

Рынок автомобилей с пробегом: ИТ для ключевых задач развития


Продажи новых автомобилей пикируют уже второй год, вынуждая дилеров искать дополнительные рыночные ниши, где можно компенсировать падение и найти дополнительные импульсы для развития. Согласно мнению экспертов отрасли, примером такой ниши является рынок автомобилей с пробегом. Насколько эффективны и оправданы в среднесрочной и долгосрочной перспективе стратегии освоения данного рынка? Какие задачи необходимо решить, чтобы не только смягчить падение сегодня, но и обеспечить стабильность роста бизнеса завтра? Своим мнением делится Евгений Шпонько, менеджер по развитию решения UsedCars («ЮздКарс») компании Аудатэкс.

Большинство консультантов и практиков бизнеса сегодня сходятся в одном: закончилось время стремительного роста, проб и ошибок без последствий. Нельзя на падающем рынке инвестировать средства и ресурсы в сомнительные проекты. Цена ошибок

и неправильно принятых решений становится непомерно высокой. С другой стороны, отказать от поиска новых ниш, бизнес-идей и зон платежеспособного спроса – значит, стоять на месте и смотреть как безвозвратно утопает бизнес. В таких условиях решение есть: любой


проект, начиная с самой ранней стадии формирования бизнес-идеи, должен оцениваться с точки зрения ROI (Return of Investment – возврат инвестиций). Рынок автомобилей с пробегом не является исключением.

Все решения, которые ориентированы на помощь дилерам в развитии бизнеса на этом рынке, должны расцениваться исходя из величины ROI. Это важно, даже несмотря на размеры данного рынка и низкую степень проникновения автомобильных дилеров. Большая часть указанного рынка сегодня – это сделки купли-продажи между частными лицами. В связи с плохой конъюнктурой на рынке новых автомобилей, существует большой потенциал для изменения такой расстановки сил. Очевидно, что ситуация будет меняться и уже меняется. Эти изменения видят как игроки рынка, так и компании, которые поставляют услуги и решения для развития их бизнеса. Вторые располагают большим количеством данных




ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ

Среднее время на оценку стоимости ТС составляет **8 минут**



УВЕЛИЧЕНИЕ ПРИБЫЛИ

При продаже ТС увеличение прибыли может составлять **до 15%**



ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ

Срок реализации ТС через аукцион составляет **3-5 дней**

Мы хотели бы, чтобы клиенты использовали наше решение для оценки каждого автомобиля с пробегом, который проходит через дилерский центр. Решение UsedCars должно стать объектом инфраструктуры

Основные задачи дилеров и отрасли

ЗАДАЧИ ДИЛЕРА:

- Выстраивание четкого всем участникам процесса определения цены выкупа ТС
- Обеспечение оптимальной динамики оборачиваемости парка автомобилей

ЗАДАЧИ ОТРАСЛИ:

- Сегментация парка, увеличение доли общепользовательских автомобилей
- Повышение лояльности к дилерам со стороны покупателей автомобилей с пробегом

Процесс оценки автомобиля «Как есть»

усредненный процесс оценки автомобиля с пробегом



Причины некорректной оценки стоимости автомобиля:

- Недостаточно информации для принятия решения
- Низкое качество предоставленной информации
- Влияние человеческого фактора

Принцип работы аукциона



- Размещение лота на аукционе
- Регистрация ставок
- Получение лучшего предложения
- Принятие предложения по выкупу
- Покупатель гарантированно платит и забирает ТС

и возможностью анализа текущей ситуации как бы со стороны. Именно они как правило способны делать это глобально и системно. Например, компания «Аудатэкс» выводит на рынок новое решение UsedCars, предназначенное для компаний, реализующих автомобили с пробегом. В ходе пилотного проекта «Аудатэкс» собрано много полезной информации о деятельности дилеров на этом рынке, а также об основных задачах, которые они решают.

Данный материал, мы надеемся, поможет участникам бизнеса структурировать свои бизнес-процессы, определить слабые места в этих процессах и выработать комплекс необходимых решений по их устранению.

– Евгений, и всё-таки, почему автомобили с пробегом? Оказание услуг и вывод продуктов на данном рынке, вероятно, является определённым вызовом для компании «Аудатэкс», которая

всё время своего существования является поставщиком ИТ решений для страховых компаний и дилеров в части кузовного ремонта. Что послужило отправной точкой?

