

■ ТЕКСТ: СЕРГЕЙ БАРАНОВ



Оценка профессионалов

СТАБИЛЬНОСТЬ — ПРИЗНАК МАСТЕРСТВА. ИЗ ВСЕХ БРЕНДОВ, ФИГУРИРУЮЩИХ В РЕЙТИНГЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ДИЛЕРОВ DSI, ПОЖАЛУЙ, ТОЛЬКО ОДИН МОЖЕТ С ПОЛНЫМ ПРАВОМ ОТНЕСТИ ЭТО КРЫЛАТОЕ ВЫРАЖЕНИЕ К СЕБЕ. ПО ИТОГАМ СЕДЬМОГО ОПРОСА ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ДИЛЕРСКОГО БИЗНЕСА ПЕРВУЮ СТРОЧКУ ВНОВЬ ЗАНЯЛА МАРКА AUDI. И ЭТО УЖЕ ПЯТАЯ ПОБЕДА НЕМЕЦКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ. У ДРУГИХ ЖЕ ИМПОРТЕРОВ, УВЫ, СТАБИЛЬНОСТИ МЕНЬШЕ

Индекс удовлетворенности дилеров [Dealer Satisfaction Index, DSI. — Прим. ред.] входит в пору зрелости. Начиная с 2008 года ассоциация РОАД в партнерстве с Ernst&Young

изучает настроения сообщества авторитейлеров и взгляды на взаимоотношения с дистрибьюторами. Седьмое исследование стало самым масштабным по количеству респондентов и представленным

марок: 190 компаний, у которых в активе примерно 450 дилерских центров, оценили работу представительств 37 брендов. Во многом это произошло благодаря активной вовлеченности руководства

РОАД в процесс организации опроса. Прежде максимально участвовало 250 предприятий, а общий спектр ограничивался 30 марками.

Тем не менее одновременно с ростом числа опрошенных стала выше и планка минимального количества откликов, для того чтобы производитель попал в рейтинг: теперь своими оценками должны поделиться хотя бы семь дилеров бренда (прежде было пять). Таким образом, в итоговые таблицы попали только 18 марок (то есть половина от потенциального максимума). По остальным респондентов оказалось меньше требуемого значения.

Базой исследования, как и прежде, служат шесть вопросов:

- поддержка продаж новых автомобилей;
- послепродажное обслуживание;
- реклама и продвижение;
- финансовые отношения;
- сохранение и развитие дилерской сети;
- коммуникации и поддержка обратной связи.

Возможно, в будущем организаторам стоит расширить этот список, так как неохваченными остаются некоторые важные вопросы, например обучение персонала и поддержка продаж автомобилей с пробегом.

Результаты опроса в 2012 году оказались неоднозначными. Часть оценок логична и легко объяснима исходя из

Общий рейтинг DSI, октябрь 2012

Audi	4,17
ГАЗ	4,15
Renault	4,10
Volvo	4,06
Chevrolet	3,99
Nissan	3,93
BMW	3,92
Skoda	3,88
Toyota	3,87
Mazda	3,81
Mitsubishi	3,76
Среднее значение	3,76

Источник: РОАД, Ernst&Young

рыночной ситуации, но многие из них весьма неожиданны. Среднее значение по рынку продолжает расти и на этот раз поставлен новый рекорд — 3,76 балла. При этом разрыв между представленными брендами сокращается. Лидеры уже не так близки к максимально возможным пяти баллам (напомним, что в одном из исследований победитель набрал 4,85; разница между первым и третьим местом могла достигать 0,5 балла). Это говорит о том, что рейтинг становится более объективным и взвешенным. Дилеры понимают, что заработать какие-то бонусы от представительств за угодиничество в оценках не смогут. А вот обратить внимание на слабые места DSI позволяет.

Наилучший результат по итогам седьмого исследования зафиксирован у Audi — 4,17 балла. Только дважды немецкий бренд уступал вершину пьедестала конкурентам (в 2008 и 2011 годах). На этот раз представительство удостоилось высших оценок в трех вопросах из шести (продажи новых автомобилей (здесь марка лидирует уже шесть опросов подряд), сохранение и развитие дилерской сети, коммуникации и поддержка обратной связи). Менее четырех баллов Audi получила только в одном аспекте — относительно рекламы и продвижения. А завоевание наивысшей оценки в общем рейтинге в пятый раз говорит о том, насколько стабильна и продумана работа компании со своими партнерами.

Одним из сюрпризов отчета стало второе место марки ГАЗ. Отечественный производитель не в первый раз участвует в DSI. Как правило, всегда большая часть

Общий рейтинг DSI, август 2011

Skoda	4,38
Toyota	4,27
Renault	4,13
Volkswagen	4,13
Ford	4,06
Audi	4,05
Land Rover	3,90
Chevrolet	3,90
Opel	3,81
Среднее значение	3,74

Источник: РОАД, Ernst&Young

сети делится своим мнением. И прежде наивысшим достижением компании было восьмое место по показателю общего индекса удовлетворенности дилеров (в апреле 2010 года). Сейчас же итоговая оценка марки лишь ненамного меньше, чем у Audi. В четырех вопросах ГАЗ вошел в тройку лидеров. Слабыми же местами производителя оказались поддержка в сфере послепродажного обслуживания, а также работа по сохранению и развитию дилерской сети. И это весьма странные результаты, так как ГАЗ имеет стратегию обучения и повышения квалификации сотрудников своих дилерских центров, а в части развития сети исповедует разумный подход, не открывая избыточного числа предприятий. В любом случае компанию стоит поздравить с очень высокой, хотя и неожиданной оценкой.

