой фразы становится понятно: человек доволен, но была какая-то заминка. И мы можем её отработать, пока она не превратилась в проблему»,* — объясняет Александр.

#### Что подсвечивает система

При высоком общем уровне NPS обратная связь работает как **тонкая настройка**. Клиенты автосервиса «5%» редко предъявляют претензии к качеству ремонта — чаще они делятся впечатлениями о нюансах, которые формируют общее ощущение от визита. Такие сигналы не тянут на скандал, но они — **прямая подсказка, куда направить внимание руководителя**.

Александр использует эти данные для **выстраивания внутренних стандартов**. Регулярный анализ позволяет ему видеть, где требуется доработка: будь то взаимодействие на этапе приёмки или финальная подготовка автомобиля. Всё происходит спокойно, без разбора полётов, но с чётким пониманием, какие шаги сделают сервис ещё лучше.



### Спокойствие руководителя

При высокой загрузке автосервиса Александру важно, что **часть коммуникационной нагрузки снята с мастеров-приёмщиков**. Им не нужно выкраивать время на обзвон тех, кто давно не заезжал, или на согласование дополнительных работ по телефону. Проект «ПРОзвон» берёт на себя функцию деликатного возвращения «уснувших» клиентов и информирования о ходе ремонта. Это **снижает градус напряжения в коллективе** и освобождает ресурсы для главного — работы с автомобилем.

Результат такого подхода — **стабильно высокий NPS**, который не скачет от месяца к месяцу, а держится на планке выше 80%. Для Александра это не просто красивая цифра в отчёте. Это подтверждение того, что сервис движется в правильном направлении: **люди возвращаются, рекомендуют автосервис «5%» знакомым и не ищут альтернативу**.

### Вывод: не останавливаться на достигнутом

Опыт автосервиса «5%» показывает, что проект «ПРОзвон» — это не «спасательный круг» для проблемных СТО, а **инструмент системного роста для тех, кто уже работает на совесть**. Высокий NPS — не финишная черта, а приглашение к ежедневной работе над деталями. И когда у руководителя есть объективные данные, эта работа становится спокойной, предсказуемой и благодарной.

Александр Никонов уверен: **слышать клиента — значит уважать его выбор**. А «ПРОзвон» помогает делать это каж-



дый день без лишнего шума, с доброжелательностью и вниманием к тем самым мелочам, из которых складывается репутация надёжного сервиса.

# ПРОзвон — Call-центр, которому доверяют!

12 лет на рынке. Более 200 000 интервью. Максимум результата для вашего бизнеса.

## Почему выбирают нас?

### Специализация на автосервисах

Мы работаем только со станциями технического обслуживания. Наши скрипты и операторы ориентированы на автовладельцев, что увеличивает эффективность обзвона и повышает доверие к вашему сервису.

### Оплата за разговоры

Вы платите только за состоявшиеся беседы с клиентами, без взимания платы за пустые звонки.

### Прозрачность и контроль

Ежедневно предоставляем онлайн-отчёты с аналитикой по всем клиентам и их пожеланиям. В общем чате оперативно информируем о клиентах, требующих особого внимания.

### Индивидуальные сценарии

Создаём опросы и скрипты для вашего автосервиса: от подтверждения записи до сбора обратной связи.

### Повышение лояльности

Дружелюбное и заботливое общение операторов укрепляет положительный имидж вашего СТО, побуждая автовладельцев возвращаться и рекомендовать вас.

## КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ:

### Оценка лояльности клиентов

Проводим регулярные NPS-опросы, фиксируем мнения клиентов, чтобы вы могли быстрее реагировать на пожелания и улучшать сервис.

### Привлечение клиентов

Информируем о новых услугах и акциях, увеличиваем поток обращений и вашу прибыль.

### Подтверждение визита

Подтверждаем записи на сервис и помогаем оптимизировать вашу загрузку.

### Реанимация клиентской базы

Возвращаем клиентов, которые давно не обращались, выясняем причины ухода и стимулируем их к возвращению.

### Напоминания

Сообщаем клиентам о невыполненных рекомендациях и необходимом обслуживании, чтобы они не забывали о вас.



**ПРОзвон — укрепляем имидж  
компаний и помогаем возвращать  
клиентов снова и снова!**



**ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ**

# АВТОКОМ и Чемпионат Кубка России по дрэг-рейсингу RDRC 2026: там, где надёжность проходит проверку скоростью

Дрэг-рейсинг — одна из самых зрелищных и при этом самых понятных дисциплин автоспорта. Всё решают считанные секунды: два автомобиля одновременно стартуют по параллельным дорожкам, проходят дистанцию 201 или 402 метра, и первым становится тот, кто раньше пересечёт линию финиша. За внешней простотой скрывается сложнейшая инженерная работа, где значение имеет каждая деталь — от настроек двигателя до сцепления шин с покрытием.



Именно поэтому **Чемпионат и Кубок России по дрэг-рейсингу RDRC** давно стал не просто спортивным соревнованием, а площадкой, где встречаются технологии, инженерная мысль и люди, по-настоящему увлечённые автомобилями. В сезоне 2026 программа чемпионата включает пять этапов и Суперкубок

России, а на автодроме RDRC Racepark в Москве на старт выходят сотни участников почти в двух десятках зачётных классов — от дорожных автомобилей и мотоциклов до специально построенных драгстеров мощностью до 4500 лошадиных сил.

**Каждый автомобиль здесь — уни-**

**кальный проект.** Гибкие технические требования позволяют командам реализовывать самые смелые инженерные идеи, поэтому двух одинаковых машин в паддоке практически не встретишь. Более того, в RDRC болеют не только за пилотов. Здесь свои поклонники есть и у автомобилей. Многие проекты но-



сят собственные имена, становятся легендами чемпионата, а книга рекордов хранит достижения не только гонщиков, но и каждой машины, сумевшей вписать своё имя в историю российского дрег-рейсинга.

При этом RDRC — это гораздо больше, чем гонки. Каждый этап превращается в настоящий автомобильный фестиваль. Здесь нет привычных барьеров между спортсменами и зрителями: технический парк открыт для всех гостей, пилоты проводят автограф-сессии, рассказывают о своих автомобилях, а болельщики могут вблизи увидеть уникальную технику, которая в обычной жизни существует только на страницах специализированных изданий.

Для АВТОКОМ и сети автосервисов ЭВРИКАР участие в Чемпионате и Кубке России по дрег-рейсингу уже давно стало не просто партнёрством, а частью общей философии. Ведь и в автоспорте, и в профессиональном автобизнесе всё строится на одинаковых принципах: точности, ответственности и доверии к каждому элементу автомобиля.

Среди участников и гостей чемпионата — механики, инженеры, владельцы автосервисов, специалисты СТО, энтузиасты и автолюбители. Именно они каждый день работают с техникой, обслуживают её, совершенствуют и делают выбор в пользу решений, проверенных практикой.

Именно поэтому присутствие АВТОКОМ и ЭВРИКАР на чемпионате имеет особое значение. Это не только статус официального партнёра, а возможность быть рядом с теми, кто по-настоящему понимает ценность качества.

Сезон 2026 ещё раз доказал: современный дрег-рейсинг стремительно развивается. Конкуренция становится выше, технические требования — жёстче, а борьба за тысячные доли секунды — ещё напряжённее.

Но самое интересное происходит не на табло с результатами.

Главная история сезона — это люди.

Это опытные пилоты, которые вновь выходят на старт, и дебютанты, способные навязать борьбу признанным лидерам. Это инженеры и механики, которые за считанные минуты принимают решения, от которых зависит результат всей команды. Это постоянный поиск идеального баланса между мощностью, управляемостью и надёжностью.

Именно здесь становится очевидно: победа никогда не бывает случайной.

Она рождается из огромного количества деталей, каждая из которых должна работать безупречно даже в самых сложных условиях.

Жара, дождь, перепады температур и постоянно меняющееся состояние трассы стали для участников привычной частью сезона. То, что выдерживает экстремальные нагрузки автоспорта, заслуживает доверия и за его пределами.

Отдельно стоит отметить и то, как меняется сам чемпионат. На трассе всё чаще встречаются самые разные инженерные решения: от классических автомобилей с двигателями внутреннего сгорания до современных электроавтомобилей, которые уверенно заявляют о своих возможностях.





Технологии развиваются, меняются подходы к подготовке автомобилей, но неизменным остаётся главное — стремление к совершенству.

Именно эти ценности объединяют АВТОКОМ и участников Чемпионата и Кубка России по дрег-рейсингу RDRC.

Мы не просто присутствуем на чемпионате — мы разговариваем с аудиторией, которая ежедневно принимает решения о выборе комплектующих, обслуживании автомобилей и качестве выполняемой работы.

На протяжении всего сезона одной из точек притяжения традиционно оставалась фирменная фотозона АВТОКОМ и сети автосервисов ЭВРИКАР с ретроавтомобилем от Mad Buckets. Она давно стала местом встречи единомышленников, где автоспорт объединяет поколения, а любовь к автомобилям превращается в настоящее сообщество.

Вместе с нами сезон поддерживали надёжные бренды: LYNXAUTO, ARNEZI, AZUMI, FEBEST, GANZ, JIKIU, LAVR, MECAFILTER, NGN, NIAGARA, SB NAGAMOCCHI, STANDARD SPRINGS, STARTVOLT, TIXONA, NTN-SNR

Потому что и в автоспорте, и в повседневной эксплуатации автомобиля действует одно правило: уверенность начинается с надёжности.

А надёжность всегда проверяется в деле.



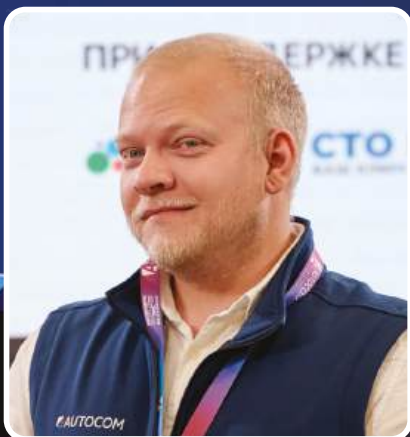
ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ С БРЕНДАМИ АВТОКОМ

# ВОРКШОПЫ с поставщиками

ПО ВТОРНИКАМ И  
ЧЕТВЕРГАМ В 11:00

- БОЛЕЕ 60 ЭФИРОВ В ГОД
- БОЛЕЕ 30 000 ЗРИТЕЛЕЙ
- БОЛЕЕ 300 ПАМЯТНЫХ ПРИЗОВ УЧАСТНИКАМ
- МЫ В ЭФИРЕ УЖЕ 5 ЛЕТ

Ведущий  
Андрей Акимов



Задайте **ЛЮБОЙ** вопрос  
представителю бренда —  
я гарантирую корректный  
ответ **ОНЛАЙН**

 Подписаться



РАЗЫГРЫВАЕМ ПРИЗЫ

РАССКАЗЫВАЕМ ВАЖНОЕ  
РАНЬШЕ ДРУГИХ



БУДЬ УВЕРЕН  
БУДЬ С ЛИДЕРАМИ ОТРАСЛИ

- 29 ЛЕТ НА РЫНКЕ ЗАПЧАСТЕЙ - ОПЫТНЫЙ И НАДЕЖНЫЙ ПАРТНЕР
- БЛИЖЕ К ПОКУПАТЕЛЮ - БОЛЕЕ 400 СКЛАДОВ В СНГ - 390 ТЫС. М2
- ОДНА ИЗ САМЫХ БЫСТРЫХ ДОСТАВОК В ОТРАСЛИ
- БОЛЕЕ 250 ТОЧЕК СОБСТВЕННОЙ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ
- БОЛЕЕ 85 000 КОМПАНИЙ-ПАРТНЕРОВ
- ШИРОЧАЙШИЙ АССОРТИМЕНТ В ЖИВОМ НАЛИЧИИ
- СЛУЖБА ПОДБОРА 24/7 И ДРУГИЕ УСЛУГИ
- ЛУЧШИЕ ГАРАНТИЙНЫЕ УСЛОВИЯ
- ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ ОТ ЛИДЕРОВ МИРОВОГО ПРОИЗВОДСТВА
- ЛИДЕР ПРОДАЖ ПО ЦЕЛОМУ РЯДУ БРЕНДОВ
- БОЛЕЕ 180 БРЕНДОВ В ТОРГОВОМ ПОРТФЕЛЕ, ВКЛЮЧАЯ ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ
- АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ЦЕНОВЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В КАЖДОЙ ТОВАРНОЙ ГРУППЕ
- ПОСТОЯННОЕ РАЗВИТИЕ УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ
- КОМАНДА ИЗ 14 000 ЕДИНОМЫШЛЕННИКОВ



# Амбициозные цели ROSSKO

ROSSKO определяет для себя долгосрочную цель, или, иначе, миссию компании, как: «Достижение мирового лидерства в удовлетворении потребностей профессионалов рынка автозапчастей и автовладельцев в производстве, дистрибуции, электронной коммерции и клиентском сервисе».



## ROSSKO – это:

- 29 лет на авторынке - опытный и надежный партнер
- одна из самых быстрых доставок в отрасли
- широчайший ассортимент запчастей и автохимии в наличии
- альтернативные ценовые предложения в каждой товарной группе
- уникальная служба подбора 24/7
- лидер продаж по целому ряду брендов
- прямые поставки от лидеров мирового производства
- лучшие гарантийные условия
- одна из крупнейших команд единомышленников в отрасли
- постоянное развитие

## Ключевые даты и цифры в развитии ROSSKO:

**1997 год** – основание Компании ROSSKO в Новосибирске

**1998 год** – открыты филиалы в Иркутске и Тюмени, что заложило основу филиальной сети

**2003 год** – ROSSKO вступает в GROUPAUTO RUSSIA

**2008 год** – ROSSKO начинает развивать собственную сеть автосервисов FIT SERVICE

**2013 год** – запуск франшизы сети автосервисов FIT SERVICE

**2014 год** – открыт тренинговый центр FITLAB для специалистов автосервиса

**2015 год** – старт работы интернет-магазина Parterra.ru, 32 центра дистрибуции в РФ

**2017 год** – 58 центров дистрибуции в 54 городах РФ и Казахстана, 102 станции FIT SERVICE

**2019 год** – ROSSKO в TOP-50 самых быстрорастущих компаний России по версии РБК

**2020 год** – 115 центров дистрибуции в 85 городах и более 160 станций FIT SERVICE

**2022 год** – начало масштабирования проекта МИНИ-ЛДЦ в РФ



### 2026 год, июль:

- более 400 складов в России и республике Казахстан общей площадью около 390 тыс. м<sup>2</sup>
- 124 города присутствия
- более 250 точек розничной сети
- более 85 000 постоянных партнеров
- более 180 брендов в торговом портфеле, включая эксклюзивные

Компания ROSSKO активно развивает масштабный проект по созданию собственной торговой сети магазинов формата Мини-ЛДЦ (магазин-склад).

Задача проекта – обеспечить высоким сервисом нового формата не только подавляющее большинство СТО каждого из городов присутствия сети, но и простых автолюбителей.

С 2021г новый формат быстро завоевал любовь и доверие покупателей, благодаря единому стандарту качества работы, комбинации сильных сторон магазина и дистрибьютора в каждой торговой точке:

- оптимальная локация
- удобный график работы
- площади от 350 м<sup>2</sup>
- востребованный ассортимент не менее 22 000 SKU
- профессиональная помощь в подборе
- доставка не более 60 минут с момента заказа
- работа с физическими и юридическими лицами



На текущий момент уже работают более 250 торговых точек ROSSKO по всей стране, от Калининграда до Находки.

Реализация данного проекта находит отклик среди множества поставщиков продукции, чье участие способствует динамичному развитию и актуализации ассортимента сети.

Среди постоянных партнеров проекта и Компании в целом, безусловно, выделяется наш многолетний партнер АВТОКОМ и бренды-партнеры данной Группы.

К 2027 году Компанией поставлена амбициозная цель – укрепить позиции дистрибьюторской сети и увеличить количество собственных розничных торговых точек до 300,



усилив, тем самым, присутствие в самых разных, больших и малых городах России, сделав качественные запчасти и хороший сервис еще доступнее и ближе к покупателю.

Компания упорно работает не только на расширение присутствия. Акцент делается на дальнейшее неустанное повышение эффективности работы, совершенствование технологичный продаж, логистики и всех услуг как дистрибьюторской, так и розничной сети. Активно используются клиентами компании и проект Гараж, и собственная разработка базы нормо-часов, и бесплатная служба подбора, и многие другие сервисы и услуги. Одними из первых на авторынке Компания внедряет ИИ и машинное обучение.

ROSSKO является активным участником авторынка России и одним из лидеров рынка, неуклонно повышая уровень услуг, внедряя новые технологии, участвуя в жизни сообщества дистрибьюторов автомаркета и отраслевых мероприятиях. ROSSKO – обладатель множества наград от производителей продукции с мировыми именами за вклад в развитие рынка не только России, но и мира.

Наглядным примером активности Компании стало участие в выставке ИнтерАвтоМеханика 2026, как в одном из ключевых событий целой отрасли.



# INTERAUTOCOM

## Честный ЗНАК для автосервиса: что нужно сделать в 2026 году, чтобы подготовить бизнес к новым требованиям

Получите доступ к экспертным видеоразборам по маркировке автокомпонентов, изменениям в налогообложении и подготовке автосервиса к новым требованиям рынка



### Для кого

Владельцы СТО

Руководители  
автосервисов

Ответственные за закупки  
и учет автозапчастей



15

видео от  
экспертов



4

реальных кейса:  
аудит бизнес  
процессов

ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ  
НА ДОСТУП



# LYNXauto: как меняется рынок запчастей и на чем растут частные бренды

Интервью с Суреном Переверзевым, директором бренда LYNXauto



— Сурен, сегодня вы отвечаете не только за LYNXauto, но и за целый портфель брендов. Как устроена эта система?

— Помимо LYNXauto, которым я занимаюсь уже почти 18 лет, в моем управлении находятся еще шесть брендов: SUFIX, KORSON, NGN, Promatix, Bardahl и Ichiro. У каждого из них своя философия, свое позиционирование и назначение. Но объединяет их одно: мы хотим дать рынку не просто качественные запчасти или масло, а инструмент для решения задач наших партнеров.

— Что, на ваш взгляд, позволило LYNXauto вырасти в одного из лидеров среди СТМ?

— Мы были в числе первых СТМ, которые зафиксировали равные условия для дистрибьюторов, сформировали понятную гарантийную политику и запустили программу лояльности. Тогда на нас смотрели как на чудаков, а сегодня это уже стандарт рынка и нормальная брендовая практика. За счет

*«Все это мы делаем ради одной цели: чтобы российские автомобилисты могли надежно и долго эксплуатировать свои автомобили, используя наши качественные запчасти и расходные материалы.»*

гибкости, быстрой реакции на внешние изменения и одновременно жестких правил работы LYNXauto удалось быстро вырасти и занять сильные позиции.

— Как вы разводите бренды внутри портфеля по сегментам и задачам?

— SUFIX — это бренд эконом-сегмента. Он дает возможность российским локальным производителям поставлять продукцию на рынок, замещать западные бренды доступными товарами местного производства, а то, что не делают наши заводы, закрывать поставками из дружественных стран.

NGN, напротив, работает в премиальном сегменте. Это продукт для замещения запчастей для дорогих автомобилей, прежде всего европейских. Это категория продуктов ориентирована на клиентов, не готовых опускаться в средний сегмент и желающих получить решение на том уровне качества, к которому они привыкли. Мы говорим о продуктах, которые по характеристикам идентичны оригиналу, а в ряде случаев его превосходят.

Простой пример — тормозные диски BMW. В оригинале они биметаллические: алюминиевая ступичная часть и чугунная фрикционная. Многие бренды упрощают конструкцию и поставляют полностью чугунный диск. Понятно, что тормоза работают, но в этом случае растут неподрессоренные массы, и автомобиль начинает вести себя иначе. Для части клиентов это принципиально. NGN дает возможность использовать именно то решение, которое требуется для обеспечения высокого уровня комфорта, безопасности и эффективности.

Для производства фильтров NGN мы используем синтетический фильтрующий материал, который обеспечивает высшее качество очистки на максимальном сроке эксплуатации. Для водителей, которые хотят дать двигателю лучшее из возможного, это важный аргумент.

Если говорить о маслах, то у нас есть линейка от эконом-сегмента, от Promatix до премиального Bardahl. В 2025 году, отмечу, масляные бренды показали двукратный рост продаж.

#### — Каким вы видите рынок автозапчастей в 2026 году?

— Начало 2026 года было сложным. Рынок фактически замер в шоке от экономических перемен. Тем не менее, мы росли на 13%. Весной ситуация начала восстанавливаться, и по нашим брендам мы снова вернулись к росту на уровне 20% и выше.

Понятно, что такой рост невозможен без расширения ассортимента. В 2025 году у нас было 42 197 позиций по всем брендам, на начало 2026 года — уже 45 300 позиций.

К концу года мы планируем значительно расширить предложение: 33 тыс. позиций в ассортименте бренда LYNXauto, 21 тыс. - в SUFIX, 11 тыс. - в NGN и еще около 500 - в маслах, химии и технических жидкостях.

#### — Насколько сильно рынок меняет рост китайского автопарка?

— Мы рассматриваем этот рост как долгосрочный структурный сдвиг. Около 50% новых продаж автомобилей - это китайские бренды. Меняется структура парка, а значит, меняется и спрос на запчасти. Уже сейчас в ассортименте LYNXauto есть более 1000 позиций для китайских автомобилей, и это направление активно растет также в брендах SUFIX и NGN.

Пока китайский автопарк очень разрознен: много разных моделей с небольшой долей рынка, причем особенно он концентрирован в Центральном регионе. Но очевидно, что наличие запчастей для таких машин будет определять место брендов на рынке в ближайшем будущем.



#### — Что сейчас происходит в сегменте масел и технических жидкостей?

— Здесь ситуация особенно сложная. С одной стороны, сильно осложняют работу изменения в законодательстве и регулировании. Система «Честный знак» практически на каждом этапе создает дополнительные трудности в обороте продукции, и решение этих проблем становится критически важным для того, чтобы товар вообще дошел до потребителя.

С другой стороны, рынок дестабилизирует внешняя конъюнктура. Ситуация на Ближнем Востоке и риски, связанные с Ормузским проливом, привели к дефициту нефти, а это по цепочке ударило по производству базовых масел. Их сейчас производится настолько мало, что цены на этот продукт уже выросли на 45% и продолжают расти. Синтетическое базовое масло третьей группы, которое является основой для производства наших масел, сейчас можно купить на 65–70% дороже, чем в начале 2026 года.

Похожая ситуация и с антифризами. Около 30% мирового производства моноэтиленгликоля, из которого делают антифриз и тормозные жидкости, приходится на Ближний Восток. Нарушение логистических потоков разрушило глобальные поставки и вызвало резкий рост цен. Дефицит компонентов разгоняет рынок, «Честный знак» затрудняет оборот, все вместе создает серьезную турбулентность. Но одновременно это открывает новые возможности для тех, кто лучше других умеет справляться с такими вызовами.

— Какие цели вы ставите перед собой на ближайшие годы?

— Когда 18 лет назад я делал первичный анализ рынка и планировал развитие бренда, мне казалось, что 3% рынка — это очень амбициозная и труднодостижимая цель. Сейчас у нас 7,3%, а следующая цель выйти на 10%.

Достигать ее мы планируем за счет работы по нескольким направлениям: наращивание ассортимента под реальные потребности рынка, усиление финансовой привлекательности для партнеров — дистрибьюторов, оптовиков, СТО и магазинов, повышение узнаваемости среди автовладельцев, льготных гарантийных условий и сильной маркетинговой поддержки.



— Что для вас значит сотрудничество с АВТОКОМ?

— Для нас это сотрудничество выходит на новый, приоритетный уровень. АВТОКОМ — лидирующая группа российского автобизнеса. Так, как вы работаете с дистрибьюторами, СТО и продвигаете бренды, сегодня в России почти никто не работает.

Сеть «Эврикар» — это уникальный канал прямой коммуникации с теми, кто каждый день выбирает и покупает запчасти

для своей работы. Сотрудничество с АВТОКОМ дает нам возможность доносить наши УТП, вовлекать новых партнеров и развивать существующие отношения. Мы высоко ценим это партнерство и готовы поддерживать все инициативы, которые его усиливают.

— Где сегодня производится продукция и как вы выстраиваете контроль качества?

— LYNXauto — японский бренд с международным производством. Мы всегда подчеркивали, что наши производства — это те же площадки, что работают на европейские бренды, но под нашим контролем и с адаптацией продукции под российские условия.

Сейчас глобальное производство автокомпонентов в значительной степени переместилось в Китай, и LYNXauto это тоже затронуло. Китай сегодня работает в статусе абсолютного лидера мирового производства автомобилей и автокомпонентов, и мы работаем с лучшими предприятиями, по своим правилам и техническим требованиям. Помимо Китая, у нас остаются производства во Франции, Турции, Индии, Таиланде и Малайзии, но их доля в общем объеме не превышает 15%.

При этом компания Akita Kaihatsu и эксклюзивный импортер в России — ООО «ЛН Дистрибуция» — полностью отвечают за всю продукцию. На запчасти LYNXauto действует двухлетняя гарантия при условии установки на СТО. Такие запчасти подлежат обмену, а для станций, являющихся гарантийными, компенсируются расходы по замене деталей, признанных бракованными. На запчасти SUFIX гарантия составляет один год, на NGN — три года. Это говорит о том, что для нас надежность — абсолютный приоритет независимо от бренда.

— Что происходит с потребительским поведением на рынке сейчас?

— Мы видим выраженный брендовый сдвиг. Около 64% потребителей считают, что покупают запчасти среднего ценового сегмента. Но фактическое поведение иное: растут интервалы ТО, снижается частота замены масла, люди переходят на no-name бренды. Потребитель из премиума все чаще выбирает средний сегмент, а из среднего сегмента люди уходят в более экономичные решения. Наша задача — обеспечить достойное предложение в каждом ценовом уровне.

Поэтому мы повышаем доступность продукции, размещаем товар ближе к клиентам, вместе с дистрибьюторами обеспечиваем доставку в интервале от 15 до 90 минут. Проводим обучение, делаем рекламу в федеральных СМИ и интернете, развиваем продажи на маркетплейсах, но при этом выстраиваем систему так, чтобы онлайн-канал не вредил нашему основному каналу сбыта — СТО.

*Все это мы делаем ради одной цели: чтобы российские автомобилисты могли надежно и долго эксплуатировать свои автомобили, используя наши качественные запчасти и расходные материалы.*

# СПЕЦИАЛЬНАЯ АКЦИЯ:

## ПОДЪЕМНИК ДЛЯ ВАШЕГО АВТОСЕРВИСА

Участвуйте в главном событии года и получите шанс стать обладателем двухстоечного электрогидравлического подъемника грузоподъемностью 4.5 т.

### ИНТЕРАВТОМЕХАНИКА



**18 – 21 АВГУСТА 2026**



**КРОКУС ЭКСПО (МОСКВА)**



# Комплексные решения и стандарты надежности от LYNXauto



Работа на современном авторынке требует гибких подходов и точного понимания потребностей клиентов. Опыт бренда LYNXauto наглядно демонстрирует, как масштабная рыночная стратегия трансформируется в прикладные решения, закрывающие потребности как бизнеса, так и конечного потребителя.

В условиях, когда новые автомобили существенно подорожали, а текущий топливный кризис и рост цен на бензин создают дополнительную финансовую нагрузку, владельцы стремятся продлить срок службы своих машин. В такой ситуации спрос на качественный и глубокий ремонт растет, а, значит, СТО и розничным магазинам необходимы надежные запчасти, которые гарантированно прослужат долго, но не заставят клиента переплачивать. Перед сложным осенне-зимним сезоном нагрузка на ремзоны начнет расти, и главная задача для СТО и магазинов — сохранить стабильную работу, не потерять маржу и не уйти в минус. В текущих реалиях выбор надежного и понятного партнера по запчастям становится для автобизнеса вопросом стабильности.

## Оптимизация снабжения через дистрибьюторскую сеть

Один из основных вызовов для снабжения сегодня — раздробленность заказов. Поиск нужных позиций у десятка разных марок приводит к потере времени, лишним расходам на логистику и рискам получить нестабильное качество. LYNXauto решает эту проблему за счет концепции «единого окна».

Работа бренда строится строго через развитую сеть официальных дистрибьюторов. Это гарантирует розничным магазинам и СТО бесперебойность поставок, отлаженную региональную логистику и постоянное наличие востребованных позиций на складах.

Ассортиментная матрица LYNXauto включает более 35 000 наименований деталей в 40 товарных группах. Номенклатура полностью закрывает потребности в обслуживании ключевых узлов автомобиля — от подвески и рулевого управления до тормозных систем и расходников. Для B2B-партнеров, закупующих продукцию у дистрибьюторов, такой масштаб — это возможность полностью закрыть потребность клиента в рамках одного бренда, оптимизировать склад и поднять средний чек, ведь автовладельцу спокойнее укомплектовать машину деталями от одного проверенного производителя.



**LYNX**<sup>®</sup>  
ЗАПЧАСТИ *auto*



Надежные  
запчасти,  
которым  
доверяют



[lynxauto.ru](http://lynxauto.ru)

**18 лет** на рынке

**40** товарных групп

**35 000+**  
наименований

**2 года** гарантии

**180 000** клиентов

**500+ млн**  
реализованных  
товаров



Подбери запчасти  
за 30 секунд  
онлайн на сайте  
[lynxauto.info](http://lynxauto.info)



### Сезонный ассортимент и готовность к межсезонью

Конец лета — традиционный период подготовки транспорта к сложным условиям эксплуатации. Дополнительную серьезную нагрузку на технику формирует ситуация на рынке нефтепродуктов: из-за дефицита и резкого роста цен на бензин автоводители регулярно сталкиваются с суррогатным топливом. При этом основной удар принимают на себя элементы системы зажигания и топливоподдачи: химические примеси приводят к быстрому образованию нагара на свечах зажигания и абразивному износу электрических топливных насосов.

В августе-сентябре LYNXauto делает акцент на поставках наиболее востребованных сезонных групп товаров через дистрибьюторские каналы:

**Фильтры (топливные, масляные):** топливные фильтры используют многослойные материалы с высокой тонкостью отсева, улавливая воду и микрочастицы примесей при работе на нестабильном горючем для защиты прецизионных узлов системы питания. Масляные фильтры оснащаются термостойкими перепускными и противодренажными клапанами, гарантируя стабильное давление в системе смазки и эффективную очистку моторного масла от продуктов сгорания и нагара при любых оборотах двигателя.

**Детали подвески и рулевого управления:** резинометаллические компоненты (сайлентблоки, опоры) изготавливаются из морозостойких составов резины, устойчивых к растрескиванию в зимний период. Силовые элементы (рычаги, шаровые опоры) и амортизаторы проходят термическую обработку и контроль структуры металла, гарантируя высокую прочность при постоянных нагрузках.

**Тормозные системы:** колодки и диски проектируются с учетом жестких требований к термостабильности. Специальный состав фрикционной смеси колодок и направленные каналы или перфорация дисков обеспечивают стабильный коэффициент трения и эффективный отвод влаги и газов из зоны контакта, гарантируя замедление автомобиля при изменениях температуры рабочей пары и в условиях высокой влажности.

**Щетки стеклоочистителя и ремни:** резиновая лента щеток с графитовым покрытием обеспечивает равномерный прижим к стеклу и полную очистку рабочей зоны без разводов при

интенсивных осадках. Приводные ремни изготавливаются из износостойких этилен-пропиленовых каучуков с усиленным кордом, что исключает их проскальзывание, растяжение и растрескивание при резких температурных перепадах и высоких оборотах двигателя.

### Инжиниринг и контроль качества

За широким ассортиментом бренда стоит инженерная экспертиза японской компании Akita Kaihatsu. Проектирование компонентов ведется по строгим отраслевым регламентам, а производство сертифицировано по международным стандартам качества.

Использование автоматизированных линий с ЧПУ гарантирует точные размеры деталей и правильную обработку рабочих поверхностей трения. По составу металлов, сплавов и резины запчасти полностью соответствуют оригиналу, обеспечивая полную взаимозаменяемость компонентов и их расчетный ресурс при стандартной установке.

Запчасти LYNXauto устанавливаются на штатные места без дополнительной подгонки, тем самым ускоряя ремонт и сокращая время нахождения машины на подъемнике.