– Безусловно, наш основной бизнес – это оказание услуг и поставка ИТ решений для калькуляции и урегулирования страховых убытков. С другой стороны, мы видим, что продажи новых автомобилей падают уже второй год подряд, и с определённым временным лагом начинает сокращаться рынок кузовного ремонта (официальных дилеров). На рынке кузовного ремонта значительную долю занимают услуги по факту возникновения страховых случаев, количество которых также сокращается. В результате, текущая ситуация и перспектива её развития подталкивает к здоровой и эффективной диверсификации бизнеса. И, разумеется, для начала необходимо ответственно подойти к изучению потребностей бизнеса в новых рыночных условиях, а

также найти возможности применения существующего опыта компании в новых нишах. И здесь мы очень чутко отслеживаем все тренды отрасли и анализируем их на предмет применимости наших технологий и опыта.

Сегодня фокус внимания автосалонов смещается в сторону автомобилей с пробегом. Это следствие изменения фокуса конечного потребителя, который только вчера думал о покупке нового автомобиля, а уже сегодня рассматривает покупку автомобиля с пробегом, но тем не менее рассчитывает получить тот же уровень сервиса и безопасности сделки, что и при покупке нового автомобиля. Именно поэтому у автомобильных дилеров есть очень хорошая возможность укрепить позиции на данном рынке, так как есть богатый опыт торговли новыми автомобилями, который они могут использовать для построения процессов на новом рынке. Эта возможность закрепиться на рынке авто с пробегом очень



Евгений Шпонко, менеджер по развитию решения UsedCars («ЮздКарс») компании Аудатэкс

интересна, так как объём рынка - 4,9 млн проданных автомобилей с пробегом, т. е. примерно в три раза больше, чем для новых автомобилей, при этом доля дилеров на указанном рынке сравнительно мала.

Имея опыт, технологическую базу и ресурсы, а также учитывая всё вышесказанное, мы приняли решение помочь нашим клиентам в освоении рынка автомобилей с пробегом.

Решение UsedCars сегодня официально доступно для использования дилерами и способствует исполнению двух задач дилера:

- формирование оценки стоимости выкупа автомобиля с пробегом;
- поддержание оптимальной динамики оборачиваемости склада в части реализации низко ликвидных автомобилей.

– Расскажите, пожалуйста, более подробно про данные задачи, а вернее сказать – про предлагаемые решения?

– Подключаясь к решению UsedCars, наш клиент получает набор инструментов для быстрой и качественной оценки стоимости выкупа автомобиля и правильного построения коммуникации с клиентом. Мы скон-

центрировались прежде всего на поддержке процесса выкупа автомобиля, так как понимаем, что формирование маржи происходит уже на этом этапе. Функционал UsedCars решает задачу оптимальной оборачиваемости склада и реализации низко ликвидных автомобилей.

– Пока дилер работал с новыми автомобилями, он в определённой степени находился «под крылом» импортёра, получая стандарты от производителя, в т. ч. рекомендации и решения по автоматизации и организации бизнес-процессов, обучению персонала. Попадая на рынок автомобилей с пробегом, дилер покидает зону комфорта. Как Вы думаете, он теперь нуждается в поддержке?

– На мой взгляд, следует сразу разграничить бизнес дилера по торговле автомобилями с пробегом на две части. Первая – это реализация официальными дилерами совместных программ с импортёрами, например, BMW Premium Selection, AUDI: plus, Das WeltAuto от Volkswagen и им подобных. В этой части, я уверен, дилеры не чувствуют дефицита внимания со стороны импортёра.

Совсем иначе дело обстоит в «свободной» торговле автомо-

билями с пробегом. В этой части бизнеса дилеры, с одной стороны, лишены поддержки импортёра, а с другой стороны у них гораздо больше свободы в части выстраивания процессов и определении приоритетов.

То есть сам бизнес по торговле автомобилями с пробегом в контексте деятельности официальных дилеров достаточно разнородный по процессам, стандартам и решениям. Эта разнородность возникает как в следствие реализации совместных программ с импортёрами, так и в результате развития бизнеса самих дилеров. У каждого из них есть индивидуальные запросы и потребности. Наша задача - определить тренды развития бизнеса, критически важные потребности большинства. И затем реализовать их в нашем решении.

– То есть для вас работа с дилерами на этом большом рынке оказывается также многообразной и требующей значительных усилий?

– В какой-то степени да, но это неизбежно, если принимается решение создать продукт для клиента, который будет формировать реальную измеримую ценность и удовлетворять наиболее критичные потребности клиентов. Для выполнения данной задачи необходимо понимать видение проблем всех игроков рынка. Именно поэтому мы общаемся и с абсолютно разными по размерам и характеристикам дилерами, а также с несколькими импортёрами.

Миссия нашего решения: помочь автомобильным компаниям получать больше прибыли с каждого проданного автомобиля с пробегом.

В этой миссии заложено два ключевых сообщения, которые для нас определяют основной вектор развития.

