# АГАТ. МЫ ВМЕСТЕ

Корпоративный журнал
для сотрудников ГК «АГАТ»

№9/ВЕСНА

АГАТ

Вы никогда не сумеете решить возникшую проблему, если сохраните то же мышление и тот же подход, который привел вас к этой проблеме.

*А. Эйнштейн*

Видеть не значит понимать, понимать значит видеть! Вы видите вещи не такими, какие они есть, а такими, какие вы есть.

*Эрик Баттерворт*

Я никогда не беспокоюсь о будущем. Оно настает достаточно быстро.

*Альберт Эйнштейн*

Величайшую опасность во времена нестабильности представляет не сама нестабильность, а действия в соответствии с логикой вчерашнего дня.

*Питер Друкер*

Самые потрясающие открытия XXI в. происходят не благодаря технологиям, но благодаря все расширяющемуся пониманию, что значит быть человеком.

*Джон Нейсбит*

Каждый вызов, который бросает вам жизнь, — это распутье. У вас есть возможность выбрать: идти назад, идти вперед, сдаться, открыть новый путь.

*Ифеани Энок Онуоха*

Меняя взгляды, вы видите перемены.

*Уэйн Дайер*

Интуитивный ум — священный дар, рациональный ум — верный слуга. Мы создали общество, которое угождает слуге и забыло о даре.

*Альберт Эйнштейн*

Дорогие коллеги, друзья!

В июле — 2016 компании «АГАТ» исполнилось 25 лет. В возрасте четверти века принято оглядываться назад и подводить итоги, но нам кажется правильнее смотреть вперед, в будущее, что мы и делаем в этом номере журнала «АГАТ. Мы вместе».

Признаюсь честно, что девятый выпуск журнала нам дался нелегко. Пока мы готовили статью про будущее и его явления, многие из них уже случались к моменту написания материала, и нам приходилось вносить правки, искать новые исследования и мнения экспертов. В итоге, мы пришли к мысли, что будущее — это не эфемерное понятие, а уже наступившая реальность. Рассматривая явления будущего, мы хотели подготовиться к дальнейшим изменениям, но самый проверенный способ работать с будущим — это меняться уже сейчас. Именно сейчас, когда наши бизнес-показатели на высоте, уровень технологичности в компании растет, но при этом количество наших лояльных клиентов не увеличивается. Поэтому главное внимание нам предстоит сфокусировать на клиентоориентированности, переформатировать бизнес, а вернее, уйти от формального подхода и обратиться к вечным ценностям. О них говорит и главный герой нашего номера. В рубрике «Мы восхищаемся» обычно мы рассказываем о тех, кто служит нам примером для подражания, чьи принципы и ценности близки нашей компании. Безусловно, нам было трудно определиться с тем, кто олицетворял бы собой будущее. Но, как выяснилось, герои — среди нас. В ГК «АГАТ» есть люди, чей позитив помогает добиваться успехов, чья гармония распространяется на все, за что бы они ни брались и чьи принципы и ценности будут ключевыми всегда.

Мы не можем с уверенностью сказать, что нас ждет в будущем, но весь прошлый опыт компании «АГАТ» говорит в том, что общепринятая формула успеха: «Технологии, деньги, люди» — у нас не работает. Наша формула выглядит так: «Люди, люди, люди», а все остальное будет, если в команде — настоящие профессионалы. Такие, как победители премии «Нацелены на прогресс» — с некоторыми из них вы познакомитесь на страницах журнала. В этом потоке интересной информации рекомендую обратить внимание на книгу, которую мы выбрали для чтения. Что такое счастье и как его достичь — этими вопросами задается каждый, и бывает, что поиски ответов мы оставляем на будущее. Но согласитесь, что только счастливый человек, настоящая личность живет в гармонии с собой, занимается любимым делом, приносящим радость ему самому и окружающим. Великолепный сервис, к которому мы стремимся — это и есть показатель уровня нашего счастья, наша готовность им делиться с родными и близкими, коллегами и клиентами. И если подойти к вопросу с научной точки зрения, то вы можете найти доказательства и объяснения счастья, а главное, инструменты для его достижения. Что ж, желаю вам приятного, полезного чтения и конечно, потока счастья!

*С уважением,*
*Иван А. Мамочкин*

В ЭТОМ НОМЕРЕ

# АГАТ. МЫ ВМЕСТЕ


**СОЗДАЕМ НОВОСТИ**.....4
**ЖЕЛАЕМ УСПЕХА**
Кадровые новости.....10
**ЗРИМ В КОРЕНЬ**
10 вопросов о будущем.....12
Какими станут автомобили будущего.....16
Будущее автодилеров: переход на новый уровень.....18
Компания будущего: взгляд из настоящего.....20
Generation Z.....23
Профессии будущего.....26
**ВОСХИЩАЕМСЯ**
Хранитель ценностей.....28
**РАБОТАЕМ ПО-НОВОМУ**
Первый шаг к лояльности.....36
Интернет-мобилизация.....40
Бывших клиентов не бывает.....42
Правила автомобильных онлайн-продаж.....44
**ОДИН ДЕНЬ С ОТДЕЛОМ МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ**
Маркетинг и реклама: мифы и реальность.....47
**ЗНАКОМИМСЯ С ЛУЧШИМИ**
Олег Семеночкин: «Всегда учусь общаться с людьми».....56
С верой в любимое дело.....60
Идем в диагносты, брат.....64
Кредит обаяния.....68
**УЧИМСЯ**
Компетенции будущего.....72
Обучение завтрашнего дня.....74
В школу — за будущей работой.....76
**ЧИТАЕМ КНИГИ**
В потоке счастья.....78
**ОТКРЫВАЕМ НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ**
Город-сказка, город-мечта.....80
**МЫ ТАКИЕ РАЗНЫЕ**
Основа будущего.....88
**ТВОРИМ ДОБРО**
От чистого сердца.....92
**С МАЛЕНЬКИМИ ЧИТАТЕЛЯМИ**.....94
**О ЛИЧНОМ**.....98

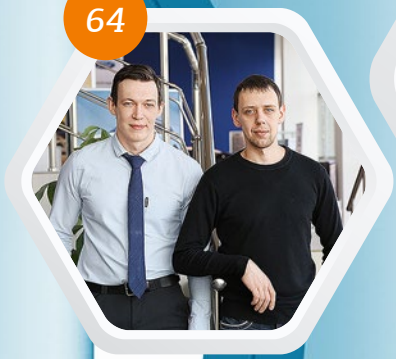
42

44

47
КРЕДИТ
АГАТ
ПЕРВАЯ КНОПКА

56

60


64

68
MCS

72

74

76

80

## TOYOTA ВЫБИРАЕТ ЛУЧШИХ

В начале апреля 2017 года на Корсике (Франция) состоялось награждение лучших официальных дилеров Toyota и Lexus 2016 г. Гостями торжественной церемонии «Награда президента» стали собственники и руководители дилерских центров.

Лучшие дилерские центры Toyota и Lexus были определены на основании комплексной оценки работы официальных дилеров в 2016 г., проведенной ООО «Тойота Мотор». Отрадно отметить, что сразу три дилерских центра ГК «АГАТ» отмечены почетными наградами, причем два из них — уже во второй раз. «Лексус — Волгоград» награжден как лучший дилер по продаже автомобилей с пробегом. «Лексус — Нижний Новгород» получил награду за лучший сервис, а «Тойота Центр Киров» стал лучшим дилером. Победа в данных номинациях — это показатель слаженной работы команд дилерских центров и следование традициям высочайшего качества клиентского сервиса. Поздравляем наших коллег с такими значимыми наградами!

Помимо участия в торжественной церемонии, гости мероприятия побывали на настоящих гонках. На Корсике в это время проходил четвертый этап Чемпионата мира по классическому ралли WRC. Впечатляющее зрелище стало не только эффектным дополнением церемонии награждения, но и символом стремительного пути к совершенству.

## ВОЛГОГРАД

### НОВЫЙ ДИЛЕРСКИЙ ЦЕНТР TOYOTA В ВОЛГОГРАДЕ!

2 февраля 2017 года в Волгограде состоялось торжественное открытие «Тойота Центр Волгоград ВОСТОК», ставшего вторым официальным дилером бренда в городе.

Строительство началось осенью 2015 года, и через 14 месяцев дилерский центр уже был сдан в эксплуатацию. Построенный по всем требованиям и стандартам Toyota, новый автосалон имеет площадь дилерского центра — 4 139 кв. м, шоурума — 1 103 кв. м. Сервисный центр расположен на 785 кв. м и вмещает 13 постов для ремонта автомобилей.

На открытие собралось более 400 верных поклонников японского бренда. В основу насыщенной программы открытия легли две традиции: известное всему миру японское гостеприимство и легендарное качество «Тойота», которое гармонично сочетается с высокими технологиями. Символическую ленточку перерезали президент ООО «Тойота Мотор» Хидэнори Одзаки, директор дилерского центра Константин Шагапов, соучредитель Группы Компаний «АГАТ» Алексей Мамочкин и мэр Волгограда Андрей Косолапов. Для гостей выступала участница проекта «Голос» Юлиана Мелкумян и столичная кавер-группа Gold, каждый мог получить фото на фоне композиции из живых цветов и поговорить о жизни с роботом Кики, который не оставил ни один вопрос без ответа, и это только часть сюрпризов, которые приготовили организаторы. Покидая салон, многие назвали открытие самым ярким событием наступившего года!

## ŠKODA НАГРАЖДАЕТ ЛУЧШИХ МАРКЕТОЛОГОВ

8 декабря в Москве в «Swissotel Красные Холмы» состоялась ежегодная встреча по маркетингу марки Škoda по итогам 2016 года. В рамках мероприятия была проведена церемония награждения лучших маркетологов бренда по регионам. По региону Юг лучшей стала менеджер по рекламе и маркетингу ДЦ Škoda в Волгограде Валерия Ушакова. Для определения победителей учитывались показатели PR, рекламы, аудит сайта, креативные материалы, проведение промо-акций, выполнение требований чек-листа импортера и т.д. Надо отметить, что в данной премии не выделялись отдельные акции, а учитывалась активность в целом. Но если говорить о мероприятиях, которые сыграли свою роль в создании активного продвижения бренда в 2016 году, то можно выделить PR-мероприятие — автопробег в День автомобилиста и креативное мероприятие — «Ночь со ŠKODA» в рамках турнира ночных квестов. Поздравляем Валерию с заслуженной победой и желаем новых достижений!

## ЛУЧШИЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ПРОЕКТ HYUNDAI 2016 ГОДА

В феврале 2017 года в Санкт-Петербурге состоялась ежегодная дилерская конференция Hyundai, поводом для которой стал анализ деятельности официальных дилеров по всей России. Здесь же были отмечены и лучшие маркетинговые проекты, в их число вошла и наша компания.

Футбольный уикенд EURO-2016, специальные проекты по продвижению Hyundai Genesis, презентации Tucson и Creta, «Новогодняя сказка с Hyundai», арт-вечер современного искусства с Genesis G90 — вот лишь некоторые мероприятия, благодаря которым наша компания стала лучшей среди 158 дилеров по России в номинации: «Лучший маркетинговый проект-2016».

За всеми этими проектами стоят наши менеджеры по маркетингу и рекламе Наталья Попова, Анастасия Конобеева и бренд-менеджер Яна Темнова. Поздравляем наших коллег с такой высокой оценкой дистрибьютора!

## «ЛЕКСУС — ВОЛГОГРАД»: НА НОВОМ УРОВНЕ МАСТЕРСТВА

Дилерский центр Lexus в Волгограде прошел сертификацию по системе Lexus Service Management в области сервиса по направлению «Привлечение и приглашение клиентов». За этим сертификатом стоит сложная и ответственная работа не только отдела продаж и сервиса, но и службы качества, рекламы и маркетинга, IT-отдела, бухгалтерии, финансовой службы. Очевидно, что такой глобальный проект можно реализовать только в команде.

Работа над проектом длилась более двух лет. Команда «Лексус — Волгоград» проделала большой путь, который превратил 700 вопросов, поставленных дистрибьютором, в реальные инструменты, полезные для сотрудников и клиентов. В итоге, свод полученных стандартов превратился в процедуры, которые были интегрированы в 1С, и теперь они неотделимы от внутренних бизнес-процессов компании, а дилерский центр теперь работает по новым стандартам.

Что же изменилось? (Конечно, рассказать обо всех 700 пунктах мы не сможем, но приведем некоторые примеры). Во-первых, здесь переоборудовали клиентские зоны: в детской комнате теперь есть кварцевая лампа и диспенсер, организован современный бизнес-зал и фотовыставка. Во-вторых, изменился подход к времени нахождения клиента в салоне с максимальной пользой и функциональной информативностью. В-третьих, появилась такая услуга как «Шинный отель» — помещение для хранения колес оснащено в соответствии со стандартами и позволяет хранить 70 комплектов колес. В-четвертых, изменился подход к планированию визитов клиентов. Каждое утро команда прорабатывает детали встреч на день, ставит задачи и анализирует реализацию поставленных планов за прошедший день. Также произошли изменения и на сайте www.lexus-agat34.ru: сайт перевели на новую платформу, что позволило сделать более удобной навигацию, расширить возможности онлайн-сервисов.

Как вы понимаете, список всех новшеств не ограничивается вышеперечисленным. Заметим, что в рамках реализации проекта серьезно доработана база данных CRM, начиная со вспомогательных скриптов для сервисных консультантов и заканчивая отчетом, который позволяет провести анализ более сотни показателей деятельности дилерского центра и проследить динамику изменений.

Сертификат LSM является высокой оценкой проделанной работы и определяет уровень профессионализма сотрудников «Лексус — Волгоград». Для команды это большой шаг вперед как с точки зрения обслуживания клиентов, так и в плане личностного развития сотрудников. Это соответствие высоким стандартам нового уровня обслуживания клиентов бренда Lexus. И в то же время наши коллеги отмечают, что этот проект лишь дал старт новому этапу развития дилерского центра. «Мы получили дополнительный вектор для совершенствования, открыли для себя новые вопросы, на которые нужно было дать ответ. Но этот путь никогда не закончится, и мы продолжим наращивать мастерство, открывать новые горизонты для роста и покорять намеченные вершины»,— поделились с нами коллеги. Напомним, что проект LSM реализуется с 2015 года по всей дилерской сети Lexus в России. На сегодняшний день только четыре дилерских центра сертифицированы по уровню Silver, среди которых «Лексус — Волгоград» и «Лексус — Нижний Новгород». ▶

## ЗАМЕЧАТЕЛЬНЫЙ МАСТЕР

Осенью 2016 года наш коллега — слесарь по ремонту автомобилей Алексей Мельник (Волгоград) — занял почетное третье место на Национальном конкурсе профессионального мастерства среди дилеров Toyota в России. Конкурс ведет свою историю с 2007 года, когда в нем участвовали только механики. С каждым годом число профессий увеличивалось, и сегодня

в нем соревнуются сервисные консультанты, специалисты по работе с клиентами, маляры, жестянщики, менеджеры по автомобилям с пробегом.
Финалу конкурса предшествовал отборочный этап, который заключался в прохождении тестов. По результатам тестирования определяется сотрудник с лучшим результатом от каждой из семи региональных групп. Финальное соревнование проходит в учебном центре ООО «Тойота Мотор» в Москве, где определяются лучшие сотрудники в каждой специальности. Финалистам предстояло продемонстрировать все свои навыки и знания в области ремонта автомобилей и обслуживания клиентов, а победители определяются по сумме баллов, набранных ими во всех упражнениях. Так, участникам предстояло провести техническое обслуживание автомобиля, диагностировать неисправность двигателя, отремонтировать шасси, устранить неполадки в электрооборудовании, провести шиномонтаж и пройти еще одно тестирование.

Алексей Мельник участвует в конкурсе уже второй раз. И если в прошлом году он уехал из Москвы без награды, то в этом году он занял третью ступень пьедестала! Самым сложным для Алексея было преодолеть волнение. А в остальном все прошло по плану, как говорится, действует план 5П: «Правильная подготовка предотвращает плохую производительность!»

Алексей работает в «Тойота Центр Волгоград» четыре года. По специальности он радиоэлектронщик, специалист по ремонту теле-радиоаппаратуры. Интересно, что перед тем, как его приняли на работу в «АГАТ», он проходил тестирование по электрике. Для этого ему пришлось самостоятельно изучить специализированную программу Toyota. Уже через три месяца он стал работать диагностом по электрике. Отметим, что Алексей второй раз за четыре года работы подтверждает 4-й уровень мастера диагноста — самый высокий по программе TEAM21 — Master Diagnosis Technician.
И тут дело не только в тестировании. Практика показывает, что он настоящий мастер своего дела. Вот лишь один из случаев. Недели за две до описываемых событий коллега Алексея разлил горячий кофе на центральную консоль панели приборов своего автомобиля, и тот перестал заводиться. Алексей определил, что вышел из строя блок иммобилайзера. К слову, новый блок стоит 4 500 руб. Наш мастер разобрал панель, нашел перегоревшую микросхему, подходящую деталь подобрал по схеме из старого роутера (за 200 рублей!), перепаял предохранительную микросхему — и теперь автомобиль исправно работает. Мы рады, что в нашей команде такие замечательные мастера!