### Адаптация к сложным дорожным условиям

Российский климат, реагенты и состояние дорожного покрытия требуют от деталей повышенного запаса прочности. Перед запуском в серийное производство образцы LYNXauto проходят обязательный цикл лабораторных и стендовых тестов. Их проверяют на устойчивость к критическому холоду и сопротивляемость коррозии в соляных камерах. Для СТО это прямая защита от повторных ремонтов и рекламаций, помогающая удерживать клиентов.





#### Двухлетняя гарантия и поддержка партнеров

Надежность продукции подтверждается официальной двухлетней гарантией, которую в России поддерживает эксклюзивный импортер — ООО «ЛН Дистрибьюция». При установке деталей бренда на станциях технического обслуживания автовладелец получает гарантию на 24 месяца без ограничения по пробегу.

Для независимых автосервисов это удобный рабочий инструмент: для станций, имеющих статус гарантийных партнеров бренда, предусмотрена полная компенсация расходов на работы по замене деталей, если они признаны дефектными. Сервис не несет финансовых рисков, полностью перекладывая их на производителя.

#### Доступность и безопасность

Бизнес-модель LYNXauto строится на предоставлении качественных деталей с большим ресурсом по доступной, честной цене. Оптимизация логистики дистрибьюторов и эффективное производство позволяют избегать наценок за имя, сохраняя при этом жесткие стандарты безопасности для водителя и пассажиров. Потребитель получает надежный ремонт, а розничные партнеры — понятную коммерческую выгоду.

#### Готовность к сезону

Сегодня бренд LYNXauto связывает в единую цепочку крупнейших национальных дистрибьюторов, независимые сервисы, розничные магазины и миллионы автовладельцев.

Сочетание огромного ассортимента, строгой инженерии, адаптации к тяжелым условиям и реальной гарантийной поддержки делает марку оптимальным выбором для надежного и коммерчески выгодного обслуживания автомобилей в новом сезоне.

Запрашивайте продукцию LYNXauto у официальных дистрибьюторов в вашем регионе или на сайте [lynxauto.ru](http://lynxauto.ru)



# NGN: Философия доступного качества масел и премиальных стандартов автокомпонентов



## Сбалансированные решения для обслуживания автопарка

Динамика современного автомобильного рынка требует от брендов максимальной точности в позиционировании продуктов. Автовладельцы и профессионалы сервисного обслуживания не готовы переплачивать за громкое имя, но предъявляют жесткие требования к эксплуатационным характеристикам приобретаемой продукции. В таких условиях бренд NGN демонстрирует продуманный подход к формированию своего портфеля. Предлагая рынку две независимые продуктовые концепции - надежные смазочные материалы среднего сегмента и высокотехнологичные автозапчасти премиального уровня. Бренд закрывает ключевые потребности СТО и розничных сетей, обеспечивая партнерам стабильную и прогнозируемую доходность бизнеса.

## Разумный выбор и бескомпромиссная надежность в массовом сегменте

Рынок автомобильных масел и технических жидкостей в период 2025-2026 годов столкнулся с серьезным насыщением, где потребителю бывает трудно найти золотую середину между сомни-

тельными бюджетными продуктами и неоправданно дорогими импортными аналогами. Продукция NGN прочно заняла востребованную нишу качественного среднего сегмента. Это смазочные материалы, разработанные для массового потребителя, который ценит ресурс двигателя своего автомобиля и не готов идти на компромиссы в вопросах надежности.

Масла NGN производятся с использованием современных базовых масел высокой степени очистки и передовых пакетов присадок от ведущих химических концернов, что позволяет продуктам обеспечивать стабильную защиту внутренних компонентов двигателя в широком диапазоне температур, минимизировать образование отложений и гарантировать легкий пуск в зимний период. Фокус бренда - предоставление честного, стабильного качества для повседневной эксплуатации автомобилей.

В течение 2025-2026 годов линейка прошла плановую модернизацию под меняющиеся требования автопарка. В ассортимент были внедрены новые энергосберегающие и маловязкие моторные масла, полностью соответствующие жестким экологическим стандартам и спецификациям современных азиатских и европейских двигателей.

Параллельно бренд укрепил свои позиции в сегменте трансмиссионных жидкостей для автоматических коробок передач, вариаторов и роботизированных трансмиссий, предложив автовладельцам надежные и доступные альтернативы оригинальным сервисным жидкостям.

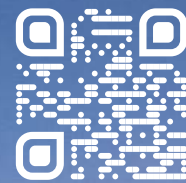
## Премиальные технологии в мире автокомпонентов

Если в сегменте смазочных материалов бренд делает ставку на массовую доступность и проверенные стандарты, то в направлении автозапчастей стратегия NGN в корне отличается. Продуктовая линейка создавалась и развивается как специализированное премиальное предложение для тех узлов автомобиля, где надежность и точность исполнения имеют решающее значение для безопасности.

Каждая деталь под маркой NGN проходит строжайший контроль геометрии и механических свойств. В производстве применяются инновационные технологии термической обработки и защитные покрытия, существенно продлевающие срок службы компонентов по сравнению со стандартными аналогами вторичного рынка.

Качество исполнения позволяет предлагать прозрачные условия эксплуатации: на весь ассортимент распространяется официальная гарантия сроком 3 года без ограничения пробега. Продукция ориентирована на автовладельцев, которые выбирают бескомпромиссное качество, сопоставимое с уровнем оригинальных комплектующих, поставляемых на конвейеры автозаводов.

Основу премиального ассортимента NGN составляют сложные узлы и компоненты. Период 2025-2026 годов был отмечен значительным расширением номенклатуры деталей тормозной системы премиум-класса, элементов подвески, рулевого управления и подшип-



# Тормозные диски ТЕРМОСТАБИЛЬНОСТЬ И ДОЛГОВЕЧНОСТЬ

[ngn-parts.com](http://ngn-parts.com)



ПЕРЕДОВЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ТЕХНОЛОГИИ



ВЫСОКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И СТОЙКОСТЬ К ИЗНОСУ



КОМФОРТ ЭКСПЛУАТАЦИИ



БИМЕТАЛЛИЧЕСКИЕ ДИСКИ



АНТИКОРРОЗИЙНАЯ ЗАЩИТА

ГАРАНТИЯ  
3 ГОДА





никовых узлов.

Новые поступления в линейку включили в себя компоненты для сложных многорычажных систем подвески премиальных кроссоверов, а также высокоуглеродистые тормозные диски с улучшенным теплоотводом, антикоррозийным покрытием и стандартной биметаллической конструкцией.

#### Укрепление позиций и доверие рынка

Для бренда NGN цикл 2025-2026 стал этапом синхронизации двух направлений и демонстрации высоких финансовых и операционных результатов. Разделение продуктовых линеек по разным ценовым и качественным категориям полностью оправдало себя на практике, позволив охватить разные группы покупателей.

В секторе смазочных материалов зафиксирован стабильный и прогнозируемый рост объемов реализации через оптовые каналы и крупные розничные сети магазинов автозапчастей. Потребители оценили стабильность физико-химических показателей масел от партии к партии, что в условиях нестабильного рынка стало важнейшим конкурентным преимуществом.

Продажи премиальных запчастей показали позитивную динамику среди СТО. Высокая надежность деталей сводит к минимуму число возвратов и гарантийных претензий со стороны автовладельцев.



#### Слагаемые коммерческого успеха и стабильности

Главным итогом прошедшего двухлетнего цикла стало формирование сбалансированной ценовой политики, которая позволила удерживать стоимость масел в рамках комфортного сегмента без какого-либо ущерба для их высоких эксплуатационных свойств.

Параллельно с этим бренд продемонстрировал высокую скорость реакции на изменения рынка в секторе запчастей, оперативно расширив применимость премиальных автокомпонентов для новых моделей автомобилей, включая наиболее актуальный азиатский сегмент.

Успех этих направлений был подкреплен масштабным развитием дистрибуции. Сквозная оптимизация складских остатков позволила ликвидировать дефицит и обеспечить бесперебойное наличие на складах как массово востребованных смазочных материалов, так и специфических, сложных позиций запчастей премиум-уровня.

#### Направления развития и адаптация к запросам

Заглядывая в будущее, бренд NGN планирует развивать оба направления параллельно, сохраняя выбранное позиционирование для каждого из них.

В сегменте смазочных материалов планируется дальнейшее расширение линейки специализированных технических жидкостей и антифризов, а также вывод на рынок обновленной тары. Бренд продолжит адаптировать формулы масел под локальные особенности и суровые климатические условия эксплуатации.

В сегменте запчастей фокус внимания инженеров будет направлен на углубление ассортимента для премиальных автомобилей китайского и европейского производства.

*Сочетание доступной надежности масел и премиального качества автозапчастей создает уникальное рыночное предложение. Бренд NGN уверенно смотрит в 2027 год, предлагая рынку именно те решения, в которых он нуждается здесь и сейчас.*



# KORSON: эволюция защитных свойств в массовом сегменте смазочных материалов



## Рациональный выбор

Рынок автомобильных масел и технических жидкостей продолжает предъявлять к производителям новые, более жесткие требования. Автовладельцы и профессиональные участники ищут оптимальный баланс между гарантированной надежностью продукта и его честной стоимостью. В этой системе координат бренд KORSON занял прочную и уверенную позицию. Позиционируясь в среднем ценовом сегменте, KORSON предлагает высокотехнологичные смазочные материалы, способные обеспечить максимальную защиту современных двигателей в самых сложных условиях эксплуатации.

## Технологическая основа

Продукция KORSON разрабатывается и выпускается на современных автоматизированных производственных площадках, сертифицированных по международным стандартам ISO. Это позволяет обеспечивать стабильность физико-химических свойств масел от партии к партии, что является критически важным фактором для бесперебойной работы современных моторов.

В основе масел бренда лежат высокоочищенные синтетические базовые компоненты с высоким индексом вязкости. В сочетании со сбалансированными пакетами присадок от ведущих мировых химических лабораторий, смазочные материалы эффективно справляются с ключевыми задачами:

1. **Снижение трения и износа.** Формирование прочной масляной пленки на металлических поверхностях даже при экстремальных сдвиговых нагрузках.
2. **Термическая стабильность.** Устойчивость к окислению при высоких рабочих температурах, что предотвращает залегание поршневых колец.
3. **Чистка двигателя.** Высокие моющие-диспергирующие свойства, удерживающие частицы нагара и шлама во взвешенном состоянии до очередной замены масла.
4. **Легкий пуск в мороз.** Отличная низкотемпературная текучесть, снижающая пусковой износ двигателя при глубоких отрицательных температурах.



# KORSON

С ЗАБОТОЙ О ВАШЕМ  
АВТОМОБИЛЕ



- МОТОРНЫЕ МАСЛА
- ТРАНСМИССИОННЫЕ МАСЛА

- ОХЛАЖДАЮЩИЕ ЖИДКОСТИ
- ТОРМОЗНАЯ ЖИДКОСТЬ

[KORSON-OIL.COM/RU/](http://KORSON-OIL.COM/RU/)

Благодаря этим свойствам продукция KORSON стала разумной альтернативой более дорогим импортным аналогам, предлагая рынку ту же степень защиты, но без маркетинговой переплаты за премиальный статус.

#### Ассортиментная матрица

Продуктовый портфель KORSON спроектирован таким образом, чтобы полностью закрывать потребности как индивидуальных автовладельцев, так и сервисных станций.

Период 2025-2026 годов стал для KORSON этапом интенсивного обновления продуктовой линейки под меняющийся ландшафт автопарка. Были значительно расширены серии маловязких синтетических масел категорий 0W-20 и 0W-30. Новые формулы получили улучшенную защиту от преждевременного воспламенения смеси на низких оборотах, что критически важно для продления ресурса малообъемных форсированных двигателей.

Помимо моторной группы, KORSON существенно укрепил позиции в сегменте трансмиссионных жидкостей. В ассортимент вошли современные продукты для автоматических трансмиссий, бесступенчатых вариаторов и преселективных роботизированных коробок передач с мокрым и сухим сцеплением.

Параллельно бренд развивает линейку антифризов, тормозных жидкостей и специализированных пластичных смазок. Такой подход позволяет полностью обслужить трансмиссию и систему охлаждения автомобиля материалами от одного проверенного производителя.

#### Рыночные итоги

2025-2026 годы подтвердили правильность выбранной стратегии позиционирования в среднем сегменте. В условиях



высокой рыночной конкуренции KORSON продемонстрировал уверенный рост объемов реализации, существенно расширив свое присутствие на рынке.

Главным итогом стала сквозная оптимизация логистических маршрутов и производственных процессов, что позволило бренду сохранить стабильное ценообразование в рамках среднего класса, несмотря на внешние экономические факторы. СТО и сети оценили ритмичность поставок и постоянное наличие востребованных позиций на региональных складах.

Статистические данные за 2025-2026 годы показывают минимальный, стремящийся к нулю уровень гарантийных обращений, связанных с качеством смазочных материалов.

#### Стратегические ориентиры

Опираясь на достигнутые результаты, KORSON сформировал четкий вектор дальнейшего развития. Главная цель на краткосрочную перспективу - закрепление статуса технологического лидера в среднем сегменте.

В планах заложено форсированное расширение линейки специализированных масел для коммерческого транспорта, обновление дизайна упаковки и внедрение еще более эргономичных канистр, облегчающих процесс заливки масла.

Бренд KORSON встречает будущее с четким пониманием потребностей рынка и диверсифицированным ассортиментом. Сочетание передовых стандартов производства, жесткого контроля качества и доступной стоимости делает смазочные материалы KORSON идеальным выбором для тех, кто заботится о ресурсе автомобиля и ценит экономическую эффективность.





# ЗАПЧАСТИ ДЛЯ ТВОЕЙ МАШИНЫ



SUFIX.PRO

## SUFIX: Рациональный выбор и эффективное импортозамещение в сегменте автозапчастей

SUFIX — яркий представитель и один из лидеров экономического сегмента автозапчастей, философия которого построена на принципах здорового прагматизма, максимальной прозрачности и рационального использования ресурсов. Бренд дает возможность российским локальным производителям поставлять свою продукцию напрямую широкому кругу потребителей, обеспечивая прямое импортозамещение доступными автокомпонентами местного производства.

### Масштабирование ассортимента как основа стабильности бизнеса

Главный залог успеха любого бренда в B2B-сегменте — это способность бесперебойно обеспечивать партне-

ра всем необходимым ассортиментом, минимизируя простои автомобилей в ремзонах. SUFIX демонстрирует беспрецедентные темпы расширения своего каталога. На фоне общеструктурных изменений рынка в 2025-2026 годах бренд



стал ключевым бенефициаром спроса со стороны автовладельцев.

Если на этапе своего старта в конце 2022 года SUFIX оперировал скромной начальной матрицей из 2 000 позиций, то к концу текущего 2026 года бренд планирует совершить грандиозный рывок, зафиксировав в линейке не менее 21 000 высокотребовательных позиций в сегменте автозапчастей.

Этот объем формируется с четким прицелом на актуальные рыночные тренды. Наряду с традиционно сильным предложением для популярных в России европейских, корейских и отечественных машин, SUFIX активно наращивает присутствие в сегменте компонентов для китайских автомобилей. Продажи «китайцев» формируют долгосрочный структурный сдвиг, и наличие доступ-



ных, качественных расходников для них становится стратегическим приоритетом бренда.

### Пять фундаментальных преимуществ SUFIX

Популярность SUFIX среди оптовых компаний и СТО базируется на строгом соблюдении пяти ключевых принципов эффективного локуст-моделирования.

#### 1. Официальная гарантия 12 месяцев

Несмотря на принадлежность к эконом-сегменту, SUFIX полностью берет на себя ответственность за качество выпускаемой продукции. Официальные гарантийные обязательства производителя действуют в течение года с момента покупки, обеспечивая полную юридическую и финансовую защиту как автосервиса, так и конечного потребителя.

#### 2. Максимальный охват автопарка

Продуктовая матрица SUFIX проектируется как готовое универсальное решение для обслуживания массовых автомобилей. Ассортимент полностью покрывает потребности самых популярных марок европейского, азиатского и российского производства, что позволяет закупщикам и мастерам-приемщикам укомплектовать сложный многокомпонентный заказ в одном месте.

#### 3. Баланс ресурса и стоимости для рационального ухода

SUFIX — это комфортное попадание в запросы тех, кто ищет надежную альтернативу оригинальным запчастям без ущерба бюджету. Для достижения минимальной себестоимости бренд не экономит на самом продукте, но активно использует локуст-технологии в сопутствующих сферах: максимальная простота и унификация упаковки, отсутствие лишнего маркетингового шума и строгая оптимизация издержек.

#### 4. Контроль качества

Продукция SUFIX изготавливается на современных, полностью автоматизированных производственных линиях, соответствующих стандарту IATF16949. Обязательное тестирование каждой

выпускаемой партии по ключевым физико-химическим и геометрическим характеристикам на этапах производства полностью блокирует попадание бракованных деталей на полки магазинов.

#### 5. Складское наличие и развитая логистика

Благодаря тесному взаимодействию с развитой логистической сетью и продуманной складской программе, детали SUFIX всегда доступны для моментального заказа. Минимальные сроки доставки позволяют вернуть отремонтированный автомобиль владельцу в кратчайшие сроки.



### Взгляд в будущее

В условиях рыночной турбулентности ключевым фактором стабильности бренда становится эффективное развитие дистрибуторских каналов. Благодаря разветвленной системе взаимодействия с независимыми СТО, розничными магазинами и оптовиками, SUFIX обеспечивает доступность качественных автокомпонентов. Оптимизация цепочек поставок позволяет бренду предлагать конкурентоспособные цены, подтверждая доступность надежного обслуживания автомобилей.

# Импортёр и дистрибьютор «Авто-Евро»: «Качество и репутация бренда запчастей остаются важными для автовладельцев»

После ухода из России мировых производителей автокомпонентов, спектр брендов, предлагающих на рынке свою продукцию, очень сильно изменился. Рядовым автовладельцам фактически заново нужно узнавать и изучать названия производителей колодок, амортизаторов, фильтров и масел. О том, как в новых условиях работают импортёры и дистрибьюторы, рассказал коммерческий директор компании «Авто-Евро» Алексей Вишневецкий.



**Что изменилось за последний год? Какие тенденции вы для себя отметили как самые важные — и для рынка в целом, и конкретно для «Авто-Евро»?**

Ожидаемо рост рынка замедлился, поэтому игроки ищут варианты продуктивной работы в новых условиях. При усиливающейся конкуренции требуется очень внимательно следить за маржинальностью. Происходит постепенная консолидация рынка у крупнейших дистрибьюторов. Усиливается влияние маркетплейсов, которые активно развивают направление автотоваров, увеличивая свою долю.

Что касается конкретно «Авто-Евро», то в 2025 году мы ввели грузовое направление, которое показывает хороший результат. Кроме того, сосредоточились на наиболее результативных территориях, усилив там свои показатели.

**А если смотреть внутрь компании — что изменилось в вашем подходе за последний год?**

В первую очередь, уделили большое внимание улучшению клиентского опыта при взаимодействии с интернет-порталом для B2B-клиентов и поставщиков. Дополнительно сосредоточились на повышении качества структуры данных о товарах: усилили полноту и наполненность каталога, доработали структуру товарных признаков, чтобы покупателям было проще сделать правильный выбор среди предложений на рынке. Также более тщательно подошли к выбору поставщиков: стали отключать участников с сомнительной репутацией. Кроме того, как уже было сказано выше, стали активно работать с маркетплейсами.

В результате, если сравнивать первые шесть месяцев 2026 года с полугодием прошлого отчетного периода, получилось нарастить выручку в целом и кратно как раз через агрегаторы. Заметно активнее стала клиентская база в сегменте СТО и магазинов автозапчастей.

**Какие категории запчастей стали драйверами продаж за последние полгода? Были ли направления, от которых вы сознательно отказались?**

За последние полгода подросла доля продаж деталей подвески, рулевого управления и амортизаторов. Запчасти для двигателей стали покупать меньше. Причем предпочтение покупателей смещается в пользу производителей, проверенных либо личным опытом, либо рекомендованных специалистами сервиса, где обслуживается автомобиль.



В наличии 350 000+  
позиций для легкового,  
а теперь и грузового транспорта



**Авто-Евро — надежный  
поставщик запчастей**



А отказались мы от части инфраструктуры, закрыв несколько офисов, которые не приносили прибыли.

**С каким ключевым вызовом вы столкнулись в начале 2026 года и какое решение позволило его преодолеть?**

Ключевой вызов – внедрение системы «Честный знак». Несмотря на то, что многие дистрибьюторы отказались от продажи товарных категорий, подпадающих под эту систему, мы стараемся этот вопрос решить. Кроме того, весной мы столкнулись с нетипичной для нас динамикой, так что пришлось оперативно перестраивать складскую инфраструктуру.

**Что происходит с качеством на рынке? За последний год подделок и откровенно плохого неоригинала стало больше или меньше? И как за эти 6 месяцев изменилась ваша собственная проверка поставщиков?**



У нас отлажена система входного контроля качества и оценки поставщиков – рейтинга, который позволяет нам выбирать партнеров, гарантирующих надежные поставки, качество продукции и услуг.

**Как меняется поведение клиентов: они чаще выбирают более экономичные решения или, наоборот, делают ставку на качество и надежность? Как это влияет на вашу ассортиментную и ценовую политику?**

Клиенты продолжают активно переключаться с оригинальных запчастей на аналоги, а также компоненты собственных торговых марок дистрибьюторов. При этом качество и репутация выбираемой продукции все еще имеет значение для потребителя. Само собой, мы делаем ставку на продукцию, популярную у автолюбителей.

**На каких направлениях и продуктах вы планируете делать основной акцент в ближайший сезон?**

Какого-то акцента на отдельном направлении нет – мы стараемся сформировать предложение сбалансировано в соответствии с потребностями покупателей и возможностями производителей и поставщиков в текущее непростое время, наполненное вызовами и ограничениями.

Из стратегических моментов мы, например, сознательно не занимаемся шинами, дисками и кузовными деталями, сосредотачивая усилия на товарах для технического обслуживания авто.

**Какие планы развития у компании «Авто-Евро» на ближайшее время? Есть ли какие-то масштабные цели, которые хотелось бы воплотить на рынке?**

План один, повторяю – сбалансированно развивать бизнес, продолжая работать над эффективностью компании в целом и каждого отдельного подразделения в частности. В первую очередь, это касается расширения ассортимента в соответствии с потребностями автолюбителей. Работаем над тем, чтобы предложение производителей и поставщиков соответствовало ожиданиям потребителей, цене и качеству товаров. Кроме того, усиливаем работу в регионах, в частности, следим за наполняемостью складов, развиваем собственные товарные марки, а также предлагаем эксклюзивную продукцию.

# ВЫИГРАЙТЕ 100 000



## ИГРАТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС



**Ценные призы  
каждую неделю**



**Играйте один раз в день —  
7 шансов стать первым**



**Глобальный рейтинг игроков:  
займи первое место в таблице**



**Лучшие игроки  
попадают в суперфинал**

# SPEEDMATE: ОСТРОВ СТАБИЛЬНОСТИ В МЕНЯЮЩЕМСЯ АВТОМИРЕ

Портрет российского автомобилиста за последние два года сильно изменился. По итогам 2025-го средний возраст машины перевалил за 16 лет, а почти три четверти автопарка разменяли второй десяток. Одновременно дороги страны активно осваивают молодые китайские бренды, чей возраст едва достигает пяти лет, а спрос на запчасти к ним ежегодно удваивается. Именно этот контраст — между зрелым и требующим внимания автопарком и новыми, ещё не до конца освоенными моделями — определяет повестку для всех, кто работает с запасными частями. SpeedMate встретил этот момент с готовым арсеналом, который копился три десятилетия.

## Корейский фундамент глобального масштаба

SpeedMate вырос не в гараже стартапера, а в структуре одного из тяжеловесов мировой индустрии — SK Group. Для российского потребителя эта аббревиатура давно знакома по моторному маслу ZIC, которое производят на предприятиях холдинга. SpeedMate — родственный актив, входящий в SK Networks, и это соседство означает прямой доступ к конвейерным технологиям, а не копирование чужих каталогов. В Fortune Global 500 за 2025 год SK Group заняла 114-ю строчку с годовым оборотом почти в 93 миллиарда долларов. За плечами бренда — поставки на конвейеры Hyundai и Kia, более 600 собственных сервисных центров в Корее и признание «Самым популярным aftermarket-брендом» на родине на протяжении многих лет. Такая родословная — не просто строчка в презентации, а гарантия того, что деталь проектировалась с теми же допусками, что и оригинал.

## Курс на актуальный автопарк

Сегодня в портфеле SpeedMate свыше 10 000 артикулов, и он продолжает прирастать позициями для тех машин, которые определяют поток на СТО. Приоритет 2025–2026 годов — линейки Chery, Geely, Haval и других лидеров китайского импорта. При этом никто не отказывался от глубокого покрытия корейских и европейских марок: фильтры, тормозные колодки и диски, сайлентблоки, амортизаторы, элементы системы охлаждения и впуска по-прежнему доступны в единой системе подбора.

«Мы не гонимся за дешевизной, мы гонимся за предсказуемостью», — объясняет директор SpeedMate в России Артемий Тушков. — Никому не нужны колодки, которые рассыплются через 20 тысяч, или сайлентблок, вылетевший на первой яме». Именно поэтому уровень производственного брака в бренде удерживается на отметке 0,01 % — это не рекламное обещание, а статистика возвратов.

## Одно качество на 25 заводов

Производственная география SpeedMate объединяет 25 предприятий в Корее и Китае, работающих по единому стандарту контроля. Китайские фабрики находятся под постоянным надзором корейских инженеров: от входного сырья до финальной упаковки протоколы идентичны. Такая архитектура позволила масштабировать выпуск без потери точности — и предложить рынку детали, на которые действует гарантия до двух лет или 40 000 километров пробега.

## Ближе, чем кажется

Эксклюзивным дистрибьютором SpeedMate на территории России является компания «Авто-Евро». Именно через её партнёрскую сеть и склады продукция попадает в розничные точки и на ведущие маркетплейсы. Такой охват сокращает время от заказа до установки, что в нынешних условиях перебоев с поставками оригинальных деталей становится критическим конкурентным преимуществом.

## Итог

*SpeedMate не обещает вечных запчастей. Он обещает то, что сегодня ценят мастера и водители: уверенность в моменте. Уверенность, что выбранная деталь встанет на место с первого раза, отработает заложенный ресурс и не превратит визит на сервис в лотерею. В эпоху, когда автопарк России учится жить долго, а его владельцы считают деньги, такое обещание дорогого стоит.*



# Speed Mate

## Тормозные диски для легковых автомобилей



Brake Disc  
브레이크 디스크

Korea M  
Aftermark



Бренд №1 в Корее  
для вторичного рынка

**SK** speedmate

# ГК АВТОРУСЬ в Ростове: новый склад, расширенная география и ускоренная логистика для партнеров ЮФО

Группа компаний АВТОРУСЬ сообщает о важном стратегическом событии для всех оптовых клиентов Южного федерального округа: в Ростове-на-Дону полноценно заработал собственный распределительный центр.

Открытие локального склада стало ответом на растущий спрос региона и позволило компании вывести сервис обслуживания на качественно новый уровень. Теперь партнеры в Ростове и на прилегающих территориях получают доступ к ускоренной логистике, расширенному ассортименту и более гибким условиям сотрудничества, которые ранее были доступны только клиентам столичного региона.



Новый объект уже функционирует в полном объеме и обеспечивает высокую надежность поставок. Склад заполнен на 90–95%, а его ассортиментная матрица насчитывает около 60 000 SKU. Это означает, что подавляющее большинство позиций из каталога ГК АВТОРУСЬ теперь доступно «здесь и сейчас», без необходимости ожидания межскладских перемещений из Москвы. Наличие такого запаса позволяет закрывать потребности автосервисов, магазинов запчастей и специализированных дилеров оперативно и в полном объеме. Для поддержания актуальности стоков сформирована специальная кросс-функциональная команда, включающая представителей отделов продаж, закупок и складской логистики, которая ежедневно контролирует оборачиваемость и своевременное попол-



нение товарных остатков.

Существенная оптимизация стала ключевым преимуществом запуска ростовского хаба. Для клиентов внедрена схема получения товара «день в день» при заказе с местного наличия. При этом компания сохранила возможность работы с центральным складом в Москве. Такая гибридная модель дает партнерам максимальную гибкость в планировании закупок и позволяет комфортно балансировать между срочностью и широтой ассортимента. Кроме того, в график работы включена доставка по воскресеньям, что особенно важно для автосервисов, работающих без выходных в высокий сезон.

География обслуживания также претерпела значительные изменения. Помимо самого Ростова-на-Дону, налажена регулярная доставка в города Донецк, Макеевка, Мариуполь и Луганск. В ближайших планах - подключение Симферополя, что фактически завершит формирование единого логистического контура для всего юга страны. Важно отметить, что ростовский склад становится не просто точкой выдачи, а полноценным региональным хабом. До конца лета к нему будут подключены отгрузки для партнеров из Волгограда, Краснодара и Ставрополя. Это позволит жителям этих городов пользоваться теми же

преимуществами ускоренной логистики, что и ростовским клиентам, сократив зависимость от прямых поставок из Москвы.

Особое внимание уделяется расширению зоны покрытия через ставропольское направление. Клиенты из Ставрополя теперь могут рассчитывать на быструю доставку не только в



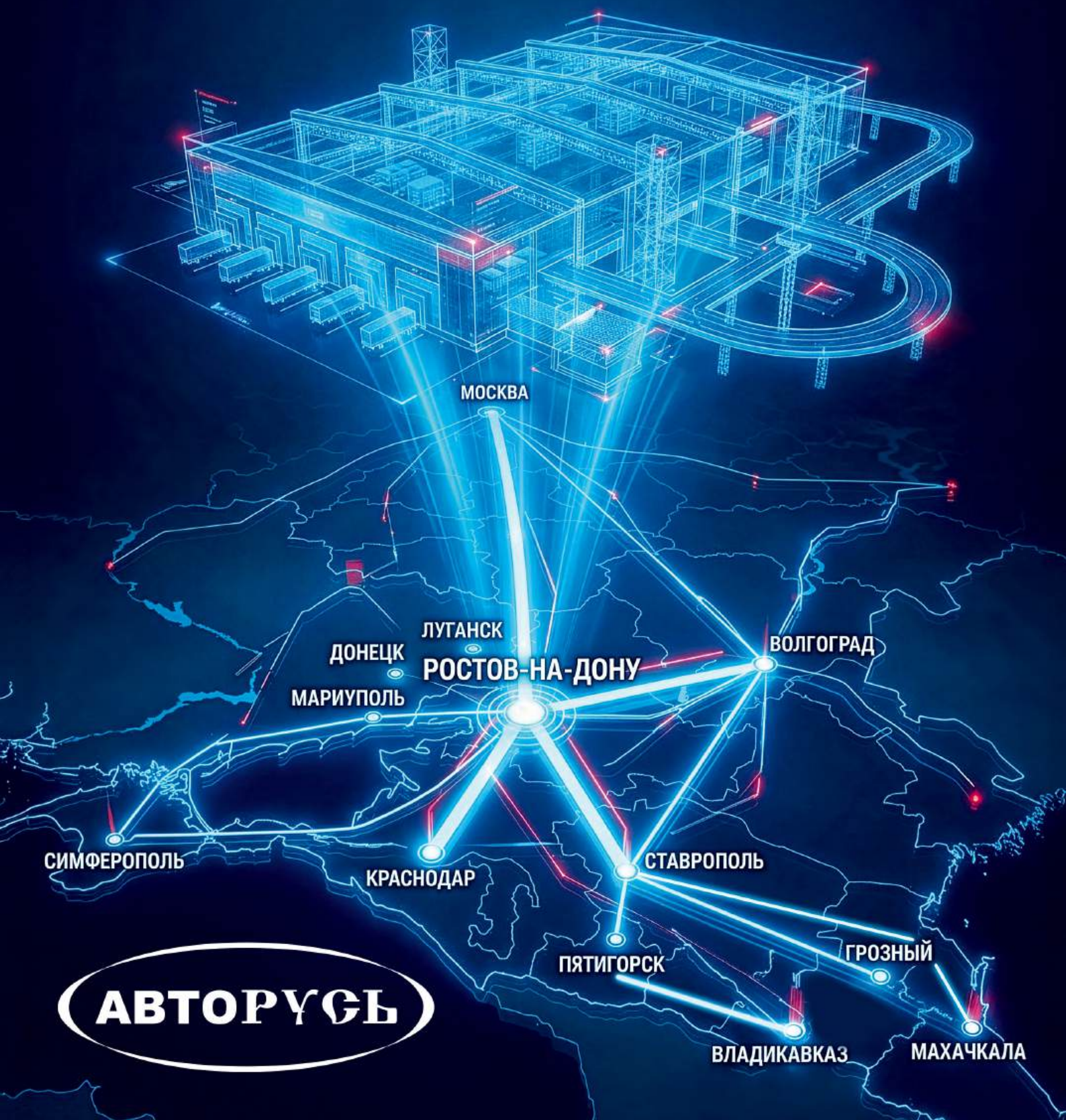
краевой центр, но и в ключевые города Северо-Кавказского федерального округа. В зону обслуживания включены Пятигорск, Владикавказ, Грозный и Махачкала.

