



<input checked="" type="radio"/>	Decision Making
<input type="radio"/>	Information Sharing
<input type="radio"/>	Directions

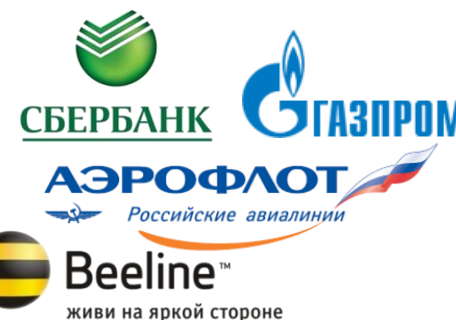
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА LADA

Вопросы взаимодействия со страховыми компаниями

Исполнительный вице-президент по продажам и маркетингу ОАО «АВТОВАЗ» Д.Е. Петрунин	Директор ДПЗЧПО ОАО «АВТОВАЗ» А.В. Тихомиров

Основные задачи:

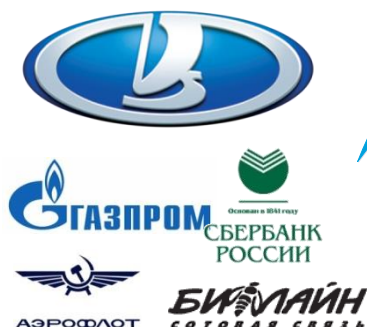
- 1 Ориентация на клиентов
- 2 Повышение качества
- 3 Запуск новых моделей
- 4 Формирование нового имиджа LADA
- 5 Развитие дилерской сети