## ЛУЧШИЕ ПО ВЕРСИИ АВТОВАЗА

В апреле 2017 года в Санкт-Петербурге проходила конференция для специалистов по маркетингу дилерских центров LADA, в рамках которой были награждены лучшие маркетологи бренда. Одним из 15 лучших в России стала наша коллега — Анна Макеева.

Надо сказать, что лидеры определяются по нескольким показателям. Во-первых, это соблюдение стандартов бренда, во-вторых, это обучение. Маркетолог должен пройти определенные дистрибьютором курсы в LADA-Академии в Тольятти. В-третьих, нужно участвовать в федеральных рекламных кампаниях АВТОВАЗа. В зоне ответственности Анны не только бренд LADA, она занимается продвижением таких марок как ГАЗ, УАЗ, Chevrolet NIVA. Анна подтвердила свой профессионализм не только следуя стандартам, но и творческим подходом к выполнению маркетинговых задач, а также четкой аналитикой.

Поздравляем Анну с этой почетной победой!

## НИЖНИЙ НОВГОРОД

### ПО НОВЫМ СТАНДАРТАМ

Дилерские центры Hyundai компании «АГАТ» на Ларина и на Московском шоссе стали первыми в городе, воплотившими новейшие стандарты бренда Hyundai — GDSI (Global Dealership Space Identity).

Концепция, согласно которой теперь оформляются дилерские центры Hyundai, опирается на следующие принципы:

— автомобиль отражает состояние души владельца,

— «умные» технологии — гарант социального и экономического прогресса, основанного на гармонии человека с окружающей средой.

То есть компания предлагает не только совершенные автомобильные технологии, но и образ жизни, в котором соединяются эмоциональные, социальные ценности и ценности окружающей среды. Все это находит отражение в дизайне дилерского центра. Так, выставочное пространство представляет собой проекцию естественного природного ландшафта. Автомобили здесь становятся гармоничным технологическим дополнением природных мотивов. Теперь наши дилерские центры стали еще более светлыми, воздушными и красивыми.

ГАЗ

БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО

Выражаем благодарность

Малышевой Екатерине Евгеньевне
Бренд-менеджеру
ГК «АГАТ»
г.Н.Новгород

За активную работу по продвижению бренда ГАЗ в 2016 году.
Ваш профессионализм является примером для многих представителей дилерской сети ГАЗ!

Директор по реализации и маркетингу — Олег Марков

2016 г.

### МАРКЕТОЛОГ ГАЗА БОЛЬШЕ, ЧЕМ МАРКЕТОЛОГ

В марте 2017 года в Сочи состоялась ежегодная дилерская конференция ГАЗ, где по традиции подводили итоги 2016 года, обозначили цели и задачи на предстоящий год. Кроме этого, руководителям дилерских центров России и стран СНГ представилась возможность погрузиться в вопросы маркетинга. Организаторы предложили ведущим холдингам поделиться опытом в сфере маркетинга и рекламы. С докладом о лучших практиках ГК «АГАТ» выступила бренд-менеджер ГАЗ/LADA/УАЗ/Chevrolet NIVA Екатерина Малышева.

Тема мероприятий становится все более актуальной в ситуациях, когда доступный бюджет для их организации стремится к нулю. Екатерина рассказала о целях, задачах, примерах мероприятий (в том числе и бюджетных) и об оценке их эффективности. Надо сказать, что работу Екатерины неоднократно отмечал дистрибьютор, она входит в число лучших маркетологов ГАЗа. Не обошлось без наград и в этот раз. Благодарственное письмо ей вручили руководитель центра маркетинга и развития продаж, заместитель директора по реализации и маркетингу Михаил Бахтарин и начальник управления маркетинговых коммуникаций Максим Петрунин. Они поблагодарили ее за активное участие во всех активностях, инициируемых заводом, а также отметили, что она в числе первых реализует новые маркетинговые проекты.

По словам Екатерины, работать с брендом ГАЗ сложно, но интересно: «Автомобили и техника ГАЗ — это специфический транспорт, рассчитанный на разную целевую аудиторию (здесь и конечные потребители, и корпоративные клиенты), поэтому спектр маркетинговых проектов достаточно широк. Сейчас бренд выходит на новый уровень: меняется бренд-бук, маркетинговая политика, стандарты и требования к маркетологам. Быть частью команды, продвигающей бренд, — большая ответственность, но и гордость одновременно. Мне приятно, что специалисты ГК «АГАТ» и ГАЗ дают мне стимул для личностного и карьерного развития. Я горжусь тем, что мои заслуги отмечаются дистрибьютором, но все-таки главные победы, думаю, еще впереди». ▶

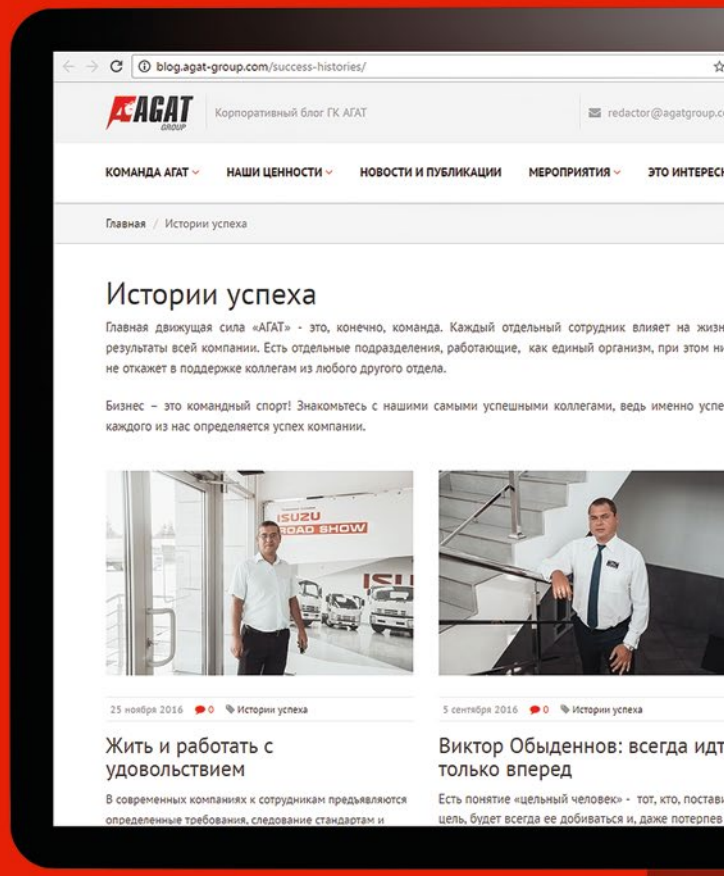
# АСТРАХАНЬ

## ПОЧЕТНАЯ БРОНЗА

В октябре 2016 г. компания Hyundai Motor в Сеуле провела третий Чемпионат сервисных консультантов. Победители предварительных конкурсов из мировой дилерской сети Hyundai собрались, чтобы посоревноваться в навыках клиентского обслуживания на итоговом состязании. Среди участников был и наш коллега — сервисный консультант из Астрахани Андрей Елисеев, занявший на российском этапе соревнований второе место. Всего на Чемпионат в Корею приехало 140 сервисных консультантов из 60 стран мира.

В качестве испытаний в Сеуле специалистам предстояло пройти тест по техобслуживанию, навыкам решения проблем и знаниям стандартов Hyundai Motor. Несмотря на трудности русского перевода, Андрей справился с ним, ориентируясь на английский вариант заданий. После теста участники показали свое мастерство коммуникаций с клиентом во время ролевой игры. В качестве клиентов выступали представители Hyundai Motor, а особенностью выступления Андрея стало то, что ему нужно было принять автомобиль и отработать запись на сервис через планшет. Заметим, что цифровые устройства используются пока не во всех дилерских центрах Hyundai, поэтому выбор Андрея участвовать именно в категории обслуживания с планшетным компьютером был достаточно смелым. «И проходить тест, и выступать на ролевой игре было сложно. И не только от осознания того, что это мировая площадка и здесь ошибок быть не должно, но еще и от разницы во времени», — поделился своими впечатлениями Андрей Елисеев. Но, несмотря на трудности, Андрей показал отличные результаты и занял почетное третье место! Особо заметим, что это первая победа представителя Российской дилерской сети в этом Чемпионате, и поэтому она особенно почетна не только для компании «АГАТ», но и для нашей страны! Мы рады, что в нашей команде работают супер-профессионалы!

Андрей привез домой не только бронзовую медаль, но и потрясающие впечатления о Сеуле — читайте его материал в рубрике «Открываем новые горизонты»




## ЛУЧШИЕ ПО ПРОДАЖАМ

Дилерский центр Ford «Агат-Плюс» стал лучшим по продажам автомобилей в 2016 году в Южном и Северо-Кавказском федеральном округе. Такую оценку дал нашим коллегам дистрибьютор.

По словам руководителя отдела продаж Сергея Евтихина, таких высоких показателей удалось достичь благодаря слаженной работе команды, грамотному подходу к формированию склада и персональному подходу к каждому клиенту. Кроме этого, как отмечает Сергей, важным в продажах является нешаблонный подход: «Наши ребята, даже новички, порой продавали такие автомобили, которые опытные коллеги считали «трудными». А те даже не подозревали, что есть такие позиции и предлагали автомобили, ориентируясь исключительно на желания клиентов».

## КОРПОРАТИВНЫЙ БЛОГ

Новости, победы, события, праздники, спортивные мероприятия — у нас всегда есть чем поделиться с коллегами, причем делаем это мы теперь в режиме online. В день рождения компании «АГАТ» был дан старт нашему новому информационному ресурсу. Теперь мы можем делиться новостями, событиями, мнениями, перенимать опыт коллег на нашем новом корпоративном блоге http://blog.agat-group.com.

Вы можете спросить: у нас есть электронная почта, корпоративный портал, стенгазета, журнал, зачем нужен блог? Отвечаем. Дело в том, что не все мы работаем за компьютерами, к тому же стенгазета и журнал выходят в определенное время, а изменения в нашей компании происходят постоянно и бывает так важно узнать информацию первым.

Итак, если вы не работаете с компьютером, но у вас есть смартфон, вы можете быть в курсе всех событий ГК «АГАТ». Присоединяйтесь к нам, подписывайтесь на новости, знакомьтесь с коллегами из других подразделений и регионов, участвуйте в мероприятиях и конкурсах — уверяем, будет интересно!

*P.S. А если вы хотите поделиться новостью, рассказать о событии, коллеге или стать инициатором мероприятия — не стесняйтесь, напишите нам redactor@agatgroup.com или позвоните: +7(831) 2 000 000, доб. 2176, ведь именно вместе мы творим нашу историю!*

# КАДРОВЫЕ НОВОСТИ

**АСТРАХАНЬ**

1. **Дмитрий Манукян,** директор по послепродажному обслуживанию ДЦ Ford/Hyundai
2. **Сергей Егоров,** директор по послепродажному обслуживанию ДЦ ГАЗ/LADA/УАЗ

**НИЖНИЙ НОВГОРОД**

3. **Евгений Парнюк,** руководитель отдела продаж ДЦ Mercedes-Benz Vans
4. **Александра Горева,** руководитель службы качества ДЦ BMW
5. **Николай Бесов,** начальник отдела кузовного ремонта направления «Техника для бизнеса»
6. **Инга Веселова,** руководитель службы подбора, обучения и адаптации персонала
7. **Дарья Власова,** руководитель отдела качества ДЦ Lexus
8. **Руслан Яшин,** руководитель отдела обслуживания строительной техники направления «Техника для бизнеса»
9. **Алексей Аверин,** директор по послепродажному обслуживанию ДЦ Infiniti
10. **Светлана Корнева,** начальник отдела оперативного учета № 3
11. **Максим Волик,** директор по развитию корпоративного направления
12. **Сергей Горячкин,** руководитель отдела продаж ДЦ LADA
13. **Никита Шейн,** директор ДЦ Infiniti
14. **Станислав Жабин,** директор ДЦ Škoda/Mitsubishi/Mercedes-Benz Vans
15. **Иван Белов,** директор ДЦ BMW с сохранением существующих обязанностей бренд директора
16. **Алексей Мусин,** директор кузовного центра и директор направления страхования ГК «АГАТ»
17. **Никита Подольский,** директор по послепродажному обслуживанию ДЦ Ford/Hyundai/Mitsubishi на Родионова

**САРАНСК**

18. **Александр Киткин,** руководитель отдела продаж ДЦ Toyota
19. **Ксения Шаронова,** руководитель службы качества ДЦ Toyota
20. **Алексей Никитин,** директор ДЦ Hyundai

**СЫКТЫВКАР**

21. **Ксения Геллерт,** руководитель отдела запасных частей
22. **Александр Скотников,** региональный директор и директор ДЦ Toyota
23. **Игорь Вегера,** директор ДЦ КАМАЗ/ГАЗ
24. **Андрей Карпов,** заместитель регионального директора по продажам авто с пробегом

**КИРОВ**

25. **Дмитрий Зайцев,** руководитель отдела продаж автомобилей с пробегом
26. **Анатолий Кокорин,** руководитель отдела запасных частей
27. **Александр Подволоцкий,** директор по послепродажному обслуживанию

**ВОЛГОГРАД**

28. **Константин Шагапов,** директор ДЦ «Toyota Восток»
29. **Антон Каневец,** директор по послепродажному обслуживанию ДЦ Toyota
30. **Александр Богачёв,** руководитель центра кузовного ремонта ДЦ Toyota
31. **Дмитрий Бугаев,** руководитель отдела продаж ДЦ Toyota
32. **Георгий Гогошвили,** руководитель отдела продаж ДЦ «Toyota Восток»
33. **Ксения Попова,** руководитель отдела качества ДЦ «Toyota Восток»
34. **Игорь Медведев,** директор ДЦ «LADA на пр. Ленина»
35. **Анна Гордеева,** руководитель отдела качества ДЦ «Лексус»
36. **Ольга Гончарук,** руководитель отдела качества ДЦ LADA/ГАЗ
37. **Наталия Дёмина,** руководитель отдела продаж ДЦ «Hyundai на Авиаторов»
38. **Андрей Харипов,** начальник отдела запасных частей ДЦ «Toyota Восток»
39. **Сергей Щучкин,** начальник отдела сопровождения продаж ДЦ «Toyota Восток»
40. **Валерий Маркин,** руководитель отдела продаж площадки «ГАЗ на Ленина»
41. **Максим Голосной,** начальник отдела гарантии ДЦ Toyota

**САРАТОВ**

42. **Сергей Семенищев,** начальник отдела запасных частей ДЦ УАЗ/LADA
43. **Александр Леонов,** начальник отдела продаж ДЦ УАЗ
44. **Антон Хасьянов,** начальник отдела продаж ДЦ Hyundai

**УХТА**

45. **Александр Клец,** региональный директор

Участник кадрового резерва

# 10 ВОПРОСОВ О БУДУЩЕМ

ЗА ПОСЛЕДНИЕ 100 ЛЕТ МИР ОЧЕНЬ СИЛЬНО ИЗМЕНИЛСЯ. ЕСЛИ ОБОБЩИТЬ, ТО ДВИГАТЕЛЕМ ЭТИХ ИЗМЕНЕНИЙ БЫЛО СТРЕМЛЕНИЕ ЛЮДЕЙ К СВОБОДЕ, ОБЩЕНИЮ, КОНТРОЛЮ НАД ВРЕМЕНЕМ И МИРОМ. А КАК ИЗМЕНИТСЯ МИР В БЛИЖАЙШИЕ 10, 50, 100 ЛЕТ? МЫ НАШЛИ ОТВЕТЫ ЭКСПЕРТОВ НА САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ВОПРОСЫ О БУДУЩЕМ.

