

## О ЛИДЕРАХ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА

**АЛЕКСАНДР ПУГАЧ:**

НА УКРАИНСКОМ АВТОРЫНКЕ  
ГРУППА КОМПАНИЙ «АИС»  
ДАВНО ЯВЛЯЕТСЯ КУЗНИЦЕЙ  
КАДРОВ

Группа компаний «АИС» начала свою историю в 1992 году с небольшой коммерческой фирмы в Харькове. Сегодня это импортер и дилер более 20 автомобильных брендов и один из трех лидеров автобизнеса с долей рынка в 10%. О том, как и благодаря чему компании удалось достичь таких успехов, «k» рассказал генеральный директор Группы компаний «АИС» Александр Пугач

### Как изменились требования зарубежных автопроизводителей за время вашей работы?

Требования автопроизводителей к инфраструктуре и стандартам обслуживания всегда были высокими. Ни тогда, ни сейчас невозможно выиграть конкурс на дистрибуцию или дилерство без соблюдения целого ряда требований. При этом все мы понимаем, что развитие любого бизнеса предполагает постоянное совершенствование, и наши партнеры-автопроизводители в этом правиле не исключение. Из основных изменений, которые внедрялись производителями на протяжении последних лет, можно выделить:

- изменения требований к оборудованию СТО (более технологичные продукты требуют более сложного и нового оборудования для их обслуживания);
- изменения требований к уровню подготовки сервисного персонала и внедрение системных образовательных программ (по уже указанной причине в предыдущем пункте);
- изменения стандартов «брендбуков» в сторону повышения уровня индивидуализации бренда и комфорта пребывания клиента в автоцентре;
- повышение требований к квалификационным показателям для торгового персонала, также подразумевающее системную работу по обучению и развитию данных сотрудников.

### Как компания «АИС» внедрялась в регионы? Какие трудности испытывала...

Активный рост Группы компаний «АИС» совпал с ростом авторынка в целом (2000-е годы) и требовал решения целого ряда сложных задач. Во-первых, нам пришлось за очень короткий срок построить национальную сеть автоцентров (салоны, СТО) с нуля. Постоянное реинвестирование прибыли в инфраструктуру и сейчас является политикой компании. Во-вторых, это решение кадровых задач. Когда рынок за несколько лет вырос в разы, это многократно увеличило спрос как на торговый, так и на сервисный персонал, которого в стране просто не было. Это потребовало реализации политики по самостоятельному воспитанию и возвращению профессионалов автобизнеса. На украинском авторынке «АИС» давно является кузницей кадров. Большинство наших руководителей и ведущих сотрудников прошли все ступени карьерного пути с самого его начала, а многие наши специалисты работают на ведущих должностях различных автомобильных компаний.

### Насколько материальные стимулы влияют на желание человека работать и развиваться?

Высокое качество услуг клиентам предоставляют люди, их оказывающие. Исходя из этого, мы ставим перед собой задачу обеспечить достойную материальную мотивацию наших сотрудников. Уровень оплаты труда в нашей компании на некоторых позициях даже превышает среднерыночные показатели. Например, у менеджеров по продажам автомобилей и у производственного персо-



нала СТО верхняя планка дохода отсутствует в принципе и зависит только от личного результата по объему продаж или оказанных сервисных услуг. В компании работает также многоуровневая система премирования. Есть ежемесячные, квартальные и годовые премии, размер которых зависит от результатов работы. Помимо этого сотрудникам предоставляются скидки на весь спектр товаров и услуг компании. Немаловажным и базовым для нас является наличие полного социального пакета, включающего медицинскую страховку для каждого сотрудника.

### Можете ли вы назвать себя новаторами на украинском автомобильном рынке? И какие цели ставите на будущее?

За свою историю Группа компаний «АИС» во многих вопросах и действиях выступала в качестве первопроходца. Мы одни из первых в стране:

- начали внедрять и развивать идею бренда национальной торгово-сервисной сети с наличием соответствующей идентификации, стандартами обслуживания;
  - внедрили ERP- и CRM-системы в свои бизнес-процессы, более того, интегрировали в свою деятельность CRM-системы наших партнеров – заводов производителей;
  - широко применили для продвижения Интернет, открыли свой собственный контакт-центр по обслуживанию клиентов (у большинства компаний контакт-центры аутсорсинговые);
  - начали активно развивать программы автокредитования, компания всегда имела одну из самых больших долей в кредитных продажах и большое количество банков-партнеров, а сегодня мы стали пионерами по продаже сервисных услуг в кредит;
  - нами был введен ряд инновационных для авторынка услуг, среди которых круглосуточная приемка автомобиля на СТО, услуги автопроката, продленная гарантия, автовыкуп за один час, установка и обслуживание на СТО газобаллонного оборудования.
- Что касается планов, то в ближайшие годы нашими приоритетами останутся:
- развитие инфраструктуры: инвестиции в строительство новых торговых и сервисных площадей;
  - завоевание лидерства по качеству обслуживания и уровню доверия клиентов в первую очередь за счет реализации соответствующей кадровой политики;
  - борьба за новые дилерские контракты: мы ставим цель стать компанией, которая будет интересна как бизнес-партнер для автопроизводителей;
  - выход в смежные направления бизнеса: мы в этом году подписали импортерский контракт с мировым лидером по производству ГБО — итальянской компанией Tartarini; создали отдельное бизнес-подразделение по импорту и дистрибуции автоаксессуаров;
  - активная позиция компании в сфере социальной деятельности: мы являемся организатором или партнером целого ряда благотворительных, культурных, спортивных проектов. ☺