Запуск склада в Ростове является частью масштабной стратегии развития ГК АВТОРУСЬ в ЮФО. Положительная динамика первых месяцев 2026 года подтверждает высокий потенциал региона. Новые логистические возможности помогают партнерам снизить издержки, ускорить оборот и увеличить прибыль, делая их бизнес более устойчивым и эффективным.

**ГК АВТОРУСЬ продолжает расти вместе с вами, создавая инфраструктуру, которая делает ваш бизнес эффективнее каждый день.**

# НОВЫЙ ХАБ — НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ

АВТОРУСЬ УДВАИВАЕТ СКОРОСТЬ  
ЛОГИСТИКИ В ЮФО:  
ОТ РОСТОВА ДО КАВКАЗА ЗА СУТКИ



**АВТОРУСЬ**

# Экосистема авторемонта: как СТО и магазинам запчастей сохранить маржинальность в новых реалиях рынка

Российский рынок автокомпонентов и автосервисных услуг переживает масштабную трансформацию. Эра, когда СТО могла существовать исключительно за счет ремонта, а розничный магазин — за счет продажи деталей «с полки», окончательно ушла в прошлое. Жесткая экспансия универсальных маркетплейсов, тектонические сдвиги в законодательстве, перестройка логистики и дефицит кадров заставляют игроков объединяться. Сегодня независимым станциям (НСТО) и магазинам запчастей, чтобы остаться на плаву икратно увеличить доходность, необходимо переходить к созданию сервисно-продуктовых экосистем и делать ставку на эксклюзивные бренды среднего ценового сегмента.

## Законодательные тиски: утильсбор, локализация такси и «Право на ремонт»

Главным драйвером изменений структуры автопарка стали жесткие меры государства по защите внутреннего рынка. Поэтапное повышение ставок утилизационного сбора фактически отсекло свободный импорт машин физлицами и сделало ввоз нелокализованных иномарок экономически нецелесообразным. Параллельно весной 2026 года вступил в силу закон о локализации автомобилей такси, обязавший парки закупать для перевозки пассажиров только те машины, которые производятся в рам-



ках специнвестконтрактов или набрали необходимый балл локализации в РФ.

Поскольку коммерческий пассажирский автопарк огромен (около 1,3 млн автомобилей такси), эти нововведения запустили лавинообразную смену моделей. Уходящие «рабочие лошади» в лице Hyundai Solaris, Kia Rio или Volkswagen Polo стремительно замещаются утвержденным списком Минпромторга. Основу обновленного парка теперь формируют модели Lada (Granta, Vesta, Aura, Largus), «Москвич» (3, 6, 8) и Haval (Jolion, F7),

а также бренды Sollers, Evolute и Tenet. Структура спроса на детали кардинально изменилась прямо сейчас. Параллельно государство заходит со стороны защиты прав потребителей. Самым обсуждаемым событием стало принятие в первом чтении законопроекта «О внесении изменений в статью 6 Закона РФ «О защите прав потребителей», известного как закон о «Праве на ремонт». Документ призван обязать автопроизводителей передавать техническую документацию, каталоги и базы



КАТАЛОГ ГАРАЖНОЕ  
ОБОРУДОВАНИЕ

# ARNEZI



КАТАЛОГ СЕРВИСНЫЙ  
ИНСТРУМЕНТ



ПРОФЕССИОНАЛЬНО  
КРЕЗУЛЬТАН



### Законодательные тиски: утильсбор, локализация такси и «Право на ремонт»

Главным драйвером изменений структуры автопарка стали жесткие меры государства по защите внутреннего рынка. Поэтапное повышение ставок утилизационного сбора фактически отсекло свободный импорт машин физлицами и сделало ввоз нелокализованных иномарок экономически нецелесообразным. Параллельно весной 2026 года вступил в силу закон о локализации автомобилей такси, обязавший парки закупать для перевозки пассажиров только те машины, которые производятся в рамках специнвестконтрактов или набрали необходимый балл локализации в РФ.

Поскольку коммерческий пассажир-

ский автопарк огромен (около 1,3 млн автомобилей такси), эти нововведения запустили лавинообразную смену моделей. Уходящие «рабочие лошади» в лице Hyundai Solaris, Kia Rio или Volkswagen Polo стремительно замещаются утвержденным списком Минпромторга. Основу обновленного парка теперь формируют модели Lada (Granta, Vesta, Aura, Largus), «Москвич» (3, 6, 8) и Haval (Jolion, F7), а также бренды Sollers, Evolute и Tenet. Структура спроса на детали кардинально изменилась прямо сейчас.

Параллельно государство заходит со стороны защиты прав потребителей. Самым обсуждаемым событием стало принятие в первом чтении законопроекта «О внесении изменений в статью 6 Закона РФ „О защите прав потребителей“», известного как закон о «Праве на ремонт». Документ призван обязать автопроизводителей передавать техническую документацию, каталоги и базы данных не только официальным дилерам, но и любым независимым компаниям.

### Информационный вакуум и демпинг маркетплейсов

Пока этот закон еще не вступил в силу в качестве окончательного акта, независимые СТО ежедневно сталкиваются с колоссальными техническими сложностями при обслуживании азиатского автопарка. Самая болезненная «боль» мастеров сегодня — работа вслепую,

в условиях информационного вакуума. Без русифицированных баз данных и точных карт моментов затяжки крепежа банальная замена цепи ГРМ превращается в рискованный квест. Китайские бренды часто меняют конфигурацию узлов прямо в рамках одного модельного года. Попытки демонтировать специфические механизмы подручными средствами оборачиваются срывом резьбы, поломкой хрупких сплавов и дорогостоящим браком для сервиса.

Ситуация осложняется ценовым демпингом со стороны крупнейших онлайн-платформ. Универсальные маркетплейсы стали главными конкурентами традиционной розницы, а покупатели привыкли проверять стоимость деталей в смартфоне прямо на приемке автосервиса. Конкурировать с интернет-гигантами «в лоб» по цене мелкий и средний бизнес больше не может.



### Гибридная модель и синергия брендов: Ganz и ARNEZI

В этих условиях наиболее устойчивой бизнес-моделью становится гибридный формат, совмещающий зону ремонта и собственный склад-магазин с фокусом на управляемые, эксклюзивные бренды среднего ценового сегмента. Разница в стоимости с дефицитными OEM-марками здесь может достигать 50%, но качество остается бескомпромиссным.

Наглядным примером опережающего реагирования на эти вызовы служит синергия автозапчастей Ganz и профессионального инструмента ARNEZI. В бренде Ganz заранее спрогнозировали, что протекционистские меры государства и закон о такси полностью перестроят коммерческий автопарк. При этом



TOP QUALITY PARTS  
**Ganz**



GANZ-PARTS.RU



НАДЁЖНОСТЬ  
КАЧЕСТВО  
РЕЗУЛЬТАТ

марка сохраняет глобальный фокус на реальные потребности: сегодня в портфеле Ganz насчитывается более 14 000 SKU автокомпонентов для огромного и стареющего парка «ушедших марок», которые по-прежнему составляют основу российского автотранспорта. Одновременно бренд оперативно развернул поддержку новых лидеров рынка: в ассортименте представлено более 800 SKU на модели, допущенные к работе в



такси, и более 1000 SKU на популярные китайские марки Тормозные элементы, детали подвески, фильтры и электрика для Lada Vesta, «Москвич 3» или Haval Jolion поставляются бесперебойно.

Пока долгожданный закон о праве на ремонт готовится к итоговому утверждению, бренд ARNEZI уже сегодня берет на себя миссию по спасению автосервисов от технических сложностей. Понимая, что мастера не могут ждать официальных мануалов годами, ARNEZI поставляет на рынок кастомизированный специнструмент для работы в том числе с китайскими моделями. Бренд предлагает готовые инженерные решения, включая уникальные съемники и наборы для фиксации валов при замене ГРМ на актуальных двигателях Geely, Changan, Chery. Это страхует НСТО от ошибок и рекламаций, а также сокращает время ремонта.

#### Иллюзия «оригинала» против честной гарантии

Уход официальных OEM-брендов сделал оригинальные компоненты неоправданно дорогими, а сроки их достав-



ки растянулись на недели. Но главная опасность для автовладельцев и СТО кроется в другом: зарубежные автоконцерны, покинувшие российский рынок, полностью отказались от поддержки своих гарантийных обязательств. Покупая сегодня безумно дорогую «оригинальную» деталь, привезенную по параллельному импорту, клиент и сервис фактически остаются один на один с возможным заводским браком. В случае форс-мажора предъявить претензии ушедшему OEM-производителю внутри страны юридически невозможно.

На этом фоне критически важным фактором выбора становится честная и юридически защищенная альтернатива. Продукция Ganz производится по строгим OE-стандартам и адаптирована

к сложным климатическим условиям. Будучи уверенным в стабильности своих технологических процессов, бренд Ganz предоставляет на весь ассортимент полноценную гарантию сроком **2 года или 40 000 километров пробега.**

Для автосервиса такая прозрачная гарантийная политика — мощнейший аргумент при продаже услуг на приемке. Сервис получает возможность закрыть ключевые страхи клиента, предложив надежную деталь, за качество которой производитель отвечает рублем здесь и сейчас. Это минимизирует риски повторных ремонтов за счет компании — фактор, критически важный как для частных автовладельцев, так и для коммерческого транспорта с огромными ежедневными пробегами.

#### Закключение

Рынок авторемонта окончательно перестал быть хаотичным. Победу в конкурентной борьбе одержат те компании, которые смогли уйти от случайных закупок к выверенной работе с эксклюзивным импортом, учитывающим тектонические сдвиги в законодательстве. Продукты Ganz и ARNEZI наглядно доказывают: синергия качественных автокомпонентов, оперативно адаптирующегося специнструмента и высокого уровня автоматизации — это единственный эволюционный путь для независимых игроков, желающих защитить свой бизнес от давления маркетплейсов и сохранить высокую доходность.



## Конкурс «АВТОСЕРВИС ГОДА»

Ежегодное профессиональное соревнование, проводимое среди станций постгарантийного обслуживания и ремонта легковых автомобилей, а также малого коммерческого транспорта, работающих на территории РФ.

Участником конкурса может стать любая станция технического обслуживания и сотрудники автосервиса не дилерского сегмента.

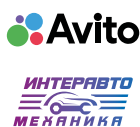


В 2026 году конкурс объединил более **6 500** автосервисов из **810** городов России — от Калининграда до Камчатки



Призовой фонд премии составил **3 500 000**, участие бесплатное

ПЕРЕХОДИ ПО QR-КОДУ  
И УЗНАЙ КАК СТАТЬ  
СЛЕДУЮЩИМ  
АВТОСЕРВИСОМ ГОДА!



# Магистраль-НН: «Главное — детали»

История нижегородской компании ООО «Магистраль-НН» — наглядный пример того, как из небольшого магазина запчастей вырастает крупнейший дистрибьютор российского рынка автокомпонентов.

Всё началось в 1994 году. За 32 года компания прошла путь от локальной торговой точки до холдинга федерального масштаба с собственной розничной сетью и производственной базой.

## Масштаб и возможности

«Магистраль-НН» десятилетиями сотрудничает с ведущими производителями автокомпонентов, постоянно пополняя список партнеров. На текущем этапе на портале компании представлено более 1 000 000 наименований запчастей, автохимии и аксессуаров для отечественных автомобилей и иномарок от надежных производителей.

Современный складской комплекс компании рассчитан на приём и обработку больших объёмов продукции. На весь ассортимент распространяется гарантия, а процедура замены дефектных изделий чётко зафиксирована в договоре поставки. Благодаря тесному взаимодействию с производителями мы гарантируем стабильные поставки оригинальных запасных частей в срок и без перебоев.

«Магистраль-НН» поставяет продукцию по всей России и в страны ближнего зарубежья. Собственный автопарк делает грузоперевозки для партнёров бесплатными. Предусмотрены скидки и специальные предложения.

## Цифровые сервисы

Уже более 10 лет работает оптовый портал [magistral-nn.ru](http://magistral-nn.ru) — удобный инструмент для быстрого поиска и заказа запчастей для оптовых покупателей. Заявку можно подать онлайн или по телефону. Простая регистрация и видеоинструкция помогают быстро освоить интерфейс.

Для розничных клиентов и автосервисов доступны три канала продаж: собственный интернет-магазин TopDetal, на популярных маркетплейсах и в сети магазинов «Шестерёнка».

## Собственные бренды

Особое направление — развитие собственных торговых марок, которые регулярно получают награды отраслевых премий:

- RedMark — автомобильные аксессуары, инструмент;
- Niagara — автохимия, расходные материалы;
- Riginal — запасные части оригинального качества по доступной цене;
- Volton — электрооборудование;
- Pioneer — охлаждающие жидкости;
- Полярный круг — антифризы;
- Like New — автохимия.

Продукция собственных брендов производится на отлично зарекомендовавших себя мировых производственных площадках, под строгим контролем нашего ОТК.

## Постоянное развитие

Для «Магистраль-НН» развитие — непрерывный процесс. Растут производственные мощности, расширяется команда, внедряются новые технологии. За 32 года компания прошла через все экономические вызовы и укрепила статус надёжного дистрибьютора автозапчастей, автокомпонентов, автохимии и аксессуаров в России.

Высокое качество продукции, гарантии заводов, чёткая логистика и широкая география продаж — визитная карточка компании. А основа всего — партнёрские отношения, построенные на взаимном доверии.

История «Магистраль-НН» продолжается. Ведь у настоящей магистрали нет конечной точки — есть только путь вперёд.



«Магистраль-НН» — 30 лет лидерства  
в дистрибуции автокомпонентов.

- ✓ Запчасти и аксессуары для отечественных автомобилей и иномарок
- ✓ Безупречная логистика и гарантия исполнения обязательств.

Наши собственные бренды — это качество, которому доверяют.



Автозапчасти, аксессуары и электрооборудование



Охлаждающие жидкости, автохимия и автокосметика



# История бренда NIAGARA

ООО ПКФ «Ниагара» — производитель автохимии и технических жидкостей, который вышел на рынок в 2010 году и с тех пор уверенно наращивает обороты. Продукция компании уже прочно закрепилась на российском рынке и уверенно выходит за его пределы: сегодня её выбирают в Казахстане, Таджикистане, Кыргызстане, Белоруссии и Армении.



*Директор по продажам Давыдкин С.В.*

История компании началась с создания первых производственных мощностей в 2010 году. А уже в 2011 году совместно с немецкой компанией PNR Chemical GmbH были разработаны методики испытаний охлаждающих жидкостей. Модернизация линий в 2012-м позволилакратно увеличить мощность и расширить ассортимент.

## Наши ключевые этапы:

### 2013

Антифриз NIAGARA RED успешно прошёл **испытания в американском центре ABIC** (Нью Джерси) по стандартам ASTM D3306 и ASTM D4985, получен допуск от ПАО «ЯМЗ». **Запущено производство концентратов антифризов.**

Компания впервые приняла участие в выставке «Automechanika Moscow powered by MIMS-2013». Запущена линейка охлаждающих жидкостей «Полярный круг» среднего ценового сегмента.

### 2014

Проведён ребрендинг, **получен допуск от ПАО «КАМАЗ»** на антифриз NIAGARA RED, компания впервые приняла участие в выставке «Интеравто 2014».

### 2015

Запущено **первое контрактное производство** охлаждающих жидкостей. Дистрибьюторская сеть расширилась до 55 регионов РФ, запущено производство реагента AUS 32, получены допуски от ПАО «ГАЗ», «ВАЗ», «ЯМЗ» для первой заливки на конвейере.

### 2018.

По итогам аудита Немецкой Ассоциации VDA компания **ООО ПКФ «Ниагара»** получила оценку 100% и **вошла в пятёрку мировых производителей**, соответствующих требованиям VDA и ISO 22241. Разработана охлаждающая жидкость NIAGARA TITAN HD для коммерческой техники, работающей в тяжёлых условиях, (соответствие требованиям CUMMINS, CATERPILLAR, DEUTZ, MAN и стандарту ASTM D6210).

### 2020

**Объём выпуска жидкости AUS 32 TM AdBlue вырос в пять раз**, запущен проект модульных заправочных станций.

### 2024

Выпущена новая охлаждающая жидкость для электротранспорта NIAGARA VOLT низкой электропроводностью и высокими антикоррозионными свойствами, запущена **новая премиальная линейка TM PIONEER.**

**В 2025-м внедрена система «Честный знак».** Это позволило обеспечить полную прозрачность цепочки поставок и дать потребителям гарантию подлинности и качества продукции.

Производство **NIAGARA** постоянно модернизируется: появляются новые линии, расширяются складские мощности и логистические ресурсы. Собственная лаборатория оснащена современным измерительным оборудованием, что позволяет контролировать параметры продукции на всех этапах производства.

# NIAGARA®

infinite power



**OEM**  
antifreeze



**АВТОХИМИЯ И АВТОКОСМЕТИКА**

### Важные достижения в области качества:

- внедрение системы менеджмента качества ISO 9001:2008 (с 2014 года);
- допуски ведущих автопроизводителей (ПАО «КАМАЗ», ПАО «ГАЗ», ПАО «АВТОВАЗ» и др.);
- официальные сертификаты соответствия международным стандартам;
- успешное прохождение аудита VDA с оценкой 100 %;
- официальная аттестация AdBlue — подтверждение высокого уровня продукции для систем каталитической нейтрализации выхлопных газов дизельных двигателей.

### Компания не останавливается на достигнутом и активно внедряет инновации:

- выпуск антифриза NIAGARA G13 (2020).
- создание OEM охлаждающих жидкостей NIAGARA GREAT WALL (с использованием оригинального пакета присадок компании **GUANGZHOU SKY DRAGON CHEMTECH CO LTD** (технологическое подразделение компании **PetroChina International Company Limited** входящей в состав Национальной нефтегазовой компании **PETROCHINA**) и NIAGARA Type D для автомобилей китайского и французского производства (2022).
- появление охлаждающей жидкости NIAGARA JDM для корейских и японских авто и тормозной жидкости NIAGARA DOT4 Class 6 (2023).
- разработка NIAGARA MIDORI для обновлённой линейки автомобилей «Валдай» с ДВС FOTON (2023).
- выход на рынок жидкости AUS 40 Marine Blue для морского транспорта (2023).
- выпуск стеклоомывающей жидкости TM PIONEER с новыми ароматами и цветом, выбранным на основе опроса более 1 000 покупателей (2024).
- маркировка всей продукции «Честным знаком» (2025) — гарантия про-

зрачности и качества для потребителей.

- специальная программа по работе с СТО: мы предлагаем широкий ассортимент сервисных жидкостей, а также информационное сопровождение, обучение и подарки для постоянных партнеров.

### Наши планы 2026:

- расширение ассортимента охлаждающих жидкостей в TM NIAGARA. Ввод ОЖ G12++ и ОЖ G12evo
- расширение перечня SKU в охлаждающих жидкостях TM PIONEER, ввод новых видов тары (бочка 220 кг)
- завершаются совместные (с АО КАМА-ДИЗЕЛЬ) производственные испытания (на базе Автохозяйств) ОЖ NIAGARA TITAN HD с целью оформления допуска охлаждающих жидкостей к использованию в ДВС КАМАЗ 667 и КАМАЗ 689
- автоматизация производственных линий (до 99%)
- расширение парка хранения сырья
- организация производственного направления по выпуску аэрозольной автохимии, технического направле-

ния и направления "ДЕТЕЙЛИНГ"

- расширение ассортимента ОЖ JDM в TM NIAGARA. Вводятся в оборот концентраты ОЖ JDM GREEN в таре 1,5 литра

### Преимущества продукции NIAGARA

- оптимальное соотношение цены и качества;
- протоколы совместимости с импортными и российскими антифризами;
- простота применения — понятные инструкции даже для начинающих автолюбителей;
- собственная производственная база и строгий контроль качества;
- широкая география продаж и узнаваемость бренда.

### Наша цель:

удовлетворение потребностей любого клиента - от частного автовладельца до конвейерного производства в качественных технических жидкостях.



**НЕ УСТРАИВАЕТ ВЫРУЧКА?**

**НИЗКАЯ КОНВЕРСИЯ  
ПРИ ЗАПИСИ КЛИЕНТОВ?**

**МАСТЕРА-КОНСУЛЬТАНТЫ  
ВСЕГДА В «МЫЛЕ»?**

**НЕ ЗНАЮТ, КАК ПРЕДЛАГАТЬ  
УСЛУГИ?**

**ЧАСТЫЕ КОНФЛИКТЫ?  
ПЕРЕБОИ С ПОСТАВКАМИ  
ЗАПЧАСТЕЙ?**

**ПЕРСОНАЛ БОИТСЯ  
ВОЗРАЖЕНИЙ?**

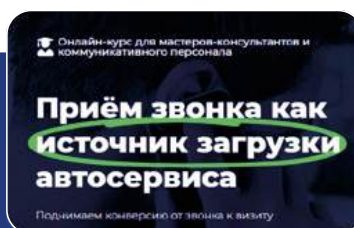
**КЛИЕНТЫ ВЫБИРАЮТ  
КОНКУРЕНТОВ?**

**АКАДЕМИЯ АВТОКОМ УЖЕ 9 ЛЕТ  
СИСТЕМАТИЗИРУЕТ ЗНАНИЯ  
ПЕРСОНАЛА АВТОСЕРВИСОВ  
ПО ВСЕЙ СТРАНЕ**

**и позволяет собственнику выходить  
на новые уровни заработка**



**ОНЛАЙН – ИНТЕНСИВЫ ДЛЯ ПЕРСОНАЛА,**  
позволяющие эффективно вести запись  
в автосервис и без страха активно  
продавать услуги



**ОЧНЫЕ ВСТРЕЧИ ДЛЯ СОБСТВЕННИКОВ  
И РУКОВОДИТЕЛЕЙ,** открывающие  
новые горизонты и возможности



# ОЛГА — официальный импортёр HL Mando в РФ

Поставщиков много. Тех, кто разбирается в рынке и берет на себя головную боль импорта - единицы. ОЛГА из таких.

официальный импортер • прямые поставки • покрытие - вся россия

## О КОМПАНИИ

### Кто такая ОЛГА

ОЛГА — официальный импортёр HL Mando на территории России — бренда, известного в сегменте тормозных систем, подвески и рулевого управления. Это значит, продукция идёт по прямому контракту, и партнёр получает оригинальную деталь по конкурентной цене. ОЛГА не только поддерживает складское наличие по ключевым позициям, но и выполняет функцию представительства южнокорейского бренда HL Mando в России.



"ОЛГА берёт на себя все существующие сложности международных поставок, чтобы партнёр получал полностью готовый к продаже продукт. Мы ценим время и спокойствие наших клиентов"

— Ольга Соловьева,  
генеральный директор ОЛГА

### Таможня

Полный цикл таможенных процедур от декларирования до уплаты пошлин.

### Сертификация

Вся продукция соответствует требованиям ЕАЭС.

### Логистика

Планирование маршрутов, страхование груза, отслеживание поставок.

### Валютные риски

Работа с валютной стоимостью курса. Дистрибьютор получает стабильные рублёвые цены.

### Гарантийная политика

Полная ответственность за гарантийные обязательства от заводов-производителей, входящих в HL Holdings

## УПРАВЛЕНИЕ СКЛАДОМ

### Складская инфраструктура

Собственный склад — это не просто площадь для хранения, а инструмент, который определяет скорость всей цепочки поставок. Планирование запасов строится на анализе продаж и сезонности по каждой товарной группе. Это позволяет держать страховой запас по ходовым позициям, не замораживая финансы в неликвиде. Регулярные прямые поставки с производства HL Mando дают предсказуемость пополнения, а отлаженная логистика внутри склада — короткое время от заявки до отгрузки. Клиенты ОЛГА получают быстрый доступ к самым популярным позициям бренда без усилий на логистику и замораживании средств при уплате таможенных

пошлин, а также без избыточного срока хранения на собственных складах.



**A+**

класс склада

**52 000 м<sup>2</sup>**

общая площадь

**г. Чехов**

расположение

**121 000**

количество локаций хранения

**2025 год**

открытие склада

## ЧЛЕНСТВО В АССОЦИАЦИИ

### Ассоциация Автоком

Членство в ассоциации АВТОКОМ — не формальная строчка в презентации, а рабочий инструмент доверия. Для рынка принадлежность к ассоциации означает, что компания работает по признанным отраслевым стандартам. Для новых партнёров это сокращает путь от первого контакта до решения о сотрудничестве — меньше вопросов, больше предсказуемости. Площадка АВТОКОМ открывает доступ к профессиональному сообществу и отраслевым мероприятиям, где ОЛГА и HL Mando становятся узнаваемыми именами не за счёт рекламы, а за счёт присутствия там, где формируется мнение рынка.

## ПАРТНЕРСТВО

### Почему выбирают ОЛГА

#### Прямой импорт

От производителя — без лишних звеньев и наценок в цепочке.

#### Стабильность

Регулярные поставки, предсказуемое пополнение склада.

#### Цена

Прямой контракт с HL Mando — конкурентная цена.

#### Субдилерство

Поддержка развития региональных продаж и малого бизнеса.

#### Ассортимент

Тормоза, подвеска, рулевое, фильтрация, электрика — один контракт, одна точка входа товара.

#### Близость к бренду

Программа лояльности АвтоЗорро.

#### Наличие

Группы А и В в стоке. Постоянное увеличение ассортимента.

#### Прозрачность

Фиксированная ценовая политика, понятные условия бонусов.

#### Маркетинг

Материалы, гарантия, техническое обучение, трейд-активности.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ПЕРИОДА

### Итоги 2025 - 2026

2025–2026 годы изменили условия работы с импортом: колебания курса, рост фискальной нагрузки на бизнес, удлинение сроков логистики по отдельным маршрутам и новые требования к таможенному оформлению. Несмотря на сложности, этот период для ОЛГА стал временем активного расширения. Ассортиментная матрица пополнилась более чем тысячей новых позиций, партнёрская сеть выросла, а география присутствия охватила новые регионы.

СКЛАД · SKU

**2500**

позиций за 9 месяцев

КОНТРАКТЫ

**+15**

федеральных дистрибьюторов

ОБОРОТ

**+41%**

прирост · 2026 vs 2025

ТОП КАТЕГОРИЙ РОСТА 2025 - 2026

**+38%**

Амортизаторы

**+31%**

Рулевое управление

**+22%**

Фильтры

**+17%**

Генераторы



## Итог

OLGA — это не просто поставщик продукции HL Mando, а полноценное представительство, которое отвечает высокому уровню стандартов бренда. ОЛГА обеспечивает дистрибьюторам стабильность поставок, широкий ассортимент, профессиональную поддержку и уверенность в каждом этапе сотрудничества. Для рынка, где цена ошибки измеряется сорванными поставками и потерей доверия клиентов, это и есть главный аргумент в пользу прямого сотрудничества.

# Ведём диалог с HL Mando: о трендах в автомобильной индустрии

Тенденция перехода на «провода» в системах автомобиля, продолжается не одно десятилетие. Вслед за стеклоподъемниками и климат-контролем, электронное управление стало привычно для таких ответственных узлов как дроссельная заслонка и трансмиссия. Что же дальше?



## Об истории

Надежной базой для таких революционных разработок стали 16 научно-исследовательских центров HL Mando, в которых продолжается совершенствование традиционных компонентов, выпускаемых компанией. Напомним, HL Mando ведет историю с 1962 года и обладает колоссальным технологическим и производственным опытом, так если сложить в одну линию детали подвески, производство которых началось в 1972-м, их суммарная длина составит 840 ты-



В октябре 2025 года, в рамках 4-х дневного «Трек-дня», проходившего на гоночной трассе Индже (Южная Корея), HL Mando продемонстрировала автомобильному сообществу поистине передовые технологии - объединив на одном автомобиле управляемые по проводам: тормозную систему, рулевую рейку, заднюю подруливающую подвеску и амортизаторы. Такие решения позволили передать электронике функцию безопасного, автономного вождения – став большим шагом к эре беспилотного транспорта.

Уже сейчас многие автомобили сходят с конвейеров оснащенные электронными помощниками, такими как адаптивный круиз-контроль, EPS, ABS, ESP – произведенными HL Mando и ставшими платформой для реализации автономного вождения.



HL Track Day 2025, Inje Speedium с 28 по 31 октября 2025

сяч километров, что достаточно, чтобы совершить двадцать один оборот вокруг Земли по экватору!

## О настоящем

Из всей гаммы товарных групп можно выделить именно детали подвески. На амортизаторы приходится практически

50% продаж продукции бренда в России, что логично, ведь их производство ведётся на восьми из 26-ти заводов компании. Важно отметить, что продукция с одних и тех же производственных площадок поступает как на вторичный рынок, так и на сборочные линии ведущим мировым производителям грузовых



и легковых автомобилей, среди которых: Mercedes-Benz Truck, Schmitz Cargobull, Hyundai, Kia, Volkswagen, BMW, Tesla, General Motors и многие другие.

Кстати, именно General Motors, в мае 2026 года, объявила HL Mando «Поставщиком 2025 года». Наша компания удостоивается этой награды в 12 раз и пятый год подряд начиная с 2020-го.

#### О складе наличия в РФ

2025 год стал знаменательным и для российского представительства, в октябре, на базе официального дистрибьютора HL Mando в России - компании OLGA, был открыт склад класса А+, расположенный в городе Чехов Московской области.

Такой шаг позволил обеспечить быстрое восполнение востребованных позиций на складах федеральных и региональных дистрибьюторов, что положительно сказалось на повышение доходности и оборачиваемости как у оптовых, так и розничных партнёров! (подробнее в материале на странице 78)

#### О планах на второе полугодие 2026

Значительное увеличение товарной матрицы в этом году происходит за счет покрытия парка китайских авто, вслед за поставками на заводы Geely, Changan, Chery идет расширение ассортимента Aftermarket.

В ближайшее время будут сертифицированы и доступны для заказа российским клиентам позиции для китайских автомобилей, в том числе для кузовного ремонта - рулевые рейки и амортизационные стойки. Выбор товарных групп продиктован запросами как из дилерской сети, так и от независимых СТО, осуществляющих восстановительные страховые ремонты. Как известно, сроки поставки «оригинала» из Китая длительные, а наличие продукции OE-качества на складе HL Mando решает проблемы простоя в ожидании необходимых запчастей.



*HL Mando выбрана лучшим поставщиком GM 2025*



#### О взаимодействии с клиентами

Озвученный выше пример демонстрирует, что в конкурентной борьбе лидируют компании, которые слышат и учитывают потребности клиентов. В этом нам помогает многолетнее сотрудничество с объединением AutoCom, благодаря которому, на региональных конференциях «Автосервис как успешный бизнес» мы смогли пообщаться, без преувеличения, с тысячами представителей отрасли, получить обратную связь по продукции, ассортименту и дать ответы на актуальные вопросы.

Так прошлым летом конференция проходила в Санкт-Петербурге, а в июне этого года состоялась в Красноярске. Такой географический охват позволяет лучше понять специфику рынка нашей огромной страны и усилить региональные позиции!

Команда HL Mando считает, что нашим клиентам, непосредственным участникам процесса обслуживания и ремонта автомобилей, важно быть в курсе свежей информации от производителей запчастей. С этой целью мы регулярно проводим вебинары и очные технические семинары. Ближайший тренинг пройдет осенью в Казани. Присоединяйтесь, мы будем рады встрече - следите за анонсами у дистрибьюторов и в программе лояльности AutoZorro!

*Александр Щербаков, технический директор HL Mando  
в РФ и странах СНГ*

# Маркировка автокомпонентов: к чему готовиться рынку

Рынок автокомпонентов выходит на финальный этап подготовки к обязательной маркировке.

Согласно проекту Минпромторга, регистрация участников оборота в системе «Честный знак» должна начаться 1 сентября 2026 года, обязательная маркировка отдельных категорий автокомпонентов — 1 декабря 2026 года. Для многих компаний отрасли эти сроки — горизонт планирования, а для федерального дистрибьютора «Амтел» — продолжение работы, начатой с внедрением маркировки моторных масел. Полученный опыт позволяет компании заранее готовиться к расширению системы на новые категории продукции. В первую очередь изменения затронут фильтры, свечи зажигания, тормозные колодки и диски, автомобильные стекла и колесные диски.