## 1 КАКИМ БУДЕТ НАСЕЛЕНИЕ ПЛАНЕТЫ ЧЕРЕЗ 10 ЛЕТ?

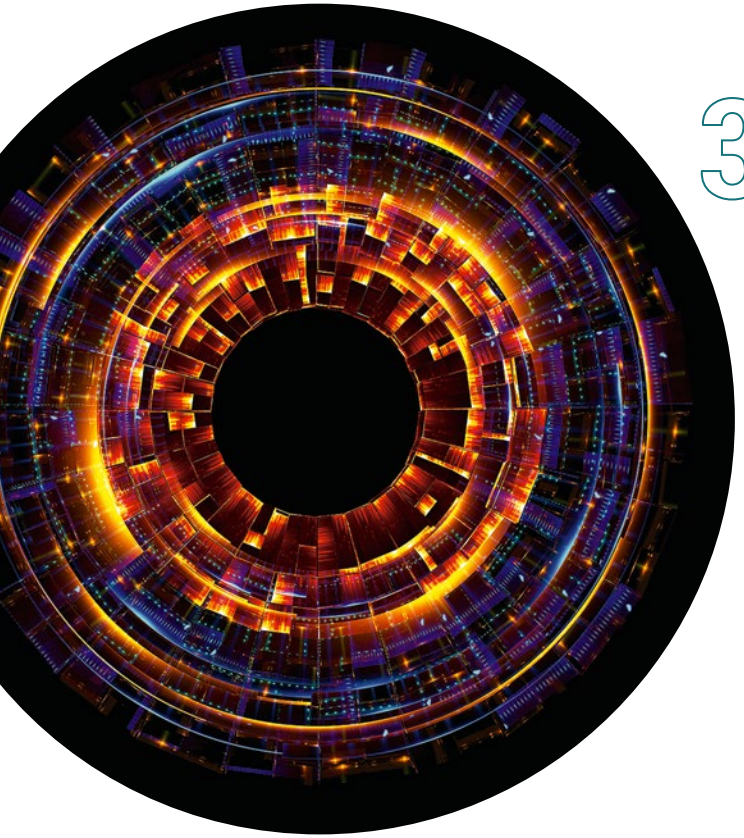
Население мира в будущем ждут перемены. Как следует из анализа Deutsche Bank, сейчас оно составляет чуть больше 7 миллиардов и достигнет пиковой отметки в 8,7 миллиардов к 2055 году. Далее его ждет постепенное сокращение. Самые главные изменения касаются возрастной пирамиды: население неизменно стареет, причем как в Европе, так и в Африке. Беспокойство тех, кто ждет бесконечного роста населения Земли со всеми вытекающими последствиями (вроде крайне быстрого истощения всех ресурсов), неоправданно. Наша планета при грамотном использовании может снабдить всем необходимым десятки миллиардов людей. Но, скорее всего, дело ограничится лишь одним десятком. При этом значительную долю населения Земли будут составлять люди старше 55 лет. Еще со времен промышленной революции началось переселение жителей из сельской местности в города. Сейчас мы наблюдаем процесс превращения городов в мегаполисы.

*«Сегодня мы можем наблюдать за процессом урбанизации. Мир насчитывает 219 стран и около 600 крупных городов. Через 30 лет большинство жителей Земли (80–85% людей) будет жить в этих 600 мегаполисах, и на них будет приходиться 95–99% экономической активности. Развитие данных процессов уже можно наблюдать в России, Австралии, США и Китае» (Кьелл Нордстрем)*

## 2 ВЫРАСТУТ ЛИ ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ?

Если говорить о нашей стране, то экономические прогнозы на ближайшее будущее уже достаточно оптимистичны. По данным МВФ, ВВП России в 2016 году снизился, но при пересчете по паритету покупательной способности он вырастет на 0,5%. Это дает основания предположить, что положительная тенденция не заставит себя ждать и в будущем. При этом в ближайшие 20 лет «двигателем роста» мировой экономики станет «средний класс». Эксперты Bloomberg отмечают, что именно люди среднего класса пользуются банковскими услугами, берут кредиты, когда не хватает наличных средств. В качестве оценки уровня дохода используется универсальный подход Всемирного банка: если человек тратит больше 10 долларов в день, то его можно считать представителем среднего класса. Однако данный прогноз для России пока не кажется реалистичным, т.к. наблюдается явный тренд на снижение числа представителей среднего класса. По данным Финансового университета при Правительстве РФ, в 2013 году в России к их числу относились 18%, в 2014 году — 16%, а в 2015 — только 13%. Стоит заметить, что в качестве базового показателя среднего класса в этом университете считают возможность купить новый автомобиль, а не средние затраты в день.

По данным Финансового университета при Правительстве РФ



## 3 КАК ИЗМЕНЯТСЯ ГАДЖЕТЫ?

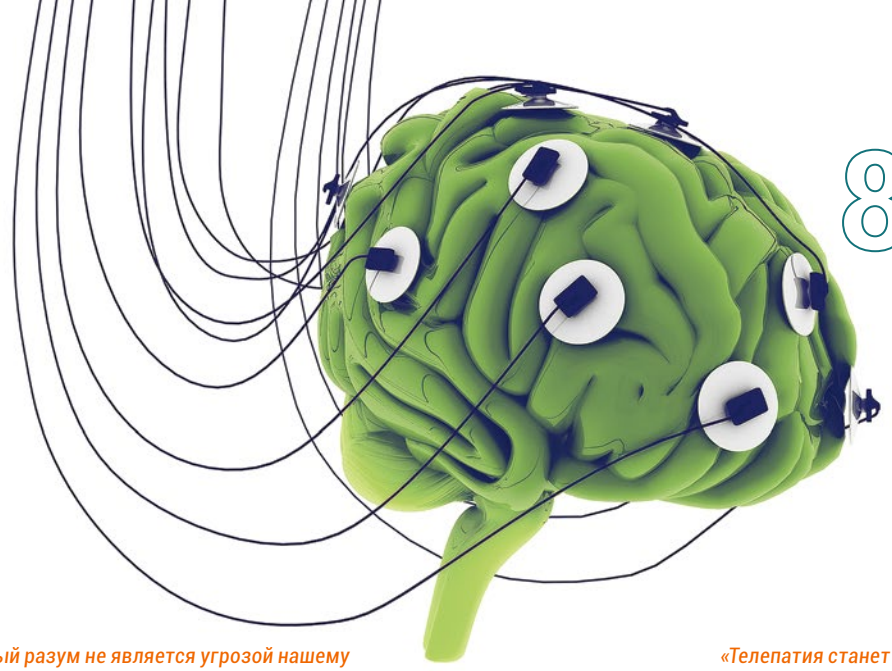
К середине нынешнего века все прогрессивное человечество избавится от дисплеев, мониторов и экранов. Уже сегодня существует несколько разработок контактных линз, которые проецируют на сетчатку глаза изображения. Сегодня это довольно примитивные прототипы, однако их постепенная эволюция приведет к тому, что в жизни человека не останется места для внешних дисплеев. Зачем они будут нужны, если самый лучший дисплей с качественным супер-реалистическим изображением будет размещаться на кончике пальца в виде контактной линзы? Любое необходимое изображение будет передаваться по беспроводной связи прямо на сетчатку глаза. Это кардинальным образом изменит дизайн всей электроники и бытовой техники. Индустрию развлечений ждет настоящая революция. Сегодняшние попытки создать трехмерное изображение покажутся примитивными аттракционами. Гаджеты без дисплеев станут больше походить на бижутерию и украшения. В моде на 2050 год будут «цифровые драгоценности», а со временем человек поймет, что настоящая красота должна скрываться внутри, и станет прятать гаджеты в своем теле.

## 4 КАК БУДЕТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬСЯ ПЛАНИРОВАНИЕ: НА 5, 10 ИЛИ 20 ЛЕТ ВПЕРЕД?

Планирование в традиционном понимании исчезнет. Технологии развиваются с такой скоростью, что, пока мы пишем план разработки, согласуем бюджет, технологии могут измениться и не единожды. В новой реальности нужно будет идти методами проб и ошибок.

## 5 ЗАМЕНЯТ ЛИ ЛЮДЕЙ РОБОТЫ?

Автоматизация ручного и даже интеллектуального труда началась не вчера, но в последнее десятилетие этот процесс значительно ускорился. Во-первых, потому что компьютеры массового пользования стали по-настоящему мощными и теперь способны выполнять работу, которую раньше мог выполнять только человек, а во-вторых, потому что на глазах начинают дешеветь промышленные и домашние роботы. Автоматизация — требование глобальной конкуренции, и она происходит в тех случаях, когда робот или программа оказывается производительнее или эффективнее, чем выполняющий ту же работу человек. По оценкам оксфордских исследователей из Martin School's Programme on the Impacts of Future Technology, в течение ближайших 20 лет до 45% существующих рабочих мест в развитых странах будут заменены роботами и компьютерными программами. А люди должны будут заняться такой работой, которую роботы выполнять не смогут. Значительная часть этой работы станет творческой.



## 6 КОГДА СОЗДАДУТ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ?

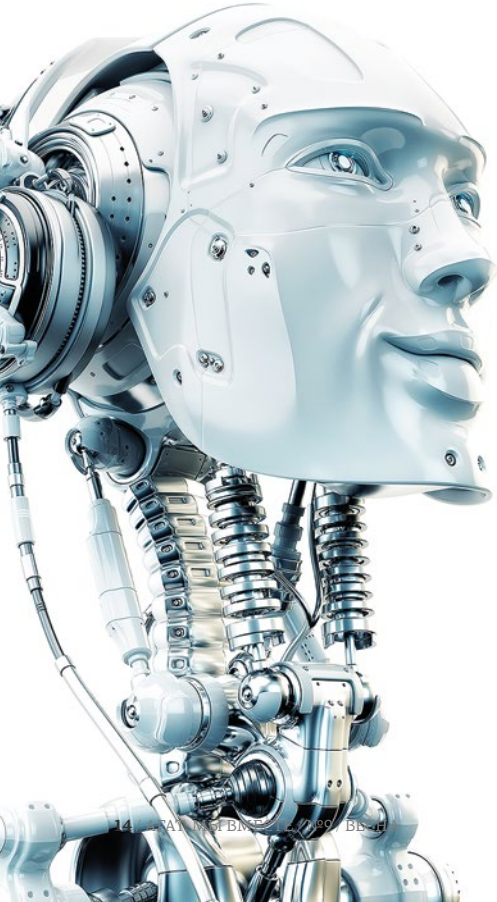
Если технологии продолжат развиваться в том же темпе, что и сегодня, к середине века вполне возможно появление искусственного интеллекта. Но почему-то в нашем представлении (сформированном классической фантастикой) искусственный разум — это нечто, заключенное в металлической коробке,— в компьютере или голове робота. На самом деле, искусственный интеллект (точнее, множество таких интеллектов), скорее всего, будет существовать в цифровом облаке, на просторах мировой Сети, к которой уже сейчас подключают все, что угодно,— вплоть до кофеварок.

*«Но искусственный разум не является угрозой нашему существованию. Дело в том, что в человеке мало врожденного. Весь его процесс становления проходит через ощущения и воспитание. Развитие искусственного разума происходит по-другому сценарию: в его основе лежит программа. Такой разум будет совершенно иначе воспринимать мир. Одно можно сказать точно — он будет нашим верным помощником». (Анатолий Вассерман)*

## 8 СТАНЕТ ЛИ РЕАЛЬНОСТЬЮ ТЕЛЕПАТИЯ?

Говорят, что уже через 20 лет общество овладеет возможностями телепатии. Сегодня ученые уже умеют вживлять в мозг парализованным специальные микросхемы, с помощью которых те могут только лишь при помощи силы мысли управлять компьютерами, писать электронные письма, играть в видеоигры и пользоваться веб-браузерами. Инженеры из японской компании Honda уже научились создавать роботов, которые управляются пациентами силой мысли. Кендрик Кэй из Калифорнийского университета в Беркли говорит, что появление телепатов в будущем неизбежно. И никаких сверхспособностей человеку для этого не понадобится.

*«Телепатия станет одной из обычных форм повышения функциональности мозга. Восприятие мыслей и передача их на расстояние станет столь же привычным делом, что хранение мыслей в компьютерных сетях» (Футуролог Иан Пирсон).*



## 7 ИЗОБРЕТУТ ЛИ АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ?

Мировая экономика растет. То быстрее, то медленнее, но растет. Растет энергопотребление — выпускаются более емкие аккумуляторы смартфонов, появляется интернет вещей, строятся более мощные дата-центры, и так далее. Таким образом, необходимость в энергоносителях тоже растет. Согласно прогнозам BP (до мая 2001 года компания называлась British Petroleum), мировой спрос на энергоносители к 2035 году вырастет на 35%. При этом мы не должны забывать, что запасы нефти и газа конечны, поэтому вопрос альтернативных источников энергии, которые при этом еще и экологически безопасные, будет актуальным. В число перспективных направлений входят солнечная энергетика, ветряная, биотопливная, а также мини-гидроэлектростанции, в том числе на основе геотермальной энергии и работающие на силе прилива. Потенциал возобновляемых источников энергии в России колоссален. Как отмечает директор по направлению «Экология и энергоэффективность» Агентства по прогнозированию балансов в электроэнергетике (АПБЭ) Ольга Новоселова, этот потенциал достигает 4,5 млрд тонн условного топлива в год, что более чем в четыре раза превышает ежегодное внутреннее потребление первичных энергоресурсов в стране. При этом практически в каждом российском регионе есть свой вид возобновляемого ресурса.

## 9 НУЖНО ЛИ БУДЕТ НАМ В БУДУЩЕМ ЕХАТЬ КУДА-ЛИБО НА ВЫХОДНЫЕ ИЛИ В ОТПУСК, ИЛИ МЫ СМОЖЕМ НАСЛАЖДАТЬСЯ ВИРТУАЛЬНЫМИ ПУТЕШЕСТВИЯМИ?

Возможно, в будущем мы сможем ощущать песок между пальцами, чувствовать океанскую соль на губах, слышать шум прибоя и чувствовать запах морских водорослей, лежа в своей кровати дома. Тем не менее, мы не сможем обмануть разум. Как бы реальны ощущения ни были, мы все равно будем осознавать, что это не по-настоящему. Так что даже если такое изобретение и будет возможным, и по доступной цене, оно никогда не заменит реальных ощущений от путешествия.

## 10 КАКИМИ БУДУТ ДЕНЬГИ ЧЕРЕЗ 50 ЛЕТ?

К 2025 году бумажные деньги останутся лишь в музеях, банковские сети глобально сократятся под натиском интернета, а любую финансовую операцию можно будет осуществить и без привычной пластиковой карты. Параллельно с картой будут существовать и смогут приходить ей на помощь умные вещи, использующие технологию токенизации, рассчитываться которыми удобно, просто и безопасно. Токен — уникальный код, хранящий зашифрованную информацию о реквизитах кредитной карты и устройстве, к которому он привязан. В роли носителя токена может выступить любой гаджет, одежда, транспортное средство — все, что угодно, на что хватит фантазии инженеров и дизайнеров. Часы — несомненно. Уже сегодня можно рассчитаться, поднеся к терминалу Apple Watch. Автомобиль — возможно. Автомобиль сам станет картой, которой удобно расплачиваться на стоянке в аэропорту и въезде на автостраду. Возможности смартфона как платежного инструмента еще далеко не исчерпаны. В лабораториях Mastercard уже разработан сервис, позволяющий получать в ресторанах счет на мобильное устройство, не дожидаясь, пока официант принесет распечатку. Еще одно нововведение Mastercard — верификация владельца по селфи. Сейчас банки иногда просят ввести уникальный пароль, который присылают по sms. Возможно, в будущем будет достаточно сфотографироваться и подмигнуть. Нет сомнений, что деньги будущего станут еще умнее и еще удобнее. Возможно, и отношение к деньгам изменится, люди станут задумываться об оптимизации затрат. Уже сейчас заметны тенденции к развитию экономики совместного потребления, когда краткосрочная аренда становится дешевле покупки. Например, если вы пользуетесь дрелью раз в год, выгоднее взять ее напрокат, чем покупать.

*Деньги останутся единицей измерения. Другое дело, что несколько изменятся их функция и само отношение человека к потреблению. Он перестанет их тратить на смену четвертого айфона пятым. Материальные возможности человека — это всего лишь средства для развития и самосовершенствования. Следовательно, наши потребности будут регулироваться в зависимости от цели. Если ты стремишься к совершенствованию, то вряд ли будешь гоняться за новой моделью айфона. И не потому, что кто-то запрещает, а потому, что сам ставишь себе более интересные задачи. (Анатолий Вассерман)*

**РЕЗЮМИРУЯ, МОЖНО СКАЗАТЬ, ЧТО НАШЕ БУДУЩЕЕ СВЯЗАНО С ЕЩЕ БОЛЕЕ ВЫСОКИМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ, ОТКРЫТИЕМ НОВЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ, СВЕРХСПОСОБНОСТЕЙ И ВСЕ ТЕМ ЖЕ СТРЕМЛЕНИЕМ К СВОБОДЕ.**

# Какими станут автомобили будущего

## БЕЗ ВОДИТЕЛЯ

Разработкой беспилотных автомобилей занялись более 30 лет назад, а, по прогнозам, к 2030 году они займут 10% мирового авторынка.