Во-первых, мы хотели бы, чтобы клиенты использовали наше решение для оценки каждого автомобиля с пробегом, который

проходит через дилерский центр, то есть предполагается, что решение будет неким объектом инфраструктуры, использование которого будет необходимо для работы. Это возможно, только если UsedCars будет отвечать основным требованиям бизнеса.

Во-вторых, мы хотели бы, чтобы эффект от использования UsedCars был измерим в виде дополнительной прибыли, которую будет получать дилер при его использовании. Это позволит руководствоваться величиной ROI при оценке эффективности продукта. Это серьёзный вызов для нас, но мы понимаем, что без этого сложно быть конкурентоспособным сейчас.

– На каком этапе реализации находится сейчас решение UsedCars?

– Отвечая на этот вопрос стоит начать с того, что мы используем итеративный, гибкий подход к развитию решения UsedCars. Мы применяем AGILE методологию разработки решения и имеем определённый план развития на ближайшие три года. На данный момент мы закончили этап пилотных запусков и подготовили первый коммерческий релиз UsedCars. С 10 января любой дилер может подключиться и начать пользоваться UsedCars. Как я сказал выше, план по развитию расписан на три года вперёд, и уже сейчас ведётся подготовка выхода следующих трёх релизов.

– Кто участвовал в «пилоте»?

– Всего в пилотных запусках приняли участие восемь компаний. Стоит отметить, что мы приняли нетипичное для такого рода проектов решение. В тестовую группу мы старались подобрать компании разного масштаба, географии, причём находящиеся на разных этапах зрелости бизне-

са. Это было необходимо, чтобы при доработках продукта учесть особенности широкого спектра компаний и в результате создать продукт, который будет использоваться большинством игроков без исключения. Среди наших «пилотов» были и крупные дилеры, и региональные компании самого разного плана.

Мы дали нашим «пилотам» бесплатный доступ к UsedCars на несколько месяцев. Единственное пожелание с нашей стороны было таково: активное использование решения и активная обратная связь. Таким образом мы собрали требования к решению, которые стали основой как текущего, так и будущих релизов.

– А по сути своей, это коробочный продукт? Многих настораживает внедрение.

– Правильнее сказать, что UsedCars сегодня – это WEB приложение. Мы заявляем, что готовы подключить любую компанию за два дня, технически это может быть выполнено ещё быстрее. Процесс очень простой: дилер подписывает договор, получает логин, пароль, ссылку для доступа; он проходит тренинг длительностью два часа и начинает работать. Сейчас действует предложение «Первые две недели бесплатно», любой пользователь получает возможность бесплатно протестировать наш продукт и только после этого принять решение о сотрудничестве.

Дополнительно клиенты имеют возможность связаться в любой момент с нашей службой поддержки и получить консультацию. Говоря о UsedCars, правильно говорить именно о подключении, а не внедрении. Кстати, подключение и установка обновлений выполняется бесплатно. Клиент платит только за использование решения.

– Евгений, UsedCars – проект российского офиса «Аудатэкс»?

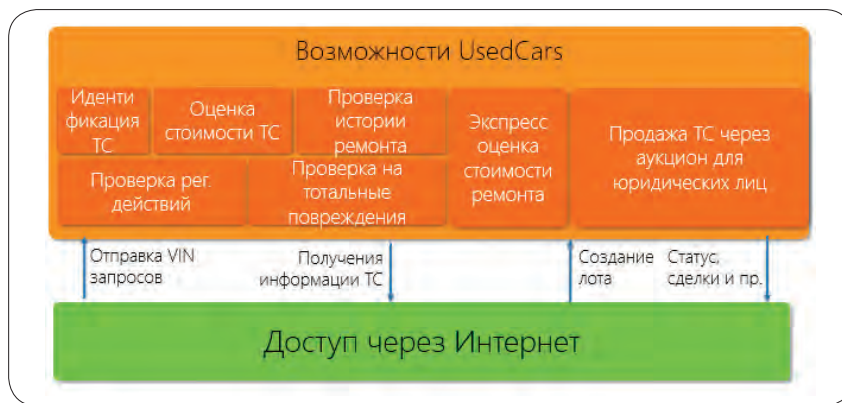
– Да, это российский проект, который использует компоненты и модули, уже применявшиеся нами прежде и в других странах. Стоит отметить, что вся наша ИТ инфраструктура находится также в России. Мы недавно развернули в России дата-центр.

– Для многих одним из ключевых является вопрос оценки стоимости автомобиля в закупке. Расскажите пожалуйста об основных функциональных возможностях UsedCars и в особенности о решении данного вопроса.

