

# Содержание

## В номере:

### НОВОСТИ



**4-6, 8-10, 48, 78-79**



Итоги трёх кварталов 2014 года, прогнозы и мнения экспертов, развитие сетей и ассоциаций, обновление подходов к ведению бизнеса, информация от поставщиков автоцентра, профессиональные конкурсы и семинары

### А-СЕКМЕНТ

## 12 Традиции японского корпоративизма

Считается, что японский менеджмент в условиях мирового кризиса действует априори эффективнее любых своих зарубежных аналогов



## 18 Безобратная<sup>3</sup> связь

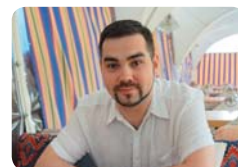
## 20 Рост 20%: не чудо, а закономерность?



Говорить, что средний класс или бюджетный сегмент больше подвержены кризису, неправильно. Обсуждая мотивацию, нужно говорить о клиенте, который видит реальную необходимость обновить автомобиль

## 24 Основной инстинкт клиента

Клиент, однажды по каким-то причинам посетивший шинный центр, может туда вернуться снова уже как на сервис



## 30 2014: новые проекты возможны

## 31 Тренд на перспективу: законотворчество



## 32 Рынок ПО: перспективы и рекомендации

### В ФОКУСЕ

## 22 Российский авторынок: итоги года

В этом номере основные тренды года мы отразили в формате инфорграфики, и это – тоже тренд года, но уже в сфере коммуникации

## 34 Мероприятия дилерского центра: только PR или реальный экономический эффект?



## 36 Философия качества

### БИЗНЕС

## 38 20 лет РОАД: развитие год за годом

Мы, дилеры, строим клиентский бизнес, и он, по определению, не может быть конфликтным



## 41 Оптимизация до автоматизма

Система автоматического планирования изначально разрабатывалась по инициативе российского офиса Toyota

### ОТДЕЛ КАДРОВ

## 42 Игорь Манн: о самом главном

О «возвращениях и удержанцах» размышлял гуру маркетинга



## 50 От кризиса до кризиса – веселье в автобизнесе

### ТРЕНДЫ

## 52 Деньги на ветер: ещё одно мнение

Инвестиции в обучение – неизбежные финансовые вложения, они не могут быть отложены или приостановлены



## 58 Привью автобизнеса будущего

### ОПЫТ

## 66 РОСАВТОДИЛЕР 2014: прозрачно, эффективно, насыщенно

## 74 Особенности национальной утилизации

## 76 Утилизация: до последней гайки

## Управление автобизнесом

УПРАВЛЕНИЕ автобизнесом  
ноябрь-декабрь, 2014  
Прибыль на каждой странице  
[www.manager-auto.org](http://www.manager-auto.org)

Главный редактор  
Оксана Борисовна Демченко  
[O.Demchenko@asa-auto.org](mailto:O.Demchenko@asa-auto.org)

Редактор раздела «А-сегмент»  
Роман Акользин

Обозреватели:  
Татьяна Акимова  
Марина Белоглядова  
Роман Акользин  
Виктория Смирнова

Отдел рекламы:  
Андрей Войнов, руководитель отдела  
[a.voinov@kuzov-media.ru](mailto:a.voinov@kuzov-media.ru)

Альбина Перкина  
[a.perkina@asa-auto.org](mailto:a.perkina@asa-auto.org)

Эксперты журнала  
Владислав Волгин, экономист/международник  
[V.Volgin@asa-auto.org](mailto:V.Volgin@asa-auto.org)  
Александр Груздев, директор российского  
офиса маркетингового агентства GIPA  
[agruzdev@gipa.eu](mailto:agruzdev@gipa.eu)  
Андрей Насонов, исполнительный директор  
АСА Россия [A.Nasonov@asa-auto.org](mailto:A.Nasonov@asa-auto.org)

Корректор  
Олеся Позняк

Дизайнер  
Александр Ильин  
Дизайн обложки  
Ольга Давыдова

В идее обложки использованы данные  
аналитического агентства «АвтоСтат»

Учредитель:  
Некоммерческое партнёрство поддержки  
и развития автосервисов «Автомобильная  
Сервисная Ассоциация» (АСА).  
[www.asa-auto.org](http://www.asa-auto.org)  
Телефон/ факс: (495) 641-02-17

Издатель:  
ИД «Автомобильное время»

Руководитель:  
Марина Белоглядова  
[m.beloglyadova@kuzov-media.ru](mailto:m.beloglyadova@kuzov-media.ru)

Адрес редакции:  
125059 Москва, ул. Киевская, д. 14, стр. 9

Распространение и подписка:  
Светлана Иголкина, тел: (495) 229-42-42, доб. 321  
[is@kuzov-media.ru](mailto:is@kuzov-media.ru)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору  
в сфере связи, информационных технологий и массовых  
коммуникаций (Роскомнадзор).  
Свидетельство: ПИ № ФС 77 44411 от 25 марта 2011 г.

Перепечатка и использование материалов допускается только  
с письменного разрешения ИД «Кузов-Медиа».  
Редакция не несет ответственности за содержание рекламных ма-  
териалов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.  
Рукописи рассматриваются, но не рецензируются и не возвра-  
щаются. Редакция вступает в переписку по своему усмотрению.

Отпечатано в типографии ООО «ДДД»  
г. Нижний Новгород.  
Тираж 11 000 экз.

Распространяется по всем регионам России  
по подписке и прямой адресной рассылкой  
руководителям автопредприятий.

Цена по подписке через редакцию 470 руб.  
Для членов АСА 235 руб.  
В розницу и по партнерским программам – свободная.  
Подписной индекс по каталогу «Роспечать» – 83177

© ИД «Автомобильное время», 2014.