**Факт:** *Сегодня кроме автопроизводителей вопросом занимается компания Google. На крыше GoogleCar установлен оптический радар, 64 луча которого сканируют местность. Четыре радарных сенсора в бампере следят за дорогой и предупреждают о пешеходах, машинах, животных и т.д. В верхней части лобового стекла стоит камера, которая различает сигналы светофоров и дорожные знаки. Местонахождение и маршрут контролирует GPS.*

## ЛЕТАЮЩИЕ

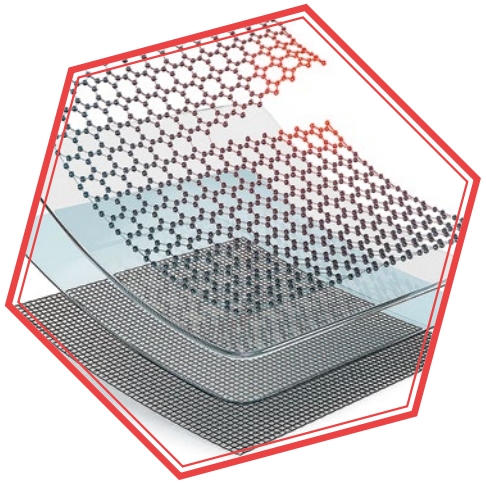
В 2017 году в серийное производство поступят летающие автомобили.

**Факт:** *Словацкая компания Aeromobil создала прототип летающего авто, которое способно подняться в воздух со стартовой площадки длиной не менее 200 м. Стоимость нового транспортного средства составит несколько сотен тысяч евро. Предполагается, что со временем летающие машины заметно подешевеют, как это произошло, к примеру, с мобильными телефонами. Летающий автомобиль AeroMobil 3.0 оснащен бензиновым двигателем мощностью 100 л.с. и способен развить скорость до 160 км/ч. Наибольшая скорость в воздухе составляет 200 км/ч, а дальность полета достигает 700 км.*

## ВОЗДУХ ВМЕСТО БЕНЗИНА

В поисках альтернативных источников топлива находится не одно поколение инженеров. Один из видов такого топлива вполне может стать реальным в будущем. Это воздух!

**Факт:** *Француз Ги Нэгр (Guy Negre), бывший инженер «Формулы 1», разработал схему двигателя, по конструкции похожего на стандартный ДВС. В нем два рабочих и два вспомогательных цилиндра. Теплый воздух засасывается прямо из атмосферы и дополнительно подогревается. Затем он попадает в камеру, где смешивается с охлажденным до –100 градусов Цельсия сжатым воздухом. Воздух быстро разогревается, резко увеличивается в объеме и толкает поршень главного цилиндра, который приводит в движение коленчатый вал. Tata Motors запускает производство автомобиля с таким мотором. Он оснащен баллоном, вмещающим 90 куб. м сжатого воздуха. На одной заправке машина способна проехать от 200 до 300 км, с максимальной скоростью в 110 км/ч. С помощью компрессоров, установленных на АЗС, ее можно будет заправить за 2–3 минуты.*



## ГИБРИДЫ

Энергетический вопрос заставил автопроизводителей разрабатывать технологии с использованием возобновляемых источников. Уже сегодня на рынке представлены электромобили и гибриды (имеющие два источника энергоснабжения — бензиновый /дизельный/ газовый и электрический двигатели). Однако пока аккумуляторы, энергия которых используется для работы электродвигателя, очень громоздкие и тяжелые.

**Факт:** *в Европе группа из девяти автопроизводителей в настоящее время испытывает кузовные панели, которые могут накапливать энергию и заряд быстрее, чем обычные батареи. Они изготавливаются из полимерного углеродного волокна и смолы, и они прочные, но гибкие. Благодаря разработке вес автомобилей может снизиться на 15%.*

## С ШИНАМИ БЕЗ ВОЗДУХА

Чтобы сделать шины более экологичными, повысить их грузоподъемность и избавиться от подкачивания, специалисты уже разработали новинку — шины без воздуха.

**Факт:** *В Bridgestone разработали шины с уникальной конструкцией из термопластичной резины. Таким образом, нет необходимости в периодическом наполнении шин воздухом, устраняется опасность проколов, сокращается объем технического обслуживания.*

## КОМПАКТНЫЕ

Вопрос с парковками и заторами на дороге заставил инженеров разработать компактный автомобиль.

**Факт:** *Крошечный CityCar, который рассчитан на водителя и пассажира, разработан исследователями из Массачусетского технологического института. В разложенном состоянии его длина 2,5 метра. В сложенном виде автомобиль настолько компактный, что на одно парковочное место могут встать сразу три таких машины. Секрет в том, что в конструкции нет привычного двигателя, трансмиссии и коробки передач, а вместо этого есть робоколеса, в каждое из которых встроен собственный двигатель, подвеска и тормоз. Каждое колесо может поворачиваться на 120 градусов, то есть машина способна вращаться вокруг своей оси, что снимает любые проблемы с парковкой.*

## С «ДОБРЫМИ» МИКРОБАМИ

В автомобиль будут помещать ферменты для мониторинга выхлопов и передачи данных по загрязнению на микропроцессор, который затем отрегулирует работу двигателя. Такие «добрые» микробы уже используются, к примеру, для добычи металлов, находящихся в следовых количествах в морской воде. Это так называемые «металлоголодные микробы».

**Факт:** *В подобном проекте уже сегодня участвуют „Eli Lilly", „Hoff man-La Roche", „J. D. Sirl", „Upjohn & Merk" и „General Electric".*

## С ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТЬЮ

Компьютерные 3D-технологии глубоко проникают в автомобилестроение. Поэтому неудивительно, что автомобили будут оборудовать системами высокого разрешения, позволяющими выводить на стекло показания приборной панели. Также на стекло будет проецироваться «дополненная реальность» с подробной навигационной информацией, номерами домов, названиями улиц и стрелками, подсказывающими, куда нужно повернуть и какой полосы стоит придерживаться. Этот же дисплей можно будет использовать для работы в интернете, просмотра фильмов и прочих развлечений, однако только в том случае, если машина не находится в движении.

**Факт:** *сегодня около 2% автомобилей уже оснащены подобной технологией (пока на лобовом стекле отображаются показатели скорости в виде монохромных цифр). Дополненная реальность также может использоваться пассажирами. Toyota представила концепт системы, позволяющей при помощи сенсорного экрана приближать объекты за пределами автомобиля, идентифицировать их, а также оценивать расстояние до объектов.*

## НАЧНУТ «ОБЩАТЬСЯ» ДРУГ С ДРУГОМ

Производители автомобилей занимаются развитием технологий, которые позволят автомобилям «общаться» друг с другом — передавать и принимать информацию о местонахождении, скорости и направлении, чтобы сохранять безопасное расстояние. Представьте себе, вы приближаетесь к перекрестку в то время, как другому автомобилю горит красный свет. Вы не видите его, но ваш автомобиль получает сигнал, что другая машина находится непосредственно на вашем пути и предупреждает вас о возможном столкновении или даже активизирует тормоз во избежание аварии.

**Факт:** *Специалисты BMW уже представили концепт с такой системой под названием Vision ConnectedDrive. Подобная технология в настоящее время тестируется и специалистами Ford.*

# БУДУЩЕЕ АВТОДИЛЕРОВ: ПЕРЕХОД НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ

*НЕ СЕКРЕТ, ЧТО БУДУЩЕЕ АВТОДИЛЕРОВ НАПРЯМУЮ СВЯЗАНО С БУДУЩИМ САМИХ АВТОМОБИЛЕЙ. А В ИХ РАЗВИТИИ НАМЕТИЛИСЬ СВОИ ВЕКТОРЫ. КАКИЕ И КАКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ОНИ ОКАЖУТ НА ГК «АГАТ»? ДАВАЙТЕ РАЗБИРАТЬСЯ ВМЕСТЕ.*

Во-первых, автомобили будут собирать на основе модульной системы. То есть при ремонте нужно будет менять не определенные детали, а целые модули-блоки. Во-вторых, производители работают над экономией топлива и повышением безопасности. Поэтому идет интенсивное развитие альтернативных двигателей и беспилотных автомобилей. Если раньше на рынке были представлены только автомобили с двигателями внутреннего сгорания, то сравнительно недавно появились электро-, водородные и гибридные автомобили (имеющие двигатель внутреннего сгорания и электродвигатель), а «беспилотники» уже сегодня представлены в качестве общественного транспорта в некоторых западных странах. Так, беспилотный автомобиль «думает» практически наравне с водителем, а решения «беспилотников» запрограммированы на «реагирование» в разных дорожных ситуациях, поэтому и аварийность будет снижаться.

Как эти тренды повлияют на нас как на дилеров? С одной стороны, для нас это хорошо, т.к. автомобили станут сложнее, и гаражные сервисы не смогут их обслуживать. С другой стороны, ремонтопригодность автомобилей снизится в связи с тем, что количество деталей станет меньше, соответственно, сервисные и кузовные работы будут требоваться намного реже. Скорее всего, мы придем когда-нибудь к тому, что автомобили будут менять, как смартфоны, а основная часть бизнеса ГК «АГАТ» (как и других дилеров) перейдет в направление автомобилей с пробегом, причем эта тенденция хорошо прослеживается последние несколько лет. При этом сами автомобили будут постепенно превращаться в высокотехнологичный продукт, и, возможно, мы откроем новые формы их использования.

Сегодня информационные технологии настолько глубоко внедряются во все направления бизнеса, что становятся его движущей частью. Эксперты уверены: чтобы не проиграть схватку технологичным компаниям, автоконцернам необходимо самим перейти на новый уровень. Поэтому многие ведущие автопроизводители объединяются с компаниями — разработчиками программ и мобильных приложений. К примеру, Toyota сделала «стратегическую инвестицию» в сервис Uber. Автоконцерн Volkswagen объявил об инвестициях на сумму $300 млн в конкурента Uber — такси-сервис Gett, а корпорация General Motors вложила $500 млн в еще одного конкурента Uber — сервис Lyft. В этих партнерствах компании собираются заняться созданием автомобильных приложений для водителей такси, разработкой самоуправляемых автомобилей и продвижением автомобилей среди партнеров — сервисов такси.

Но наблюдается и обратный процесс, когда компании-инноваторы сами разрабатывают автомобили. Так, в компании Apple команда из 1000 человек трудится над созданием собственного электромобиля и сети заправок для них. А недавно компания инвестировала $1 млрд в китайский сервис такси

Didi Chuxing. Это дает Apple выход на 300-миллионную аудиторию сервиса и доступ к 14 млн водителей в 400 городах Поднебесной. По словам CEO Gett Шахара Вайнера и главы Volkswagen Маттиаса Мюллера, сотрудничество автопроизводителей и компьютерных разработчиков позволит компаниям выйти за пределы собственности на машину. В скором времени речь будет идти о мобильности по запросу как частного клиента, так и бизнеса, а автопроизводители ставят своей задачей быть «поставщиками услуг мобильности».

Таким образом, автомобили перестанут быть просто «средством передвижения», а будут еще более технологичным программным продуктом и смогут оказывать услуги по доставке пассажиров без водителя.

**«ЧТОБЫ НЕ ПРОИГРАТЬ СХВАТКУ ТЕХНОЛОГИЧНЫМ КОМПАНИЯМ, АВТОКОНЦЕРНАМ НЕОБХОДИМО САМИМ ПЕРЕЙТИ НА НОВЫЙ УРОВЕНЬ. ПОЭТОМУ МНОГИЕ ВЕДУЩИЕ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛИ ОБЪЕДИНЯЮТСЯ С КОМПАНИЯМИ — РАЗРАБОТЧИКАМИ ПРОГРАММ И МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ.**

С этой точки зрения, может возникнуть такая ситуация, когда автомобили не будут покупать и использовать привычным нам способом. Например, выбирая между поездками по городу в будущем (в условиях высокой плотности движения, проблем с парковками и т.д.), люди будут отдавать предпочтение автомобилям без водителей или пользоваться услугами каршеринга, то есть арендовать автомобиль с поминутной и почасовой оплатой. С помощью приложения на смартфоне можно будет быстро найти ближайшую свободную машину, а по завершении поездки оставить ее в любом разрешенном для парковки месте. Один такой «общественный» автомобиль заменит, по различным оценкам, от 8 до 15 личных авто. Заметим, что только в Европе рынок каршеринга за последние два года вырос на 85%. Услуга становится популярной и в России. Например, московская каршеринговая компания насчитывает около 80 автомобилей и планирует в ближайшее время увеличить парк машин до 300, стоимость услуги составляет 480–600 рублей за час (по данным на 02.11.2016). Санкт-Петербургская компания предоставляет автомобили в аренду дешевле — от 199 рублей в час, имеет в управлении 70 автомобилей и обслуживает чуть больше двух тысяч постоянных клиентов. Таким образом, для компании «АГАТ» как для дилера в перспективе откроется еще один тип корпоративных клиентов — каршеринговые компании и владельцы беспилотных такси. Но если количество таких клиентов вырастет, то можно ли ожидать снижения личных продаж?

*ЧТОБЫ ОТВЕТИТЬ НА ЭТОТ ВОПРОС, ХОТЕЛОСЬ БЫ ПРОВЕСТИ НЕКОТОРЫЕ АНАЛОГИИ. ВОЗЬМЕМ, К ПРИМЕРУ, РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС. ВЫ, НАВЕРНОЕ, ЗАМЕТИЛИ, ЧТО ДАЖЕ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА РАСТЕТ КОЛИЧЕСТВО НОВЫХ ПРОДУКТОВЫХ МАГАЗИНОВ С САМЫМ РАЗНООБРАЗНЫМ АССОРТИМЕНТОМ. БЛАГОДАРЯ ИНТЕРНЕТУ НАМ ДОСТУПНО БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО НОВЫХ И ЭКЗОТИЧЕСКИХ РЕЦЕПТОВ, А ОБОРУДОВАТЬ КУХНЮ ВСЕМ НЕОБХОДИМЫМ НЕ СОСТАВИТ ТРУДА В ЛЮБОМ МАГАЗИНЕ ТЕХНИКИ. ТО ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТИ ГОТОВИТЬ БЛЮДА САМИМ БЕЗГРАНИЧНЫ, НО ВМЕСТЕ С ТЕМ УВЕЛИЧИВАЕТСЯ И ЧИСЛО РЕСТОРАНОВ. ПРИВЕДЕМ ЕЩЕ ОДИН ПРИМЕР. СЕБЕСТОИМОСТЬ ЧАШКИ ЛУЧШЕГО КОФЕ СЕГОДНЯ СОСТАВЛЯЕТ МЕНЕЕ 20 РУБЛЕЙ. ЛЮБОЙ ЖЕЛАЮЩИЙ МОЖЕТ УСТАНОВИТЬ КОФЕ-МАШИНУ И ГОТОВИТЬ СЕБЕ ИЗЫСКАННЫЙ НАПИТОК САМОСТОЯТЕЛЬНО. ОДНАКО ЛЮДИ ПРЕДПОЧИТАЮТ STARBUCKS, ГДЕ СТОИМОСТЬ КОФЕ В РАЗЫ ВЫШЕ. ТО ЕСТЬ ВОПРОС ЭКОНОМИИ ЗДЕСЬ СТОИТ НЕ НА ПЕРВОМ ПЛАНЕ. ПОЧЕМУ? ЛЮДИ ГОТОВЫ ПЛАТИТЬ ЗА ОПЫТ И ПРЕВОСХОДНЫЙ СЕРВИС, А ЗНАЧИТ МИР ДВИЖЕТСЯ В СТОРОНУ УСЛУГ.*

*ПОХОЖАЯ ТЕНДЕНЦИЯ И В АВТОМОБИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ. РАСТЕТ ЧИСЛО ГАРАЖНЫХ И НЕОФИЦИАЛЬНЫХ СЕРВИСНЫХ СТАНЦИЙ, А КОЛИЧЕСТВО ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ У ОФИЦИАЛЬНЫХ ДИЛЕРОВ УМЕНЬШАЕТСЯ. АНАЛИЗИРУЯ ДАННЫЕ ТРЕНДЫ, МОЖНО СДЕЛАТЬ ВЫВОД, ЧТО БИЗНЕС ГК «АГАТ» В БУДУЩЕМ БУДЕТ ОСНОВЫВАТЬСЯ НЕ НА ПЕРЕПРОДАЖЕ АВТОМОБИЛЕЙ И ОБОРУДОВАНИЯ, А НА СОЗДАНИИ УНИКАЛЬНОГО ОПЫТА ДЛЯ КЛИЕНТА, КОТОРЫЙ ПРИОБРЕТАЕТ В КОМПАНИИ АВТОМОБИЛИ, ЗАПЧАСТИ И СЕРВИСНЫЕ УСЛУГИ. МЫ СТОИМ НА ПОРОГЕ ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ. СТАНОВИТСЯ ПОНЯТНО, ЧТО НАМ ПРИДЕТСЯ ИЗМЕНИТЬ СВОЙ ПОДХОД К КЛИЕНТАМ И ПЕРЕСТРОИТЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ, ИСПОЛЬЗУЯ ЛУЧШИЕ МИРОВЫЕ ПРАКТИКИ И ЗАИМСТВУЯ УСПЕШНЫЙ ОПЫТ ИЗ ДРУГИХ ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ, ЧТОБЫ БЫТЬ УСПЕШНЫМИ НЕ ТОЛЬКО СЕГОДНЯ, НО И В МИРЕ БУДУЩЕГО.*

# Компания будущего: ВЗГЛЯД ИЗ НАСТОЯЩЕГО

**Свободный график работы, отсутствие планов и отчетов, возможность работы из дома, а на совещания вместо себя можно будет отправлять голограмму, — звучит как забавный вымысел? Тем не менее, так может выглядеть работа в самых успешных компаниях в будущем. Мы решили порассуждать, как изменятся организации, опираясь на те изменения, которые происходят сегодня в мире, в автобизнесе и в ГК «АГАТ». Скажем сразу, что это лишь попытка заглянуть в будущее, поэтому дальнейшие рассуждения носят гипотетический характер.**

Главным свойством организаций будущего, как показывают исследования, станет постоянное приспособление к динамичной внешней среде. Организации будут меняться в соответствии с изменением как экономических, так и глобальных условий, а также следуя ожиданиям клиентов. Преобразования будут происходить на всех уровнях компаний: в бизнес-процессах, структурах и методах. При этом изменения будут инициировать сотрудники, нацеленные на профессиональный рост, приобретение навыков, повышение ценности своей работы. Именно сотрудники будут самым главным капиталом для компании, поэтому организации будут инвестировать в их обучение и развитие.