В преддверии расширения системы маркировки «Честный знак» мы поговорили с Кириллом Рябовым, представителем компании «Амтел», о том, как новые требования меняют работу дистрибьюторов и к чему стоит готовиться участникам рынка.

## Автокомпоненты — особая категория

По оценкам экспертов, более 90% запасных частей на российском рынке импортируются, а обслуживание автомобилей обеспечивают 26–50 тысяч автосервисов. Большинство из них — предприятия малого и среднего бизнеса. Если в рознице товар поступает на склад и практически сразу продается, то в автосервисе одна запчасть проходит несколько этапов: приемку, резервирование под заказ-наряд, установку и только затем реализацию. Все эти операции должны корректно отражаться в системе маркировки.

## Основные затраты — перестройка процессов

Стоимость Data Matrix давно перестала быть главным вопросом. Основные



расходы связаны с изменением внутренних процессов.

Производителям предстоит встроить маркировку в выпуск продукции, импортерам — организовать маркировку партий и электронное сопровождение поставок, дистрибьюторам — перейти к поэкземплярному учету, доработать WMS, ERP и ЭДО, изменить складские процессы. Автосервисам — интегрировать маркировку в работу склада, кассы и заказ-нарядов.

Опыт компании «Амтел», которая уже работает с маркируемыми товарными группами, показывает, что основная нагрузка приходится именно на цифровую инфраструктуру. Внедряя маркировку моторных масел, компания провела полномасштабную интеграцию корпоративной системы с государственной системой маркировки. Это позволило автоматизировать получение кодов, передачу сведений об их нанесении и вводе продукции в оборот.

Изменились и складские процессы. При приемке система автоматически сверяет данные электронных документов с фактически поступившим товаром и проверяет корректность кодов маркировки. Такие же проверки выполняются перед отгрузкой клиенту, а сведения о

продаже или выводе товара из оборота передаются автоматически. Аналогичным образом автоматизирована работа с возвратами. Для дистрибьютора маркировка — это прежде всего изменение внутренних процессов. Важно, чтобы приемка, хранение, комплектация и отгрузка маркированной продукции не снижали скорость работы склада и не создавали дополнительных сложностей для клиентов.

## Что говорит рынок

По данным опросов, 78,6% предприятий ожидают роста себестоимости, 83,9% прогнозируют усложнение приемки и возвратов, 66,1% считают, что потребуется дополнительная подготовка сотрудников. При этом большинство участников рынка не спорят с самой идеей отслеживаемости продукции. Основная дискуссия касается механизмов внедрения: бизнес предлагает запустить новые товарные группы поэтапно, учитывать специфику автосервисов и по возможности снижать административную нагрузку.

При этом подготовка к новым требованиям — это не только внутренняя работа каждого участника рынка. Не менее важно обсуждать возникающие вопросы с профессиональным сообществом, обмениваться практическим опытом и вырабатывать единые подходы к внедрению новых требований. Поэтому «Амтел» поддерживает отраслевые объединения, в т.ч. состоит в ассоциации «Автоком», где производители, дистрибьюторы и другие участники рынка совместно обсуждают вопросы рынка, включая маркировку, делятся опытом и формируют предложения по совершенствованию отраслевых процессов. Чем больше такой обратной связи между бизнесом и профессиональным сообществом, тем быстрее рынок адаптируется к изменениям.

# СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВЫСТАВКИ ИНТЕРАВТОМЕХАНИКА  
**18-21 АВГУСТА 2026**



КРОКУС ЭКСПО,  
ПАВИЛЬОН 2,  
ЗАЛ 8, СТЕНД 350

**3 000₽**

КУПОН НА ПЕРВЫЙ ЗАКАЗ ЗАПЧАСТЕЙ

- Оформите бесплатный билет на выставку с промокодом «AMTEL»
- Посетите стенд Амтел и получите купон номиналом 3 000 руб. на первую покупку

Регистрация  
на выставку



Предложение действует для юридических лиц, зарегистрированных в базе компании Амтел во время выставки. Купон предоставляет скидку 3 000 руб. на первый заказ новых запчастей и применяется при единовременном заказе от 20 000 руб. по одной накладной. Оформление заказа осуществляется через персонального менеджера. Предложение действует до 30.09.2026 г. Подробности уточняйте на выставке.

## ВОЛЬТАЖ – 25 лет успеха!

Компания Вольтаж (юридическое наименование – ООО «АТМ») – это 25 лет истории, лидерства в поставках автокомпонентов и эффективного бизнеса. Вольтаж является эксклюзивным дистрибьютором на рынке России и стран ближнего зарубежья брендов Krauf, Motorherz, Zaufer и UTM.



Компания активно расширяется, добавляя новые товарные группы в ассортимент, предлагая качественные запасные части и выгодные партнерские программы. Открытие нового центрального склада в Московском регионе класса А+ площадью 40 000 кв.м позволило увеличить номенклатуру поставок с 60 000 активных SKU в 2024 году до 100 000 SKU по итогам 2025 года. Постоянно пополняемое наличие единиц складского хранения составляет порядка 140 000 SKU. Это позволяет эффективно обрабатывать заказы покупателей, предоставляя максимально выгодные условия поставки и ми-

нимальные сроки, что в конечном итоге, позволяет уменьшить финансовые затраты и временные потери наших клиентов. Для улучшения условий поставки работает постоянно расширяющаяся сеть региональных представительств и складов: от Калининграда до Владивостока и от Мурманска до Еревана и Алма-Аты.

За 25 лет Вольтаж прошел путь от маленьких мастерских по ремонту и восстановлению агрегатов до одного из ведущих поставщиков качественных агрегатов, деталей и комплектующих – более 30 товарных групп, таких как стартеры и генераторы, турбокомпрессоры, рулевое управление, топливная аппаратура, кондиционирование, системы охлаждения, детали двигателя и многое-многое другое.

Мы предлагаем запчасти для легковых автомобилей, коммерческого транспорта, специальной техники, стационарных, железнодорожных и судовых двигателей любых марок. Следует отметить, что мы стремимся поставлять на рынок не только агрегаты и узлы в сборе, но и предлагать все детали и комплектующие для их ремонта и восстановления, что позволяет сократить издержки при ремонте, предоставляя более выгодную альтернативу дорогостоящей замене агрегата целиком. Сайт [voltag.ru](http://voltag.ru) предлагает уникальные подробные раскладки по комплектующим огромного числа агрегатов с





Более **100 000 SKU** агрегатов  
и комплектующих для ремонта  
и восстановления



**Индивидуальные  
условия** сотрудничества,  
промоакции и скидки



**Соответствие** международным  
стандартам **ISO9001, TS16949**  
и сертификация EAC



**Гарантия** Krauf и Motorherz - 2 года,  
Zaufer - 3 года без ограничения  
пробега



**Поставки  
в любую точку** России  
и ближнего зарубежья



**Уникальный сайт**  
с подробнейшими раскладками  
по комплектующим



**МЫ В СОЦСЕТЯХ:**



наглядными фотографиями и техническими характеристиками, этой информацией пользуется подавляющее большинство мастерских, специализирующихся на ремонте различных агрегатов.

Современная автоиндустрия предъявляет высокие требования к качеству и рабочим характеристикам компонентов, поэтому продукция под брендами Krauf, Motorherz, Zaufer и UTM производится на самых современных предприятиях, оснащенных высокоавтоматизированным оборудованием, сокращенным использованием ручного труда, что позволяет уменьшить влияние «человеческого фактора» и оперативно вносить необходимые изменения в производственный процесс. Все наши предприятия сертифицированы по международным стандартам в области качества ISO9001 и отраслевым стандартам производства автокомпонентов TS16949. Разумеется, вся наша продукция имеет необходимые сертификаты ЕАЭС. Высокое качество подтверждается увеличенными сроками гарантии – для Krauf и Motorherz это 2 года без ограничения пробега, а для премиального бренда Zaufer – 3 года, также без ограничений по километражу. Указанные сроки существенно превосходят условия гарантии на оригинальные (OEM) комплектующие, официальные поставщики которых ушли с нашего рынка. По статистике, количество возвратов по причине именно производственного брака не превышает 1%, каждый случай разбирается в техническом отделе с передачей данных на производство с целью исключения проблемы в дальнейшем. Также на базе сети мастерских «Вольтаж-сервис» мы постоянно проверяем качество и тестируем изделия для подтверждения технических и ресурсных характеристик.

Весь наш ассортимент широко представлен на различных маркетплейсах, это упрощает заказ и дополнительно уменьшает время от формирования корзины до момента получения товара конечным пользователем. Активно развивается сегмент социальных сетей, что позволяет нам делиться с широкой аудиторией новинками, акциями, другой информацией по продукции, делая нас еще ближе к целевой аудитории и упрощая коммуникацию.



Регулярно проводятся обучающие мероприятия для компаний-партнеров, продавцов автозапчастей, специалистов по ремонту для расширения знаний в области работы тех или иных систем, для понимания того, какие проблемы отрасли решают наши бренды и какими конкурентными преимуществами они обладают. Вольтаж участвует в различных конференциях, выставках и других мероприятиях, цель которых – общение с клиентами «лицом к лицу», расширение сотрудничества и поиск новых деловых партнеров.

Компания Вольтаж с уверенностью смотрит в будущее, несмотря на общую нестабильность международной обстановки и кризис в автомобильной отрасли. Спад продаж новых автомобилей, особенно заметный в сегменте коммерческой и специальной техники, ведет к устареванию парка и, как следствие – к необходимости ремонта и увеличению спроса на автозапчасти. При сохранении относительно стабильной геополитической обстановки можно прогнозировать увеличение рынка на 5-10%.

Другой аспект рынка автокомпонентов в России – замещение привычных марок авто и спецтехники китайскими производителями, которым уже может потребоваться не только плановое обслуживание, но и замена или ремонт тех или иных систем и агрегатов. В нашем ассортименте сформированы позиции для наиболее популярных «китайцев», многим нашим предложениям альтернативы на рынке пока нет. Таким образом, несмотря ни на что, мы активно развиваемся, осваиваем новые направления и стремимся достичь новых высот в бизнесе совместно с нашими клиентами и партнерами.

*Директор по маркетингу компании «Вольтаж»,  
Заборовская Елена*

## ОНЛАЙН-ИНТЕНСИВ

# УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ



28 сентября - 12 октября

### ЧТО ВЫ ПОЛУЧИТЕ:

#### ПОНИМАНИЕ ПРИЧИН КОНФЛИКТОВ

разберём основные источники  
недовольства клиентов  
и внутренних противоречий

#### ЭФФЕКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

как разговаривать с клиентом  
и коллегами, чтобы решить  
проблему и сохранить доверие

#### РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ И НЕГАТИВОМ

как отвечать на критику  
и «острые» комментарии  
без потери контроля

#### ПРАКТИКА СЛОЖНЫХ КЕЙСОВ

реальные сценарии  
из автосервисов, разбор  
ошибок и успешных решений

#### УКРЕПЛЕНИЕ КОМАНДЫ

навыки для руководителей, которые помогают строить  
сплочённый и стрессоустойчивый коллектив

Формат онлайн позволяет учиться  
из любого места — офиса, автосервиса  
или дома. После интенсивов **вы получите**  
**рабочие алгоритмы и готовые сценарии**,  
которые можно применять сразу



## ЗАПИСАТЬСЯ НА ИНТЕНСИВ



# MoTexСавтозапчасти: надёжный фундамент для вашего бизнеса

MoTexСавтозапчасти — это больше, чем дистрибьютор автозапчастей. Компания работает как связующее звено между ведущими мировыми производителями и тысячами автосервисов и магазинов по всей стране, обеспечивая им не просто детали, а уверенность в завтрашнем дне.



Сегодня MoTexСавтозапчасти — один из лидеров рынка Беларуси с внушительной инфраструктурой: более 700 сотрудников, собственный автопарк на 250 единиц техники, центральный склад площадью 17 000 м в Минске и региональные склады в 14 крупнейших городах страны. В наличии — свыше 170 000 SKU, под заказ доступно 25 миллионов позиций. Более 10 000 B2B-клиентов ежедневно работают с компанией, а более 98% заказов оформляется ими самостоятельно через цифровые сервисы — без участия менеджеров.

## Рост, подкреплённый цифрами

За последнее десятилетие оборот компании вырос более чем в пять раз, а за последние пять лет — утроился. После 2022 года рост приобрёл взрывной характер, и к 2025 году компания вышла на рекордные показатели за всю свою историю.

Международная экспансия началась в середине 2017 года, когда накопленный опыт позволил запустить поставки в Российскую Федерацию. Дочерняя структура MoTexС-РУС уверенно повторяет траекторию роста головной компании на российском рынке, демонстрируя сопоставимую динамику year-over-year.

## Амбициозность и профессионализм – залог успеха

Благодаря большому опыту головной компании, MoTexС-Рус быстро превратилась из регионального представительства в полноценную компанию на рынке автозапчастей. Уверенно занимая своё место среди крупных российских компаний, MoTexС-Рус поставляет запчасти для легковых автомобилей, грузовиков и спецтехники в РФ. Собственные склады в Одинцово и Туле, общей площадью свыше 7 000 квадратных метров, позволяют поддерживать в наличии более 100 000 наимено-



ваний продукции от ведущих брендов и производителей. Эффективная логистика и новый автопарк обеспечивают доставку автозапчастей более чем в 30 регионов России в кратчайшие сроки. За годы работы компания заслужила доверие клиентов благодаря стабильным поставкам, высокому качеству товаров и профессиональному обслуживанию. Команда МоТехС-Рус стабильно движется вперёд, укрепляя и расширяя свои позиции в отрасли.

#### Качество, подтверждённое аудитом

Компания работает напрямую с заводами-производителями и официальными дистрибьюторами. Все позиции проходят личный аудит и соответствуют стандартам OEM. В каталоге представлено более 180 брендов — от премиальных до собственных торговых марок, покрывая потребности автомобилей европейского, азиатского и отечественного производства.

#### Членство в АВТОКОМ: стандарт, которому доверяют

Вступление в Ассоциацию АВТОКОМ стало для МоТехСавтозапчасти подтверждением приверженности профессиональным стандартам и знаком качества для партнёров. Членство в Ассоциации открывает доступ к отраслевой экспертизе, совместным инициативам и сообществу ведущих игроков рынка — тех, кто задаёт планку для всей отрасли. Для клиентов это дополнительная гарантия: они работают с дистрибьютором, чья репутация подкреплена не только цифрами, но и профессиональным признанием.

#### Планы на будущее

МоТехСавтозапчасти продолжает развивать цифровую инфраструктуру, расширять географию присутствия и укреплять партнёрскую сеть. В числе стратегических направлений — развитие собственной сети автосервисов «Оскар Сервис», работающей по единому стандарту качества, а также IT-платформы FLEXA для автоматизации бизнес-процессов СТО и магазинов запчастей.

*Цель остаётся неизменной: быть партнёром, на которого можно положиться — сегодня, завтра и в долгосрочной перспективе.*



# «М ПАРТС» — это сплав технологичности, законодательной чистоты и коммерческой смелости

Мы на рынке уже более 20 лет. В нашем портфеле — автокомпоненты на европейские, японские, американские и китайские автомобили. Мы предлагаем широкий выбор запчастей как с собственного склада, так и со складов партнёров, обеспечивая доставку по большей части России.



## «М ПАРТС»: как технологичность и открытость дают возможности роста и выходы на новые рынки

На рынке автозапчастей принято говорить о дефиците и сложностях логистики. Мы в «М ПАРТС» предпочитаем говорить о новых возможностях роста в условиях существующей конъюнктуры. Для B2B-партнёров стабильность поставщика сегодня важнее сиюминутной скидки. Когда за спиной дистрибьютора стоит мощь федерального союза, а география продаж расширяется вопреки обстоятельствам — это главный сигнал для покупателя. 2025–2026 годы стали для бренда периодом системного укрепления и смелых, но точечных действий.

### Итоги 2025–2026

Мы строим экосистему, реагирующую на отклик рынка и запросы клиентов.

Первое — поиск новых точек роста. Знаковым шагом стало открытие продаж на новых территориях ДНР и ЛНР. Это не просто экспансия, а восстановление экономических связей и обеспечение регионов комплектующими в сжатые сроки. Мы берём на себя сложную логистику там, где другие видят только риски.

Второе — следование трендам. Ры-

нок КНР занял большую долю автопарка РФ, и игнорировать его — значит терять прибыль. Отвечая на запрос СТО и розницы, «М ПАРТС» вывел на рынок собственный ассортиментный бренд: кузовные элементы, фары, бампера и накладки для китайских автомобилей под торговыми марками RTC и KORWIN. Партнёры закрывают потребность в сложном кузовном ремонте из одних рук, увеличивая скорость, сохраняя маржинальность и минимизируя риски.

Третье — работа с регуляторикой. Интегрированы все процессы для продажи маркируемых запчастей (ЧЗ). Система работает без сбоев, что напрямую повлияло на коммерческие показатели: зафиксирован устойчивый ежемесячный рост продаж на уровне 5,8% за счёт доверия к нашей юридической прозрачности и понятному документообороту.

### Эффективность в цифрах: B2C — драйвер стабильности

Синергия опта и розницы: присутствие на всех крупных маркетплейсах (B2C) даёт ежемесячный прирост выручки в B2C до 100% при экономической эффективности канала реализации от 35%. Онлайн-продажи создают постоянный пул заказов, позволяющий

держат склад «горячим», а оборачиваемость — высокой. Это гарантирует оптовому клиенту свежие поступления и постоянное наличие наиболее востребованных артикулов, выявленных розничным спросом. Мы придерживаемся правила «Один товар — одна цена», что позволяет партнёрам не терять продажи из-за ухода клиента в другие каналы.

### Преимущество сети: что даёт членство в АВТОКОМ

Сила союза приумножается синергией группы. Входя в «АВТОКОМ», мы обладаем компетенциями, недоступными одиночным игрокам.

Во-первых, консолидированная закупочная сила — доступ к лучшим контрактам и эксклюзивным брендам, что транслируется в лучшую цену для B2B-клиента.

Во-вторых, единая база мероприятий, доступ к профильному бизнес-сообществу и финансовая устойчивость. Даже в периоды турбулентности партнёры уверены в неразрывности поставок.

### Планы на будущее: синергия и масштабирование

Вектор будущего года — углубление в нишевые сегменты и расширение географии присутствия. Продолжится усиление направления китайских кузовных запчастей и развитие территорий, где наше присутствие только формируется. Мы усиливаем интеграцию между оптовым B2B-складом и успешным B2C-направлением, создавая для партнёров уникальные возможности по увеличению своих продаж.

# 90% АВТОЗАПЧАСТЕЙ В НАЛИЧИИ

ДЛЯ КИТАЙСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ

ВСЁ, ЧТО НУЖНО ВАШЕМУ БИЗНЕСУ —  
НА НАШЕМ СКЛАДЕ



## 90% ЗАПЧАСТЕЙ В НАЛИЧИИ

На нашем складе  
в Москве



## ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ

Работаем без посредников —  
лучшие цены для бизнеса



## ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ

От расходников до кузовных  
деталей и оптики

## ДЛЯ БИЗНЕСА И ОПТОВЫХ КЛИЕНТОВ

ОПТОВЫЕ ПОСТАВКИ • ОПЕРАТИВНОСТЬ • НАДЕЖНОСТЬ



ПОЛНЫЙ СПИСОК ДОСТУПЕН НА САЙТЕ

**V01.RU**

# Четверть века TruckMotors: как менялся рынок грузовых запчастей и зачем мы менялись вместе с ним

В 2026 году TruckMotors исполняется 25 лет. За эту четверть века мы прошли путь от продавца для небольших магазинов до федерального поставщика, обслуживающего тысячи ресселлеров по всей стране. Рынок за эти годы менялся трижды, и в этой колонке я расскажу, что мы вынесли из каждого этапа и какие вызовы вижу дальше.

## Четверть века одной дорогой

Мы начинали в 2001 году, когда рынок грузовых запчастей ещё жил категориями «есть на складе — не совсем на складе — привезём под заказ». За 25 лет всё изменилось трижды. Первый цикл, до 2014 года, был про сборку ассортимента: партнёры хотели, чтобы у оптовика было всё. Второй, до 2022 года, — про сервис и логистику: клиент выбирал не по прайсу, а по срокам. Третий цикл, в котором мы сейчас, — про экспертизу и совместное планирование. Он самый сложный из всех, потому что одновременно требует и широкого ассортимента, сервиса, предсказуемости и поддерживающего маркетинга.

В цифрах эти 25 лет выглядят так: в 2017 году наш оборот был 75 млн, в 2021-м — 122 млн, в 2022-м мы прошли отметку в 200 млн, а к концу 2025-го — 281 млн. На 2026 год прогнозируем 310 млн. Первое полугодие уже дало 160 млн выручки при 11 800 активных партнёрах и 1,6 млн сделок. За эти цифры стоит команда — сегодня в TruckMotors работают более 800 специалистов.

## Наш клиент - ресселлер

Наш основной объём дистрибуции — это продажа ресселлерам: магазинам автозапчастей и сервисным станциям. Именно они стоят между нами и конечным потребителем, и именно от их устойчивости зависит здоровье всего рынка. Магазины автозапчастей и СТО в структуре наших продаж дают 58% (34% и 24% соответственно за первое полугодие 2026 года), и это тот сегмент, в развитие которого мы вкладываем инфраструктуру, экспертизу и цифровые сервисы.

С крупными перевозчиками и компаниями строительной техники мы работаем отдельно, но скорее, чтобы чувствовать пульс рынка, слышать реальные вопросы про эксплуатацию и планировать ассортимент под них.



**Фёдор Мотузко.**

Коммерческий директор TruckMotors — одного из трёх крупнейших дистрибьюторов рынка грузовых запчастей и комплектующих в России

### Что меняется в поведении клиента

Первый тренд, который мы фиксируем: клиент выбирает предсказуемость, а не самую низкую цену. Ему важна регулярная отгрузка и стабильный ассортимент, а не разовая скидка. Он строит свою экономику вдолгую и хочет, чтобы поставщик считал вместе с ним.

Второй тренд: клиент готов платить за то, что нужная позиция уже лежит рядом с ним, а не в соседнем регионе. Основной объём заказов наш клиент закрывает в своём домашнем регионе, из ближнего склада, и именно скорость и предсказуемость этой ближней логистики определяет выбор поставщика. Отсюда — наша работа над распределённой сетью: 37 складов и филиалов в 46 регионах России, суммарная площадь 69 800 м². Центральный узел в Москве и Люберцах, региональные комплексы в Новосибирске (свыше 2 800 м²), Белгороде, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Ставрополе — от 2 000 м² каждый. Такая сеть позволяет обеспечивать поставки более чем в 1 000 городов, и это результат 25 лет, а не решения последнего сезона.

Третий тренд: цифровой канал растёт быстрее розницы. Наш market.tmtr.ru стабильно прибавляет двузначные проценты — партнёры хотят видеть остатки, резервировать позиции и не тратить время на телефонные согласования. Это, пожалуй, самое яркое отличие от того, каким был рынок ещё десять лет назад.

### Что это меняет для оптовика

Раньше «широкий склад» был конкурентным преимуществом, сегодня — гигиеническим требованием. Наш ответ рынку — не только логистика, но и ассортимент. В нашем каталоге сегодня 850+ брендов и 15+ млн товарных позиций. Из них более 20% — собственные и эксклюзивные торговые марки SONDER и EBS, которые дают партнёрам предсказуемую маржинальность в среднем ценовом сегменте. Продукция SONDER выпускается на европейском сырье OE и проходит обязательную сертификацию, EBS закрывает нишевые группы. Собственную марку мы начинали как эксперимент около десяти лет назад — сегодня она уже опора портфеля.

### Три вызова, с которыми рынок входит в следующие годы

Первый вызов — прогнозирование спроса и управление товарным наличием. Рынок не будет расти двузначно, как в 2022-2023 годах, поэтому цена ошибки в закупке становится выше. Партнёру и оптовику нужно вместе учиться планировать: не «сколько привезли — столько и продали», а под конкретный спрос конкретного региона.

Второй вызов — направление Китай. Это тёмная лошадка для всего рынка. Внутренний китайский рынок устроен иначе: почти 90% производства грузовиков поглощается самим Китаем, там машина живёт около трёх лет и уходит в утиль — второй и третьей жизни у неё нет. По накопленному

опыту эксплуатации в России стоимость километра пробега на китайском грузовике примерно на 30% выше, чем на европейском, за счёт большего расхода топлива и запчастей. При этом рынок оригинальных китайских запчастей в России пока узкий, аналогов немного, и ни один поставщик сегодня не закрывает потребность клиента больше чем на 10%. Для сравнения: по европейским грузовикам федеральная дистрибуция такого масштаба, как наша, закрывает до 50% потребности партнёра. Мы в этом направлении растём быстро: если в прошлом году продавали китайских запчастей примерно на 150 тыс. в месяц, то в этом уже около 1 млн в месяц, но говорить о зрелости рынка ещё рано.

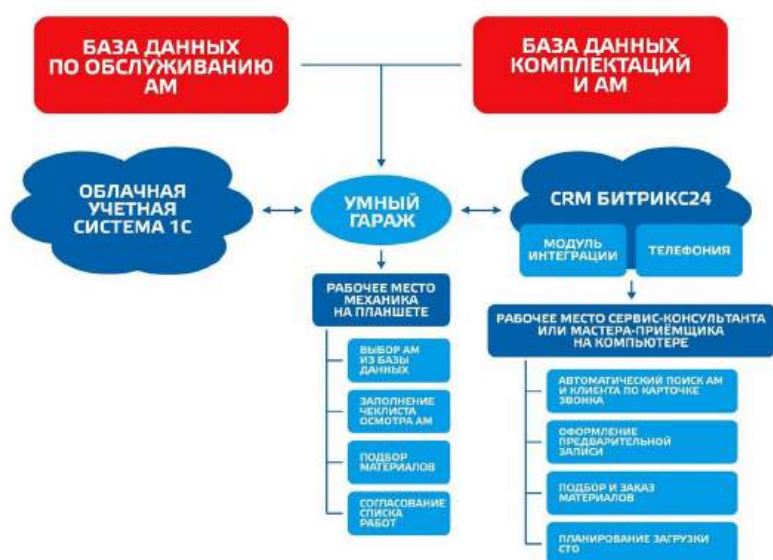
Третий вызов — модель перевозчика. Российская экономика перевозок долгие годы держалась на остаточной стоимости грузовика: три года в лизинге, затем машина уходит в собственность и работает дальше. У европейского грузовика остаточная стоимость была порядка 60%, у китайского пока никто её не знает — рынок вторичной продажи по факту встал. Как в этих условиях будет строить свою экономику перевозчик и на какой технике он будет ездить через три-пять лет — это вопрос, на который у отрасли пока нет ответа. И именно от него зависит, каким станет автомаркет для грузовых запчастей.

### Итог

*И вот здесь наши 25 лет становятся не про историю, а про запас прочности. За четверть века мы прошли через кризисы 2008-го, 2014-го, 2020-го, 2022 года — и после каждого выходили с более широкой инфраструктурой. Сегодня в TruckMotors работают более 800 специалистов в закупках, логистике, продажах и клиентском сервисе. Именно на эту связку — люди, инфраструктура, ассортимент — мы делаем ставку в следующее десятилетие.*

# Данные вместо догадок. Как «Умный гараж» помогает современным СТО работать эффективнее

Большинство Станций Технического обслуживания ежедневно теряют прибыль не из-за недостатка клиентов или высокой конкуренции. Главная причина в другом: огромный объём информации, который появляется при каждом обслуживании автомобиля, никак не используется.



Каждый автомобиль, проходящий бесплатную комплексную диагностику, ежедневно пополняет эту базу знаний. Формируется его цифровой профиль: техническое состояние, фактический пробег, история обслуживания, рекомендации по ремонту и прогноз следующего визита.

Чем больше автомобилей проходит через систему, тем точнее становятся её рекомендации и тем выше ценность накопленных данных для бизнеса.

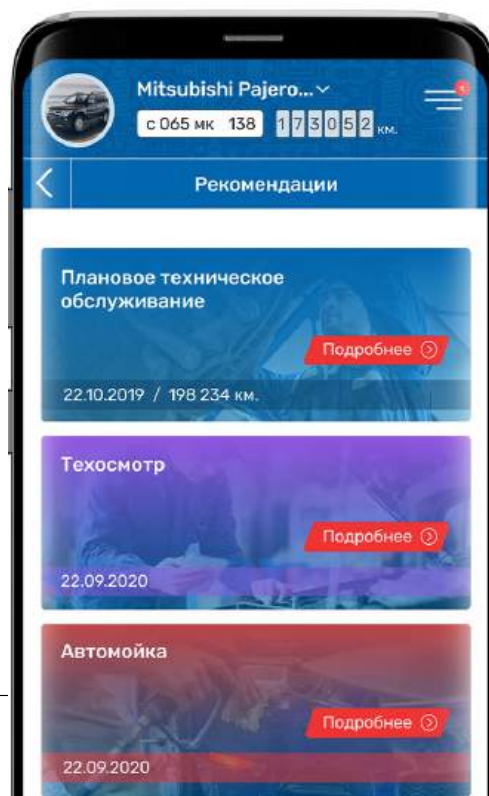
Для клиента «Умный гараж» становится персональным помощником по обслуживанию автомобиля. Система напоминает о предстоящем ТО, заранее рассчитывает, что необходимо сделать,

Диагностика, пробег, история обслуживания, причины обращений, рекомендации, поведение клиента — всё это остаётся в заказ-наряде или памяти сотрудников. **В результате руководитель принимает важные решения практически вслепую:** какие услуги развивать, что закупать на склад, как оценивать эффективность сотрудников, когда приглашать клиента на следующее обслуживание и что в нем необходимо сделать, почему клиент не вернулся.

Именно поэтому 15 лет назад в федеральной сети СТО «ФИЛЬТР» появился «Умный гараж» — цифровая экосистема, объединяющая CRM, базу данных, аналитику и управленческие дашборды в единое информационное простран-

ство для клиента, механика, сервис-консультанта, управляющего и владельца бизнеса.

За годы работы система накопила одну из крупнейших независимых баз данных об эксплуатации автомобилей в России. Сегодня она анализирует более 4 миллионов записей об обслуживании, ежедневно помогает работать 24 станциям технического обслуживания в 8 городах страны и ежемесячно сопровождает около 30 тысяч заказ-нарядов. Но главное преимущество «Умного гаража» — не программный код и не набор функций. **Его ценность — в накопленных знаниях, которые помогают принимать более взвешенные управленческие решения.**

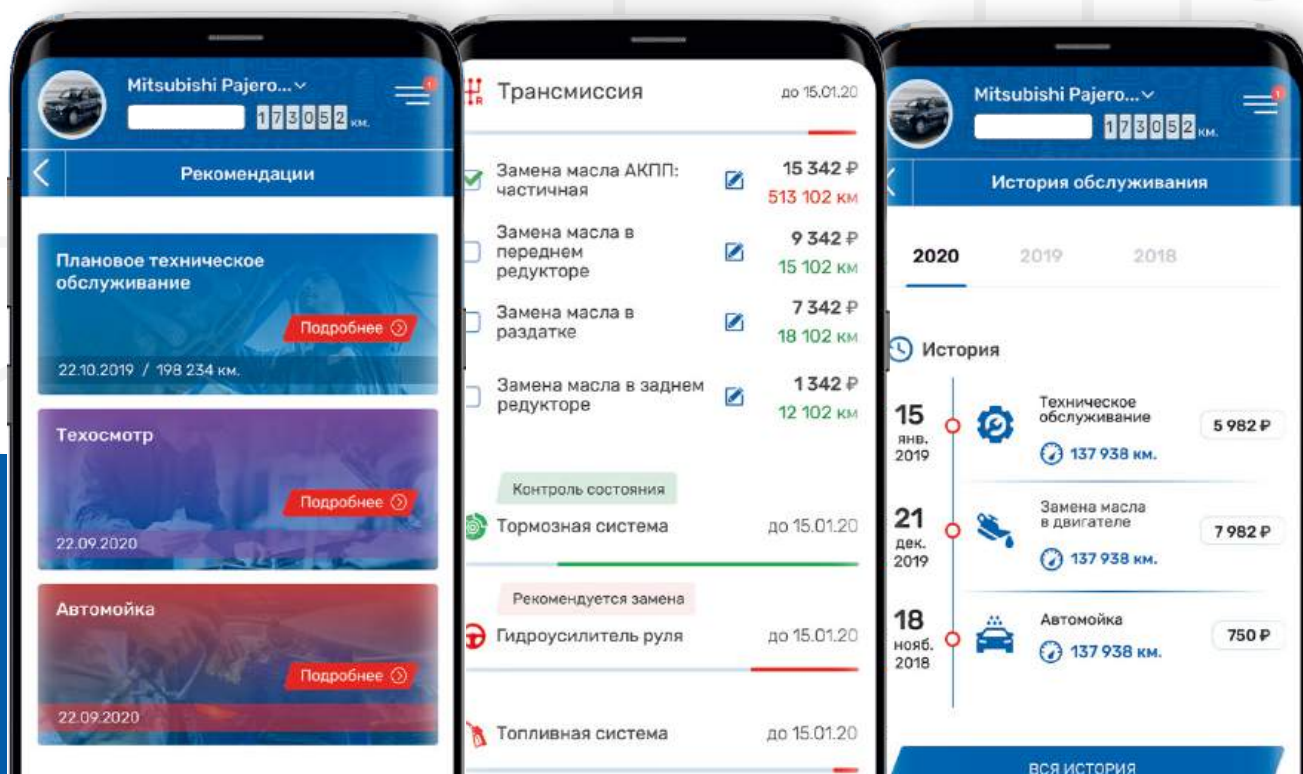




ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЕТЬ СТО

ИНТЕРАКТИВНЫЙ ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ

УМНЫЙ ГАРАЖ



ЧТО ОН ДЕЛАЕТ И ЗАЧЕМ ОН НУЖЕН?

