

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 предпринятию 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](mailto:tylib@alpina.ru)*

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

ISBN 978-5-9614-6555-6

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Глава 1.</b>	Начало трансформации . . . . .	7
	Возможно, это будет так . . . . .	13
	8 Ноября 2016 года . . . . .	16
<b>Глава 2.</b>	Новая парадигма автобизнеса . . . . .	19
	Основные идеи сообщества автобизнеса новой реальности. . . . .	21
<b>ГЛАВА 3.</b>	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
<b>Глава 4.</b>	Аппетиты платежных систем — это проблема для автобизнеса . . . . .	95
	Технологическое будущее авторынка в новой реальности . . . . .	97
	Технологии могут изменить рынок и игроков . . . . .	100
<b>Глава 5.</b>	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
<b>Глава 6.</b>	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
<b>Глава 7.</b>	Автодилер внутри. . . . .	133
	Чего действительно хотят наши клиенты? . . . . .	141
	Возможно ли исчезновение кузовного ремонта и полная трансформация страхового бизнеса для автомобильного сектора? . . . . .	143

<b>Глава 8.</b>	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
<b>Глава 9.</b>	Теория Адизеса на практике дилерского бизнеса . . . . .	177
<b>Глава 10.</b>	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
<b>Глава 11.</b>	Формула успеха . . . . .	231
	Возможно, основной слоган — это важно! . . . . .	234
<b>Глава 12.</b>	Сервис становится другим . . . . .	239
	Управление процессами логистики автодилера . . . . .	258
	Автобойлеры и автокамикадзе! . . . . .	270
	Тест на камикадзе эпохи цифрового автобизнеса. . . . .	272
<b>Глава 13.</b>	Стратегия в условиях новой реальности . . . . .	281
	Проектный офис как инструмент менеджмента в условиях новой реальности. . . . .	295
<b>Глава 14.</b>	IT-системы дилерских предприятий в условиях новой реальности . . . . .	307
	Немного об управлении издержками автодилера . . . . .	313
<b>Глава 15.</b>	Если вы все-таки решили приобрести активы в дилерском бизнесе . . . . .	323
<b>Глава 16.</b>	Каким должен стать бизнес, сформированный на основе автосообщества новой реальности? . . . . .	333
<b>Саммари</b>	. . . . .	341
<b>Вместо эпилога</b>	. . . . .	345
<b>Саммари в цитатах.</b>	. . . . .	347
<b>Глоссарий</b>	. . . . .	363
<b>Summary in quotes</b>	. . . . .	371