## ГАДЖЕТЫ

Скорость изменения компаний будет зависеть от темпов развития информационных технологий.

*Как показал опрос, проведенный Coleman Parkes, 76% российских офисных сотрудников не сомневаются, что в ближайшие 10 лет будут использовать в работе исключительно сенсорные интерактивные устройства и панели управления. В выполнение задач с помощью функции распознавания речевых команд верят 78%, и почти столько же предрекают активное использование очков дополненной реальности.*

*Участники исследования надеются, что в ближайшие 20 лет смогут отправлять виртуальных помощников или собственные голограммы для участия в совещаниях вместо себя. Самые же смелые идеи предполагают выполнение стандартных операций роботами-дронами, прямой обмен мыслями и командами по Bluetooth и активное использование в работе носимых гаджетов.*

В условиях интеллектуальной среды, когда машины, бытовая электротехника и даже стены будут запрограммированы на речевое общение, механическую работу можно будет делать, следуя роботизированной инструкции. К примеру, кладовщики и рабочие смогут выполнять задачи, слушая, что сообщает им машина о поэтапном исполнении команд или замене неисправной детали. Если сегодня некоторые компании используют труд сотрудников там, где его уже можно автоматизировать без потери качества, то в ближайшее время они или перестроятся, или выйдут из бизнеса, т.к. станут нерентабельными. Но мало того, что работа автоматизируется, намечается явный тренд к изменению рабочего места.

## HOMO UNIVERSALIS

Среди умений, которые потребуются в будущем, все более заметное место будет занимать умение работать в малых командах, которые в перспективе будут играть важную роль во всех видах деятельности. Самоуправляемые команды станут ключевыми звеньями гибкой организации будущего. Команды будут формироваться вокруг проектов. Как только проект будет реализован, команды будут трансформироваться в новые. Сотрудники могут быть одновременно частью нескольких команд. К примеру, представители разных отделов и служб ГК «АГАТ» уже сегодня объединяются в группы для работы по различным проектам. Команды проектов могут включать аналитиков, финансистов, менеджеров по продажам, программистов и т.д. Индивидуальные усилия будут, как и сегодня, необходимы, но только в той мере, в какой они вносят вклад в работу всей команды. Так как в командах придется решать самые разные задачи, можно предположить, что бизнесу потребуются универсальные сотрудники, которые будут:

- обладать не узкоспециальными знаниями, а несколькими специальностями одновременно,
- принимать на себя ответственность,
- понимать, как их работа связана с работой других,
- смогут справляться с более сложными заданиями,
- способны работать в ситуации неопределенности,
- быстро адаптироваться к изменившимся обстоятельствам и
- чувствовать настроение людей вокруг них.

Именно такие сотрудники и работа в распределенных командах превратят компанию в живой организм. А живые организмы, как известно, обладают внутренней способностью ощущать изменения в окружающей среде и адаптироваться к ним изнутри. Поэтому через несколько лет изменения в компании будут происходить естественно, непрерывно и без особых усилий.

## БУДУЩЕЕ НАСТУПИЛО

Наша компания на рынке уже более 25 лет, и постоянное совершенствование бизнес-процессов стало для ГК «АГАТ» привычным явлением. За это время мы стали свидетелями трех масштабных экономических спадов. Последний скачок привел к тому, что российский авторынок существенно сократился. Судите сами, в нашей стране построено примерно 4500 дилерских центров, объем продаж которых до кризиса превышал три миллиона новых автомобилей в год. Сегодня спрос в два раза меньше — всего полтора миллиона авто. То есть то будущее, о котором мы писали в прошлых номерах нашего журнала, уже наступило. И это подтверждает тот факт, что исторически наша компания устанавливает стандарты для региональных дилерских авторынков. Мы всегда старались предвидеть и раньше других использовать новые возможности и даже создавать возможности там, где их пока нет. Даже в условиях стагнирующего рынка мы открываем новые дилерские центры, расширяем линейку брендов и выходим в новые регионы.

## РАБОЧЕЕ МЕСТО

Очевидно, многим сотрудникам не придется приезжать в офис, т.к. они смогут работать дома, если их работа не зависит от обязательного нахождения в офисе или на производстве. Уже сегодня огромное количество работы выполняется дома архитекторами, дизайнерами, консультантами, преподавателями и даже специалистами контактных центров (к примеру, 85% сотрудников контактного центра компании YOTA работают в интернет-чатах из дома). Прибавьте к этому растущую урбанизацию, транспортный вопрос с пробками на дорогах, редкими местами для парковки и высокими ценами на топливо. К тому же, чем меньше станут центральные офисы и производственные здания, тем меньше придется компаниям платить за недвижимость (в том числе и налоги) и тем меньше будет стоимость их обогрева, охлаждения, освещения, охраны и поддержания их в порядке. Особо отметим, что не все сотрудники могут быть перемещены из офисов. Некоторые виды работ — в особенности те, которые включают творческую часть (например, заключение договоров, работу с клиентами), где каждое принимаемое решение не рутинно,— как и сегодня, потребуют непосредственного контакта.

## ИНТУИТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ

Сегодня можно только предполагать, как будет выглядеть «АГАТ» в будущем, но очевидно, что мы станем еще более клиентоориентированной, технологичной и рентабельной компанией. Это значит, что вопросы будут решаться качественнее и быстрее, очевидно, для этого придется забыть о бюрократии, планировании и отчетности. В этом нам поможет прозрачная система совместной работы и обмена данными. Онлайн-совещания, доступ к бизнес-информации круглосуточно с любых устройств, имеющих выход в интернет,— эти системы уже широко применяются в ГК «АГАТ». А судя по ускорению темпов развития бизнеса, можно предположить, что пока мы будем строить планы и просчитывать возможные сценарии, готовый план будет уже неактуален. Поэтому нам придется забыть о планах и отчетах, а действовать интуитивно, мгновенно реагируя на все изменения рынка. ▶

## КОМАНДНЫЙ БИЗНЕС

Не исключено, что у ГК «АГАТ» будет новая корпоративная модель, а развитие отношений между дистрибьюторами и клиентами изменит наши представления о границах компании. К примеру, команды наших дилерских центров по умолчанию входят в команды своего бренда. Не исключаем, что в будущем сотрудники корпоративного центра тоже станут частью команд дистрибьюторов (к примеру, аналитической службы, отдела персонала и обучения), а профессиональные знания и умения каждого члена такой команды позволят сделать «АГАТ» уникальной компанией, где любые функции и процессы реализуются на глобальном уровне, включая бизнес автопроизводителей и даже автовладельцев.

## ОТ ЛИЧНОГО К ЕЩЕ БОЛЕЕ ЛИЧНОМУ

Несомненно, в будущем технологии продолжат играть ключевую роль. Повсеместная компьютеризация изменит не только поведение клиента, но и наши бизнес-процессы. Когда станут реальностью сенсорные сети, искусственный интеллект и широкое использование облачных технологий, взаимодействие с клиентами выйдет на новый уровень. Даже в ситуации, когда автомобили не будут управляться водителями, а машины сами станут «информировать» сервисные центры в случае их поломки или необходимости технического обслуживания, нам нужно будет выстраивать эффективную систему коммуникаций с клиентами. Будут ли это владельцы одного автомобиля или целого автопарка,— важным останется личное взаимодействие и сервис наивысшего уровня. Мы должны будем разрабатывать и предлагать новые продукты и услуги. А для этого нам уже сегодня надо научиться анализировать потребности и предвосхищать ожидания каждого автовладельца.

**Скажем больше, развитие отношений с дистрибьюторами и партнерами изменит наши представления о границах компании. Посудите сами, команды наших дилерских центров по умолчанию входят в команды своего бренда. Возможно, в будущем границы между головным офисом автопроизводителя, дистрибьютора, банков и страховых компаний, корпоративного центра и дилерских центров ГК «АГАТ» станут менее жесткими, напоминая больше социальную сеть компаний, где можно будет легко делиться информацией, задачами и проектами. Итак, успех компании в будущем, и «АГАТ» в том числе, будет во многом зависеть от того, насколько профессиональной будет ее команда, от создания условий для развития сотрудников. Потому что только сотрудники с абсолютно иным уровнем самоорганизованности — те, кто работает над собой, стремится к личному и профессиональному развитию, осваивает новые знания и навыки, те, кто умеет работать в команде, кто открыт инновациям — помогут нашей компании продолжать позитивно выделяться на фоне остальных участников рынка в будущем.**

# GENERATION

**ПРЕДСТАВЬТЕ СЕБЕ, ЧТО ЧЕРЕЗ НЕСКОЛЬКО ЛЕТ В НАШЕЙ КОМПАНИИ ВМЕСТЕ БУДУТ ТРУДИТЬСЯ ПРЕДСТАВИТЕЛИ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ: И ТЕХ, КОМУ ЗА 50 (ЧИСЛЕННОСТЬ ТАКИХ ЗНАЧИТЕЛЬНО ВОЗРАСТЕТ), И 20–30–40-ЛЕТНИЕ. К ТОМУ ЖЕ «ПОМОЛОДЕЮТ» И АВТОВЛАДЕЛЬЦЫ. ЦЕННОСТИ И ПОДХОД К РАБОТЕ У НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ ВО МНОГОМ ОТЛИЧАЮТСЯ ОТ ТЕХ, К КОТОРЫМ ПРИВЫКЛО СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ. ЧТО БУДЕТ ВАЖНО ДЛЯ КЛИЕНТОВ БУДУЩЕГО, И КАК НАМ АДАПТИРОВАТЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ПОД ИХ ЗАПРОСЫ? А КАКИМИ БУДУТ НАШИ КОЛЛЕГИ И НАШИ КЛИЕНТЫ ЧЕРЕЗ 10–20 ЛЕТ? И КТО БУДЕТ ТВОРИТЬ ТО САМОЕ, НАДЕЕМСЯ СВЕТЛОЕ, БУДУЩЕЕ? ДАВАЙТЕ ПОГОВОРИМ О НОВОМ ПОКОЛЕНИИ ЛЮДЕЙ.**

*Нейл Хоув*

*Вильям Штраус*

*Погода изменяется за час, люди — за поколение.*
***(Китайская поговорка)***

«Теория поколений» была разработана американскими учеными-демографами Нейлом Хоувом и Вильямом Штраусом в 1991 году. По их мнению, поколение — это группа людей, рожденных в определенный возрастной период, испытавших влияние одних и тех же событий и особенностей воспитания, с похожими ценностями. Мы этих ценностей не замечаем, они действуют незаметно, но во многом определяют наше поведение: как мы общаемся, как решаем конфликты и строим команды, как развиваемся, что и как покупаем, что нас мотивирует, как ставим цели и управляем людьми. Ценности формируются в детстве (до 10–12 лет). Но в течение жизни они могут меняться, однако для этого должны произойти очень крупные, значимые события в обществе, в личной жизни человека. Теория описывает повторяющиеся поколенческие циклы. Каждые четыре поколения составляют цикл. Временной промежуток, в который рождаются представители одного поколения,— около 20 лет, длительность одного цикла — 80–90 лет. По завершении цикла начинается повторение: пятая генерация обладает ценностями, схожими с первой. Сейчас в России живут и работают представители следующих поколений:

**Поколение беби-бумеров (1943–1963 г.р.)** — выросшие в трудное послевоенное время, поколение, восстановившее страну после разрухи: победители, трудоголики, оптимисты, командные игроки, нацеленные на постоянное преодоление трудностей. ▶

**Поколение X (1963–1984 г.р.)** — выросшие в переходный период от Советского союза к новой России, в период обесценивания целей страны, в неоднозначные девяностые годы: самостоятельные, гибкие в отношениях с людьми, готовые к переменам, рассчитывающие только на себя, предпочитающие постоянно учиться, главная ценность для них — время, возможность выбора.

**Поколение Миллениум или Y (1984–2000 г.р.)** — Они взрослели в период социальной и материальной стабильности, в начале эры глобальной компьютеризации и при полном отсутствии социальных ценностей: они великолепно ориентируются в компьютерных сетях, как следствие, им легче общаться с единомышленником, проживающим на другом краю планеты, чем с соседом по подъезду. Главная ценность для них — удовольствие и глобальные смыслы в любой деятельности.

Мы подошли к **Поколению Z (2001–2003 г.р.)**, которое скоро будет активно участвовать в жизни общества, так что же их отличает?

Они рождены в цифровую эпоху, когда доступ в Интернет для них открыт всегда и повсеместно, а значит, у них нет преград к получению информации. И в то же время они зависимы от цифровых технологий. Эти факторы определяют общие черты «зетов»: они нетерпеливы, сосредоточены в основном на краткосрочных целях, более ориентированы на потребление и более индивидуалистичны. «Зеты» не склонны становиться частью групп — они настаивают на собственном праве принимать решения. Общение в виртуальном пространстве часто для них предпочтительнее, чем личная встреча. Уже сейчас видно, что дети и подростки лучше разбираются в технике, чем в человеческих эмоциях. Вместе с этим «зеты» способны просеивать огромный поток информации, но эту информацию они не усваивают, а, скорее, узнают, где ее можно найти, а, вернее, запоминают путь к этому ресурсу. Для тех, кто вырос на книгах, это совершенно не привычно. Максимум, что могут прочитать представители поколения Z — тематическую статью, но гораздо привычнее для них мини-новости, формат комментариев и статусов в социальных сетях. Образ их мыслей отличается фрагментарностью, или клиповостью. Сжатость и скорость получения информации заставляет их переносить эти качества в реальную жизнь, поэтому для них важно получать быстрый результат, немедленную пользу, а еще лучше — вместе с одобрением и похвалой. Вот вам следствие зависимости от лайков, перепостов и количества подписчиков в соцсетях. Свободное время «зеты» предпочитают проводить за полезной и креативной деятельностью. Поколение Z любит творить, создавать что-то новое — новый сайт, программный код или личный блог. Может быть именно этим «зеты» стремятся выделиться на фоне остальных?

## Z-СОТРУДНИКИ

Именно Z — поколение будущего. Зеты формируют новый мир, который, очевидно, будет отличаться от привычной нам реальности, в том числе и профессиональной. Это то поколение, которое хочет создать свою собственную компанию, управлять собственным бизнесом. Представители поколения Z хотят быть не просто сотрудниками, а предпринимателями, но это не значит, что они все поголовно хотят иметь собственный бизнес. Скорее, их внимание сфокусировано на достижении определенного результата и наблюдении за тем, какую конкретную пользу приносит выполнение той или иной задачи. Для них важно иметь представление о том, какой вклад они вносят в развитие компании. При этом «зеты» не заинтересованы в работе по 8 или 12 часов, их больше привлекает свободный график. Поскольку это поколение выросло на цифровых технологиях, его представители считают, что работать можно практически отовсюду, где есть интернет.