– Если говорить про возможности решения UsedCars в контексте процессов выкупа, у нас есть целый набор инструментов. Первый – это оценка по данным из открытых источников, о ней расскажу чуть позже; второй – возможность посмотреть историю кузовного ремонта по VIN номеру автомобиля, т. е. установить, какие работы делались в рамках урегулирования страховых убытков. У нас собственная база с данной информацией, которую мы ведём с 2003 года. Нам иногда напоминают о ремонтах, которые ведутся где-то в гаражах, говорят, что этого нет в решении. Мы честно отвечаем, что такие случаи учесть невозможно, к тому же дилеры выкупают в большинстве гарантийные и постгарантийные автомобили с довольно свежей историей. Более старые автомобили, к сожалению, оцениваются только экспертно, здесь вряд ли можно найти иной путь. Также у нас есть возможность проверять автомобиль на наличие серьёзных конструктивных повреждений, конструктивной гибели в прошлом.

Как это работает? Страховым компаниям мы давно предостав-

➤ Подключаясь к решению UsedCars, наш клиент получает набор инструментов для быстрой и качественной оценки стоимости выкупа автомобиля и правильного построения коммуникации с клиентом



Эффективность всех решений, которые ориентированы на помощь дилерам в развитии бизнеса на этом рынке, должна оцениваться на основании величины ROI

лдем доступ к AUTOonline – это крупнейший закрытый b2b аукцион, где можно получить гарантированные рыночные предложения по реализации годных остатков транспортных средств. Через данный аукцион в мире ежегодно проходит до миллиона транспортных средств, а в России прошло уже более 70 000. Мы проверяем автомобиль по базе данных этого аукциона.

Вероятность появления у дилера для закупки такого автомобиля не очень высока. Тем не менее, это прямой убыток, и, если не осуществить проверку, то у дилера и владельца автомобиля будет масса проблем.

Наконец, у нас есть возможность оценить стоимость восстановительного ремонта автомобиля (при наличии повреждений), который поступил на оценку. Эксперт по оценке отмечает на простой и понятной схеме автомобиля повреждения, отвечает на заранее запрограммированные вопросы, что позволяет системе определить тип и площадь повреждения. Далее система на основании стоимости нормо-часа, информации о повреждении и рекомендованных ценах на запасные части производит автоматизированный расчёт стоимости ремонта.

UsedCars содержит и ряд до-

полнительных инструментов, которые используются многими дилерами, например, это проверка регистрационных данных. Сейчас подключаем проверку наличия автомобиля в залоге у банка. Наше преимущество в том, что все проверки осуществляются из одного интерфейса.

– Вы хотели прокомментировать ситуацию с использованием открытых источников для определения цен выкупа автомобиля с пробегом.

– Да, тут ситуация очень интересная. Существует два подхода к определению цены выкупа транспортного средства с пробегом. Первый заключается в анализе данных, полученных из открытых источников, например, с досок объявлений популярных классифайдов. Второй подход предполагает анализ дилером своей статистики продаж и статистики оценок аналогичных автомобилей в прошлом. Тут важно сразу сказать, что вторым способом могут воспользоваться только крупные компании, так как у небольших дилеров данной информации просто нет.

В текущей ситуации, когда на рынке высокая волатильность, актуальность статистики продаж теряется очень быстро. С другой стороны, данные из открытых

источников дают информацию не о фактических продажах, а лишь об ожидании продавцов по части цены выкупа. Данная информация не нормирована и не сбалансирована, содержит много мусора, пиковых значений.

На данный момент в решении UsedCars используется подход к определению цены выкупа по данным из открытых источников. Мы реализовали непростой алгоритм, который учитывает и отсекает пиковые значения и нормализует данные выборки. При определении цены оказывает влияние и планируемая наценка дилера при реализации автомобиля. Однако мы ни в коем случае не отказываемся от предоставления нашим пользователям возможности определять цену выкупа на основании статистики продаж. Эта новая функциональность будет доступна в ближайших релизах.

– Ну и напоследок расскажите про эффект от использования UsedCars, тот самый ROI, о котором мы говорили. Пилоты поработали с решением, наверняка у вас была возможность провести данные вычисления.

– Да, всё верно. Мы действительно оценивали эффективность использования продукта UsedCars пилотными дилерами. Результаты следующие: при одинаковом наборе совершённых операций, временные затраты могут быть меньше в три раза: на обработку автомобиля в UsedCars в среднем тратится 8 минут.

За счёт использования UsedCars рост прибыли по некоторым автомобилям может достигать 15%. Срок реализации низколиквидных автомобилей через аукцион составляет 3-5 дней. Данная статистика является первичной, и при увеличении объёма данных - мы будем её корректировать.

Мы уверены, что только практическое применение и внимательное отношение к потребностям наших клиентов даст возможность постоянно совершенствовать наше решение. □