**Своевременно подскажет, когда приехать на обслуживание** - Умный гараж рассчитывает примерный ежедневный пробег автомобиля и определяет ориентировочную дату следующего ТО. Накануне он заботливо отправит смс напоминание.

**Покажет, что пора менять и рассчитает стоимость** - на основе огромной базы автомобилей и истории вашего обслуживания подберет оптимальные комплектующие и заранее рассчитает стоимость.

**Предложит время записи и отправит заявку на СТО** - вы сможете выбрать удобные дату и время записи, даже без звонка нашему оператору. Также система покажет примерные сроки работ, что бы вы могли планировать своё время.

**Вся история обслуживания как на ладони** - нет больше необходимости в бумажных сервисных книжках. Вся история обслуживания в вашем кармане!



+7 3952 35 36 80

umgar.ru • cio@umgar.ru



ли загрузки постов, структуры выручки, причин отказов клиентов и эффективности рекламных каналов. Эффективность как каждого отдельного сотрудника, так и всей станции и даже всего бизнеса в целом. **Анализ накопленных данных позволяет прогнозировать загрузку сервиса, оптимизировать складские запасы, точнее планировать закупки и принимать решения, которые напрямую влияют на прибыль бизнеса.**

Большинство программ помогают хранить информацию. «Умный гараж» и хранит знания, и помогает извлекать из них пользу. Именно поэтому данные пер-

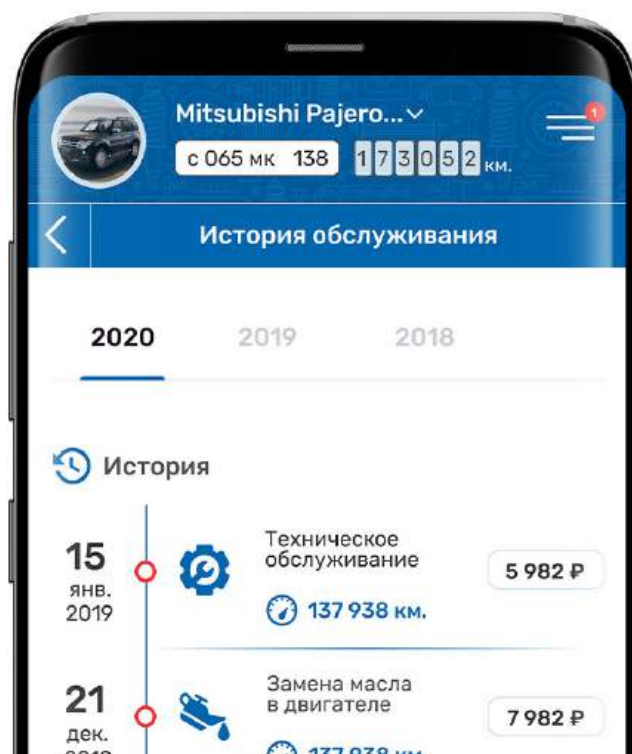
опираясь на регламенты, не навязывая лишнее и его стоимость, хранит полную историю обслуживания и помогает планировать расходы и время, т.к. знает сколько времени придется провести на СТО. Запись на обслуживание сразу на точное время, а не формирует запрос. Учитывает индивидуальные предпочтения, бонусы и т.д. **Это повышает доверие, увеличивает возврат клиентов и делает взаимодействие с сервисом максимально прозрачным.**

Для механика это доступ к полной истории автомобиля, подбору необходимых материалов и техническим рекомендациям за считанные секунды. Сокращается время поиска информации, уменьшается вероятность ошибок, а накопленный опыт всей сети становится доступен каждому специалисту. **Оцифрованный чек лист не дает возможность пропустить обслуживание ни одного узла.**

Для сервис-консультанта система становится инструментом профессиональной консультации. Она помогает быстро сформировать заказ-наряд, подобрать необходимые материалы, аргументированно рекомендовать дополнительные работы и гибко применять программы лояльности и акции. **Каждая рекомендация строится на объективных данных, благодаря чему растут средний чек и доверие клиентов.**

Для руководителя СТО и владельцев бизнеса «Умный гараж» — это инструмент тактического и стратегического управления. В режиме реального времени доступны показате-

рестают быть архивом и становятся одним из самых ценных активов автосервиса, превращаясь в **реальные конкурентные преимущества, рост прибыли и устойчивое развитие бизнеса.**



Если вы хотите увидеть, как данные могут работать на ваш автосервис уже сегодня, команда федеральной сети СТО «ФИЛЬТР» с удовольствием покажет «Умный гараж» в действии и поделится своим практическим опытом. Мы знаем ответы на подавляющее большинство вопросов.



# АТТЕСТАЦИЯ ОТ МИРОВЫХ БРЕНДОВ АВТОЗАПЧАСТЕЙ

## ЧТО ВАС ЖДЁТ



### Изучите материалы

Доступ к комплексу учебных материалов: характеристики, особенности применения, преимущества и технические нюансы.



### Сдайте тест

Проверка реального понимания. Вы продемонстрируете знание ассортимента, технических параметров и умение подбирать изделия.



### Получите сертификат

Система автоматически проверит ответы. После успешной сдачи вы мгновенно получаете именной PDF-сертификат.

## ЧТО ВЫ ПОЛУЧИТЕ?



### Официальный сертификат

Документ, подтверждающий ваш уровень знаний о продукции бренда.



### Профессиональное признание

Доказательство компетентности для руководства, коллег и клиентов.



### Уверенность в работе

Знания помогут быстрее решать рабочие задачи и консультировать клиентов.



### Подготовка к конкурсу

Полученные знания значительно повышают шансы на победу в "Автосервис года".



Участие в программе аттестации

# АБСОЛЮТНО БЕСПЛАТНО



СКАНИРУЙТЕ  
QR-КОД

ПРОЙДИТЕ  
АТТЕСТАЦИЮ

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ  
ПАРТНЕР  
**LYNX**  
ЗАПЧАСТИ

ОФИЦИАЛЬНЫЕ ПАРТНЕРЫ

**ARNEZI**

**AZUMI**

**FEBEST**  
AUTOTEILE

**Ganz**

**JIKU**

**LAVR**

**MECAFILTER**  
YOUR SMART CHOICE



ПАРТНЕРЫ



## Вентиляторы есть в арсенале FEBEST



Жарким летом перегрев мотора становится сущим кошмаром для автовладельцев. Исправный вентилятор радиатора поможет избежать таких проблем. Что это за устройство и какие вентиляторы есть в арсенале FEBEST — расскажем сегодня. Но не забудем и про другие элементы системы охлаждения, имеющиеся в ассортименте компании.

Двигатели внутреннего сгорания изначально проектируются для работы при определённой температуре. Только при её достижении и поддержании, зазоры между подвижными частями механизмов — так называемые тепловые зазоры — имеют оптимальные значения. При температуре более низкой, двигатель работает с уменьшенным КПД, при перегреве зазоры становятся близкими к нулевым, повышается износ и в итоге мотор клинит.

А от перегрева ДВС с водяным охлаждением защищает обдув радиатора. И если в движении набегающего потока воздуха вполне достаточно, то двигатель неподвижного автомобиля будет перегреваться, если радиатор не обдувать принудительно. Именно для этого все двигатели оснащаются вентиляторами радиатора.



В движение вентилятор радиатора может быть приведён двумя способами: при помощи собственного электромотора либо же механической передачей вращения от коленвала двигателя. Второй способ был популярен в прошлом, но есть нюанс. Если вентилятор радиатора просто установить на шкив коленвала, то вращаться он будет постоянно, даже тогда, когда дополнительное охлаждение вовсе не нужно. Зимой мотор с постоянно работающим вентилятором будет недогрет. В стародавние времена проблему решали просто: снимали вентилятор зимой. Впоследствии был придуман более интересный вариант — вискомуфта, которая позволяет размыкать связь «шкив — вентилятор», когда обдув не нужен. Устройство простое, но уже не удовлетворяющее современным требованиям.

Установка отдельного электромотора для вращения вентилятора — совсем другая история. По сравнению с вискомуфтой электрический вентилятор имеет ряд преимуществ:

- моментальная реакция на перегрев;
- возможность регулировать мощность обдува в связке с электронным датчиком температуры;
- обдув не зависит от оборотов мотора — максимально удобно при работе на холостых в пробках;
- можно обдувать даже заглушённый мотор за счёт работы от АКБ.

Чем более теплонагруженный мотор (а это особенно характерно для современных бензиновых двигателей), тем более уместной становится установка именно электрического вентилятора мотора.

### Устройство электрического вентилятора

Как устроен современный электровентилятор радиатора — рассмотрим на примере вентилятора FEBEST 23650-004, предназначенного для разнообразных моделей VAG. Конструктивно он полностью идентичен оригинальному вентилятору VW арт. 5Q0121203DA.

Вентилятор установлен на внутренней стороне радиатора. Такое расположение более правильно с точки зрения надёжности, поскольку вентиляторы, расположенные перед радиатором, склонны к быстрому выходу из строя при зимней эксплуатации, как это происходит, например, на классической «Ниве». Вентилятор внутри подкапотного пространства всегда находится в тепле, и на него не попадают грязь, вода и лёд.

Электровентилятор — это корпус с крыльчаткой и компактный электромотор, установленный внутри корпуса. Электромотор имеет разъём для подключения к системе управления двигателем. Корпус крепится к кожуху, по своей площади равной площади всего радиатора. Кожух выполняет функцию диффузора, равномерно распределяя воздушный поток по всей площади радиатора. Так одного небольшого вентилятора становится достаточно для охлаждения радиатора большой площади. Кожух плотно крепится к радиатору. Вся конструкция имеет низкий вес за счёт использования лёгкого, но прочного пластика.



О том, что электрический вентилятор неисправен, можно судить сразу по нескольким признакам, говорящим об определённых проблемах.

**1. Двигатель перегревается, но вентилятор не включается** — возможное повреждение электромотора, нарушение целостности проводки, ненадёжный контакт в разъёмах, выход из строя реле включения, ошибка в блоке управления.

**2. Вентилятор вращается, но не в полную силу, мотор всё равно перегрет** — неправильные показания датчика температуры, ошибка в блоке управления.

**3. Вентилятор работает громче обычного** — износ электромотора и его подшипников, возможно скорое заклинивание; повреждение кожуха, из-за чего возможен контакт крыльчатки с радиатором.

Проблемы с проводкой и контактами — наиболее частые, но и бюджетные в решении. А вот если из строя вышел сам электродвигатель, то придётся менять его либо в сборе с крыльчаткой, либо полностью в сборе с кожухом, в зависимости от ремонтпригодности конкретной модели.



Замена в сборе зачастую предпочтительна, поскольку сразу решает все потенциальные проблемы. Для такой замены FEBEST выпускает вентиляторы в сборе. Пока наш ассортимент включает 25 позиций. Это, например, уже упомянутый

**23650-004** для VW Polo, Tiguan, Golf, Jetta, Skoda Karoq, Kodiaq, Octavia и ряда других моделей VAG (всего более 30 применений). Вентиляторы в сборе **23650-005** и **23650-003** также предназначены для VAG: Audi A3, Q3, VW Passat, Scirocco и ряда других моделей. Ещё одна модель — **19650-001** — вентилятор в сборе с кожухом и блоком управления для BMW 1, 2, 3 и 4 шестого поколения (кузова F20 — F30 — F34). Вентилятор с арт. **21650-001** подойдёт для ряда моделей Ford и Volvo, а вентилятор **12650-001** — для разнообразных машин Hyundai-Kia, включая такие хиты как Solaris, Rio, Cerato.

Кроме того, доступны две модели вентиляторов без кожуха для многочисленных автомобилей VAG — артикулы **23650-001** и **23650-002**.

Не забыты и актуальные сегодня китайские автомобили. FEBEST предлагает уже 16 вентиляторов для многих моделей CHERY, JAECOO, GEELY, HAVAL, GREAT WALL и CHANGAN. Например вентилятор **30650-001** предназначен для сверхпопулярного HAVAL JOLION, а **30650-007** для брутального TANK 300.

Еще одна новинка компании FEBEST — это моторчики отопителя салона. На данный момент это четыре вида моторов для достаточно широкого и актуального списка моделей. Первые два с артикулами **24653-001** и **24653-002** предназначены для автомобилей концерна Renault-Nissan — Renault Duster, Logan, Sandero, Twingo, Nissan Terrano, Micra, Note, NV200 и Lada Largus.

Еще два мотора печки сделаны для автомобилей VAG- группы. Первый - 23653-001 — это новинка для нескольких соплатформенных моделей VAG: VW Touareg и Amarok, Porsche Cayenne и Audi Q7. Другой - 23653-002 — для AUDI Q5, AUDI A4/S4, AUDI A5/S5 и PORSCHE MACAN. Все вентиляторы в точности повторяют конструкцию оригинала и обеспечивают мощный поток воздуха при минимальном уровне шума. Электромоторы способны обеспечить долгую и бесперебойную работу, создавая комфортные условия для водителя и пассажиров.

Компания FEBEST в апреле 25-го вывела на рынок еще один важнейший компонент системы охлаждения - термостат. На данный момент в ассортименте 49 позиций. Для народных CHEVROLET AVEO, CRUZE, а также для многих моделей OPEL и GM представлены термостаты 10462-005, 10462-007, 10462-008, 10462-009, 18462-004, 18462-003, 18462-001.



Для HYUNDAI, KIA сделаны термостаты 12462-001, 12462-003, 12462-006. Артикул 01462-003 кроме корейцев, идет и на множество моделей TOYOTA. А артикул 04462-002 предназначен и для FORD, CHRYSLER, MITSUBISHI.

Для RENAULT (есть пересечения с другими автопроизводителями) изготовлены термостаты 24462-003, 24462-002, 23462-005, 02462-004. Также в ассортименте FEBEST имеются термостаты для многих других европейских, японских и американских автопроизводителей. Термостаты FEBEST выпускаются в самых разных исполнениях, точно соответствующих оригинальному: от классического «просто термостата» для Ford Ranger до более сложного термостата Mitsubishi Outlander с единым корпусом для датчика ОЖ.

Компания всегда идет в ногу со временем. В ее ассортименте много управляемых термостатов, Их особенностью является возможность нагрева термоэлемента, а значит открытия клапана термостата, не только под воздействием горячего антифриза, но и с помощью электрического тока. Управляемые термостаты открываются по сигналам блока управления двигателя в зависимости от рабочего режима двигателя. Эта технология позволяет экономить топливо и уменьшать загрязнение внешней среды путем увеличения эффективности двигателя.

*Компания FEBEST активно развивает новую для себя товарную группы «Система охлаждения», выводя на рынок качественные продукты с широким наличием и гарантией 2 года или 60000 км (в зависимости, что наступит раньше), а в случае с вентиляторами радиатора гарантия расширена до 125000 км.*

*Подобрать детали FEBEST можно на сайте [www.febest.club](http://www.febest.club), в том числе и по VIN-номеру.*

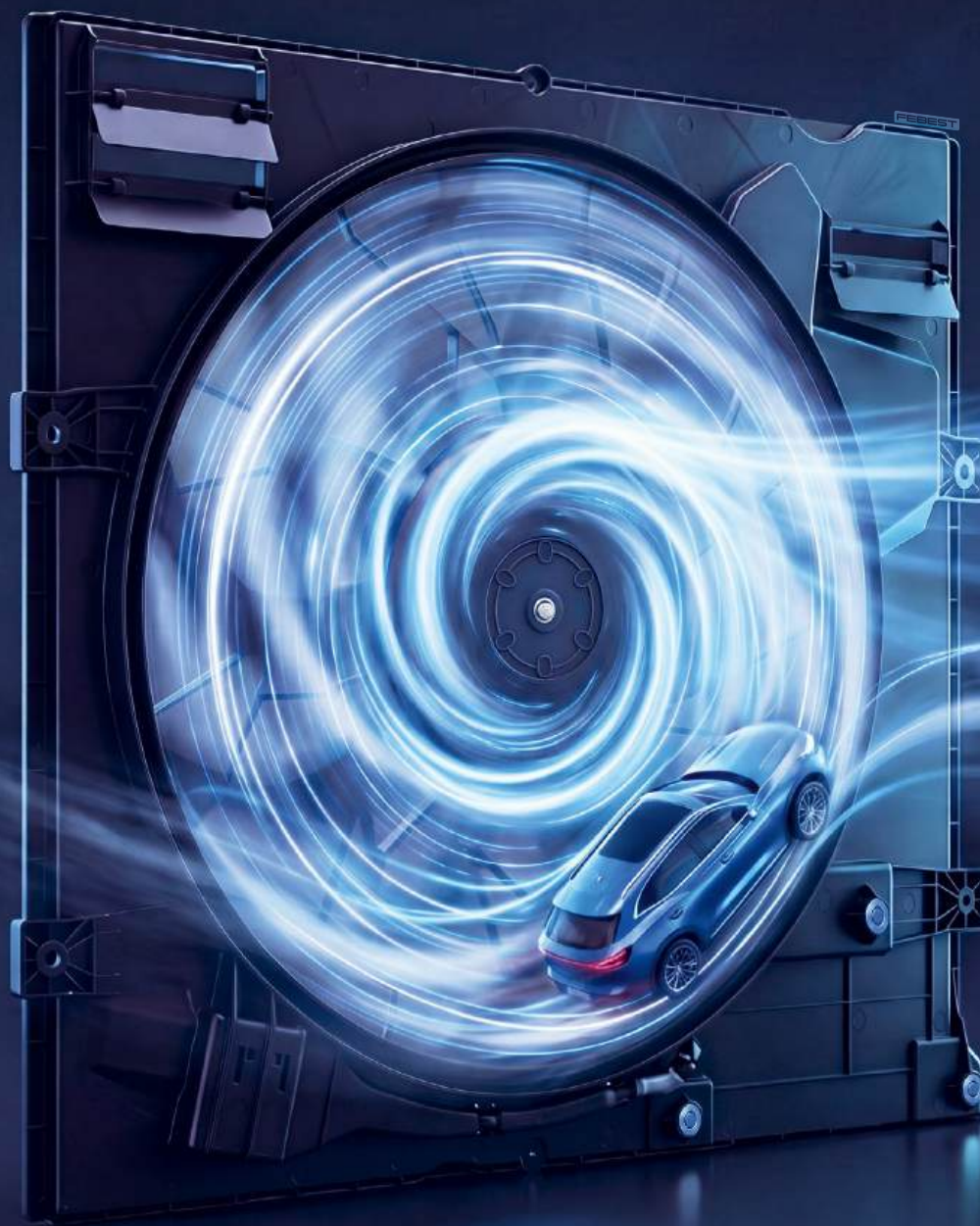


Стандартная гарантия

**FEBEST**  
A U T O T E I L E



Прямой аналог



# Вентиляторы FEBEST для охлаждения двигателя

Эффективно отводят тепло.  
Поддерживают стабильную температуру.



catalog.febest.club

\*Реклама

## Вспомогательная химия для СТО: как не пустить бизнес в расход, выбирая расходные материалы

Часто владельцы и управляющие СТО фокусируют внимание на крупных статьях расходов: закупке оборудования, аренде и запчастях. При этом вспомогательная автохимия ошибочно относится к категории малозатратных позиций.

Как перевести закупку автохимии из зоны непредсказуемых трат в инструмент повышения доходности? Расскажет Антон Васильев, руководитель отдела технической поддержки и обучения персонала компании LAVR.



— Что такое вспомогательная автохимия и какие задачи она решает на СТО?

— Это составы для обеспечения ремонта, которые сопровождают весь цикл работ: жидкие ключи, очистители деталей, герметики и смазки. Они ускоряют монтаж и защищают узлы. Также сюда входят средства для клининга ремзоны и СИЗ для мастеров.

— Какие есть проблемы с подбором и использованием химии на СТО?

— Я бы выделил две группы проблем, точнее, их можно назвать «скрытые потери». Контроль расходников – персонал

может нерационально их тратить. И качественные характеристики самой химии. Яркий пример: если очиститель тормозов плохо обезжиривает поверхность, то страдает адгезия герметика, приходится доочищать деталь спиртом, переделывать работу, а это дополнительные затраты времени и материалов.

— Как СТО может оптимизировать расходы на вспомогательную автохимию?

— Все зависит от финансовой модели списания расходников:

1. Пакетное списание в заказ-наряд. Стоимость химии и средств защиты объединяется в фиксированный пакет,

например, 100 рублей. Он автоматически включается в счет клиента при проведении ТО, и автовладелец понимает, за что платит.

2. Поштучное внесение в заказ-наряд. Каждая использованная позиция вносится в чек по факту расхода и оплачивается клиентом.

3. Списание на чистые расходы ремзоны. В этом случае химия никак не фигурирует в заказ-наряде, и руководители воспринимают ее как прямые потери бизнеса.

Именно третий вариант – самый опасный. Пытаясь минимизировать эти потери, руководители часто совершают ошибку и покупают самую дешевую химию. В итоге низкоэффективные составы расходуются в два раза быстрее, а копеечная экономия оборачивается падением скорости работы мастеров.

Главная задача автохимии – ускорять процессы в ремзоне. Потери сервиса от простоя и низкой эффективности труда всегда кратно выше, чем разница в цене качественного и дешевого продукта.

#### — На какие ключевые критерии, помимо цены, должно смотреть руководство СТО при выборе автохимии?

— Они во многом схожи с выбором запчастей: широта ассортимента, качество продуктов, скорость доставки и гибкие финансовые условия. В идеале матрица бренда должна полностью закрывать потребности ремзоны и предлагать вариативность форматов.

Однако расход автохимии можно и нужно прогнозировать. СТО не может угадать, сколько передних правых рычагов на условную Kia Rio ей понадобится завтра. Но зная среднее количество машинозаездов и внутреннюю статистику, руко-



водитель СТО или мастер цеха может легко рассчитать потребность в химии.

#### — А как решить проблему с перерасходом химии?

— Финансовый перерасход из-за нецелевого использования автохимии – частая скрытая проблема. Если механик пытается использовать очиститель тормозов в ходе сложного агрегатного ремонта, чтобы отмыть застарелые, нагарные отложения, это становится абсолютно неэффективным. Если персонал не обучен правильным технологиям применения, СТО неминуемо сталкивается с перерасходом материалов и денег. Техническая поддержка и обучающие программы от поставщика – это не просто сервисный бонус, а инструмент контроля себестоимости услуг.

#### — Российский автопарк стремительно стареет. Как этот тренд меняет спрос на услуги СТО и, в частности, на автохимию?

— Сегодня автовладельцы стремятся максимально продлить срок службы своего автомобиля. В результате растет средний чек СТО и увеличивается наполняемость заказ-нарядов. Многие процедуры переходят в разряд регулярного планового обслуживания. Мы видим резкий рост спроса на услуги раскоксовывания, промывки впрыска и масляной системы. Автосервисы, которые вовремя поймали этот тренд и внедрили данные экспресс-процедуры в карты регламентного ТО, получают мощный источник дополнительного дохода и кратно повышают лояльность клиентов.

#### — Эти услуги нужно вводить по отдельности или есть какой-то «универсальный комплект»?

— Для СТО у нас разработана программа LAVR CAR SERVICE, которая включает 5 ключевых услуг: промывка системы впрыска, раскоксовывание двигателя, промывка масляной системы, промывка системы охлаждения и очистка кондиционера. Эти услуги оказываются при помощи всем хорошо известных составов от LAVR.

**— А какие еще средства используются в автосервисах не только в рамках этих услуг, но и в остальных процессах?**

— В автосервисе существует базовый «настольный» набор:

1. Жидкий ключ – незаменимый продукт для слесарных работ. Значительно ускоряет демонтаж крепежа, защищает резьбу от повреждений и срывов, даже если детали сильно прижавели.

2. Многофункциональная смазка LV-40 – универсальный инструмент широкого спектра действия. Мгновенно возвращает подвижность заклинившим механизмам и узлам, вытесняет влагу и защищает от коррозии.

3. Силиконовая смазка – высокоэффективный состав с выраженными водоотталкивающими свойствами. Надолго защищает узлы от воздействия влаги и трения.

4. Очиститель тормозов – используется в этой связке как универсальный обезжириватель перед нанесением любых смазочных материалов.

**— А клеевые и фиксирующие составы – это ведь тоже регулярные расходники при ремонте автомобиля? Есть разница, какие использовать?**

— Риски экономии или халатного отношения здесь колоссальны. Если узел подвержен постоянным вибрационным и температурным нагрузкам, резьбовое соединение без



должной фиксации гарантированно раскрутится. Последствия самооткручивания болта в двигателе или ходовой части – это всегда тяжелая авария или дорогостоящий капитальный ремонт за счет СТО.

**— То есть практически любая работа в автосервисе так или иначе связана с использованием химических продуктов? Наверное, кроме кадровый.**

— Использование химии на СТО начинается буквально с порога: с чистоты в ремзоне, с правильных средств для профессионального клининга. Потом, конечно, – применение мастером различных продуктов при обслуживании автомобиля, а потом, что не менее важно, – очистка рук от загрязнений: масла, сажи, пыли, клеевых составов и других веществ.



#### Сегодня LAVR

— один из немногих производителей на рынке, способных полностью закрыть все эти потребности своей продукцией. Мы непрерывно повышаем качество рецептур и разрабатываем новые составы под реальные запросы СТО. Наша команда находится в постоянном контакте с практиками, получая обратную связь прямо «от капота». Именно благодаря такому подходу нам доверяют сотни автосервисов в 17 странах мира.

**LAVR®**

Твое решение

# ВСТРЕЧАЙТЕ НОВИНКУ

Проникающая смазка LV-50

**С ДОБАВЛЕНИЕМ PTFE**



Глубоко проникает  
в соединения



Смазывает и защищает  
от коррозии



Вытесняет влагу  
и устраняет скрипы



Ln2479 210 мл

Ln2478 400 мл



## LAVR – Бренд года!

\* 1 место по результатам народного голосования в номинации «Автохимия»,  
проведённого журналом «За рулем» в 2023-2025 годах.

# От двигателя до трансмиссии: расширяем ассортимент фильтрации

MECAFILTER – французский бренд, история которого уходит в 40-е годы, когда Жан Лотретт основал компанию S.A. Lautrette. В 1993 году она была куплена группой Mecaplast, а в 2009 году снова сменила собственника, присоединившись к тунисской группе компаний Misfat.



MECAFILTER уже давно ассоциируется у профессионалов автомобильного рынка с качеством, надежностью и современными технологиями фильтрации. Бренд предлагает решения, разработанные в соответствии с требованиями автопроизводителей и реальными условиями эксплуатации автомобилей. **Главная задача фильтров MECAFILTER** — защищать двигатель и ключевые узлы автомобиля, обеспечивая их стабильную работу на протяжении всего срока службы. Не меньше внимания компания уделяет и салонным фильтрам, от которых напрямую зависят комфорт и здоровье водителя и пассажиров.

**Сегодня MECAFILTER** — это не только качество продукции, но и ответственный подход к производству. Компания активно внедряет экологические инициативы: снижает количество отходов, использует перерабатываемые материалы и оптимизирует энергопотребление. Ассортимент бренда включает более 3 000 позиций и покрывает около 96% европейского автопарка. При этом линейка постоянно развивается — ежегодно каталог пополняется более чем сотней новых артикулов.

До недавнего времени ассортимент компании включал воздушные, масляные, топливные и салонные фильтры. Однако развитие автомобильной индустрии диктует новые задачи, и

в 2026 году MECAFILTER представляет новое направление — фильтры для автоматических трансмиссий.

Появление этой линейки вполне закономерно. Если в 2004 году автомобили с автоматической коробкой передач занимали в Европе лишь около 8% рынка, то к 2024 году их доля превысила 70%. Особенно активно росту популярности «автоматов» способствуют гибридные и электрические автомобили, которые сегодня составляют уже более 20% продаж. Кроме того, автоматические коробки передач стали доступны практически во всех сегментах — от премиальных моделей до базовых комплектаций.

На фоне такой тенденции возрастает и роль качественного обслуживания трансмиссий. Фильтр АКПП выполняет критически важную функцию: очищает масло от продуктов износа и загрязнений, защищая внутренние компоненты коробки передач. Чистая трансмиссионная жидкость обеспечивает правильную смазку, стабильную работу гидравлической системы и эффективное охлаждение. Именно поэтому специалисты рекомендуют проводить обслуживание трансмиссии каждые 60 000 км или раз в пять лет.

**Игнорировать замену фильтра опасно.** Засорение приводит к ухудшению циркуляции масла, что может вызывать рыв-



ки при переключении передач, перегрев и даже серьезные повреждения коробки передач.

В современных автоматических трансмиссиях используется сразу несколько типов фильтрации, поскольку разные элементы системы требуют разной степени защиты.

Всасывающие фильтры устанавливаются в поддоне коробки передач и обеспечивают первичную непрерывную очистку масла. Они предотвращают попадание крупных загрязнений в систему и помогают снизить износ внутренних компонентов трансмиссии.

**Для более сложных и чувствительных систем** — например вариаторов (CVT) и коробок передач с двойным сцеплением (DCT) — применяются напорные фильтры картриджного типа. Они отвечают за тонкую очистку рабочей жидкости и защищают гидравлические контуры исполнительных механизмов, обеспечивая плавное и точное переключение передач.

Совместная работа всасывающих и напорных фильтров позволяет добиться комплексной очистки масла, повысить надежность трансмиссии и существенно продлить срок ее службы.

**Новая линейка фильтров MECAFILTER** разработана с учетом особенностей современных автоматических коробок передач — от 6 до 10-ступенчатых трансмиссий. В зависимости от условий эксплуатации используются разные типы фильтрующих материалов.

Для стандартных решений применяются целлюлозные фильтрующие элементы, эффективно задерживающие за-



грязнения при оптимальном соотношении цены и ресурса. В более нагруженных системах используются синтетические материалы с повышенной термостойкостью и увеличенным сроком службы. А для наиболее требовательных трансмиссий компания предлагает многослойные фильтрующие материалы на основе стекловолоконной микрофибры, сохраняющие высокую эффективность даже при больших нагрузках и высоких температурах.

Отдельное внимание уделяется качеству уплотнений и надежности всей конструкции фильтра. Используемые материалы устойчивы к высоким температурам и совместимы с



различными типами трансмиссионных жидкостей — от классических ATF до современных синтетических масел для CVT- и DCT-трансмиссий. Все компоненты проходят испытания на химическую стойкость и термическое старение, что гарантирует стабильную работу фильтров даже в самых сложных условиях эксплуатации.

**Инновации остаются одним из ключевых направлений развития компании.** Собственный современный центр исследований и разработок позволяет создавать фильтры качества OE — то есть уровня оригинальных комплектующих. Перед выходом на рынок продукция проходит серию строгих испытаний, подтверждающих соответствие требованиям автопроизводителей. Такой подход позволяет MECAFILTER предлагать партнерам надежные и конкурентоспособные решения, адаптированные под современные автомобили и актуальные требования рынка.