Сотрудники — «зеты» выбирают компанию, которая даст им возможность самореализации. Они не будут работать только ради денег. Да, работа должна оплачиваться, эту установку «зеты» унаследовали от своих родителей — «игреков», среди которых тоже мало альтруистов. Но мотивируют эти поколения не деньги, поскольку они выросли в среде относительного благополучия и стабильности, а только осознание, что их деятельность приносит пользу и развивает и человечество в целом, и непосредственно их личность. В данной ситуации руководители, которые хотят привлечь на работу лучших специалистов, должны вложить достаточно усилий в формулирование ценностного смысла поручаемой работы, в выстраивание индивидуальных отношений с каждым, в обучение и удержание уже работающих сотрудников. Компания и сотрудник поколений «зет» и «игрек» — равные партнеры. Сейчас конкуренция сместилась на рынок работодателей, а кандидаты выбирают компанию, наиболее близкую им по ценностному предложению.

## Z-КЛИЕНТЫ

Представляя «зетов» в качестве клиентов, скажем, что Интернет будет продолжать играть большую роль. Однако в вопросе выбора ими между онлайн или личными покупками мнения специалистов расходятся. Одни считают, что онлайн-продажи возьмут верх над личными, другие опираются на данные опросов и говорят, что несмотря на интернет-зависимость, «зеты» предпочитают посещать магазины. Видимо, в этом состоит сегодня главная трудность — нужно завоевать лояльность покупателей, которые выбирают автомобили и в автосалонах, и на интернет-сайтах, и через соцсети.

Работа с поколением Z в качестве клиентов сложна еще и тем, что «зеты» очень чутки к влиянию маркетинга. Дело в том, что всю свою сознательную жизнь они подвергались воздействию маркетинговых кампаний и ощущали на себе действие не только привычной, но и скрытой рекламы. Они погружены в Интернет, где их окружают публикации блогеров, вирусные ролики и т.д. Поэтому люди из поколения Z очень компетентны, и сразу же обнаруживают малейшие признаки навязывания товаров и услуг. При этом, выбрав компанию-поставщика, поколение Z будет требовать высокого уровня обслуживания, отдавая предпочтение качеству перед ценой. Преодолеть разрыв между тем, что потребуют покупатели, и тем, что предлагает сегодня компания, поможет только персонализированный подход к каждому клиенту. Именно на это нацелены новые проекты компании «АГАТ»: «Персональный менеджер» (стр. 36), «Телемаркетинг» (стр. 42), Интернет-продажи (стр. 44). Можно сделать вывод, что в новую эру взаимодействия с покупателями главным отличием успешных компаний станут открытые, искренние, персонализированные отношения с клиентами. Именно это обеспечит их высокую лояльность.

**ЗА ПОКОЛЕНИЕМ Z ПРИДЕТ ПОКОЛЕНИЕ α (С 2010 Г. Р.), ПРЕДСТАВИТЕЛИ КОТОРОГО БУДУТ ЕЩЕ БОЛЕЕ ПОГРУЖАТЬСЯ В ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ТРАТИТЬ ГОРАЗДО МЕНЬШЕ ВРЕМЕНИ НА ЖИВОЕ ОБЩЕНИЕ. ОДНАКО ОНИ БУДУТ БОЛЕЕ САМОСТОЯТЕЛЬНЫМИ, БОЛЕЕ ОБРАЗОВАННЫМИ И ПОДГОТОВЛЕННЫМИ К БОЛЬШИМ ЗАДАЧАМ. ИМ ПРИДЕТСЯ ВЗЯТЬ НА СЕБЯ РЕШЕНИЕ МНОГИХ МИРОВЫХ ПРОБЛЕМ, НАПРИМЕР, ТАКИХ КАК ГЛОБАЛЬНОЕ ПОТЕПЛЕНИЕ, ДЕФИЦИТ, ЭКОЛОГИЯ.**

**ЗАКАНЧИВАЯ НАШ ОБЗОР, ХОЧЕТСЯ ПЕРЕВЕСТИ ВАШ ВЗГЛЯД С ОПИСАНИЯ СВОЙСТВ И КАЧЕСТВ ПОКОЛЕНИЯ БУДУЩЕГО НА ТЕХ, КТО РЯДОМ С НАМИ — НА НАШИХ ДЕТЕЙ И ВНУКОВ. ВЫ УЗНАЛИ В НИХ ЧЕРТЫ ПОКОЛЕНИЯ Z И α? ДА, ИМЕННО ОНИ И ЕСТЬ НАШЕ БУДУЩЕЕ. И ЕСЛИ В ЧЕМ-ТО МЫ С НИМИ БУДЕМ НЕ СОГЛАСНЫ, ДАВАЙТЕ ПОМНИТЬ, ЧТО ТАКИМИ ИХ СДЕЛАЛИ НЕ ТОЛЬКО ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, НО И МЫ С ВАМИ.**

# ПРОФЕССИИ БУДУЩЕГО

***Технологии развиваются настолько стремительно, что естественно оказывают влияние на нашу профессиональную жизнь. К примеру, решение задач, требующих от персонала совершения шаблонных действий, теперь успешно выполняют роботы или автоматизированные программы. А нам с вами приходится быстро ориентироваться в новых условиях, объединяться в команды и создавать собственные проекты. Сегодня становится понятно, что умение организовать свой проект и управлять им станет обязательным навыком практически для любого специалиста в будущем. Не за горами то время, когда на смену знакомым нам профессиям придут новые, а наши дети станут учиться не на физиков и лириков, а осваивать совершенно новые специальности, которые будут охватывать несколько направлений. По данным Агентства стратегических инициатив и Московской школы управления Сколково, уже после 2020 года появятся новые профессии, и вот некоторые из них.***

### МЕНЕДЖЕР НЕПРЕРЫВНОСТИ БИЗНЕСА

Специалист, который обеспечивает бесперебойность бизнес-процессов при возникновении проблем или отключении IT-систем предприятия вследствие кибератак, программных ошибок, техногенных катастроф, влияющих на работу Сети и других форс-мажорных ситуаций.

### ДИЗАЙНЕР ЭМОЦИЙ

Специалист, создающий эмоциональный фон контента с использованием новых каналов доставки информации, в том числе и напрямую в мозг потребителя. Он управляет воздействием на органы чувств для того, чтобы в ходе потребления контента у пользователя возникали необходимые ощущения и эмоции.

### ПРОЕКТИРОВЩИК НЕЙРОИНТЕРФЕЙСОВ

Специалист, занимающийся разработкой совместимых с нервной системой человека интерфейсов для управления компьютерами, домашними и промышленными роботами, с учетом психологии и физиологии пользователей. Сегодня нейроинтерфейсы используются в основном для развлечений: например, австралийская компания Emotiv Epoc производит нейрошлемы для управления перемещениями персонажа в онлайн-играх. Но в будущем с помощью нейроинтерфейсов можно будет управлять различными сложными приборами или даже общаться без слов с другими людьми (как в разрабатываемой уже сейчас системе DARPA Silent Talk).

### ИНЖЕНЕР-КОСМОДОРОЖНИК

Специалист, обслуживающий околоземную транспортную сеть и отвечающий за разработку коридоров транспортных потоков (как рейсы на орбиту, так и трансконтинентальные перелеты по баллистическим траекториям) и синхронизацию запусков/пусков на Земле (при росте числа запусков, с учетом многократного увеличения количества объектов, находящихся на орбите).

### КИБЕРТЕХНИК УМНЫХ СРЕД

Специалист, который занимается нижними уровнями информационной инфраструктуры, обеспечивает безопасность выделенных сегментов сети на этих уровнях (предполагается, что и дома, и предприятия будут выделены от Всемирной сети в свой безопасный сегмент, связанный с общей сетью через безопасные низкоуровневые соединения).

### АРХИТЕКТОР ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

Разрабатывает программное обеспечение для беспилотного транспорта и систем управления транспортными потоками, контролирует интеллектуальные системы управления. На сегодняшний день уже существуют различные решения, с помощью которых осуществляется контроль за сложными перевозками, но управляют этими перевозками люди. В будущем потребуется разработка автоматизированных систем управления транспортом.

### ИНЖЕНЕР ПО БЕЗОПАСНОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ СЕТИ

Специалист по анализу, расчету и мониторингу информационных, экологических и технологических угроз для транспортных сетей. В отличие от специалистов по безопасности дорожного движения, эти инженеры анализируют и предупреждают проблемы, связанные с функционированием транспортных сетей в целом. С ростом скорости передачи информации возникнет запрос и на более быстрое перемещение в пространстве и увеличение скоростей транспорта, а значит, увеличатся требования к инфраструктуре сетей и их безопасности.

### ОПЕРАТОР АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ ТРАНСПОРТНЫХ СИСТЕМ

Специалист, управляющий обслуживанием роботизированных транспортных сетей, конфигурацией компьютерных программ для роботизированных механизмов и транспортных средств. В первую очередь, речь идет о беспилотных автомобилях.

### ЭЛЕКТРОЗАПРАВЩИК

Специалист, который обслуживает инфраструктуру для заправки электромобилей и других транспортных средств (например, грузовых БПЛА). Пока подобная сеть лучше всего развита в США — около 7000 заправочных станций, но уже в нашей стране действует постановление, в соответствии с которым каждая АЗС на территории РФ должна быть оборудована станцией для зарядки электромобилей (причем сделать это станции были обязаны до 1 ноября 2016 года!).

### СИСТЕМНЫЙ ИНЖЕНЕР ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ЭНЕРГОСЕТЕЙ

Специалист, занимающийся проектированием и моделированием «умных сетей», микрогенерационных систем, «умных» энергетических сред под ту или иную задачу, а также разработкой технологических и инфраструктурных требований к системам на протяжении всего их жизненного цикла. Решает ту же задачу, что и разработчик систем энергопотребления — но со стороны подачи энергии. Сегодня за рубежом есть компании, которые оказывают подобные услуги (например, Siemens предлагает сервис SureGrid, позволяющий контролировать энергопотребление в конкретном здании в режиме реального времени).

***Конечно, сегодня нам удивительно читать о новых профессиях, наверное когда-то так же встречали инженеров, программистов и генетиков. Будут ли новые специальности такими, как описывают их исследователи, покажет время. Но уже сегодня можно с уверенностью сказать, что нам надо быть готовыми к работе в условиях высокой неопределенности — а значит, быстро принимать решения, реагировать на изменение условий работы, распределять и перераспределять ресурсы, управлять своим временем в условиях постоянно меняющегося потока рабочих задач.***

*По материалам сайта http://atlas100.ru/*

# ХРАНИТЕЛЬ ЦЕННОСТЕЙ

*Немногие знают, что в нашей компании есть человек, с помощью которого построены все дилерские центры компании «АГАТ» в Нижнем Новгороде, чей позитив помогает добиваться успехов, чья гармония распространяется на все вокруг, чьи принципы и ценности будут ключевыми в любое время.*

ПРЕСС-ПОРТРЕТ:

## *Татьяна Александровна Кесельман*

руководитель отдела развития в одноименном департаменте, в ГК «АГАТ» в Нижнем Новгороде работает с 1998 года.

Мы встретились с Татьяной Александровной в обычный будний вечер. Доброжелательная, милая и, кажется, такая родная, она с первого взгляда располагает к себе. Ее глаза светятся искренностью и душевной теплотой, а лучистые морщинки в уголках ее глаз говорят скорее о ее веселом нраве, чем о возрасте. Задорная улыбка, безупречный маникюр, простой брючный костюм и кроссовки... «Я сегодня иду на спорт»,— словно извиняясь говорит она, уловив мой взгляд.

Татьяна Александровна родилась через два года после окончания Великой Отечественной войны. Как говорили ее старшие брат и сестры, после войны было еще хуже, чем во время войны. Но, несмотря на все тяготы послевоенной жизни, ее воспоминания о детстве самые светлые: «В детстве было всегда какое-то ощущение праздника. Не знаю, почему, вспоминается, как мы пришли однажды в магазин, и мама дала мне пакет. Я его открыла, а там — кекс. Знаете, для меня это было как чудо тогда. Что и говорить, все жили скудно, но не голодали. Мы никогда не ощущали, что мы чем-то обделены, не задумывались, что чего-то из одежды или обуви нет — радовались тому, что есть».

С самого детства маленькая Таня начала проявлять лидерские качества. Воспитатели в детском саду, видя, как ее слушаются остальные дети, могли оставить ее за старшую, тем более, что она могла не только организовать игры, но и почитать всей группе книги, так как первой освоила азбуку.

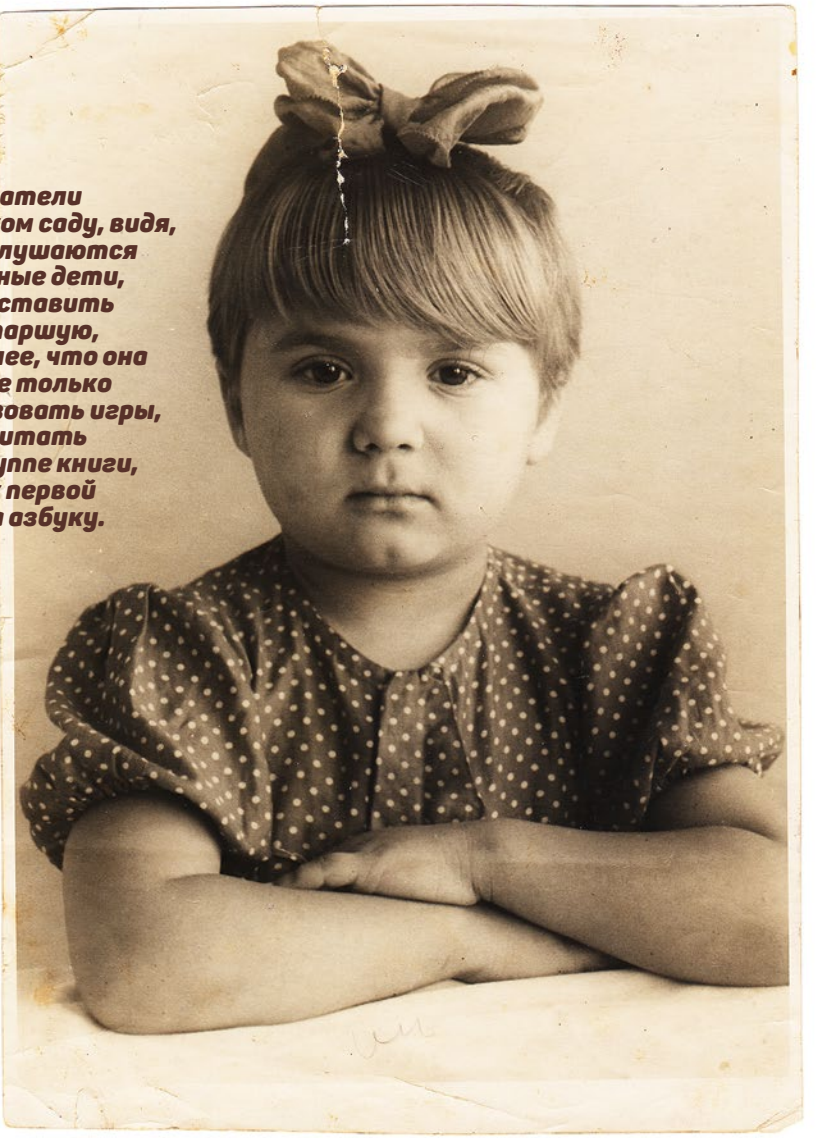
В школе для нее было жизненно необходимо участие во всем, что интересно, а интересно было много: спорт, английский язык, театральный кружок, литературные вечера. Ребята ставили пьесы, читали стихи на иностранном языке. Бывало, ей как старосте частенько приходилось отвечать за проделки мальчишек из класса (например, за срыв уроков), но каждый раз она брала ответственность на себя. Уже тогда она усвоила один из главных уроков: никогда не перекладывать ответственность на кого-то, если ты отвечаешь за команду.

Староста класса в школе, председатель совета старост — так и повелось, что с малых лет она лидер и активный участник школьной, общественной и спортивной жизни. Как тут не вспомнить известную цитату: «Студентка, комсомолка и просто красавица», но получить высшее образование у Татьяны Александровны не получилось. После окончания 8 класса она поступила в автомеханический техникум, чтобы освоить специальность и скорее устроиться на работу. Выпускников техникума распределяли по разным городам, и лишь пять мест было на Горьковском автозаводе. Татьяна Александровна стала одной из пятерки лучших и воспользовалась шансом остаться в родном городе. После техникума она начала работать контролером ОТК в цехе сборки кузовов.