Третье место общего рейтинга досталось бренду Renault. В прошлом году французский производитель занял такую же позицию. Наиболее довольны дилеры финансовыми взаимоотношениями с маркой. Об этом действительно можно часто услышать в разговорах с партнерами Renault. Свою роль играет и появление в этом году мегапопулярного кроссовера Duster, который собрал очереди по всей стране и позволил дилерам заметным образом повысить доходность. Главную слабость бренда опрошенные компа-

Общий рейтинг DSI, август 2010

Audi	4,55
Volvo	4,36
Peugeot	4,33
Nissan	4,27
Citroen	4,26
Renault	4,19
BMW	4,18
Toyota	4,09
Skoda	3,95
Volkswagen	3,88
Kia	3,65
Лада	3,64
Mazda	3,63
Среднее значение	3,51

Источник: РОАД, Ernst&Young

нии видят в рекламной активности производителя. Также обращает на себя внимание лишь седьмое место Renault в вопросе коммуникаций и поддержки обратной связи — даже несмотря на наличие и успешную работу марочной ассоциации.

Как видим, состав лидирующей тройки брендов опять поменялся, хотя определенные фавориты дилерского сообщества уже очевидны. Стоит также отметить высокие места Volvo и Chevrolet — обе марки вошли в топ-5. Для шведского бренда лучшим был 2010 год, когда ему досталась вторая позиция в общем рейтинге. Но и сейчас во многих аспектах Volvo оказалась в числе лидеров (например, можно выделить второй результат в вопросах поддержки послепродажного обслуживания, а также третий — в части сохранения и развития дилерской сети). Для Chevrolet же пятое место стало рекордом. Преимущественно оно обеспечено высокими оценками за рекламную стратегию и условия финансовых отношений с дилерами.

Кстати, пожалуй, именно вопрос финансовой стороны сотрудничества является одним из наиболее важных и интересных в опросе. И тут мы видим любопытную картину: наивысшего балла удостоился бренд Nissan, который больше ни в одной категории не входит в первую

пятёрку (а в части послепродажного обслуживания и сохранения и развития дилерской сети он и вовсе оценен ниже среднего). В числе тех, кто в этом пункте также получил высокие оценки (в порядке убывания), — Renault, ГАЗ, Chevrolet, Volvo, Audi, Kia и Mazda. У остальных — результат ниже среднего.

Если смотреть на весь итоговый рейтинг брендов, то весьма удивительным выглядит падение Skoda и Volkswagen. Напомним, что год назад именно чешский бренд получил первое место в DSI. Сейчас же у него лишь восьмая строка. Из отчета следует, что дилеры недовольны финансовыми отношениями с маркой (схожая ситуация была и год назад), а также стратегией сохранения и развития сети (а вот здесь у Skoda был высший балл). Volkswagen же и вовсе оказался ниже среднего значения. Достойные показатели у бренда лишь в разрезе послепродажного обслуживания и коммуникаций с дилерами. В остальных вопросах авторитейлеры ставят представительству меньше четверки. И все это несмотря на то, что Skoda и Volkswagen остаются одними из самых динамично растущих в первой десятке по продажам новых автомобилей.

Но еще более провальными оказались результаты корейских марок. Hyundai никогда не была на вершине, но и ниже среднего уровня обычно тоже не опускалась. Сейчас же бренд фигурирует четвертым с конца, получив сводный индекс всего в три балла. Ни в одном из вопросов

дистрибьютор не удостоился оценки выше средней. Лишь ненамного лучше показатели у Kia. А ведь три года назад, когда только появился новый импортер, восторгу дилеров не было предела и марка входила в лидирующую тройку. Сейчас же респондентов более-менее устраивают только финансовые отношения с производителем. В других вопросах оценки невысоки.

Из дополнительных комментариев, которые могли оставить дилеры, отвечая на вопросы, следует, что в отрасли сохраняются многие прежние проблемы. Например, в вопросе поддержки продаж новых автомобилей ритейлеров беспокоит «непрозрачность распределения квот». А в других пунктах обращено внимание на неадекватность требований к объему склада новых автомобилей и к формату дилерского центра. Сложности остаются, но их нужно решать. И рост числа участников опроса DSI говорит о том, что сообщество заинтересовано в более открытых и партнерских отношениях. При этом позитивный сигнал заключается в том, что средний уровень удовлетворенности растет. Остается надеяться, что производители не дадут повода для ухудшения дилерских оценок. **IR**

**не согласны?
есть что добавить?
напишите нам на chiefeditor@abreview.ru
заинтересовало?
подпишитесь subscribe@abreview.ru**

Общий рейтинг DSI, апрель 2010

Audi	4,85
Peugeot	4,63
Citroen	4,32
TarAZ	4,04
Ford	3,88
BMW	3,81
Toyota	3,80
ГАЗ	3,67
Suzuki	3,63
Chevrolet	3,63
Kia	3,61
Hyundai	3,52
Mitsubishi	3,48
Среднее значение	3,48

Источник: РОАД, Ernst&Young

Общий рейтинг DSI, август 2009

Audi	4,55
Citroen	4,10
Kia	4,06
Land Rover	4,03
Skoda	4,00
Toyota	3,85
Peugeot	3,83
Hyundai	3,74
Renault	3,67
Mercedes-Benz	3,42
Среднее значение	3,40

Источник: РОАД, Ernst&Young

Общий рейтинг DSI, апрель 2009

Audi	4,34
Kia	4,22
Mazda	4,17
Hyundai	4,03
Citroen	4,00
Land Rover	3,91
Toyota	3,73
Renault	3,73
BMW	3,70
Nissan	3,64
Skoda	3,59
Среднее значение	3,57

Источник: РОАД, Ernst&Young