

УДК 658.5
ББК 65.29
П 57

Печатается в авторской редакции

Попов В.

П 57 Автобизнес новой реальности / Владимир Попов. — М.: Альпина Паблишер, 2018. — 384 с.

ISBN 978-5-9614-6555-6

Владимир Попов, настоящий пионер и революционер российско-го автобизнеса, сформулировал в своей книге основные причины разности интересов классической цепи взаимоотношений «производитель — дилер — потребитель — инвестор» и предложил новую парадигму их построения на основе принципов сообщества новой реальности.

Свое новаторское видение автор иллюстрирует на примере созданных в FAVORIT MOTORS digital-систем продаж, а также рассматривает применимость основных элементов классического автобизнеса к дилерскому предприятию цифровой эпохи, ключевые составляющие его менеджмента и управления рисками роста.

Трансформация классического автобизнеса неизбежна. И человек, первым в России запустивший сервис онлайн-продаж автомобилей, как никто другой, знает, какой стратегии стоит придерживаться, если новая реальность — это уже сегодня.

УДК 658.5
ББК 65.29

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу tylib@alpina.ru

© В.В. Попов, 2017
© ООО «Интеллектуальная Литература»,
2017

ISBN 978-5-9614-6555-6

СОДЕРЖАНИЕ

| | | |
|-----------------|--|-----|
| Глава 1. | Начало трансформации | 7 |
| | Возможно, это будет так | 13 |
| | 8 Ноября 2016 года | 16 |
| Глава 2. | Новая парадигма автобизнеса | 19 |
| | Основные идеи сообщества автобизнеса новой реальности | 21 |
| ГЛАВА 3. | Что нужно знать тем, кто решил инвестировать в классический автобизнес сегодня | 35 |
| | Плюсы и минусы работы дилерских предприятий в кризисные периоды экономики | 37 |
| | Базовая проблема сегодняшнего автобизнеса в России | 39 |
| | А если он решил уйти? | 41 |
| | В поисках гармонии производителя и инвестора | 43 |
| | Виртуальный шоу-рум, или «Начало конца» | 57 |
| | Модель цифрового шоу-рума | 58 |
| | Новая реальность — цифровая реальность | 63 |
| | Автомобильный транспорт и дороги | 83 |
| | Мобильный дилерский центр | 88 |
| Глава 4. | Аппетиты платежных систем — это проблема для автобизнеса | 95 |
| | Технологическое будущее авторынка в новой реальности | 97 |
| | Технологии могут изменить рынок и игроков | 100 |
| Глава 5. | Структура продаж автомобилей в новой реальности | 111 |
| | Новая реальность и эффективность использования ресурсов | 112 |
| | Сообщество заинтересовано в эффективности автодилеров | 114 |
| | Эффективность должна стать взаимоважным фактором для всех членов сообщества | 116 |
| Глава 6. | Воронка продаж цифровой эпохи автобизнеса и эволюция функционала отдела продаж в интересах сообщества новой реальности | 121 |
| | Резюме по эволюции воронки продаж в новой реальности | 127 |
| Глава 7. | Автодилер внутри | 133 |
| | Чего действительно хотят наши клиенты? | 141 |
| | Возможно ли исчезновение кузовного ремонта и полная трансформация страхового бизнеса для автомобильного сектора? | 143 |

| | | |
|---------------------------|--|-----|
| Глава 8. | Производители автомобилей начинают создавать новые бизнес-модели | 151 |
| | Шанс на выживание | 155 |
| | Красота спасет мир, или как заработать на точках привлечения внимания клиентов | 157 |
| | Новые технологии новой реальности | 162 |
| | Появление новых профессий в автобизнесе и вымирание некоторых существующих | 166 |
| | Полюбите цифры | 172 |
| Глава 9. | Теория Адизеса на практике дилерского бизнеса | 177 |
| Глава 10. | Корпоративная культура в новой реальности автобизнеса | 193 |
| | Одиннадцать принципов менеджмента ГК FAVORIT MOTORS | 207 |
| | Kaizen для автодилеров в условиях новой реальности | 210 |
| | Управление качеством работы сервисных подразделений | 223 |
| Глава 11. | Формула успеха | 231 |
| | Возможно, основной слоган — это важно! | 234 |
| Глава 12. | Сервис становится другим | 239 |
| | Управление процессами логистики автодилера | 258 |
| | Автобойлеры и автокамикадзе! | 270 |
| | Тест на камикадзе эпохи цифрового автобизнеса. | 272 |
| Глава 13. | Стратегия в условиях новой реальности | 281 |
| | Проектный офис как инструмент менеджмента в условиях новой реальности. | 295 |
| Глава 14. | IT-системы дилерских предприятий в условиях новой реальности | 307 |
| | Немного об управлении издержками автодилера | 313 |
| Глава 15. | Если вы все-таки решили приобрести активы в дилерском бизнесе | 323 |
| Глава 16. | Каким должен стать бизнес, сформированный на основе автосообщества новой реальности? | 333 |
| Саммари | | 341 |
| Вместо эпилога | | 345 |
| Саммари в цитатах. | | 347 |
| Глоссарий | | 363 |
| Summary in quotes | | 371 |