Буквально в первые недели работы произошел случай, который показал всю ее ответственность и переживание за работу. Она принимала детали для «Волги» (ГАЗ-21) и пропустила бракованную пластинку для крепления молдинга. «Когда меня привели и показали, как ее вставляют — разрезают уже покрашенный кузов,— я просто рыдала...» — вспоминает Татьяна Александровна. Через год ее перевели на участок, где осваивали новую модель «Волги» — ГАЗ-24. Еще через год она перешла работать в техбюро цеха автоматов. Работа технологом отличалась от работы контролера. Технолог — это связующее звено между конструктором и производством. Чтобы конструкторская идея, воплощенная в чертеже, превратилась в реальную деталь, нужно, чтобы технолог продумал все этапы производства, определил стратегию. Например, если это единичное производство, то применяется одна технология, если серийное — другая, если массовое — третья. Поначалу Татьяна Александровна оформляла документы, а затем стала заниматься и процессом внедрения, доработкой чертежей, организацией установки нового оборудования. Когда ей впервые пришлось руководить монтажом нового оборудования в цехе, мастера решили над ней подшутить, сказали, что заказанное оборудование не пройдет в проем и не поместится в цехе: «Квартира у тебя большая? Повезем к тебе...». Конечно, Татьяна Александровна не поверила шутке, но в будущем четко усвоила: чтобы заказывать оборудование, необходимо ориентироваться не на чертеж, а на реальное пространство. «Пока я сама не осмотрю площадку, не проверю лично все расстояния, углы и поверхности, заказывать оборудование не стану» .

Неуемная энергия Татьяны Александровны нашла выход не только в техбюро. Она по-прежнему оставалась активисткой — была комсоргом, участвовала в спортивных соревнованиях, посещала концерты и творческие вечера: «В то время еще были отголоски хрущевской «оттепели», и мы были свидетелями расцвета авторской песни, поэзии. На концертах, организованных на заводе, выступали Расул Гамзатов, Муслим Магомаев, Эдуард Асадов, Булат Окуджава, Юрий Визбор, Олег Лундстрем с оркестром». ▶

***Воспитатели в детском саду, видя, как ее слушаются остальные дети, могли оставить ее за старшую, тем более, что она могла не только организовать игры, но и почитать всей группе книги, так как первой освоила азбуку.***



## ПЯТЬ МИНУТ

В советское время многое было по-другому. Нам это сейчас кажется удивительным, но тогда члены комсомольской организации отрабатывали 50 комсомольских часов в год (это был своего рода благотворительный трудовой взнос) и платили взносы, которые принимал комсорг. Сбор таких взносов подарил Татьяне Александровне судьбоносную встречу.

Однажды к ней пришел вставать на учет и платить комсомольский взнос коллега по заводу — Виктор. «Пришел — и не захотел уходить»,— смеется Татьяна Александровна. Меньше чем через год он сделал ей предложение: «Выходи за меня замуж!» «А можно мне подумать?» — спросила тогда она. «У тебя пять минут», — ответил Виктор. «На всякий случай соглашусь, а там видно будет»,— Татьяна Александровна тогда не могла и предположить, что через несколько лет они станут счастливыми родителями пяти сыновей и дочки. С тех пор они уже больше 46 лет вместе.

Семья, работа, рождение детей — все переплеталось в те времена. Молодые родители успевали заниматься детьми, успешно работать и активно отдыхать. А кроме этого, ухаживать за старенькой бабушкой, которая жила с ними: «Моя мама была у нас в семье седьмым ребенком, и дети знали, что самое лучшее — бабуле». У Татьяны Александровны и Виктора Израильевича никогда не было споров, кто за что отвечает. «Да и спорили мы только из-за Америки»,— смеется наша собеседница.

## СЕМЬЯ — КОМАНДА

Семья Кесельман — это замечательная команда, где родители — это партнеры, которые готовы подставить плечо друг другу, делить все бытовые обязанности пополам и проявлять бесконечную заботу. Глава семейства старался сделать так, чтобы жена поспала подольше, вставал к детям ночью, кормил их завтраком, собирал и развозил по садикам, и даже успевал заботливо положить в сумку супруги бутерброд, который Татьяна Александровна могла обнаружить уже на работе. Вечером детей забирала мама, пока папа гулял с детьми, она готовила. А потом вместе стирали, гладили 6 пар брюк, галстуков и рубашек, делали поделки в школу. «То дорожные знаки рисуем, то еще что-то для учебы. Да, иногда просыпалась, когда рука с карандашом падала на стол. Часто ложились спать далеко за полночь, но то время вспоминается нетягостно, все приносило радость. Здесь нужно отдать должное мужу — он не боялся никакой работы. И каждое дело — вместе с ребятами. В магазин идет, а за ним целый строй — у кого сумочка побольше, у кого — поменьше. А когда он увлекся фотографией и ночью печатал в кладовке, дети ждали очередь — кто сегодня печатает с папой»,— вспоминает Татьяна Александровна. Фотография была не только увлечением, но и дополнительным источником дохода для семьи. «Конечно, было непросто тогда. Не скажу, что мы жили бедно, но дополнительному заработку были рады. Когда я была в декрете, подрабатывала лифтером, муж преподавал, подрабатывал сторожем в детском саду. Вместе с детьми убирались в подъезде, кода уборщица была в отпуске. А уже старшеклассниками сыновья летом ходили на завод работать — они понимали, что значит работать и зарабатывать деньги. Почему-то ребятам хотелось купить мне норковую шапку, и купили ее на мое 50-летие»,— смеется Татьяна Александровна. Рыбалка на Ветлуге (река в Нижегородской области), ночевки в палатках, походы на байдарках с друзьями шумной компанией, посиделки с пирогами в выходные — дети с малых лет участвовали во всех затеях родителей. Как считают супруги Кесельман, для воспитания не нужно специального времени, сам уклад семьи воспитывает детей.

Ни у кого из их окружения не было шестерых детей — тогда это казалось безумием. «А мы не представляли себе счастья без детей»,— говорит Татьяна Александровна. Не все понимали молодых родителей, бывало, Татьяне Александровне приходилось слышать: «Дети — это хорошо, но ищи другую работу». Но ничто не повлияло на карьеры супругов — ни отношения недоброжелателей, ни большая нагрузка, наоборот — привычка жить в таком темпе помогла им находить возможности самореализации в новых экономических условиях.

***«Мы стали жить в новых обстоятельствах, и я задавалась вопросом, а смогу ли я в них реализоваться?» Почти в 40 лет она попала в абсолютно новый коллектив, где работали молодые парни — электронщики, которые уже тогда мыслили категориями будущего.***

## ДРУГАЯ ЖИЗНЬ

Когда началась перестройка, информация хлынула таким потоком, что необходимо было многое переосмыслить: все тогда понимали, что жить по-старому уже не получится и необходимо вставать на новые рельсы. Тогда Татьяна Александровна приняла решение перейти на другую работу и устроилась на завод дизельных двигателей: «Я могла остаться на заводе, но мне было важно ощутить себя в другой атмосфере. Мы стали жить в новых обстоятельствах, и я задавалась вопросом, а смогу ли я в них реализоваться?» Почти в 40 лет она попала в абсолютно новый коллектив, где работали молодые парни — электронщики, которые уже тогда мыслили категориями будущего. Несмотря на возраст, новые коллеги ее приняли тепло, и все потому, что в ней живет необычайная тяга ко всему новому. Здесь ее ждали новые интересные задачи, заграничные командировки, бурная карьера. Хотя приходилось начинать практически с нуля: бетонировать полы в цехах, завозить новое оборудование, монтировать, налаживать,— Татьяна Александровна поняла, что может реализоваться и в новой реальности. Однако эта новая реальность оказалась суровее, и завод дизельных двигателей потерял свои позиции.

## «АГАТ»

В 1998 году Татьяна Александровна начала работать в ГК «АГАТ». Тогда компания была представлена только в Нижнем Новгороде и занимала несколько арендованных кабинетов в офисном здании. Поначалу Татьяна Александровна занималась оформлением счетов и первичной документацией, но, видя ее активность, ей поручили заняться организацией взаимодействия с Горьковским автозаводом. «Это направление мне было абсолютно незнакомо: к кому обращаться, как строить коммуникации? Но я решила так: если не знаю, нужно не стесняться и спрашивать, даже у заводских чиновников. Так я пыталась понять систему и алгоритм работы. Главное — выстраивать отношения с людьми так, чтобы им хотелось тебе помочь»,— так Татьяна Александровна говорит о том периоде работы.

Через пять лет в ее ведение передали хозяйственные вопросы. К тому времени активы компании увеличились: на Московском шоссе шло строительство первого дилерского центра (Mitsubishi), в собственности компании был складской комплекс, административное здание и небольшой участок земли рядом с озером (хотя его трудно было назвать озером — настолько оно к тому моменту заросло кустарниками и мусором).

«Татьяна Александровна, вы где?» — раздался как-то зимой звонок от Алексея Владимировича Мамочкина (соучредителя компании «АГАТ»). «Да вот, снег чищу»,— ответила она. В то утро некоторые из дворников не вышли на работу, и она сама взяла в руки лопату и вышла чистить снег. Такие случаи были редкостью, так как отношения в подразделении складывались теплые, даже дружеские. «Вот это мне подарила Светлана, кстати, она и сейчас работает в компании,— говорит Татьяна Александровна, доставая из шкафа симпатичную чашку. — У нас вообще все было запросто — пили чай с пирогами на кухне (сейчас это помещение кафе на Московском шоссе — прим. ред.), а на 60-летний юбилей они подарили мне красивое одеяло».

Уборка территории, ремонт, содержание зданий и помещений — Татьяне Александровне пришлось осваивать новое направление, а в 2004 году в зону ее ответственности вошло и строительство. Надо сказать, что опыта работы в строительстве у нее не было, поэтому тонкости осваивала на ходу. «Мне помог мой опыт работы в техбюро. Чертежи для меня были понятны, но вот как вести строительство, как организованы процессы, как работать с подрядчиками, как решать юридические вопросы и как проверять сметы?» — это тогда казалось ей сложным. И в этот раз искусство коммуникаций сделало свое дело. Татьяна Александровна быстро нашла общий язык в прорабами, рабочими, поставщиками и партнерами.

## НЕ СВЯЗИ, А ОТНОШЕНИЯ

Когда строительство было завершено, встал вопрос оформления и последующей сдачи объекта в эксплуатацию. За помощью поначалу она обратилась к посредникам, но скоро поняла, что вопросы ей придется решать лично: «Тогда я впервые вошла в Департамент архитектуры Нижнего Новгорода, и до сих пор я там частый посетитель». Вернее сказать, Татьяна Александровна и сотрудники департамента стали друзьями, как бы фантастически это ни звучало: «Многие думают, что все решают связи, но мой опыт говорит, что главное — это теплые отношения»,— именно они помогают нашей героине преодолевать любые трудности — будь то стройка, освоение новой информации и даже решение юридических вопросов.

Вернемся к дилерскому центру Mitsubishi. После завершения строительства Татьяна Александровна еще год решала вопросы по получению документов на здание и стоянку, с которой и были связаны главные трудности. По генеральному плану города это место ошибочно назвали зоной многоэтажного жилищного строительства, поэтому для целей компании «АГАТ» оформить его было нельзя. Пришлось вносить изменения в генплан после неоднократных согласований и пересогласований. Но и эта задача была решена успешно.

Непросто складывалась, а вернее, строилась судьба дилерского центра ГАЗ на Московском шоссе. Дело в том, что этот участок был федеральным и принадлежал ГУВД. Устные договоренности о передаче земли были, но документального подтверждения из Москвы пришлось ждать

> ***Мы никогда не отмечаем Новый год по отдельности, да и дни рождения — всегда вместе, но вот с мебелью у нас проблема — нет подходящего стола. Мы живем в обычной квартире, стол у нас раскладывается только до 2,5 метров***

долго. Бизнес диктовал определенные условия, и компании пришлось пойти на риск — строить дилерский центр, еще не имея документов на участок. В итоге документы получили тоже только через год после окончания строительства. Тогда, чтобы уложиться в запланированные сроки сдачи, строители работали круглосуточно, в таком же ритме жила и Татьяна Александровна: руководила строительством, сама развозила рабочих, организовывала их питание. Кажется, что у нее очень мягкий характер, но вместе с этим Татьяна Александровна настоящий менеджер-управленец. Как ей удается это сочетать — остается загадкой: «У меня мягкий характер. Здесь не надо командовать. Быть жесткой — да, могу, но важно нечто иное. Когда мы достраивали здание, подрядчики и строители уже были моими друзьями. Искренность и открытость — вот что важно». Таким принципом она руководствуется абсолютно во всем, и именно это позволяет выходить из, казалось бы, безвыходных ситуаций.

В 2007 году началось строительство дилерского центра на улице Родионова, кузовного центра и дилерского центра ГАЗ на Московском шоссе. В ведении Татьяны Александровны вновь оказались и строительство, и благоустройство территорий, и оформление документации. Понятно, что такая колоссальная нагрузка требует больших затрат. Тогда и было принято решение о создании строительного подразделения и управляющей компании, а Татьяна Александровна возглавила отдел развития, концентрируя внимание на вопросах оформления земельных участков, получения разрешений на строительство.

## ВЫХОД ЕСТЬ!

Немногие знают, что строительство дилерских центров вызывало протесты местных жителей. К примеру, при строительстве салона на улице Ларина (Н. Новгород), жители деревни Мордвинцево обращались в прокуратуру с требованием остановить строительство. В той ситуации важно было понять опасения жителей, и Татьяна Александровна стала для них не столько представителем компании, сколько активным слушателем и консультантом.

«Вот представьте, люди живут много лет в частных домах, рядом есть лес, где они собирают грибы и ягоды, и вдруг вместо этого зеленого леса появляется котлован...» То есть протесты были направлены не столько на «АГАТ», сколько на ликвидацию зеленой зоны. Открытое общение с местными жителями перевело конфликт в дружбу — теперь Татьяна Александровна частый гость в деревне, ее приглашают на разные мероприятия, а еще она бережно хранит поздравительные открытки от жителей Мордвинцево с душевными подписями: «Мы Вас любим!».

Пикетом «приветствовали» жители и появление дилерского центра Лексус — Нижний Новгород. Тогда они решили, что строители якобы срубили голубые ели, и снова только личная встреча расставила все точки над i. «Я выслушала людей, поняла, в чем их проблема, и поняла, что проблема не в нас. Я встала на их сторону и посмотрела на нашу стройку их глазами», — вспоминает ту ситуацию Татьяна Александровна. Уже на следующий день, глядя на руководителя пикета и наши героиню, вы бы сказали, что это просто подруги. «В жизни нельзя только брать, в ответ надо сделать хорошее»,— говорит Татьяна Александровна. И подтверждает свои слова делом. Для жителей домов рядом с дилерским центром Лексус силами компании «АГАТ» была оборудована новая лестница, заасфальтирована территория.

## КУСОЧЕК СЧАСТЬЯ

Можно многое узнать о человеке, взглянув на то, какими вещами он себя окружает. В кабинете Татьяны Александровны очень органично соседствуют рулоны чертежей и планов со шторами на окнах, с забавной розовой лампой в виде слона и другими милыми ее сердцу вещицами — и от этого становится как-то по-домашнему уютно. Ловлю себя на мысли, что, наверное, так же уютно и дома у Татьяны Александровны. Уют, по ее словам, создают члены ее семьи. Как-то раз ее подруга пришла в гости, когда дома собралась вся семья. Тогда она сказала: «Вам надо билеты продавать, чтобы люди увидели этот кусочек счастья: один что-то рассказывает, другой сразу обыграет так, что все смеются, как же хорошо вместе».

Семья Кесельман собирается на все семейные праздники: «Мы никогда не отмечаем Новый год по отдельности, да и дни рождения — всегда вместе, но вот с мебелью у нас проблема — нет подходящего стола. Мы живем в обычной квартире, стол у нас раскладывается только до 2,5 метров», а в семье 15 взрослых и 8 внуков. Татьяна Александровна не только многодетная мама, но и многодетная бабушка: «Не могу сказать, какая я бабушка, но внуки ко мне любят приходить. Наверное, я бабушка-праздник, которая дарит подарки, водит гулять в парк и угощает вкусными пирогами».

