



PRESSE-INFORMATION
PRESS RELEASE

Стр. 1/4, 22 февраля 2019

ZF рекомендует СТО формировать свою уникальную позицию на рынке послепродажного обслуживания.

- **Рост ожиданий клиентов, обусловленный развитием технологий, глобализацией, прозрачностью цен и онлайн-продажами**
- **СТО необходимо правильное позиционирование для привлечения новых клиентов, удержания существующих клиентов и квалифицированных сотрудников**
- **Запуск специализированного сайта в рамках кампании TRW «Настоящие профессионалы».**

На пути к мобильности будущего ZF Aftermarket объясняет, как развитие технологий, прозрачность цен и растущая покупательская способность в интернете меняют облик рынка послепродажного обслуживания и стимулируют рост потребительского спроса и ожиданий клиентов. Следует отметить и такие факторы, как консолидация дистрибьюторов и рост числа электромобилей. Очевидно, что СТО должны работать проактивно, создавая свою уникальную позицию на рынке, для обеспечения будущего успеха и поддержания устойчивого роста. В связи с этим торговая марка TRW запускает следующий этап своей мультимедийной кампании «Настоящие профессионалы». Новый сайт станет полезным информационным ресурсом для СТО.

«Развитие технологий и рост покупательской способности, обусловленный онлайн-продажами, означает, что клиент ожидает, что его потребности будут удовлетворены в режиме 24/7. При несоблюдении этого условия вы можете просто потерять бизнес. Если клиент не получает того, что он хочет и когда он этого хочет, удобным для него способом и по оптимальной цене – он воспользуется услугами конкурентов и больше не вернется к вам», – рассказывает Олег Молотков, генеральный директор ООО «ЦФ Россия».

Объем рынка, характер и многообразие предоставляемых услуг

Согласно прогнозам экспертов, ожидаемый объем рынка послепродажного обслуживания к 2030 году может достигнуть суммы в 1,2 трлн евро. Такой рост будет обусловлен, прежде всего, увеличением спроса на обслуживание автомобилей в



сфере каршеринга. Следует учитывать и тот факт, что количество частных индивидуальных транспортных средств и их пробег с годами будет уменьшаться. Подобная тенденция может незначительно замедлить рост рынка послепродажного обслуживания.

Дополнительно можно выделить еще несколько факторов, способных негативно сказаться на развитии рынка послепродажного обслуживания. Среди них – сниженные на 40% затраты на техническое обслуживание электромобилей, незначительные расходы на ремонт попавших в ДТП автономных транспортных средств, а также ужесточение конкуренции и консолидация отрасли. Наконец, рынок становится все более конкурентным. Согласно статистике, за последние 5 лет 9 из 10 крупнейших европейских дистрибьюторов на рынке независимых производителей запчастей (IAM) были вовлечены в процессы слияния, поглощения и объединения.

«Таким образом, чтобы расширить возможности рынка послепродажного обслуживания, СТО должны внимательно пересмотреть свои бизнес-модели, подход к клиентскому сервису и доступность своих услуг», – рассказывает Олег Молотков. «Чтобы справиться с растущими сложностями, СТО должны адаптироваться к меняющимся условиям, повышать уровень профессионализма, инвестируя в обучение и оборудование. СТО следует обратить внимание на развитие цифровых сервисов, более удобных для современного клиента, а также на повышение уровня сервиса на всех этапах, привлекая и удерживая как клиентов, так и квалифицированных сотрудников».

Рекламная кампания TRW «Настоящие профессионалы».
#ОРИГИНАЛЬНЫЕ МАСТЕРСКИЕ – очередной этап рекламной кампании TRW «Настоящие профессионалы», предназначенный для СТО и включающий в себя четыре тематических раздела: обслуживание клиентов, цифровой маркетинг, запчасти и успех в бизнесе.

В первой части кампании подробно рассказывается о том, как СТО могут улучшить свой сервис. Также освещаются интересные факты меняющихся ожиданий клиентов, например:

- 68% клиентов сменили поставщиков услуг из-за низкого уровня сервиса (Accenture)
- 95% недовольных клиентов рассказывают другим о своем негативном опыте (Zendesk)



PRESSE-INFORMATION
PRESS RELEASE

Стр. 3/4, 22 февраля 2019

Специальное исследование, подготовленное в рамках запуска кампании #ОРИГИНАЛЬНЫЕ МАСТЕРСКИЕ, выявило основные факторы, определяющие удовлетворенность клиентов услугами СТО. К ним относятся: взаимодействие с клиентом (которое также должно быть реализовано в виде удобного и информативного веб-сайта), техническое состояние СТО и качество выполняемых работ.

Новый онлайн-ресурс

Торговая марка TRW запускает новый сайт, чтобы отметить достижения СТО, стремящихся к совершенству в послепродажном обслуживании по всему миру и использующих оригинальные идеи и решения для выстраивания своего бизнеса. Постоянно пополняемый онлайн-ресурс предоставляет целый ряд полезных советов, блогов, видеозаписей и многое другое. Все это помогает техническим специалистам и владельцам СТО предлагать отличный сервис, работать эффективно, укреплять лояльность клиентов и выстраивать сильный и успешный бизнес.

Посетите сайт #ОРИГИНАЛЬНЫЕ МАСТЕРСКИЕ:

<http://www.trwaftermarket.com/original-workshops>

Контакты для прессы:

Юлия Баранова,

ООО « ЦФ Руссия»

Тел: +7 (495) 931-97-32, +7 (495) 662 36 35

E-Mail: yulia.baranova@zf.com

Концерн ZF является мировым лидером по производству техники привода и подвески, а также систем активной и пассивной безопасности. В настоящий момент ZF объединяет около 230 производственных предприятий в 40 странах мира. Общая численность персонала составляет 146 тысяч человек. В 2017 году оборот концерна ZF достиг 36,4 миллиарда евро. В целях сохранения лидирующих позиций в области инновационной продукции концерн ежегодно инвестирует более 6% от своего оборота в НИОКР. Концерн ZF является одним из крупнейших поставщиков в мире для автомобильной промышленности.

ZF позволяет транспортным средствам «видеть», «мыслить» и «действовать». С помощью инновационных технологий концерн активно воплощает стратегию Vision Zero, направленную на обеспечение безопасного дорожного движения и достижение нулевых выбросов. Широкий ассортимент продукции ZF повышает уровень мобильности и сервиса для легковых, коммерческих автомобилей и промышленной техники.

Комплексные подходы и полная линейка продукции дивизиона Aftermarket концерна ZF Friedrichshafen AG обеспечивают надёжность и экономичность

ZF Friedrichshafen AG
Global Corporate &
Marketing Communications
88038 Friedrichshafen
Deutschland · Germany
press.zf.com



PRESSE-INFORMATION
PRESS RELEASE

Стр. 4/4, 22 февраля 2019

транспортных средств на протяжении всего жизненного цикла. Благодаря известным торговым маркам, инновационным цифровым решениям, международной сервисной сети и широкому ассортименту продукции, соответствующему требованиям каждого конкретного рынка, ZF является востребованным деловым партнером и занимает второе место среди поставщиков на международном рынке запасных частей.

Более подробная информация для прессы и фотоматериалы размещены на сайте: www.zf.com/press