# ФИЛЬТРЫ АВТОМАТИЧЕСКИХ ТРАНСМИССИЙ



## ДИНАМИКА РЫНКА

- **Автоматические коробки передач становятся стандартом**

В Европе доля автомобилей с АКПП выросла с 8 % в 2004 году до более 70 % в 2024 году. Всё больше водителей выбирают комфорт и удобство автоматической трансмиссии.

- **Рост популярности гибридов и электромобилей**

Гибридные и электрические автомобили, которые уже составляют более 20 % рынка, в большинстве случаев оснащаются автоматическими трансмиссиями.

- **АКПП доступны во всех классах автомобилей**

Сегодня автоматические коробки передач устанавливаются не только на автомобили премиум-класса, но и на модели массового сегмента, включая базовые комплектации.



# ФИЛЬТРЫ АКПП

Трансмиссионные фильтры МЕCAFILTER обеспечивают эффективную работу и продлевают срок службы автоматических коробок передач.

## Преимущества продукции:

- Эффективно очищают трансмиссионное масло от загрязнений и мелких частиц.
- Обеспечивают защиту гидравлической системы управления АКПП.
- Защищают внутренние механизмы коробки передач, насос и систему смазки от износа.
- Помогают предотвратить поломки и сохранить стабильную работу трансмиссии.
- Рекомендуемая замена — каждые 60 000 км или 5 лет в соответствии с рекомендациями производителя.

## Преимущества для клиента:

- ✔ **Надёжность:** максимальная защита АКПП и её компонентов.
- ✔ **Экономия:** снижение риска дорогостоящего ремонта трансмиссии.
- ✔ **Комфорт:** плавное переключение передач и стабильная работа автомобиля.



# NTN GROUP

## Кто мы?

NTN®

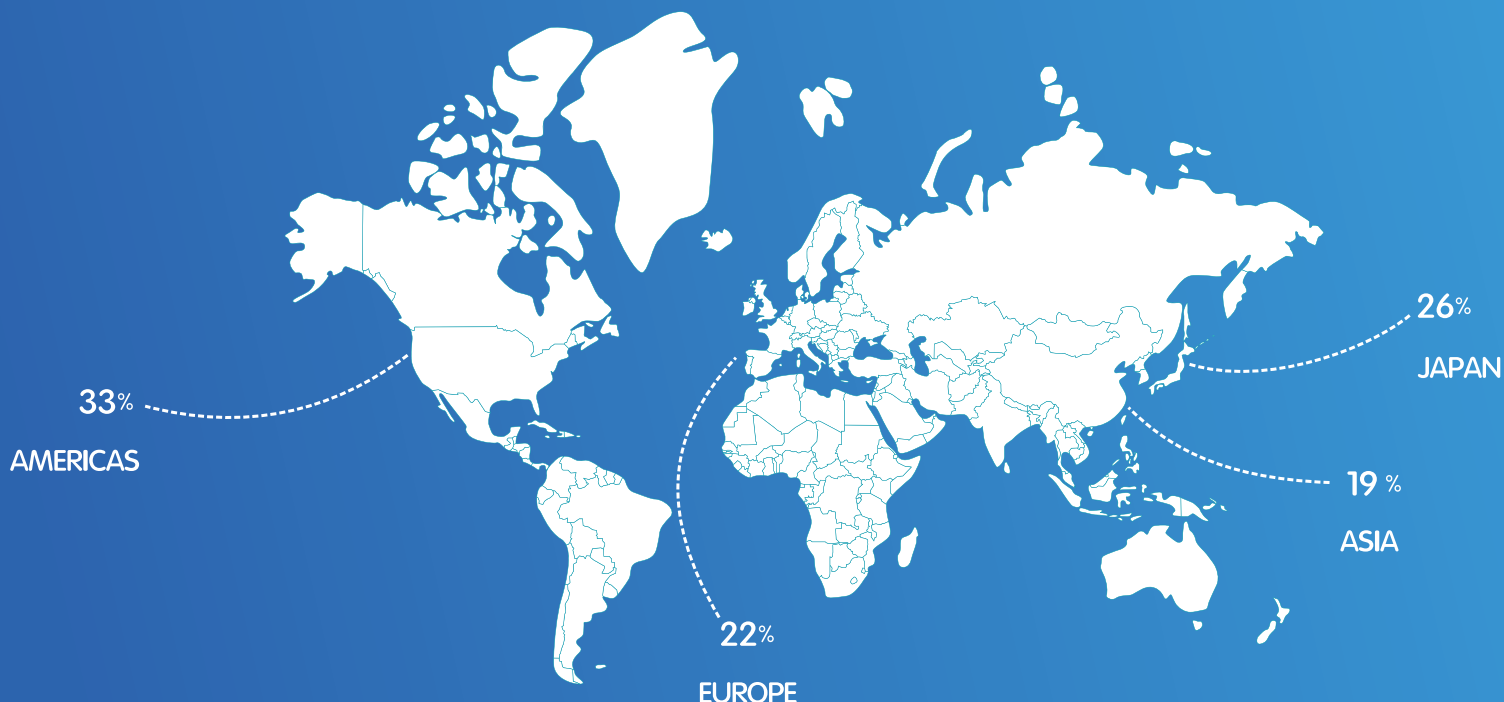
SNR®

BCA<sup>™</sup>  
BEARINGS

BOWER®

Brands of  
NTN Group

ОСНОВАНИЕ : 1918 Главный офис Осака, Япония



## Основные цифры NTN

€5.05

миллиардов  
оборот

Более  
чем

22,000

Сотрудников

72

Производственных  
площадок

## Европейское подразделение

€1.2

миллиардов  
оборот

20

%  
От общего  
оборота

Более чем

5,000

Сотрудников

14

Заводов

# Приводные валы SNR



## КАЧЕСТВО SNR

Сегодня автовладельцы требуют большего комфорта, безопасности, снижения расхода топлива и уровня CO2 в современных транспортных средствах. В то же время запросы автопроизводителей носят все более технический характер: компактность и легкость, долговечность и более высокий КПД. NTN Europe предлагает оптимизированные продукты, которые удовлетворяют всем этим требованиям. Увеличение продаж внедорожников и пикапов наряду с большим ростом числа автомобилей в развивающихся странах ведет к повышению спроса на приводные валы.

## АССОРТИМЕНТ ШРУСОВ

### NTN EUROPE ПРЕДЛАГАЕТ 3 ВИДА КОМПЛЕКТОВ:

Компоненты приводного вала: приводной вал в сборе, крепежные компоненты: гайки, болты, хомуты ...

Комплекты внешних и внутренних ШРУСов: ШРУС в сборе (внутренняя обойма, сепаратор, шарики, иногда кольцо ABS и грязезащитная крышка), крепежные компоненты : гайки, болты, хомуты, стопорное кольцо для внутренней части приводного вала, соответствующий комплект пыльника с хомутами, смазкой, стопорные кольца

Комплекты пыльника внешних и внутренних ШРУСов: пыльник с хомутами, гайками и смазкой, крепежные компоненты : гайки, болты, хомуты, другие детали, если их требует конструкция автомобиля





# SIDEM: европейский производитель деталей подвески и рулевого управления с 1933 года



Уже более 90 лет компания Sidem развивает экспертизу в области деталей рулевого управления и подвески, специализируясь на компонентах шасси. Сегодня компания входит в число ведущих европейских производителей автозапчастей.

## Сделано в Европе

Ключевым фактором успеха Sidem является полный контроль производственного цикла на всех этапах: от закупки сырья и разработки деталей до испытаний, производства и хранения продукции на складе. Все эти процессы сосредоточены в Европе. Предприятие работает в соответствии со строгими стандартами качества и сертифицировано по международным требованиям ISO и IATF. Такой подход позволяет Sidem гарантировать надёжность и высочайшее качество продукции.

## Разработка деталей для OEM и вторичного рынка автозапчастей

Sidem — OEM-производитель, сертифицированный по стандарту IATF 16949, поставляющий детали рулевого управления и подвески таким автомобильным брендам как Porsche, McLaren и Bugatti. Те же высокие стандарты распространяются и на производство для независимого рынка автозапчастей (IAM), охватывающего легковые автомобили (PV) и лёгкие коммерческие автомобили (LCV) европейских и азиатских марок.

Такой подход отражает стремление Sidem обеспечивать

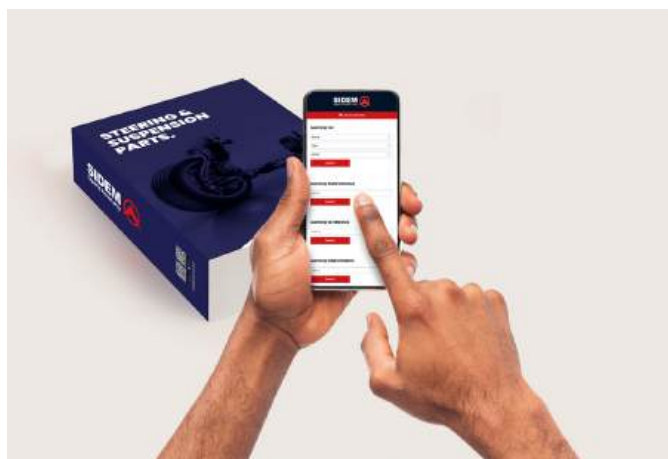


качество уровня OE — а в ряде случаев даже выше — как для OEM-сектора, так и для вторичного рынка.

## Широкий ассортимент

Sidem предлагает самый широкий ассортимент автозапчастей на рынке IAM: более 10 000 позиций для более чем 50 автомобильных брендов и 1 170 модельных модификаций. Каталоги компании, доступные онлайн и в печатном виде, официально признаны одними из лучших в отрасли и удостоены награды Best Catalog of a Product Line от Ассоциации Auto Care (США).

Свыше 4 миллионов деталей на складе и уровень сервиса 98% позволяют Sidem задавать стандарты по доступности и



# СИСТЕМЫ РУЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ И ПОДВЕСКИ SIDEM.



**SIDEM.EU**

**SIDEM**   
Experts know why



широте ассортимента в сегменте рулевого управления и подвески.

Кроме того, на вторичном рынке для электромобилей (BEV) компания представляет 91% всех позиций — один из самых высоких показателей: 1 187 наименований для 180 моделей автомобилей и 36 брендов.

#### Умные OE-модернизации: SIDEM NXT.

В рамках своей философии Sidem использует технологию реверс-инжиниринга "SIDEM NXT". За основу берётся оригинальный OEM-компонент, который при необходимости дорабатывается. Результат — более длительный срок службы, простой монтаж и повышенный комфорт при эксплуатации.

Некоторые примеры OE-модернизаций Sidem:

- **Улучшенная конструкция шаровых опор** для предотвращения преждевременного износа пыльников: специальный буртик защищает пыльник от прямого трения о поворотный кулак. Шаровая опора SIDEM NXT, с защитным буртиком доступна для некоторых моделей Nissan, Renault, Ford и Mazda.
- **Запатентованный самофиксирующийся корпус** для запрессовываемых шаровых опор, обеспечивающий надёжный и простой монтаж в штампованные рычаги подвески. Запатентованная шаровая опора SIDEM NXT, доступна для ряда моделей Dacia, Renault, Citron, Subaru, Peugeot и Toyota.
- **Полностью резиновые сайлентблоки** SIDEM NXT, для снижения шума и вибраций. Доступны для некоторых моделей Mercedes, Renault и Audi.
- **Адаптированная конструкция наружной втулки сайлентблоков** для облегчения установки. Решение SIDEM NXT, применяется в моделях Ford Tourneo Custom и Ford Transit.
- **Гайки с зубчатым буртиком** для более быстрой установки стоек стабилизатора — экономия времени до 50%!



- **Специальная смазка для шаровых опор**, разработанная совместно с Klber Lubrication, обеспечивающая увеличенный срок службы деталей.

Благодаря этим улучшениям компоненты SIDEM NXT, для рулевого управления и подвески превосходят характеристики OE-деталей, сохраняя при этом полную совместимость с конструкцией автомобиля.

[WWW.SIDEM.EU](http://WWW.SIDEM.EU)



# ПРОзвон — Call-центр, которому доверяют!

12 лет на рынке. Более 200 000 интервью. Максимум результата для вашего бизнеса.

## Почему выбирают нас?

### Специализация на автосервисах

Мы работаем только со станциями технического обслуживания. Наши скрипты и операторы ориентированы на автовладельцев, что увеличивает эффективность обзвона и повышает доверие к вашему сервису.

### Оплата за разговоры

Вы платите только за состоявшиеся беседы с клиентами, без взимания платы за пустые звонки.

### Прозрачность и контроль

Ежедневно предоставляем онлайн-отчёты с аналитикой по всем клиентам и их пожеланиям. В общем чате оперативно информируем о клиентах, требующих особого внимания.

### Индивидуальные сценарии

Создаём опросы и скрипты для вашего автосервиса: от подтверждения записи до сбора обратной связи.

### Повышение лояльности

Дружелюбное и заботливое общение операторов укрепляет положительный имидж вашего СТО, побуждая автовладельцев возвращаться и рекомендовать вас.

## КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАБОТЫ:

### Оценка лояльности клиентов

Проводим регулярные NPS-опросы, фиксируем мнения клиентов, чтобы вы могли быстрее реагировать на пожелания и улучшать сервис.

### Привлечение клиентов

Информируем о новых услугах и акциях, увеличиваем поток обращений и вашу прибыль.

### Подтверждение визита

Подтверждаем записи на сервис и помогаем оптимизировать вашу загрузку.

### Реанимация клиентской базы

Возвращаем клиентов, которые давно не обращались, выясняем причины ухода и стимулируем их к возвращению.

### Напоминания

Сообщаем клиентам о невыполненных рекомендациях и необходимом обслуживании, чтобы они не забывали о вас.



**ПРОзвон — укрепляем имидж  
компаний и помогаем возвращать  
клиентов снова и снова!**



**ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ**

# Standard Springs – производитель пружин из Турции

Марка автомобильных винтовых пружин Standard Springs достаточно стремительно стала популярной на российском рынке. Пружины Standard Springs производятся по технологии оригинала с использованием той же марки пружинной стали, что и для оригинальных пружин дорогих европейских брендов.

Standard Springs – это бренд автомобильных пружин турецкой компании Standart Yay. Yay – в переводе с турецкого языка как раз и значит «пружина». Компания с 1979 года выпускает пружины на собственном заводе, который находится в индустриальном кластере Стамбула.

## Продукция компании поставляется в 60 стран мира.

Ассортимент винтовых пружин подвески постоянно расширяется и в настоящее время насчитывает около 2500 артикулов. Компания пристально следит за состоянием автомобильного парка и оперативно вводит новые артикулы для максимального покрытия.

В 2022 году компания Standard Springs подписала эксклюзивный контракт с российской компанией ООО «Автопружи-



ны» для реализации продукции Standard Springs на российском рынке и странах таможенного союза. Формат сотрудничества предполагает создание склада продукции Standard Springs в России для последующей реализации российским клиентам. **«Сломанная пружина делает невозможной дальнейшую эксплуатацию автомобиля и отсутствие нужной детали может вывести автомобиль из строя на недели или даже месяцы»,** - говорит Константин Брезе, генеральный директор российской компании. «Поэтому очень важно обеспечить запас продукции для удовлетворения всех потребностей рынка. Наша команда более десяти лет представляла на рынке известный премиальный европейский бренд, мы знаем на практике, что означает премиальный сервис и качество и используем весь накопленный опыт для работы с новым брендом».





# ***Standard Springs***



**- ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ПРУЖИН**

**- КАЧЕСТВО ОРИГИНАЛА**

**- ГАРАНТИЯ 3 ГОДА**



### Качественная пружина начинается со стали.

Пружины Standard Springs производятся из пружинной стали стандарта EN 10270-2 SiCr с высоким содержанием кремния и хрома.

Такая сталь обладает более высокими значениями прочности и текучести. При правильной термической обработке пружина, изготовленная из стали SiCr, прослужит, как минимум в три раза дольше пружины, изготовленной из стали более дешевых марок, применяемых для массового производства недорогих пружин. Также в сплаве не должно быть неметаллических включений, т.к. в этом месте пружина может сломаться. Чистота стали является одним из самых критических параметров при производстве пружин премиального качества. Standard Springs закупает сталь только у проверенных поставщиков в Европе.

### Пружины Standard Springs производятся по стандартам оригинальных европейских брендов.

Пружины Standard Springs изготавливаются по методу холодной навивки. После навивки пружины проходят термическую обработку, дробеструйную обработку и осадку. Все эти этапы необходимы для получения прочной пружины с необходимым запасом усталостных свойств.

Для защиты пружины от коррозии используется цинковое фосфатирование – нанесение на пружину слоя металла не подверженного коррозии. После – эпоксидная окраска: нанесение эпоксидного порошка электростатическим способом, плавление и сушка в специальной печи. Эпоксидная порошковая краска создает очень прочное и стойкое защитное покрытие, выдерживающее не только механическое воздействие, но и влияние высоких температур (до 1000 градусов), влагу, грязь.



Такая же технология окраски используется при окраске кузова автомобиля. Металлические детали, окрашенные таким способом, могут использоваться до 15 лет без потери основных свойств покрытия.

### 3 года гарантии

Пружины Standard Springs сертифицированы по международным стандартам ISO9001 и TS16949, которые гарантиру-

ют внедрение и функционирование на предприятии системы менеджмента качества, а также выполнение требований к поставщику для поставки на конвейер.

Передовые технологии изготовления в сочетании с постоянным контролем качества позволяют гарантировать качество продукции в течение трех лет без ограничения пробега.

### Газовые пружины

Ассортимент Standard Springs представлен также газовыми пружинами (упоры капота и багажника автомобиля). Широкий диапазон линейки упоров охватывает и европейскую классику, такую как Audi 100, так и современных «корейцев» как Hyundai Solaris. Газовые пружины Standard Springs изготавливаются в Турции на высокотехнологичном производстве с использованием современных покрытий, защищающих деталь от износа и коррозии.

Производственные возможности позволяют изготавливать широкий ассортимент газовых упоров с различными типами концевых фитингов. Все пружины укомплектованы в оригина-

нальную упаковку, которая помогает сохранить товар при транспортировке и обеспечивает защиту от подделок.

Гарантия – 2 года

Информацию с изображением разных типов пружин Standard Springs для необходимого автомобиля можно уточнить на сайте компании [standardsprings.ru](http://standardsprings.ru) в разделе онлайн-каталог. Там же есть и функция подбора газовых упоров по параметрам.

**Ассортимент Standard Springs дополнен электроприводами багажника автомобиля!**

Начальный ассортимент насчитыва-



ет 25 артикулов электроприводов для багажников премиальных автомобилей таких как PORSCHE Cayenne и Macan, кроссоверов FORD Explorer и NISSAN X-Trail.

Артикулы начинаются с аббревиатуры STPL и следующего четырёхзначного номера артикула. Более 100 оригинальных номеров кроссируются с артикулами Standard Springs.

Подобрать можно по VIN коду транспортного средства, а также оригинальному номеру в разделе каталог на сайте [standardsprings.ru](http://standardsprings.ru)

Гарантия на электроприводы Standard Springs составляет 1 год.

Также не забываем про надёжную защиту элементов подвески - защитные комплекты Standard Springs с 2-х летней гарантией! Цена за один сет представляет собой набор пыльников и отбойников на одну ось автомобиля - порядка 200 артикулов защитных комплектов для более 30 автомобильных брендов.



# Рынок автоэлектрики и перспективы расширения STARTVOLT

По итогам 5 первых месяцев работы рынка автомобильных запчастей, думаю для всех нас очевидно, что сюрпризы, которые преподнёс нам 2025 год, не закончились, а получили новое развитие и эволюцию в 2026 году.

Если не брать понятные и набившие оскомину всем макрофакторы, сдерживающие потенциал экономики и страны, а также очередные фискальные изменения, но сконцентрироваться именно на трендах нашей отрасли, то рынок запасных частей сам по себе стремительно изменился и продолжает меняться.

Правила игры, еще вчера казавшиеся незыблемым столпом и условием продуктивной работы, сегодня теряют смысл и обесцениваются. То, что ещё вчера работало и выделяло продукт, превратилось в потерю времени, которое не то, что не выделяет, а наоборот смешивает бренд или продукт с массой подобных. Новые, еще не сформированные до конца правила и методы, тут же изменяются, не успев даже проявиться до конца. Кто не успел – тот опоздал.

Скорость, готовность к мгновенной адаптации и гибкая маркетинговая политика, качество предоставления услуги и продукта, индивидуальный подход в, казалось бы, стандартизованном бизнесе, и обработка информации стали столь же ценными активами, как и продуктовый портфель, условия гарантии и ценовая политика.

**В чём мы в STARTVOLT видим ответы на все эти вызовы сегодняшнего дня?**

Во-первых, опираясь на результаты и тренды 2025 года мы изменили нашу производственную программу. **Мы не только не сократили выпуск новых позиций, а наоборот, расширились как никогда прежде и на 2026 год мы готовим еще несколько новых сюрпризов.** Прошлый год мы закончили с небольшим приростом, что в целом

полностью соответствует нашим пересмотренным планам. Негативный тренд начала 2025 года был исправлен ещё летом, и мы полностью контролировали и прогнозировали такой результат. Напротив, выдающиеся результаты реализации зимнего периода (сезона для автоэлектрики) и первого квартала 2026 года напротив не заставили нас расслабиться и воспринимать текущий успех как должное, а все более внимательно адаптировать нашу маркетинговую и производственную стратегию.

К слову, о ней, развивая логику предыдущих лет, мы наконец подошли к завершению товарных матриц действующих товарных групп. У нас закрыта потребность автопарка РФ по генераторам, стартерам, катушкам зажигания (рекордное покрытие на 99% автопарка), клапанам фаз ГРМ, датчикам кислорода, свечам зажигания и накаливанию, модулям топливного насоса и моторам. Можно открыто говорить о том, что ассортимент STARTVOLT по этим товарным группам отвечает всем основным потребностям российских автомобилистов. Во всех этих группах совокупно более 600SKU – это **уникальные ходовые товарные позиции**, не имеющие на данный момент кроме оригинала и STARTVOLT иных предложений на российском рынке.

Во-вторых – мы поменяли свой взгляд на экспансию в номенклатуре (расширение и добавление новых товарных групп и направлений). Раньше мы концентрировались на наполнении автопарка по всем действующим товарным группам, стремясь выйти на максимальный охват автопарка как по легковой, так и по грузовой программе и спецтехнике. Выполнив на 95% эту задачу – мы полностью



*Игорь Явдошук,  
директор по маркетингу STARTVOLT*

готовы к расширению и наша экспансия также спланирована на ближайшие два года. Мне кажется, мы сумеем удивить рынок и вдохнуть в него новую жизнь со своей стороны как одни из лидеров в поставке и производстве деталей автоэлектрики.

В прошлом году мы открыли и наполним светотехнику – фары головного света и задние фонари – направление на стыке кузовных деталей и в тоже время имеющих отношение к нашему «электрическому» профилю, скоро номенклатура будет расширена также широкой линейкой зеркал заднего вида. Основной акцент сделан на полное соответствие оригиналу и гарантию прохождения техосмотра для всех автомобилистов с нашим продуктом!



**ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ  
ПРОФЕССИОНАЛИЗМ  
ГАРАНТИЯ**

**ПОДОБРАТЬ**



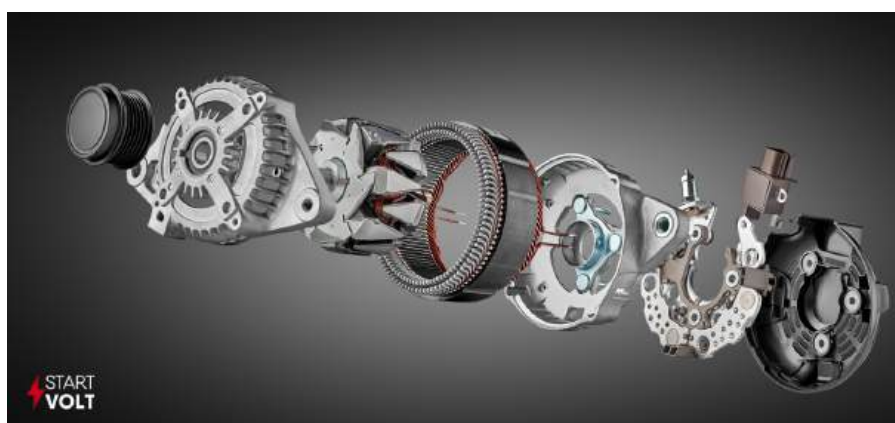


Среди прочих новых подгрупп, старт которым будет дан в этом году и далее много других сюрпризов и нишевых продуктов, однако все эти расширения объединены глобальной целью – **занять лидерские позиции в производстве и поставках всего востребованного автоэлектрооборудования на российском рынке.**

В технически сложной группе датчиков мы видим для себя профессиональный вызов – несмотря на кажущуюся простоту, каждый из типов основных датчиков автомобиля, это сложная конвергенция механики и электроники, а также компетенции мастера СТО при установке, где небольшой просчёт в чем-то одном приводит к немедленному провалу в оценке такого продукта. Мы существенно переработали линейку,кратно усилили качественную составляющую. Мы также намерены полностью закрыть все виды датчиков для чего уже сейчас помимо действующих датчиков ABS, датчиков кислорода, коленвала, детонации и других мелких датчиков ЭСУД мы дополняем ассортимент датчиками давления в шинах, датчиками положения кузова и др. STARTVOLT один из лидеров в количественной реализации датчиков в России, это лидерство мы намерены усилить, расширяя линейку, проводя постоянные технические обучения и презентации.

Особую гордость вызывает старт федерального обучения в течении всего календарного года для профессиональных сотрудников СТО, автоэлектриков и автодиагностов по всей стране в рамках Академии CARVILLE, где один из дней целиком посвящен именно диагности-

ке электронных систем автомобиля под эгидой и патронажем STARTVOLT. Для нас очевидно, что в современном бизнесе запасных частей актуальность и востребованность сохраняют только те, кто выстраивает мощную экосистему, а не предлагают одинокий прайс-лист со сроком поставки.





В-третьих, конечно же наши планы по открытию уже в этом году сборочной линии по генераторам. Первоначальные производственные планы насчитывают более 20 000 штук генераторов за первый год работы конвейера в Санкт-Петербурге – основной акцент на первом этапе будет на удовлетворении небольшой части нашей доли на вторичном рынке, однако мы открыты в дальнейшем к предложениям со стороны и автопроизводителей в контексте и OEM-поставок.

То, что мы делаем противоположно негативным эффектам сухого импорта, ведь мы сразу же делаем ставку и на развитие производственных площадей в

России и концентрируемся на развитии производства по профильным группам видя в этом среднесрочную перспективу. Как лидер сегмента автоэлектрики мы считаем такой подход стратегически важным для развития рынка в целом.

Мы убеждены, что часто звучащие в последнее время такие оценки рынка и поведения покупателей как «сокращение покупательской способности», «потребитель экономит» etc. – являются излишне депрессивными и не отвечающими реалиям. Нельзя брать только одну группу имеющих место факторов производственной и коммерческой жизни, и только на их основе делать выводы о картине в целом. Такие суждения не учитывают стремительное развитие онлайн-продаж, смену приоритетов потребителя, изменение ожиданий автомобилиста от оказываемой услуги, изменение пробегов и погодные факторы, а также многое другое. Наконец автопарки, несмотря ни на что, продолжают активно использоваться. Рост реализации подержанных автомобилей по итогам 2025 года в купе с общим старением парка, окончание гарантийного обслуживания первых бестселлеров китайского автопрома, взрывной рост маркетплейсов и связанных с этим проблем – факторы,

подтверждающие обратный позитивный тренд по развитию вторичного рынка автокомпонентов. Да, продажи новых автомобилей падают, однако это повлияет на ёмкость постгарантийного рынка автоэлектрики в последующие годы и не является значимым фактором для нас здесь и сейчас.

Подытожив, в качестве нашей философии на этот и последующий периоды, хотелось бы сформулировать следующее: STARTVOLT уверен в себе, с уважением относится ко всем участникам рынка и покупателям нашей продукции, полностью сориентирован на обратную связь и реальную потребность и ожидания наших потребителей и как следствие – мы не рассматриваем ничего другого, кроме как лидерства в своём сегменте – сегменте профессиональной автомобильной электрики.

## TIXONA. С выхлопом — на ты!

Автопроизводители все чаще презентуют новые электромобили, на которых отсутствуют привычные бензиновые и дизельные двигатели. В дорожном потоке уже никто не удивляется полностью электрическому автомобилю, особенно в больших городах, где доступны зарядные станции. На этом фоне может сложиться мнение, что традиционные выхлопные системы уходят в прошлое. Но так ли это? По статистике агентства «АВТОСТАТ» на 17 марта 2026 года в России зарегистрировано 80 тысяч электромобилей. Это составляет всего лишь 0,2% от всех легковых автомобилей в стране. А остальные 99,8% имеют систему выпуска отработанных газов, на деталях которой уже более 10 лет специализируется российский бренд TIXONA.



Накопленный с 2013 года опыт позволяет инженерам TIXONA быть с выхлопом «на ты» и обеспечивать максимальную эффективность и высокую коррозионную стойкость производимым деталям. Секрет кроется не только в инженерных решениях, но и особом внимании к материалам. Не даром слоган компании — «Преимущество в металле».

Специализация бренда сосредоточена на трех наиболее востребованных категориях продукции: гофры-компенсаторы, пламегасители и корректоры показаний кислородного датчика. Всего в ассортименте более 200 SKU и большую часть, а именно 162 артикула, составляют гофры. Именно эти детали снижают вибронегрузку на выхлопную систему, компенсируют перемещения силовой установки и помогают сохранить целостность соединений. Неисправная гофра —

одна из самых распространенных причин повышенного шума, появления запаха выхлопных газов в салоне и снижения общего комфорта эксплуатации автомобиля. Поэтому качество гофр-компенсаторов напрямую влияет не только на срок службы выхлопной системы, но и на комфорт водителя и пассажиров во время поездки.

Ассортимент бренда охватывает практически весь парк автомобилей, эксплуатируемых в России и странах ЕАЭС. Отдельным спросом пользуются гофры увеличенных размеров для автомобилей с повышенной производительностью двигателя и спортивными настройками.

Узнать продукцию TIXONA очень легко, ведь все гофры, в отличие от конкурентов, поставляются в запоминающихся



черных коробках из плотного картона с зеленым логотипом, а не просто в полиэтиленовом пакете. Качественная упаковка помогает защитить изделие при хранении и транспортировке, а также снижает риск приобретения контрафактной продукции.

Конструкция всех моделей гофр — трехслойная. Помимо главного герметизирующего слоя (сильфона) присутствуют внешняя и внутренняя оплетки. Эти оплетки защищают сильфон от чрезмерных растяжений, механических повреждений и обеспечивают дополнительную герметизацию детали. Такая схема одновременно обеспечивает прочность и эластичность всей конструкции. В зависимости от типа внешней и внутренней оплетки ассортимент гофр TIXONA делится на три популярные модели: **innerbraid**, **interlock**, и самую современную конструкцию — **кольчуга**. Именно гофры типа **кольчуга** зачастую устанавливаются в настоящее время на конвейере автопроизводителей на новые модели автомобилей.

Главный фактор долговечности любой гофры — материал изготовления. TIXONA использует высоколегированную аустенитную нержавеющую сталь AISI 304, содержащую значительно большее количество хрома и никеля, чем сталь AISI 201, из которой могут изготавливать гофры другие производители. Такое сочетание обеспечивает более высокую устойчивость к коррозии и агрессивным реагентам. В российских условиях эксплуатации это особенно важно! Боковые кольца гофр изготавливаются из ферритной нержавеющей стали AISI 409. Этот материал отличается хорошей свариваемостью и позволяет повысить надежность соединений при установке детали.

Но не только материал боковых колец обеспечивает надежность сварного соединения. Важно правильно подобрать деталь и соблюдать основные правила установки. С 2025 года в каждой коробке с гофрой TIXONA находится подробная инструкция по установке, которую также можно скачать и на сайте производителя. Главным аспектом подбора и установки является необходимость вставить часть выхлопной трубы

внутри гофры на 10-20мм. Сварка стык в стык запрещена! Именно поэтому новая гофра всегда чуть длиннее старой. Следует проваривать все слои гофры и удостовериться, что она не сжата и не натянута. Таким образом TIXONA не только изготавливает качественные детали, но и объясняет нюансы установки.