Российские автомобили от
российского производителя
для российских покупателей

Привлекательность бренда

Гордость



LADA Vesta

LADA XRAY



SOP 25.09.2015



SOP 11.12.2015

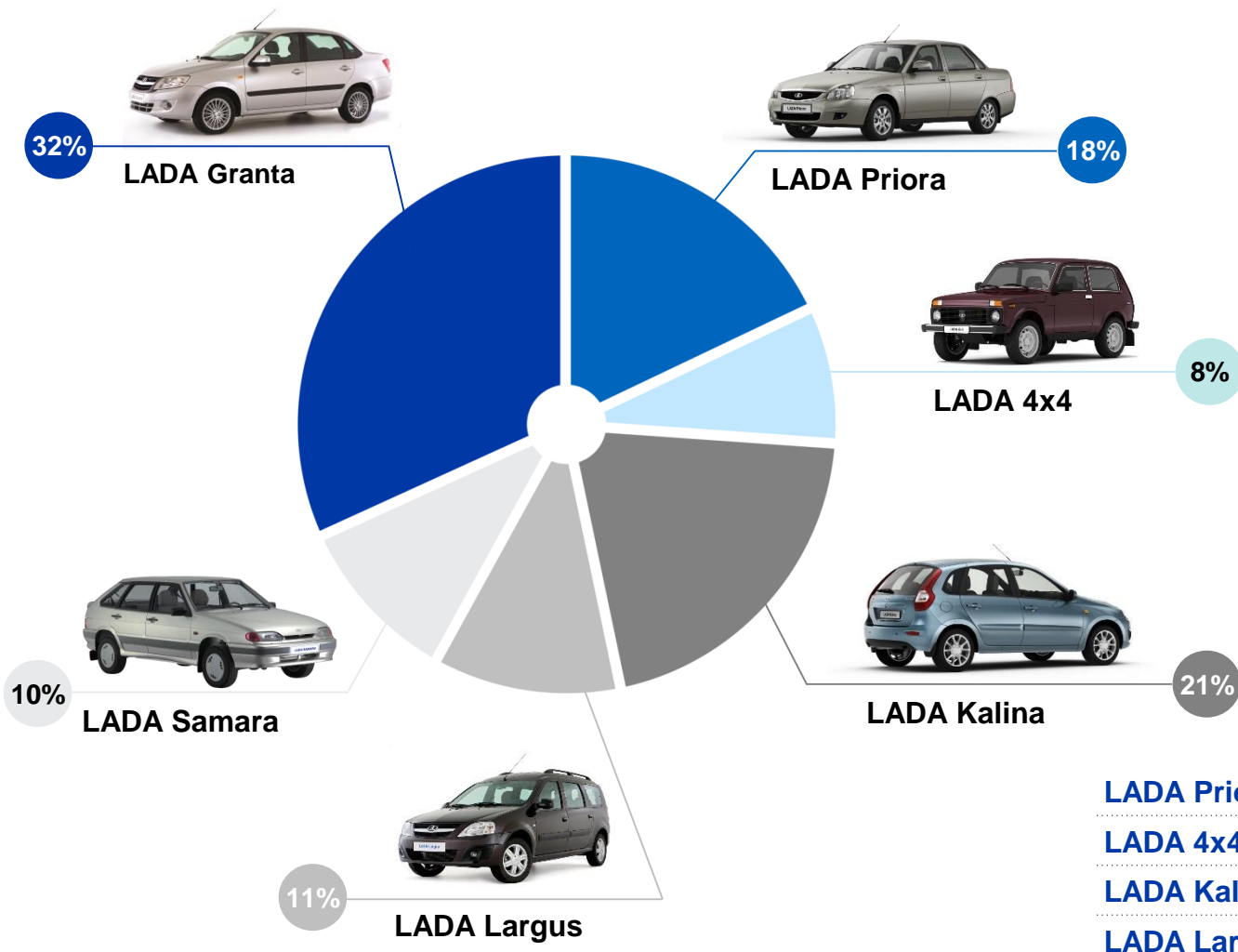
Структура гарантийного парка LADA



Твой год –
твое будущее



12 February
2015



	Автомобилей, шт.	Доля, %
LADA Priora	207 000	18%
LADA 4x4	92 000	8%
LADA Kalina	241 500	21%
LADA Largus	126 500	11%
LADA Samara	115 000	10%
LADA Granta	368 000	32%
ВСЕГО:	1 150 000	100%

Всего продано в кредит 2014г.

(Все кредиты, включая программу Lada Finance)

40%

(от объема 367 380 а/м – LADA без корпоративных продаж)

Объем кредитных продаж только по LADA Finance

20,5%

(от объема 367 380 а/м – LADA без корпоративных продаж)

Общий объем продаж LADA

387 307 а/м

Всего продано в 2014г. по программе обновления колесных транспортных средств **55 656 а/м**

Из них:

- по программе **утилизации** **52 322 а/м**
- по программе **Trade-in** **3 334 а/м**

Стратегические цели:

- Кардинально изменить уровень сервисного обслуживания в дилерской сети для повышения уровня удовлетворенности клиентов маркой LADA;
- Быть в первой десятке автомобильных брендов, присутствующих в России, по коэффициенту удержания клиентов сервисным обслуживанием в течение всего периода эксплуатации, до следующей покупки автомобиля LADA;
- Рост продаж запчастей ГК АВТОВАЗ до 10% от выручки от продаж а/м

Ключевые задачи на 2015 год:

- Создание условий, способствующих повышению рентабельности сервиса предприятий дилерской сети;
- Увеличение реализации запасных частей и аксессуаров через сервис предприятий дилерской сети ОАО «АВТОВАЗ»
- Развитие сервисных технологий на предприятиях дилерской сети;
- Развитие сервисных продуктов ;
- Автоматизация бизнес-процессов и развитие информационных систем в послепродажном обслуживании, во взаимоотношениях с партнёрами.
- Рост количества направлений на ремонт аварийных автомобилей от страховых компаний к Дилерам LADA

Условия работы дилеров LADA со страховыми компаниями



Твой год –
твое будущее



Виды работ		Средняя стоимость нормо-часа по договорам дилеров LADA со страховыми компаниями на 01.01.2015	Оптимальная стоимость нормо-часа
Слесарные		650	700
Кузовные		650	850
Арматурные		650	850
Окрасочные Акрил		830	850
Окрасочные Металлик		830	900
Стоимость Лакокрасочных Материалов на 1 элемент	Акрил	1850	2400
	Металлик	2600	3300
	Перламутр	3100	3300
	Кселарик	3200	3500

Используемые материалы: **фирмы 3М**

Коэффициенты к стоимости Лакокрасочных Материалов для деталей с увеличенной/уменьшенной площадью

Панель крыши, капот, панели боковины 3-х дверного хэтчбека	1,5
Крыло переднее, панель задка, крыло заднее четырехдверного седана	1,0
Стойки боковины и крыши, пороги, передняя и задняя панели и другие равные по площади	0,5
Корпус наружного зеркала, накладка под фару и другие детали равные по площади	0,3
Мелкие детали (молдинги, ручки дверей, декоративная решетка радиатора и другие детали, равные по площади)	0,2

- Страховым компаниям направлять аварийные автомобили LADA на восстановительный ремонт только к официальным дилерам ОАО «АВТОВАЗ»;
- Повысить стоимость нормо-часа на восстановительный ремонт автомобилей LADA по договорам со страховыми компаниями до уровня аналогичных моделей иностранных брендов (900 руб./час);
- ОАО «АВТОВАЗ» оказывать информационную, маркетинговую и коммуникационную поддержку партнерским страховым компаниям, сотрудничающим с официальными дилерами LADA.