Еще одна востребованная категория продукции TIXONA — пламегасители. Для многих автолюбителей именно они становятся оптимальным вариантом ремонта после выхода из строя каталитического нейтрализатора. Нейтрализатор — дорогостоящий элемент выхлопной системы. Его стоимость обусловлена использованием драгоценных металлов в конструкции. Со временем нейтрализатор может разрушаться, мешать работе двигателя или терять эффективность. В результате динамика автомобиля ухудшится, увеличится расход топлива, появится ошибка на приборной панели. В российских условиях многие автомобилисты выбирают альтернативный путь ремонта — установку пламегасителя. Это позволяет восстановить работоспособность системы без значительных затрат. Пламегаситель устанавливается вместо штатного нейтрализатора и выполняет сразу несколько задач: снижает температуру выхлопных газов, уменьшает уровень шума и снижает нагрузку на систему выпуска в целом.

При этом качество изготовления здесь играет ключевую роль. Все пламегасители TIXONA изготавливаются из ферритной нержавеющей стали AISI 409, стабилизированной титаном и содержащей повышенное количество хрома. Такой материал отличается высокой термостойкостью и устойчивостью к коррозии. Все элементы конструкции свариваются по технологии TIG, что предполагает использование вольфрамового электрода в среде защитного газа. Подобная технология повышает прочность соединений и увеличивает общий ресурс детали.

Отдельного внимания заслуживает система шумопоглощения. В отличие от многих других производителей, использующих минеральную вату, TIXONA применяет жаропрочный кремнезем, который выдерживает до 1200 градусов в стандартном режиме и до 1600 в пиковые моменты. Этот материал значительно лучше переносит высокие температуры и дольше сохраняет свои свойства в отличие от аналогов. Для





повышения надежности конструкции используется центральная втулка из бесшовной трубы. А параметры перфорации рассчитываются индивидуально для каждой модели с помощью компьютерного моделирования. Такой подход позволяет добиться более эффективного распределения потоков выхлопных газов и дополнительно снизить уровень шума.

После установки пламегасителя многие автоводители сталкиваются с распространенной ситуацией: система работает корректно, но индикатор ошибки двигателя продолжает гореть. Причина заключается в особенностях работы современных автомобилей. Каталитический нейтрализатор не просто снижает шум, но и очищает выхлопные газы от вредных веществ. После его удаления электронный блок управления фиксирует изменение параметров выхлопа и сообщает о неисправности. Именно поэтому при ремонте часто используется еще один компонент — корректор показаний кислородного датчика, или так называемая «обманка».

Корректор устанавливается между выхлопной трубой и вторым кислородным датчиком. Его задача — скорректировать показатели таким образом, чтобы система управления двигателем воспринимала работу выхлопной системы как штатную. Для большинства автомобилей это позволяет: убрать ошибку «Check Engine», избежать перепрошивки блока управления и сохранить стабильную работу двигателя.

На вид простая деталь включает в себя вставку из мини нейтрализатора с напылением драгоценных металлов, которая очищает выхлопные газы непосредственно перед датчиком. В ассортименте TIXONA 10 корректоров. Новинки апреля 2026 года включают в себя корректоры не только с металлической, но и керамической вставкой. Этот материал лучше переносит высокие температуры и позволяет увеличить площадь для напыления драгоценных металлов, которые запускают химическую реакцию, нейтрализующую вредные вещества.

TIXONA делает ставку не только на технические характеристики продукции, но и на удобство для клиента. На гофры-компенсаторы и пламегасители TIXONA действует гарантия без ограничения пробега сроком 2 года при установке на СТО и 1 год при самостоятельной установке.

Спрос на продукцию TIXONA остается стабильным уже более десяти лет. Причина заключается не только в широком ассортименте, но и в ориентации на реальные условия эксплуатации. Автоводители ценят: устойчивость деталей к коррозии, надежность сварных соединений, большой выбор размеров и конструкций, удобство подбора. Профессиональные автосервисы, в свою очередь, отмечают стабильное качество продукции и предсказуемый ресурс деталей. Подобный результат стал возможным благодаря использованию качественной нержавеющей стали, продуманной конструкции деталей, современным методам сварки.

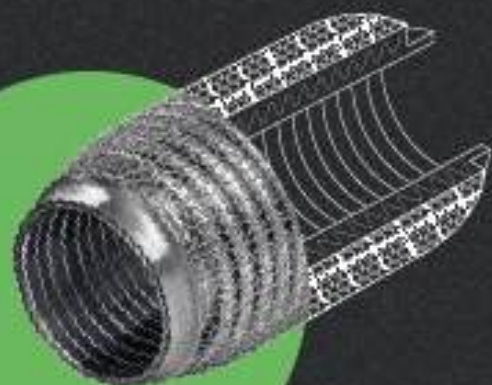
Когда речь идет о ремонте выхлопной системы, компромиссы редко приводят к хорошему результату. Именно поэтому все больше владельцев автомобилей выбирают решения, рассчитанные на длительную эксплуатацию.

Ведь TIXONA с выхлопом – на ты!



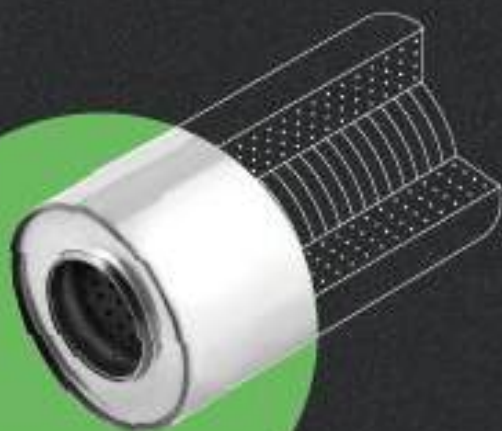


# ДЕТАЛИ ДЛЯ ВЫХЛОПНЫХ СИСТЕМ



## ГОФРЫ

- Трехслойная конструкция всех моделей Innerbraid, Interlock и Wire mesh (Кольчуга)
- Повышенная стойкость к коррозии каждого слоя за счет нержавеющей стали AISI 304
- Легкость сварки благодаря фланцам из нержавеющей стали AISI 409



## ПЛАМЕГАСИТЕЛИ

- Двухслойный корпус и другие элементы из нержавеющей стали AISI 409
- Шумопоглощающее волокно из жаропрочного кремнезема (1200 C°)
- Технология сварки неплавящимся электродом в среде инертного газа TIG



## КОРРЕКТОРЫ

- Это мини-нейтрализаторы, очищающие выхлопные газы перед датчиком кислорода
- Обеспечивают работу двигателя без ошибок при установке пламегасителя
- Доступны в разных вариантах длины, формы и материалов

# JIKIU, SB NAGAMACHI, AZUMI: Спрос на надёжность будет всегда

2025 год стал для компании АКСИОМА и брендов холдинга RMP NAGAMACHI TECHNOLOGY JAPAN CO., LTD в России годом укрепления позиций — несмотря на нестабильную экономическую ситуацию и продолжающуюся глобальную перестройку логистических цепочек.

Компания завершила год с положительной динамикой по всем брендам. Общий рост составил более 12%. В частности, удалось усилить позиции в Южном, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах. Растёт узнаваемость и доверие к брендам SB NAGAMACHI и AZUMI, вышедшим на рынок стран ЕАЭС в 2022 году.

## Партнёрство и развитие

Основой успеха стало устойчивое укрепление отношений с дистрибьюторами и продуманная экономическая политика. АКСИОМА традиционно берёт на себя валютные риски и поддерживает стабильные рублевые цены, обеспечивая доходность для всех участников рынка.

Регулярные коммуникации, обучение и маркетинговая поддержка способствуют развитию партнёрской экосистемы. В 2025 году компания провела в 1,5 раза больше круглых столов, вебинаров и семинаров, чем годом ранее. Были запущены новые рекламные кампании, интеграции с блогерами и активное продвижение в социальных сетях. Общий уровень маркетинговой активности вырос более чем на 30%.



## Ассортимент и качество

Ассортиментная политика компании сохранила курс на постепенное расширение и обновление матрицы. Все новинки рынка РФ — это новинки только для нашего региона, имеющие историю дистрибуции в других странах продаж JIKIU, SB NAGAMACHI и AZUMI. Детали прошли сертификацию и имеют официальную гарантию.

**Главным событием года стало появление у JIKIU двух новых товарных групп:**

- ролики и натяжители ремня навесных агрегатов;
- уплотнители для двигателя и трансмиссии.

# AZUMI

ОРИГИНАЛЬНОСТЬ И КАЧЕСТВО  
В ЯПОНСКИХ ТРАДИЦИЯХ



# JKIU

ЯПОНСКОЕ КАЧЕСТВО  
ДЛЯ РОССИЙСКИХ ДОРОГ



Только эти категории добавили более 500 артикулов, доведя общий ассортимент бренда в странах ЕАЭС до более 9000 SKU. Наибольшим спросом в 2025 году пользовались сайлентблоки подвески, ШРУСы и ступицы.

Бренды SB NAGAMACHI и AZUMI также продолжили планомерное развитие, превысив отметку 2000 SKU каждый.

- AZUMI укрепил лидерство в сегменте трансмиссионных фильтров.
- SB NAGAMACHI предложил тормозные диски в двух вариантах — теперь на один автомобиль можно выбрать вариант для стандартных условий (OEM-исполнение) и с перфорацией и насечками для нагруженной эксплуатации. Таких артикулов уже более 40.

Компания работает в среднем и высоком ценовых сегментах, а значит, то, что остается неизменным - это высокие стандарты качества. Несмотря на рост ассортимента и оборота, уровень рекламаций остаётся крайне низким, а по некоторым позициям снижается:

- JIKIU — 0,035%,
- SB NAGAMOCHI — 0,02%,
- AZUMI — 0,01%.

Каждый гарантийный случай тщательно анализируется. В российском представительстве бренда с 2013 года имеется собственный технический отдел для анализа дефектов и предложения решений, а обработанная информация передается в НИОКР-центр компании в Сингапуре и японскую штаб-квартиру. Этот подход подтверждает неизменный приоритет компании — качество продукции и ответственность перед клиентами.



Важное дополнение:

Отдельного упоминания заслуживает то, что продукция JLIU, SB NAGAMOCHI и AZUMI официально включена в программу обслуживания автомобилей Mazda «Гибкий сервис», как альтернатива оригинальным деталям.

Эта инициатива производителя направлена на поддержку доступного, но качественного сервиса с использованием проверенных компонентов.

Все позиции прошли строгий отбор и представлены на официальном сайте Mazda в числе брендов, рекомендованных к применению в рамках программы. Продукция активно используется в дилерских центрах Mazda при регламентном обслуживании и ремонте автомобилей марки. Соответствие требованиям системы официального сервиса и стандартам производителя по качеству и техническим характеристикам делает эти бренды надёжной альтернативой оригинальным деталям - с официальным допуском и доверием со стороны Mazda\*.

## Технологии и сервис

В 2025 году АКЦИОМА продолжила цифровую трансформацию бизнес-процессов.

Были оптимизированы системы управления заказами, внедрены инструменты для мониторинга запасов и продаж. В итоге это позволило сократить время обработки заказа более чем на 20%.

Развитие цифрового взаимодействия с партнёрами стало стратегическим направлением: обновлены личные каби-





# MAZDA РЕКОМЕНДУЕТ!

Бренды JIKIU, SB NAGAMOSHI и AZUMI официально включены в ассортимент дилерских центров Mazda как альтернатива оригинальным деталям.



Узнать больше



**СКОРОСТЬ ДОЛЖНА  
БЫТЬ БЕЗОПАСНОЙ**



неты, электронные каталоги и аналитические панели. Мониторинг остатков и непосредственное участие в формировании ассортимента более чем на 470 складах партнеров делают сотрудничество с компанией ещё удобнее и эффективнее.

Приоритеты остаются неизменными: надёжный сервис, оперативная логистика и гибкость в работе с клиентами.

### Рынок и прогнозы

Рынок автокомпонентов в 2025 году продолжил адаптацию к новой структуре поставок.

Для крупных оптовых игроков ситуация остаётся стабильной, однако малый бизнес сталкивается с трудностями, связанными с изменениями в НДС и усилением конкуренции.

Растёт внимание к качеству, скорости поставок и широте ассортимента. По оценке руководства компании АКЦИОМА, в 2026 году ключевыми факторами успеха для них останутся: качество, ассортимент, логистика, надёжность поставок, а также наличие товара на собственных складах в России.

### Среди заметных трендов:

- рост интереса к локальным производителям,
- развитие сервисных сетей,
- цифровизация закупочных процессов — автоматизация, аналитика, оптимизация выбора поставщиков.



Компания не прогнозирует заметного роста рынка автокомпонентов на 2026 год и делает ставку на системную работу с партнёрами и устойчивость брендов холдинга RMP NAGAMACHI.

### Планы и приоритеты на 2026 год

АКЦИОМА продолжит курс на развитие и совершенствование. Среди приоритетов нового года:

- укрепление региональной дистрибуции,
- оптимизация складской логистики,
- повышение эффективности операционного управления,
- активное развитие коммуникаций и маркетинга брендов.

Главная цель — укрепление репутации надёжного партнёра, предлагающего проверенные решения на динамичном рынке. В среднесрочной перспективе компания уверенно видит себя среди ключевых игроков отрасли, опираясь на принципы открытости, профессионализма и долгосрочного партнёрства.

2025 год подтвердил: сила АКЦИОМЫ и брендов JIKIU, SB NAGAMACHI и AZUMI — в команде, устойчивости и последовательности. Компания сумела сохранить гибкость, адаптироваться к вызовам современности и при этом остаться верной своим принципам — качеству, надёжности и ответственности перед партнёрами.

*«Для нас 2026 год — это время укрепления позиций и развития партнёрств. Мы уверенно смотрим в будущее, полагаясь на команду, профессионализм и чёткие ориентиры. Спрос на надёжность и качественные запчасти будет всегда»,*

*— отметил исполнительный директор Алексей Щербак.*

\* Использование товарного знака Mazda осуществляется на основании официального согласия ООО «Мазда Мотор РУС» в отношении запасных частей для ТО и ремонта

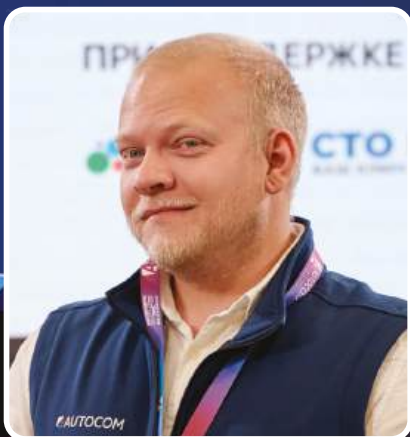
ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ С БРЕНДАМИ АВТОКОМ

# ВОРКШОПЫ с поставщиками

ПО ВТОРНИКАМ И  
ЧЕТВЕРГАМ В 11:00

- БОЛЕЕ 60 ЭФИРОВ В ГОД
- БОЛЕЕ 30 000 ЗРИТЕЛЕЙ
- БОЛЕЕ 300 ПАМЯТНЫХ ПРИЗОВ УЧАСТНИКАМ
- МЫ В ЭФИРЕ УЖЕ 5 ЛЕТ

Ведущий  
Андрей Акимов



Задайте **ЛЮБОЙ** вопрос  
представителю бренда —  
я гарантирую корректный  
ответ **ОНЛАЙН**

+ Подписаться



РАЗЫГРЫВАЕМ ПРИЗЫ

РАССКАЗЫВАЕМ ВАЖНОЕ  
РАНЬШЕ ДРУГИХ

## О бренде LUZAR

Андрей Романцов, директор по маркетингу LUZAR

В 2003 году был создан проект по выпуску радиаторов охлаждения для отечественных автомобилей LADA. Все началось с производства ассортимента буквально в 5 артикулов, но очень востребованных на рынке автозапчастей, в те годы абсолютно неизбалованным предложением. Наличие продукции уже было большим преимуществом, а стабильное качество по конкурентной цене было в принципе большой редкостью. Так появился LUZAR.



**Новая торговая марка** очень быстро получила популярность у автолюбителей и профессионалов рынка, радиаторы охлаждения стали главным и наиболее узнаваемым продуктом бренда.

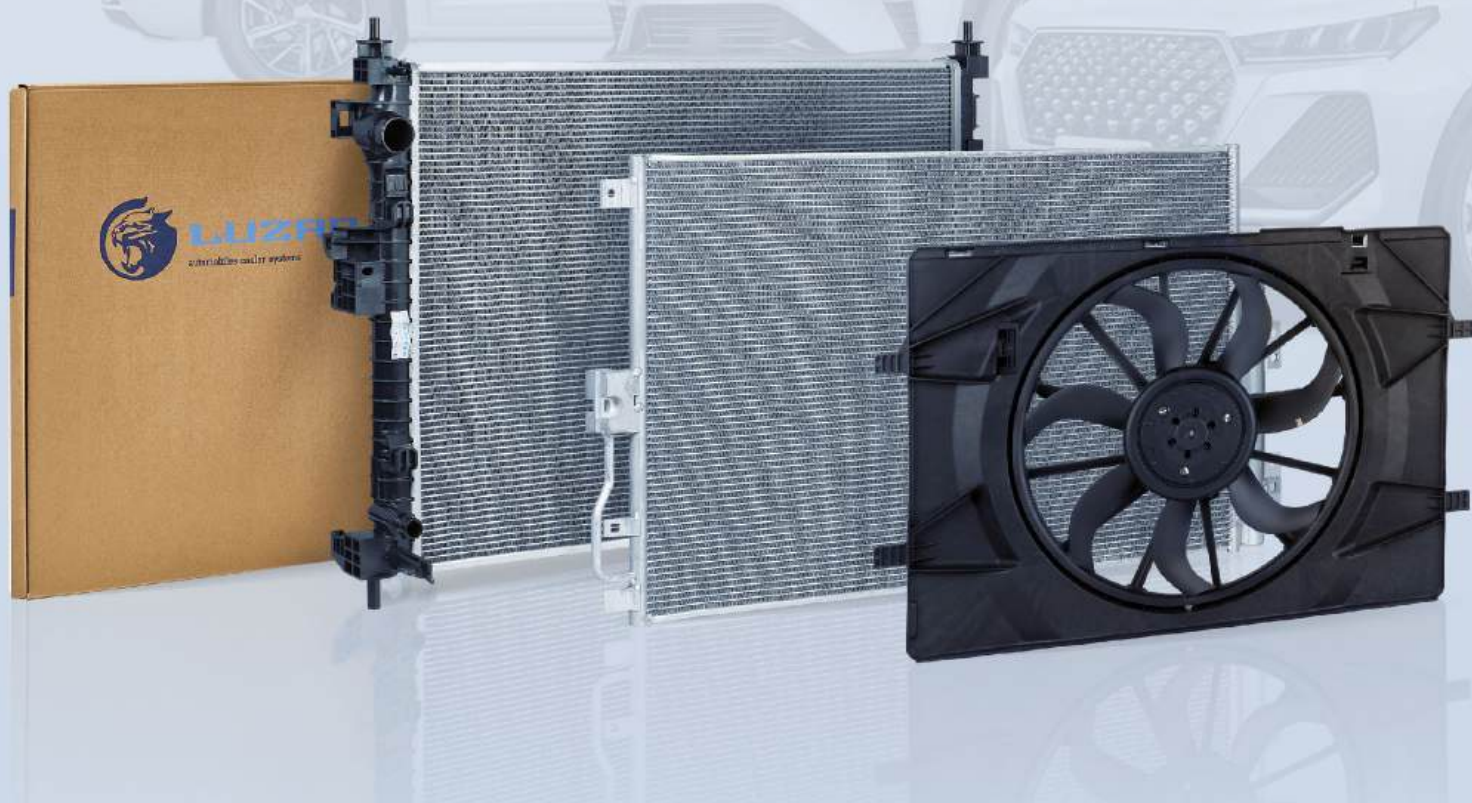
Рынок менялся, доля импортных автомобилей росла, поэтому **следующим шагом стало** освоение продукции для автомобилей корейских производителей, а далее и для других иномарок. Одновременно с развитием ассортимента радиаторов охлаждения стали добавляться другие товарные группы из категории системы охлаждения: радиаторы отопителя, водяные насосы, термостаты, вентиляторы охлаждения и климатической системы. Накопление знаний и опыта производства деталей системы охлаждения уже в 2009 году позво-

лило вывести в рынок водяной насос линейки «Турбо», первый продукт собственной разработки, а не просто копия оригинального изделия. Насосы этой линейки имеют повышенную производительность, а соответственно обеспечивают более стабильное охлаждение двигателя, а в качестве бонуса еще и улучшают работу печки, прокачивая по контуру отопителя больше теплоносителя-антифриза.

**Развитие ассортимента требовало и развитие производственной базы.** Значимым этапом в развитии компании стал запуск в 2010 году производственной площадки в г. Санкт-Петербург, что позволило нарастить выпуск и расширить ассортимент выпускаемой продукции. Производство неоднократно переживало модернизацию. В 2024 году была запущена но-



# ДЕТАЛИ СИСТЕМЫ ОХЛАЖДЕНИЯ НА 97% АКТУАЛЬНОГО АВТОПАРКА



ИДЕАЛЬНОЕ  
СОПРЯЖЕНИЕ



ВЫСОКАЯ  
ЭФФЕКТИВНОСТЬ



УВЕЛИЧЕННЫЙ  
РЕСУРС

Рекомендуем использовать высокоэффективные  
охлаждающие жидкости CARVILLE RACING

выбери на [luzar.ru](http://luzar.ru)



вая производственная линия для выпуска алюминиевых паяных теплообменников. С учетом нового оборудования годовая мощность производства достигает 1 млн. изделий различных теплообменных устройств, это не только радиаторы охлаждения, но и радиаторы отопителя, конденсоры, интеркулеры.

**Современный LUZAR** – это крупнейший российский поставщик автозапчастей, совокупный ассортимент превышает 6000 товаров.

На данный момент **LUZAR предлагает продукцию в 30 товарных группах:** все виды автомобильных радиаторов, помпы, термостаты, вентиляторы, компрессоры кондиционера и компоненты к ним, турбокомпрессоры, муфты, насосы гидроусилителя руля, расширительные бачки, пневматические компрессоры, патрубки, прокладки ГБЦ, клапанные крышки.

**Подробно с ассортиментом можно ознакомиться на сайте [www.luzar.ru](http://www.luzar.ru).** Фирменный сайт также предоставляет инструменты по подбору изделий по марке и модели авто, поиск по OEM, техническую информацию о продуктах.

Уровень представленности ассортимента для «отечественных» автомобилей – учитывая наши российские корни – близко к 100%, для иномарок - порядка для 90% автомобилей эксплуатируемого парка. Продукцию LUZAR также можно подобрать для грузовой, строительной и сельхозтехники. На всю продукцию предоставляется гарантия 2 года. Особое внимание сейчас уделяется развитию ассортимента для китайских автомобилей, их парк активно растет, что формирует спрос на запчасти. Для удобства поиска деталей китайских авто на сайте [www.luzar.ru](http://www.luzar.ru) сформирован специальный раздел.

**В планах на 2026 год** у бренда LUZAR дальнейшее развитие ассортимента деталей системы охлаждения, развитие группы деталей моторов, уплотнительных элементов-прокладок двигателя. Выход в рынок с новой товарной группой – фильтры, который поступят в продажу уже во 2 квартале текущего года.



Отдельно отметим обучающий проект – **LUZAR Академия**, в рамках которого в 2025 году было проведено 20 выездных обучающих мероприятий. Программа обучения направлена на повышение уровня профессиональных знаний по обслуживанию и ремонту климатических систем автомобилей. Положительные отзывы и практическая полезность такого обучения вдохновила на продолжение и развитие проекта. **На 2026 год запланировано 25 мероприятий в разных частях страны вплоть до Владивостока.**



Бренд LUZAR остается максимально ориентирован на российского потребителя, мы оперативно откликаемся на запросы и пожелания, **наша главная движущая сила — это наши клиенты.** Нарботанный опыт и профессионализм команды позволяют выпускать продукцию стабильно высокого качества, развивать локальное производство и собственную инженерную школу.

# INTERAUTOCOM

## Честный ЗНАК для автосервиса: что нужно сделать в 2026 году, чтобы подготовить бизнес к новым требованиям

Получите доступ к экспертным видеоразборам по маркировке автокомпонентов, изменениям в налогообложении и подготовке автосервиса к новым требованиям рынка



### Для кого

Владельцы СТО

Руководители  
автосервисов

Ответственные за закупки  
и учет автозапчастей



15

видео от  
экспертов



4

реальных кейса:  
аудит бизнес  
процессов

ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ  
НА ДОСТУП



# Дооснащение автомобиля в 2026: что реально повышает надежность, а что — просто лишние траты

Современное дооснащение автомобиля давно перестало быть исключительно вопросом внешнего вида или комфорта. Сегодня автомобилисты всё чаще выбирают решения, которые помогают повысить надежность, безопасность и ресурс автомобиля в ежедневной эксплуатации.



## Светодиодные лампы: современный стандарт автосвета

Галогеновые лампы постепенно уходят в прошлое. Низкая яркость, высокий нагрев и сравнительно небольшой ресурс уже не соответствуют ожиданиям современных водителей. Светодиодные лампы обеспечивают стабильный световой поток, лучше работают в сложных погодных условиях и отличаются длительным сроком службы.

AIRLINE активно развивает направление LED-автосвета и предлагает более 11 линеек светодиодных ламп — от базовых решений до технологичных моделей. В ассортименте представлены лампы с обманками, модели с возможностью переключения световых температур, а также решения формата 1 в 1, повторяющие размеры стандартных галогеновых ламп. Это позволяет упростить установку и сохранить совместимость со штатной оптикой автомобиля.

Сегодня светодиодные технологии фактически стали полноценной альтернативой галогену. При этом важно учитывать, что часть LED-решений предна-

значена для использования вне дорог общего пользования либо требует соблюдения действующих требований эксплуатации автомобиля.



## Щетки стеклоочистителя: ресурс вместо постоянной замены

Щетки стеклоочистителя напрямую влияют на безопасность движения. Многие автомобилисты продолжают покупать дешевые щетки, сталкиваясь с разводами, скрипом и быстрой потерей эффективности.

В AIRLINE сделали ставку на ресурс и стабильность работы. Линейка PREMIUM выпускается на производственной площадке, ранее производившей щетки для известного европейского бренда. Если ресурс оригинальных щеток достигает около 500 000 циклов, то PREMIUM щетки AIRLINE обеспечивают до 450 000 циклов работы — показатель, максимально близкий к OEM-уровню. Компания делает акцент на честных характеристиках и реальной эксплуатации.



## Автомобильные разъемы: надежность электрических соединений

Качество автомобильных разъемов напрямую влияет на стабильность работы электрооборудования. Дешевые аналоги часто становятся причиной перегрева, оплавления контактов и нестабильной работы систем автомобиля.

Разъемы AIRLINE производятся на предприятии — поставщике конвейерных решений. Компания анализирует OEM- и кросс-номера, предоставляет чертежи и реализует подбор по автомобилю на сайте, позволяя точно подобрать необходимый разъем без риска ошибок.

Все продукты AIRLINE проходят проверку в собственной испытательной лаборатории компании. Главная задача бренда — максимально приблизить изделия к оригинальным компонентам по надежности, совместимости и качеству работы. Именно поэтому современное дооснащение — это уже не просто аксессуары, а полноценная часть культуры эксплуатации автомобиля.



Выбор  
профессионалов



**1890 Нм**

Рабочий крутящий  
момент

**2.2 кг**

Композитный корпус

**1/2"**

Приводной квадрат



Автоаксессуары  
Инструменты ▶



# Тенденции рынка смазочных материалов в России и ассортимент CARVILLE RACING

Ассортимент CARVILLE RACING опережает тенденции за счет роста сегмента маловязких продуктов, смещения в сторону современных трансмиссионных жидкостей.

Согласно отраслевой статистике, в 2025 году наибольший прирост продаж среди смазочных материалов показали масла для мототехники (+4,5% к 2024 году). CARVILLE RACING полностью покрывает этот сегмент: в линейке представлены двухтактные моторные масла, четырехтактные в вязкостях 10W-40, 10W-50, 20W-50 и специализированные продукты для водного транспорта и снегоходов. Наличие широкого портфеля для мототехники позволяет дистрибьюторам уверенно работать в растущей нише.



L1Z00428, L1Z00155, L1Z00132

**Класс вязкости 0W-20 стал лидером по динамике:** прирост продаж в 2025 году составил +14,6% (по сравнению с 2024-м). Это связано с тем, что все современные автомобили, в частности китайского производства, имеют предписание по вязкости 0W-20. Современные моторы имеют турбоагнетатели и прямой впрыск, а это выдвигает особые требования к качеству смазочных материалов.

CARVILLE RACING предлагает несколько масел 0W-20 с допусками Volvo VCC RBS0-2AE, VW508/509, MB229.71, C5 и спецификациями API SP/SN.

Более того, бренд одним из первых выводит на рынок масло FS300 0W-16 с новейшим API SQ и GF-7B, что соответствует глобальному переходу автоконцернов на сверхнизкую вязкость. Также в наличии 0W-30 (включая версию для Lixiang).



L1D00452, L1D00533, L1D00151

**Мировой и российский рынок трансмиссий стремительно меняется:** доля вариаторов (CVT) выросла до 15,7%, гибридных трансмиссий - до 10,9%, DCT - до 7,1%. Одновременно снижается вязкость масел GL-4 и GL-5 в пользу классов 75W-80, 75W-85.

**CARVILLE RACING отвечает на эти вызовы новыми линейками:**

- **EV-LINE (DRY и WET)** - специализированные трансмиссионные масла для гибридов и электромобилей
- **D-LINE 75W-80 и 75W-85** - полный набор для современных МКПП
- **HDX** - для муфт полного привода Haldex
- **9G** - современные 8 и 9 ступенчатые АКПП
- **DCF-2** - для современных роботов китайских автомобилей

**Таким образом, портфель бренда закрывает потребности как классических, так и новейших типов трансмиссий.**



L1G00146, L1G00149, L1G00147

Продукция CARVILLE RACING создаётся с использованием присадочных пакетов «Большой четвёрки» (Infinium, Lubrizol, Afton, Chevron) и имеет действующие сертификаты API, Mercedes, Volkswagen, Volvo. Технологии проходят «обкатку» в экстремальных условиях дрифта (Carville Racing Drift Team, серия RDS GP), что гарантирует надёжность в повседневной эксплуатации.

В условиях политической нестабильности и изменений логистических цепочек критически важно иметь производственные мощности в разных юрисдикциях. **CARVILLE RACING использует собственные площадки в ОАЭ и Китае**, что обеспечивает стабильность поставок и независимость от внешних факторов.

**Статистика 2024–2025 годов чётко показывает векторы рынка:** маловязкие масла, рост мотосегмента, эволюция трансмиссионных жидкостей и импортозамещение. Ассортимент CARVILLE RACING опережает их за счёт запуска новейших спецификаций (API SQ 0W-16, EV-LINE, D-LINE) и диверсификации производства в ОАЭ и Китае. Партнёры бренда получают технологичный, современный и надёжный продукт под любые задачи автобизнеса.



CARVILLE RACING



composites

# МОТОРНЫЕ МАСЛА CARVILLE RACING



База и присадки мирового уровня



Одобрено MB, VW, VOLVO



Официальная сертификация API

Выбрать



## Меняющиеся условия рынка: ставка на гибкость и скорость

Российский рынок автокомпонентов продолжает активно меняться: растет доля азиатского автопарка, решены проблемы с логистикой, повлекшие дефицит в 2022-2023 годах, дистрибьюторы развивают собственные торговые марки, а значит, конкуренция становится всё острее.



Параллельно идут и другие процессы, влияющие на бизнес в России: изменились требования к вывескам, упаковке и другой публичной информации; а с 1 декабря 2026 г. производители и импортёры автозапчастей обязаны наносить коды «Честный знак» на свою продукцию.

В 2026 году компаниям всё сложнее сохранять свою маржинальность и подстраиваться под меняющиеся условия рынка. Бизнес, который хочет быть эффективным, делает ставку на гибкость и скорость; остальных вытеснит рынок.



Олеся Чапар



Стратегия NSP строится именно на этом принципе, один из примеров — работа с ассортиментом бренда. Мы постоянно анализируем статистику российского автопарка, находим позиции, которые еще не представлены на aftermarket, и оперативно включаем их в продуктовую матрицу. Такой подход позволяет NSP формировать предложение, которого рынку действительно не хватает, давать конкурентное преимущество своим партнерам и уходить от прямого дублирования ассортимента большинства игроков. NSP не просто следует за спросом - бренд во многом опережает его, предлагая решения там, где у других поставщиков еще нет готового ответа.



**NSP — корейский бренд автозапчастей для легкового, коммерческого и грузового транспорта.** Его история началась в 2013 году в Сеуле, а сегодня продукция NSP производится на производственных площадках Азии общей площадью более 130 000 м<sup>2</sup>.

На начало 2026 года ассортимент бренда NSP насчитывает более 5 000 SKU и включает в себя тормозные системы, элементы ГРМ, фильтры, генераторы, оптику, бамперы, кузовные детали и другие востребованные категории. Особое внимание

бренд уделяет быстрорастущему сегменту китайских автомобилей.

Миссия бренда NSP — помочь водителям восстановить свой автомобиль или пройти регулярное ТО с минимальными затратами.

По итогам 2024-2025 года NSP продемонстрировал уверенный рост продаж и расширение партнерской сети в России. Развитие ассортимента и усиление присутствия в сегменте кузовных деталей и компонентов для ТО позволили бренду укрепить свои позиции.

Команда NSP постоянно работает над качеством продукции и снижении рисков для партнеров. Улучшенная упаковка оптики и кузовных деталей помогает минимизировать повреждения при логистике, а гарантия составляет до 2 лет.\*

На 2026 год у нас амбициозные планы - одним из стратегических шагов станет открытие офиса в Китае, это позволит ускорить запуск новинок и сделать работу с производственными площадками еще более слаженной.

*«Сегодня рынок требует от бренда не только конкурентной цены, но и стабильного качества, наличия и быстрого реагирования на изменения автопарка. NSP развивается именно в этом направлении — как надежный и современный партнер для дистрибьюторов, сервисов и конечных потребителей»,*

*— отмечает Олеся Чапар, собственник компании.*





РАЗУМНАЯ АЛЬТЕРНАТИВА



**EAC**

- Стабильная светопередача в любых условиях
- Абсолютная герметичность

☎ **+7 (499) 450-90-08**

🌐 **[www.ns.parts](http://www.ns.parts)**





## Конкурс «АВТОСЕРВИС ГОДА»

Ежегодное профессиональное соревнование, проводимое среди станций постгарантийного обслуживания и ремонта легковых автомобилей, а также малого коммерческого транспорта, работающих на территории РФ.

Участником конкурса может стать любая станция технического обслуживания и сотрудники автосервиса не дилерского сегмента.

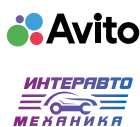


В 2026 году конкурс объединил более **6 500** автосервисов из **810** городов России — от Калининграда до Камчатки



Призовой фонд премии составил **3 500 000**, участие бесплатное

ПЕРЕХОДИ ПО QR-КОДУ  
И УЗНАЙ КАК СТАТЬ  
СЛЕДУЮЩИМ  
АВТОСЕРВИСОМ ГОДА!





# SINTEC — лидер российского рынка антифризов

Уже 25 лет бренд SINTEC неизменно следует своей миссии и предлагает выгодные решения для надёжной работы вашего автомобиля.



Бренд SINTEC — лидер российского рынка по продажам антифризов, в топ-3 по розничным продажам автомасел и других автомобильных специальных жидкостей. Продукция пользуется заслуженной популярностью в России, странах СНГ, а также ближнего и дальнего зарубежья.

## — Где производится продукция бренда SINTEC?

— С августа 2025 года смазочные материалы под брендом SINTEC выпускаются на производственных мощностях United Petrochemicals (UPEC) в Калужской области. Решение позволяет сохранить высочайшее качество продукции и конкурентные цены, обеспечивая потребителей дополнительной защитой и гарантией подлинности.

## — Почему SINTEC выбрал в качестве партнера технопарк UPEC?

— Строгое соблюдение технологических стандартов на



технопарке UPEC позволяет выпускать смазочные материалы любого уровня качества, в том числе отвечающие самым строгим требованиям автопроизводителей и сертификационных органов. Научно-исследовательский центр UPEC объединяет 7 лабораторий, оборудованных по последнему слову техники: от хроматографов и спектрометров до оборудования для испытаний характеристик кавитационной и эрозионной коррозии алюминиевых насосов в соответствии с ASTM D2809.

#### — Почему антифриз SINTEC №1 в России?

— Антифриз SINTEC, впервые запущенный в 2001-м году, сегодня является неоспоримым лидером рынка. Высочайшее качество антифриза подтверждается не только доверием большинства потребителей, но и тем фактом, что SINTEC — это антифриз первой заливки на крупнейших автозаводах. Инновации — одно из приоритетных направлений развития компании. В 2019-м году SINTEC запустил Multifreeze — уникальный антифриз последнего поколения, созданный по гибридной технологии, который может использоваться во всех автомобилях, вне зависимости от типа двигателя\*.

\*Кроме тяжелонагруженных двигателей.



#### — SINTEC — это гарантированное качество.

— Доверие к продукции SINTEC со стороны B2B и B2C потребителей, сформированное за более чем два десятилетия, базируется на успешно опыте ее применения в самых разнообразных условиях, а безупречное качество продукции многократно подтверждено международными сертификатами и опытными полигонными испытаниями независимых организаций. Соответствие продукции мировым стандартам подтверждается и тем, что SINTEC выбирают крупнейшие сети автосервисов, такие как Авилон.

#### — Насколько обширен ассортимент бренда SINTEC?

— Широкий ассортимент моторных масел SINTEC способен удовлетворить любую потребность в высококачественных технических жидкостях: бренд предлагает моторные и трансмиссионные масла для легковых автомобилей и коммерческой техники, гидравлические масла, компрессорные масла, масла для малой техники, антифризы, пластичные смазки, тормозные и специальные жидкости, а также промывочные и стеклоомывающие жидкости.

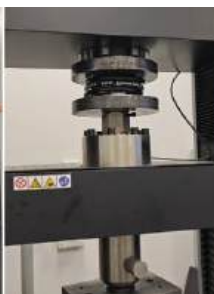


*Сегодня бренд SINTEC продолжает динамично развиваться, следуя своему ключевому принципу – качество мирового уровня по доступной цене.*

# ПРУЖИНЫ ПОДВЕСКИ TRIALLI

Владимир Цыганов, директор по маркетингу TRIALLI

Мы живем в эпоху постоянных открытий и быстрой смены технологий, а обстоятельства и экономическая ситуация вынуждают к моментальным действиям в бизнесе. В такой жизненной динамике актуально высказывание: «Пока умный думает, быстрый делает». Вот и уход из России мировых лидеров в автомобильных запчастях мотивировал оставшиеся бренды пересмотреть свои многолетние планы на развитие.



под расчетной нагрузкой (это важный показатель, который будет отправной точкой для оценки деградации пружины);

5) Запускается первый цикл ресурсных испытаний, который включает в себя 100 тыс. циклов полного смыкания с амплитудой 120 мм.;

6) Через каждые 100 тыс. циклов измеряется высота пружины под расчетной нагрузкой (как в пункте 4).

Одним из таких вызовов для TRIALLI стал запуск новой товарной группы — пружины подвески. Но погрузившись в бенчмаркетинг, мы вынуждены были оказаться среди тех, кто думает, а не быстро делает.

Мы поставили перед собой цель заменить по качественным характеристикам некогда главенствующих лидеров нашего рынка. Благо такой подход нам по силам благодаря собственной испытательной лаборатории в России, с расширения которой и начался старт данной товарной группы. Новые измерительные стенды позволили собрать ряд важной технической информации, а ресурсный стенд поставить жирную точку в вопросе — какой должна быть пружина TRIALLI.

В ходе ресурсных испытаний, которые длились больше года, мы сравнивали участников рынка в каждой ценовой категории: оригинальные запчасти, аналоги от общепризнанных брендов и распространённые СТМ. Результат был ожидаемый — качественная пружина не может быть среди самых дешевых предложений. Главная причина — используемый тип пружинной стали.

## Краткое описание стандарта ресурсных испытаний:

- 1) Замеряется высота пружины из коробки;
- 2) Пружина подвергается осадке до полного смыкания витков — 3 цикла сжатия. В этот же момент замеряется жесткость пружины;
- 3) Замеряется высота пружины в спокойном состоянии после осадки (показатель позволяет сделать первичную оценку качества пружины);
- 4) На основе веса автомобиля, замеряется высота пружины

| Производитель            | Определение исходных характеристик |                                                         |                                           |                                         | Ресурсные испытания (Life test) |                                                |                                         |                              |                                                |                                         |
|--------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|                          | Свободная высота пружины, мм       | Осадка пружины, 3 цикла сжатия до первоначальной высоты | Свободная высота пружины после осадки, мм | Высота пружины под нагрузкой 400 кг, мм | Свободная высота пружины, мм    | График сжатия пружины до первоначальной высоты | Высота пружины под нагрузкой 400 кг, мм | Свободная высота пружины, мм | График сжатия пружины до первоначальной высоты | Высота пружины под нагрузкой 400 кг, мм |
| Оригинальный Ford Focus  | 331                                | 5060                                                    | 340                                       | 127                                     | 343                             | 3800                                           | 122                                     | 342                          | 3800                                           | 121                                     |
| Бразильский бренд 1      | 332                                | 5050                                                    | 340                                       | 124                                     | 344                             | 3600                                           | 114                                     | 343                          | 3600                                           | 114                                     |
| Бразильский бренд 2      | 336                                | 5035                                                    | 330                                       | 108                                     | 336                             | 3555                                           | 107                                     | 336                          | 3535                                           | 106                                     |
| Австрийский бренд        | 335                                | 5080                                                    | 340                                       | 130                                     | 337                             | 3680                                           | 109                                     | 336                          | 3680                                           | 108                                     |
| Бренд из СНГ             | 330                                | 5050                                                    | 338                                       | 112                                     | 333                             | 3530                                           | 100                                     | 328                          | 3470                                           | 99                                      |
| Российский производитель | 347                                | 5000                                                    | 365                                       | 141                                     | 363                             | 3900                                           | 143                                     | 364                          | 3900                                           | 143                                     |
| TRIALLI                  | 347                                | 5000                                                    | 342                                       | 121                                     | 340                             | 3800                                           | 119                                     | 339                          | 3800                                           | 118                                     |

Разница с Оригиналом 10 мм и менее

Разница с Оригиналом 11-15 мм

Разница с Оригиналом более 16 мм

**Итог испытаний:** чем больше циклов до разрушения выдержала пружина и чем меньше изменяется высота пружины под нагрузкой, тем пружина качественнее.

На основе полученных данных было принято решение производить пружины TRIALLI исключительно из пружинной стали такой же марки, которая используется для изготовления оригинальных пружин. Технологический процесс производства наших пружин включает в себя: холодную навивку, стадии термостабилизации и закалки изделий, дробеструйную обработку со степенью покрытия более 95%, окрашивание поверхности с толщиной покрытия  $\geq 80$  мкм. А увеличенный гарантийный срок — 3 года или 100 тыс. пробега, будет надежным аргументом для покупателей в пользу пружин TRIALLI.



**ДЛЯ ТЕХ, КТО  
РАЗБИРАЕТСЯ В ДЕТАЛЯХ**

Рулевые рейки TRIALLI

**TRIALLI.RU**



# Актуальные тренды автомобильного рынка

В современном мире, где конкуренция становится все более интенсивной, понимание потребностей клиентов и тенденций рынка является неотъемлемой частью стратегии развития компании. В данной статье **Виталий Кравец**, генеральный директор «Аналитического агентства Индекс» делится актуальными трендами автомобильного рынка. Автор уверен, что своевременный анализ текущей ситуации может помочь профессионалам рынка послепродажного обслуживания развиваться в правильном направлении.

Нам, как независимому аналитическому агентству, регулярно задают вопросы о том, чего следует ожидать участникам рынка послепродажного обслуживания автомобилей в перспективе нескольких ближайших лет, какое влияние на рынок оказал уход иностранных производителей, какое влияние оказывают маркетплейсы, как изменяется потенциальный объем рынка. Постараемся кратко ответить на эти вопросы. Данные, представленные в настоящей статье, являются результатом ежегодного исследования ООО «Индекс» Automotive Index 2025.

Объем рынка по конкретной товарной группе рассчитывается, как произведение следующих показателей:

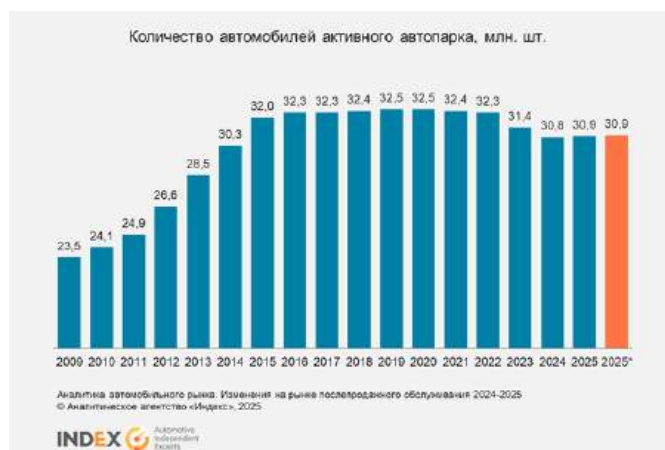
- (1) Количество потребителей (operation rate – доля от активного автопарка), купивших / установивших товар, (2) Частота / Frequency (частота выполнения операций – сколько раз за 12 мес. выполнялась операция на 1 автомобиле),
- (3) Количество продуктов / Products per operation – количество товара, который участвует в 1 операции по замене (или покупке). Расчет всех данных показателей приведен в ежегодном исследовании аналитического агентства Индекс.

Изменение потенциального объема рынка послепродажного обслуживания зависит от ряда факторов, которые мы рассмотрим далее.

## Состояние автопарка

Начиная с 2022 года активный автопарк в эксплуатации граждан практически прекратил рост. Естественное выбытие автопарка по причине износа не совместимого с дальнейшей эксплуатацией и выбытие транспортных средств по причине аварий не компенсируется продажами новых автомобилей.

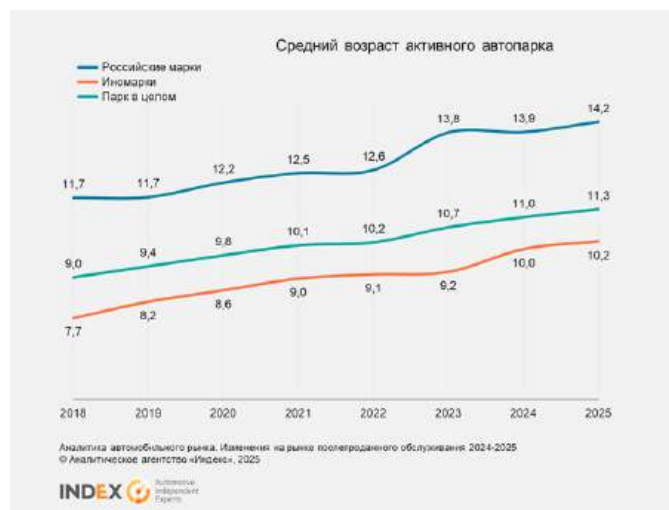
Спрос на автомобили остается значительным, но не всегда удовлетворяется по причине повышения стоимости автомобилей, как новых, так и с пробегом. Происходит смещение спроса в сторону автомобилей с пробегом – в 2025 году



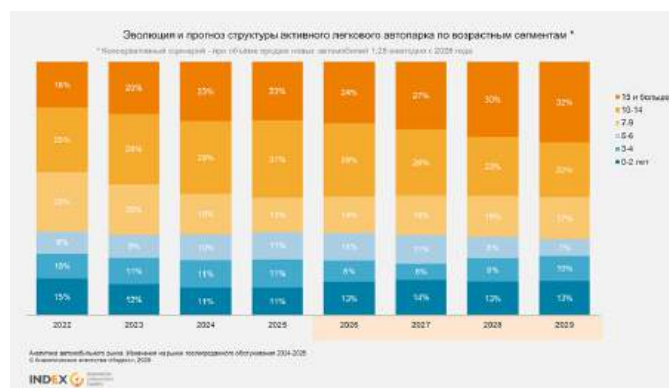
рынок таких автомобилей в пять раз превысил рынок новых автомобилей по количеству сделок.

С ростом возраста автопарка увеличивается износ транспортных средств.

По прогнозу независимого аналитического агентства «Индекс», при сохранении актуального объёма продаж новых автомобилей, доля автомобилей старше 15 лет в частном легковом автопарке к 2029 году достигнет трети (32%).



Но все эти средние цифры не так важны с точки зрения ответов на вопросы, интересующие профессионалов рынка, как констатация факта - парк продолжает устойчиво стареть, срок владения автомобилем увеличивается, спрос на рынке обслуживания смещается от дилерских центров в сторону независимых автосервисов. Более половины активного легкового автопарка (57%) имеет пробег за пределами гарантийного диапазона — более 100 тысяч километров.



Стоит отметить, что в перспективе существует опасность снижения пробега, или отложенного спроса, ввиду сложившейся ситуации с топливом в отдельных регионах. В настоящий момент невозможно предсказать, насколько длительной окажется данная проблема и как точно отреагирует потребитель. Исследование 2026 года позволит лучше понять актуальные тенденции. Ознакомиться с данным отчётом широкая

аудитория сможет в III квартале.



Что это означает для рынка? Обращения в сервис для диагностики технического состояния автомобиля происходит не чаще одного раза в год. По данным нашего независимого исследования до 42% автовладельцев могут вообще не посещать автосервис в течение 12 месяцев, так как годовой пробег их автомобиля не превышает минимальный межсервисный интервал 10 000 км. Ресурс некоторых деталей подвески и рулевого управления составляет до 50-60 000 км., таким образом, например, за заменой стоек амортизатора средний автовладелец может вообще не обратиться ни разу за период владения автомобилем.

## Уход иностранных брендов и развитие СТМ

В отсутствие контроля ценовой и сбытовой политики мировыми производителями, покинувшими рынок, продукция продолжает поставляться по «параллельному импорту». Доля такой продукции на рынке очень высока. В некоторых категориях, особенно товаров для ТО, доля «ушедших брендов», включая «оригинальные» достигает 70%. При этом производитель не осуществляет контроль качества и оригинальности происхождения продукции на рынке, гарантийную политику, обучение и техническую поддержку сервисного звена.

После ухода с рынка ведущих международных брендов на рынке появилось большое число частных торговых марок, чаще всего, принадлежащих дистрибьюторам запасных частей. По нашим данным, в товарной группе «тормозные колодки» в 2025 году было представлено 179 торговых марок, из которых более половины предлагают товары аналогичные оригинальным в ценовом сегменте от 50% до 100% от стоимости оригинальной колодки LADA («ультра-эконом» сегмент).

В то же время, в целом за 2025 год наблюдается снижение задекларированных автовладельцами покупок и установок «оригинальных» товаров под маркой автопроизводителя.

В условиях конкуренции «выживают» те бренды, которые поддерживаются со стороны производителей и продающих каналов, также, крайне важно уделять особое внимание фор-

## Интервенция маркетплейсов

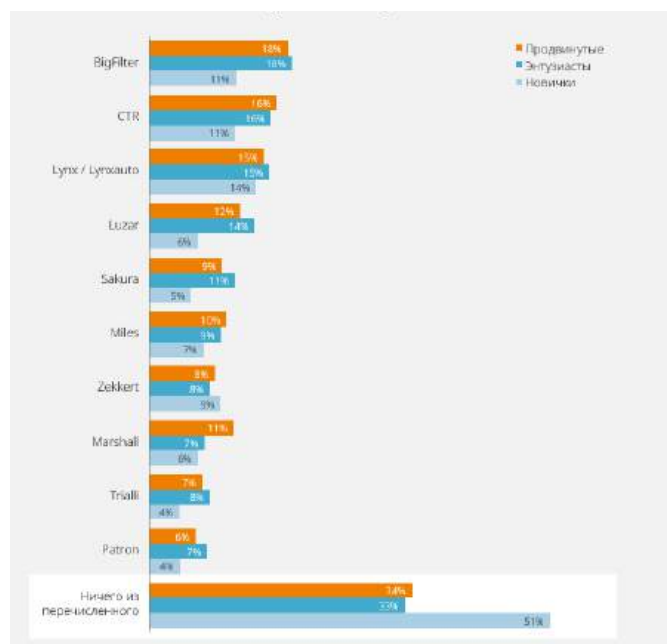


мированию «товарной матрицы», т.е. ассортимента, ценовой политике.

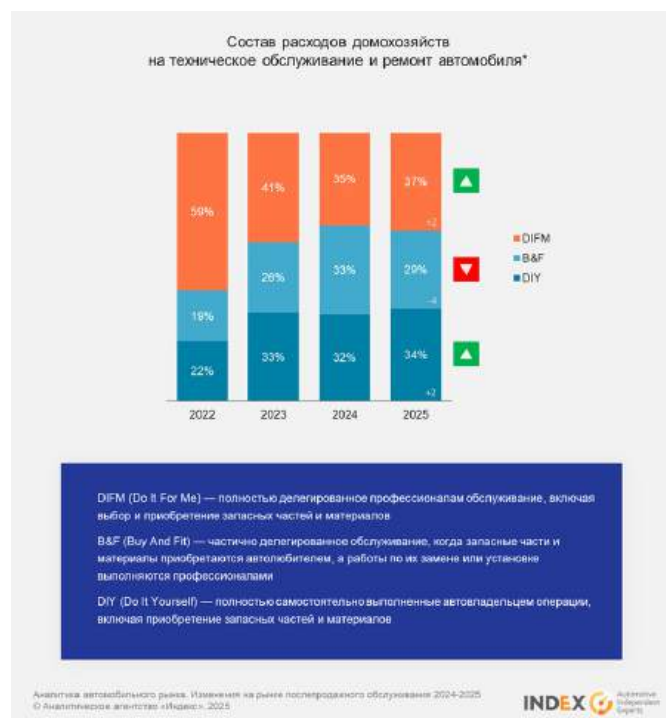
Важно отметить, что при обилии новых частных торговых марок единицы из них достигают доли полки сопоставимой с «ушедшими» иностранными брендами. Так, например, в товарной группе «свечи зажигания», суммарная доля большой тройки глобальных брендов NGK, BOSCH и DENSO превышает половину. Доля полки остальных марок, а их на российском рынке более девяноста, редко превышает один процент, только две-три частные торговые марки занимают от пяти до десяти процентов.

На основании наших накопленных и ежедневно обновляемых данных из более 600 источников с 2022 года мы наблюдаем сокращение количества представленных брендов в отдельных товарных группах. Мы можем констатировать рост узнаваемости марок, официально представленных в России, как следствие совместной работы брендов, закупочных союзов и дистрибьюторов, а также, представленности данных торговых марок на маркетплейсах.

Среди марок, которые автоводители смогли назвать в качестве приобретенных, отмечаем следующие топ-10:



Доля работ по обслуживанию личного транспорта выполняемых полностью самостоятельно или выполняемых с помощью профессионалов, но с использованием запасных частей и материалов, приобретенных автоводителями самостоятельно, стабильно высока. Онлайн-продавцы, включая маркетплейсы, фиксируют ежегодный рост продаж в категории «автотовары». Участники рынка e-commerce упростили процесс подбора запасных частей, предлагают широкий ассортимент, быструю и удобную доставку, простые возвраты. За счёт этого поиск и сравнение цен на запасные части становятся всё более доступными среднему автоводителю. В результате, доля расходов автоводителей на самостоятельное приобретение и замену запасных частей и смазочных материалов (DIY) уже превышает треть (37%) общих расходов на обслуживание и ремонт личных автомобилей. Доля расходов на самостоятельное приобретение товаров и выполнение работ в автосервисе (Buy & Fit) приближается к 30%. На полностью делегированные профессионалам операции (DIFM) приходится также около трети расходов.



## Автосервисный рынок в цифрах

При всех сложностях рыночной ситуации и изменениях законодательства автосервис остаётся очень привлекательной отраслью для предпринимателей. Отсутствие квалификационных требований к организации ремонта и обслуживания транспортных средств, принадлежащих гражданам, и относительно низкая стоимость организации такого бизнеса приводят к тому, что в некоторых регионах на одно предприятие приходится менее 300 автомобилей – наиболее «перегрета» эта рыночная ниша в Красноярске, Краснодаре и Новосибирске.

| Страны/Города   | Кол-во автосервисных предприятий* | Автомобилизация населения** авто/тыс.чел. | Население ** чел. | Частный легковой автопарк, шт. | Обеспеченность автосервисом, предприятий на тыс.авто | Автопарк на одно предприятие, шт. |
|-----------------|-----------------------------------|-------------------------------------------|-------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Германия        | 32 000                            | 556,0                                     | 83 020 000        | 46 159 120                     | 0,69                                                 | 1 442                             |
| Великобритания  | 42 500                            | 524,0                                     | 66 650 000        | 34 924 600                     | 1,22                                                 | 822                               |
| Россия          | 76 000                            | 309,0                                     | 146 900 000       | 45 392 100                     | 1,67                                                 | 597                               |
| Волгоград       | 577                               | 433,8                                     | 1 013 468         | 439 671                        | 1,31                                                 | 762                               |
| Воронеж         | 576                               | 355,5                                     | 1 054 111         | 374 736                        | 1,54                                                 | 651                               |
| Санкт-Петербург | 2 589                             | 303,7                                     | 5 383 890         | 1 634 983                      | 1,58                                                 | 632                               |
| Москва          | 5 940                             | 297,2                                     | 12 615 279        | 3 748 855                      | 1,58                                                 | 631                               |
| Ростов-на-Дону  | 604                               | 330,2                                     | 1 133 307         | 374 204                        | 1,61                                                 | 620                               |
| Уфа             | 734                               | 358,3                                     | 1 124 226         | 402 814                        | 1,82                                                 | 549                               |
| Самара          | 691                               | 314,4                                     | 1 156 608         | 363 582                        | 1,90                                                 | 526                               |
| Екатеринбург    | 1 208                             | 395,1                                     | 1 483 119         | 586 026                        | 2,06                                                 | 485                               |
| Казань          | 755                               | 287,8                                     | 1 251 969         | 360 369                        | 2,10                                                 | 477                               |
| Владивосток     | 566                               | 443,1                                     | 605 049           | 268 101                        | 2,11                                                 | 474                               |
| Нижний Новгород | 960                               | 360,2                                     | 1 253 511         | 451 536                        | 2,13                                                 | 470                               |
| Пермь           | 777                               | 338,3                                     | 1 053 934         | 356 592                        | 2,18                                                 | 459                               |
| Челябинск       | 903                               | 324,9                                     | 1 200 719         | 390 060                        | 2,32                                                 | 432                               |
| Омск            | 792                               | 260,7                                     | 1 164 815         | 303 718                        | 2,61                                                 | 383                               |
| Томск           | 524                               | 292,4                                     | 575 352           | 168 239                        | 3,11                                                 | 321                               |
| Новосибирск     | 1 786                             | 320,2                                     | 1 618 039         | 518 157                        | 3,45                                                 | 290                               |
| Краснодар       | 992                               | 305,2                                     | 918 145           | 280 238                        | 3,54                                                 | 282                               |
| Красноярск      | 1 222                             | 296,8                                     | 1 095 286         | 325 065                        | 3,76                                                 | 266                               |

\* РФ - Данные 2ГИС, Германия - WOLK Aftermarket Experts, Великобритания - Frost & Sullivan

В среднем по РФ это значение около 600 автомобилей. Для сравнения, в Германии с сопоставимым по количеству, но более «молодым» частным автопарком, на одно предприятие приходится чуть более 800 автомобилей, а в Великобритании более 1400 автомобилей.

При этом около 60% автосервисных предприятий, например, в Германии являются участниками крупных сетей. Франчайзинговые сети чаще всего контролируются крупнейшими производителями запасных частей, такими, как BOSCH (более 10 000 объектов) и дистрибьюторами, такими как LKQ (более 10 000 объектов) и Mobivia Group (более 2 000 объектов). В России суммарная доля всех сетевых автосервисов не более 3%, а крупнейшая сеть насчитывает три сотни объектов.

#### Что может помочь отрасли послепродажного обслуживания?

Консолидация рынка автосервисных услуг в рамках различных объединений, закупочных союзов, инфраструктурных решений. Вероятно, попытки развития на рынке независимых сетевых решений не оставят также китайские автопроизводители. Этот процесс может быть не столь стремительным, как предполагалось ранее, но выглядит достаточно перспективным.

Низкий порог входа в отрасль автосервисных услуг, вероятно, может быть изменен с введением игрока по сертификации и аудиту стандартов качества предоставляемых услуг,

что также может помочь очистить рынок от недобросовестных игроков, конкурирующих заниженной стоимостью.

Развитие взаимодействия между СТО и дистрибьюторами. Маркетинговая поддержка в виде обучения, специальных акций, помощи в работе с ассортиментом. СТО тяжело воспринимать сотни торговых марок в каждой товарной группе, и ценность бренда существенно размывается на уровне мастера-приёмщика, и, естественно, конечного потребителя.

Работа с товарной матрицей и ассортиментом на примере торговых сетей из других отраслей (FMCG, фармацевтика) – правильный фокусный ассортимент, который знают и помнят на уровне сервиса и продают с эффективной маржинальностью – это поможет остановить инфляцию стоимости нормо-часов.

*Я желаю Вам успешного развития бизнеса в текущем году, отличного результата продаж и высокой лояльности клиентов!*

*Аналитическое агентство Индекс  
Управляющий директор Виталий Кравец,  
Генеральный директор Лунин Павел*

# ВЫИГРАЙТЕ 100 000



## ИГРАТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС



**Ценные призы  
каждую неделю**



**Играйте один раз в день —  
7 шансов стать первым**



**Глобальный рейтинг игроков:  
займи первое место в таблице**



**Лучшие игроки  
попадают в суперфинал**

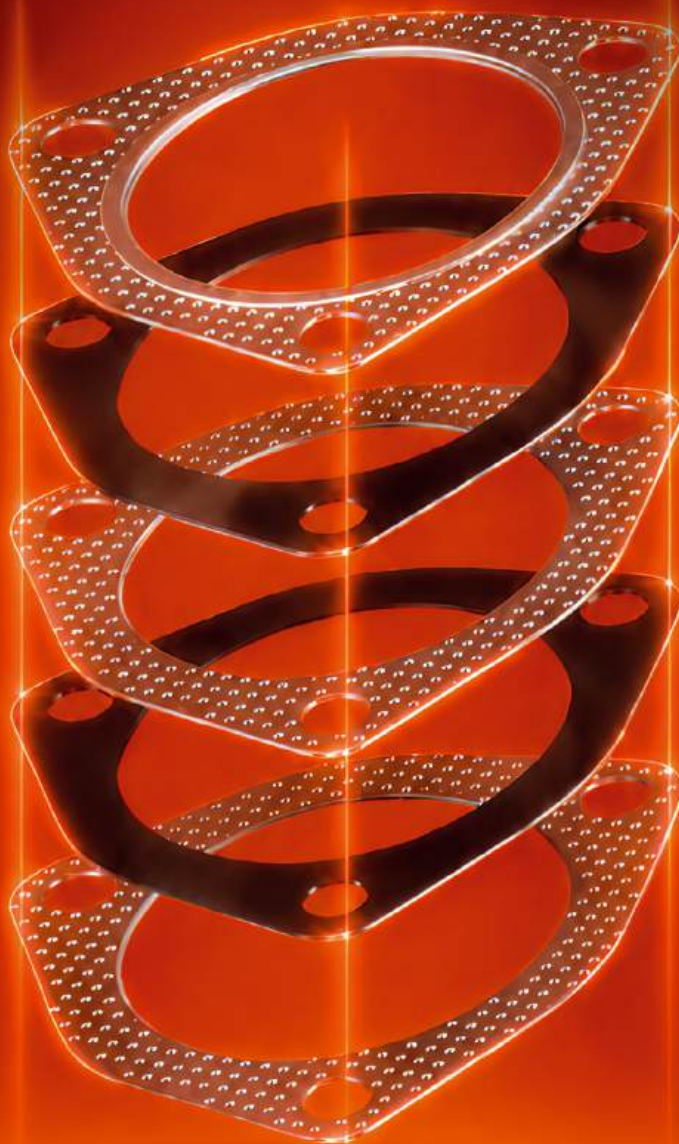


Стандартная гарантия



Без применения асбеста

**FEBEST**  
A U T O T E I L E



# Прокладки FEBEST для ВЫХЛОПНОЙ СИСТЕМЫ

Пятислойная конструкция.  
Стабильная герметичность.



catalog.febest.club



ЯПОНСКОЕ **КАЧЕСТВО**  
ДЛЯ РОССИЙСКИХ ДОРОГ



jikiu.ru