У Татьяны Александровны есть целый проект «Ночевки у бабушки», с помощью которого она объединяет своих внуков: «У меня трое внуков, близких по возрасту: 6, 7 и 8 лет. Хочется, чтобы они не просто общались, а дружили. Они приходят к нам в пятницу вечером, и мы организуем что-то наподобие клуба — путешествуем по городам и странам, слушаем рассказы дедушки, читаем книги, изучаем звездное небо. Ребята сами организуют игры, в которые вовлекают и бабушку с дедушкой». В будущем, чтобы объединить всех внуков, а им сейчас от трех месяцев до 20 лет, она планирует собирать всех на обедах у бабушки, и это, уверены, будет еще один значимый и душевный проект. ▶

### МЕЧТЫ И ПЛАНЫ

Кто-то может подумать, будто жизнь Татьяны Александровны сосредоточена на семье и работе, но это не совсем так. Общение на Фейсбуке, выставки, симфонические концерты, театральные постановки, благотворительные мероприятия — она успевает вести активную жизнь и путешествовать. «Я всегда мечтала увидеть Европу. Пляжный отдых не по мне, люблю гулять по старинным улочкам, подпитываться этим неповторимым духом Европы, сочетающей барокко и рококо, готику и ренессанс, классицизм и ампир. Испания, Франция, Германия, Чехия — здесь просто хочется ходить и наслаждаться...» — делится впечатлениями Татьяна Александровна.

Говорят, путешествия меняют человека и внешне, и внутренне, дают толчок его развитию. Вот и наша героиня не собирается останавливаться: «У меня интересная, увлекательная работа и большие планы!» Татьяна Александровна не любит оглядываться назад и всегда смотрит в будущее: «Жизнь настолько быстро меняется! На что раньше уходили десятилетия, сейчас происходит за считаные недели. Знали ли мы 10 лет назад, что у нас будут айфоны и планшеты? Можно остановиться на каком-то этапе и говорить о прошлом, но есть вариант лучше — двигаться вперед и развиваться. «АГАТ» вошел в мою жизнь в переломный момент: строилось другое государство, другие отношения. Здесь я обрела второе «я», второе дыхание, новый этап жизни — и это не дает мне стареть. За эти годы компания изменилась, а вместе с ней изменилась и я, а по-другому и невозможно, двигаясь вперед».

## ПРАВИЛА ЖИЗНИ ТАТЬЯНЫ АЛЕКСАНДРОВНЫ КЕСЕЛЬМАН

- Мне легко общаться с людьми. Даже приходя в магазин, у нас с продавцом может завязаться теплая беседа. Думаю, ***мастерству коммуникаций*** научить нельзя, я не выстраиваю свое поведение, я так живу.
- ***Семейная жизнь*** — это не соревнование друг с другом, не отстаивание правоты, а поиск компромиссов, которые устраивают обоих. Нам с мужем очень интересно вместе. Бывало, детей уложим спать, сядем на кухне и не можем наговориться. Интересно нам и сейчас.
- ***Счастье — оно рождается*** от полноты жизни. Да, я встаю утром, я вижу, слышу, я живу. Даже если дождь идет, это хорошо.
- Все девушки мечтают о рыцаре на белом коне, ***а любовь — это*** когда в твоей сумке лежат заботливо завернутые бутерброды, когда на тумбочке у кровати неожиданно появляется букет цветов, это «Таня, на улице холодно, надень кофту», и это не разовый поступок, а ПОСТУПКИ всю жизнь, которые дают ощущение теплоты и заботы.
- Я рада быть мамой такой большой семьи. Это величайшая нагрузка, когда нужно тонко выстроить отношения между детьми (даже когда они уже стали взрослыми!), но и ***величайшая радость!***
- ***Все зависит от того, что ты видишь,*** когда идешь по улице. Одни видят кусочек неба, а другие заплеванный асфальт. В семейной и профессиональной жизни так же: или ты считаешь ее трудовой повинностью, или радостью от того, что всех накормишь, оденешь, угостишь воскресными пирогами, договоришься с подрядчиками, получишь нужные сертификаты и разрешения.
- В жизни нельзя только брать, в ответ ***надо делать что-то хорошее.***
- Жизнь настолько быстро меняется! На что раньше уходили десятилетия, сейчас происходит за считаные недели. Знали ли мы 10 лет назад, что у нас будут айфоны и планшеты? Можно остановиться на каком-то этапе и говорить о прошлом, но есть вариант лучше — ***двигаться вперед и развиваться.***
- Считаю, что руководитель должен ***передавать знания*** своим сотрудникам, делиться опытом, ведь руководитель несет полную ***ответственность за свою команду.***
- Нужно строить открытые, ***честные отношения***, основанные на человечности, а не на деньгах.
- Семья — это школа заботы. На воспитание ***не нужно специального времени***, как не нужно особого времени на развитие. Вы не можете сказать, вот в этот момент я развиваюсь, в другой — учусь, а в третий занимаюсь воспитанием. Все в жизни переплетается — и нам нужно сделать эти взаимосвязи естественными, гармоничными, чтобы ***жить полной жизнью.***

*Татьяна Александровна своим примером показывает, что в любой момент можно все изменить: перейти на другую работу, освоить новую профессию, перестроить отношения, и вообще — начать по-другому смотреть на жизнь и стать счастливым. Стоит только слушать себя и слышать других, быть искренним и открытым, не бояться перемен и не оглядываться назад.*

***На фото слева направо:***
***Верхний ряд:*** *Анна и Михаил (сын), Павел (сын) и Лидия с их сыном Антоном, Антон — сын Михаила и Анны, Ирина и Максим (сын), Илья (сын), Любовь и Александр (сын).* ***Первый ряд:*** *на руках у Татьяны Александровны внук Даня (сын Михаила и Анны), на руках у Виктора Израильевича внучки Маша (дочка Александра и Любови) и Вика (дочка Павла и Лидии), Лариса (дочь)*

# Первый шаг к лояльности

*Что оценивает клиент, приходя в наши дилерские центры? Почему он приходит обслуживаться именно в ГК «АГАТ»? А почему часть наших клиентов так и не стали лояльными? Почему многие уходят к конкурентам и как можно удержать клиентов? Эти вопросы мы задаем себе постоянно, но почему особенно остро они звучат, когда речь заходит о будущем компании? Об этом рассуждает и рассказывает о новшествах ведущий специалист отдела развития бизнес-процессов Илья Васильев.*

*Клиент — это самый важный посетитель на нашей территории; он не зависит от нас. Мы зависим от него. Он — не помеха нашей работы. Он — ее цель. Он не посторонний в нашем бизнесе. Он — его часть. Мы не делаем ему одолжение, обслуживая его. Он делает нам одолжение, давая возможность обслуживать его.*
***Махатма Ганди***

До недавнего времени главной задачей для нашей компании, как и для многих других, было увеличение объемов продаж. И мы ее решали в основном за счет новых клиентов. Но это хорошо работало до тех пор, пока рынок активно рос. В сегодняшней экономической ситуации привлекать новых клиентов становится сложнее. Менеджеры по продажам и сервисные консультанты больше времени проводят первичные переговоры, и все меньше времени у них остается на обслуживание клиентов, уже совершивших покупку. Поэтому становится понятно, почему не все клиенты к нам возвращаются. Следует признать, что российский автомобильный рынок насытился, поэтому такого объёма продаж, как прежде, уже не будет, значит удержание клиентов станет главной возможностью для успешного бизнеса.

## Цель — удержание

Кто-то может сказать, что только качественное обслуживание и качественные автомобили могут заставить клиента вернуться. И здесь хотелось бы обратить внимание на различие между удовлетворенными и лояльными клиентами. Его хорошо сформулировал Джеффри Гитомер в книге: «Удовлетворение покупателя — ничто, покупательская лояльность — всё»:

***«Кто такие удовлетворенные покупатели?*** *Это покупатели, которые не имеют ничего против работы с вами. Их потребности удовлетворены. Товар оказался нормальным. Обслуживание было хорошим. «Осадка» в их душах не осталось. Они удовлетворены (довольны) своими покупками. Могут рассказывать, а могут и не рассказывать о своих впечатлениях другим. Могут рекомендовать вас другим людям, а могут и не рекомендовать. Их общее мнение о вас лежит в промежутке между нейтральным и позитивным, вы не ассоциируетесь у них с негативными впечатлениями. Это неплохо, но и не хорошо.*

***Кто такие лояльные покупатели?*** *Это покупатели, которые полны энтузиазма в отношении работы с вами. Их потребности удовлетворены и/или более чем удовлетворены. Вы проявили себя с ЛУЧШЕЙ стороны. Сервис был ВЕЛИКОЛЕПЕН. Покупатели в восторге от покупки. Они с удовольствием рассказывают об этом. С удовольствием рекомендуют вас другим. Их общее мнение о вас чудесно, вы произвели незабываемое впечатление. КЛАСС!»*

Таким образом, удовлетворенность клиента — это обязательный фактор работы компании и сотрудников, а лояльность — это, если можно так сказать, ощущение счастья от посещения дилерских центров. Многие сравнивают управление удовлетворенностью с надувной лодкой, которая помогает бизнесу держаться на плаву, а управление лояльностью — с катером, который не только держит на плаву, но и позволяет быстро двигаться.

В стремлении сделать наших существующих клиентов лояльными, мы возложили заботу о них поначалу на сервисных консультантов, но вскоре поняли, что текущий объем работ по приему, контролю и выдаче автомобилей не позволяет успешно справляться с новыми вызовами рынка. Тогда мы вспомнили про опыт лучшего дилера Toyota в Японии, который работает успешнее рынка страны на 30%. Поясним, в среднем в Японии автовладельцы меняют автомобиль раз в 9 лет, а в данном дилерском центре клиенты приобретают машину раз в 6 лет. К слову сказать, в России по статистике машину меняют раз в 4,5 года, если бы мы работали как этот дилер, то наши клиенты покупали бы у нас авто каждые три года. Анализируя японский и наш опыт, мы пришли к выводу, что совмещать задачи по сервисному обслуживанию и удержанию клиентов крайне сложно, поэтому было принято решение о введении новой должности — персонального консультанта.

### Персональный подход

Персональные консультанты подчиняются непосредственно директору дилерского центра, и их работа будет оцениваться не объемом выручки, а размером активной клиентской базы в соотношении ко всей базе консультанта. За ними закрепляются определенные клиенты из базы данных дилерского центра, количество которых не должно превышать 350 человек — такое число считается оптимальным для эффективного взаимодействия. Персональные консультанты будут выстраивать работу только с данными клиентами: приглашать на плановое техобслуживание, ремонт, шиномонтаж, пролонгацию страховки, предлагать заменить автомобиль на новый. С одной стороны, для клиента персональный консультант — это представитель ГК «АГАТ», через которого будут осуществляться все основные коммуникации с компанией. С другой стороны, внутри дилерского центра он представляет интересы клиента. Это весьма непростая задача — совместить в себе две роли. Ведя переговоры с клиентом, персональный консультант принимает на себя ответственность за все этапы работы и за качество обслуживания. Не менее важна здесь роль коммуникатора: формировать не только деловые, но и теплые доверительные отношения с клиентом.

Отметим, что не всех клиентов из их списка можно назвать лояльными, поэтому одной из основных задач персональных консультантов будет возвращение их в компанию. К примеру, автовладелец сменил автомобиль, купленный в нашем дилерском центре, на автомобиль другого бренда, нам важно узнать, почему он обратился к конкурентам, проанализировать свои ошибки, исправить их и сделать все, чтобы при следующей смене автомобиля он вернулся в ГК «АГАТ». При этом важно поддерживать с ним связь, предлагая услуги, в которых клиент может быть заинтересован (к примеру, продление страховки, шиномонтаж, замена авто через trade-in).

### Менеджер клиента

Уверены, клиенты с особым вниманием отнесутся к рекомендациям такого специалиста, так как он знает персональные особенности автовладельца и владеет целостной информацией по его автомобилю. Явное конкурентное преимущество будет иметь тот консультант, который не только может продать автомобиль, но и способен стать звеном, координирующим деятельность всех подразделений вокруг клиента и его потребностей. Действительно, в тех вопросах, где необходимы узкоспециализированные знания (такие, как кредитование, страхование, особенности эксплуатации отдельных узлов и агрегатов автомобиля или кузовного ремонта), сотруднику на новой должности не обойтись без команды профессионалов, поэтому каждому персональному консультанту необходимо заручиться поддержкой коллег.

Что отличает персонального консультанта? Прежде всего у него не будет входящего трафика новых клиентов, его работа будет связана исключительно с исходящей активностью. Поэтому такой консультант должен уметь самостоятельно принимать решения, планировать, организовывать, распределять, контролировать деятельность специалистов, участвующих в обслуживании конкретного клиента. И здесь речь идет больше об управлении собственной деятельностью, так как многообразие функций персонального консультанта требует их разумной координации, объединения в систему, расстановки приоритетов. Другими словами, речь идет о самоменеджменте. С другой стороны, в задачи консультанта входит планирование работы с клиентом, организация взаимоотношений с ним, постоянный мониторинг обслуживания его автомобиля. В отношении каждого клиента персональный менеджер должен иметь перспективный прогноз своей дальнейшей работы с ним. В этом традиционно помогает наша CRM. Отметим, что уже в среднесрочной перспективе (1–3 года) в компании будут созданы условия, при которых переход на позицию персонального консультанта с должностей менеджера по продажам и сервисного консультанта станет не только престижным, но и финансово выгодным.

### Лояльность клиента — залог будущего компании

К чему приведет такая система? В будущем, когда отсутствие новых клиентов станет обычным явлением, со всеми автовладельцами будут работать именно персональные консультанты. Мы стремимся к тому, чтобы автовладелец стал нашим лояльным клиентом на всю жизнь. Если сегодня наши клиенты обращаются в гаражные сервисы, запчасти покупают в интернет-магазинах, автомобиль продают на авторынке, а к нам приезжают только по гарантийным случаям, то наша цель на будущее состоит в том, чтобы все автомобильные вопросы они решали в наших дилерских центрах: от покупки нового автомобиля (возможно в кредит), оформления страховки, сервисного обслуживания, ремонта, установки дополнительного оборудования, до покупки следующего нового автомобиля через сдачу прежнего в trade-in. Такая приверженность клиента несет экономические выгоды не только для компании, но и для самого автовладельца — чем лояльнее клиент, чем он чаще к нам обращается, тем прозрачнее сервисная история его автомобиля, и тем лучшую цену мы сможем предложить клиенту, выкупая его авто через trade-in. Но для этого нам самим нужно измениться, стать такой компанией, куда клиент захочет возвращаться, где все продуманно, комфортно, удобно, технологично и есть великолепный сервис, который обеспечивают отзывчивые сотрудники. Согласитесь, только такие люди могут создать особую атмосферу, заряжающую позитивом как коллег, так и клиентов.

Первые персональные консультанты уже начали свою работу в Иваново, Кирове и Нижнем Новгороде (ДЦ Lexus и ДЦ Infiniti). Ими стали инициативные менеджеры по продажам и сервисные консультанты, которые приняли предложение директоров дилерских центров перейти на данную позицию. В будущем именно менеджеры по продажам и сервисные консультанты могут стать персональными консультантами, так как эти сотрудники знают внутренние бизнес-процессы компании и владеют полной технической информацией по автомобилям. На первых этапах запуска персональный консультант будет не у всех клиентов, но в дальнейшем планируется перевести на данную систему все дилерские центры компании «АГАТ». ▶

***Проект «Персональный консультант» носит пилотный характер, и вместе с этим он стратегически важен. По результатам внедрения такой системы в лучших дилерских центрах Toyota в Японии (где, как вы помните, притока новых клиентов уже нет) показатель эффективности продаж выше, чем в стране, на 30%. Если у нас пока критический момент с отсутствием трафика клиентов в салоны не настал, это не повод бездействовать — нам важно действовать на опережение. Пока новшества не масштабируются на всю компанию, так как сейчас важно увидеть и учесть все особенности работы персонального консультанта на практике. Стоит отметить, что появление нового специалиста качественно меняет бизнес-процессы дилерского центра: изменения затронут не только работу менеджеров по продажам, но и всех, кто работает с клиентами.***

Задача персонального консультанта — выстраивать не разовые отношения, а долгосрочные, персональные! Важно понимание постоянной доступности для клиентов, что, конечно, накладывает большую ответственность! Если раньше работа была хорошо знакома и связана только с продажей автомобилей и сопутствующего оборудования, то сейчас мне необходимо совершенствоваться в области процессов сервиса, страхования, поддерживать постоянный контакт с клиентами. Хочется заметить, что изменился подход к подготовке исходящего звонка, назначения следующего контакта, значительно расширились темы общения с клиентом. Также приходится глубоко вникать в процессы работы смежных отделов: кузовной ремонт, сервис, запчасти. Радует, что большинство клиентов воспринимает перемены как положительный момент, кто-то — настороженно и недоверчиво. Для меня важно, что есть возможность нового обучения, самосовершенствования, определенная степень свободы и творчества в работе!

*Вячеслав Чухлов, персональный консультант ДЦ Toyota (Киров)*

**»»»»» ПОЯВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛЬНОГО МЕНЕДЖЕРА КАЧЕСТВЕННО МЕНЯЕТ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ДИЛЕРСКОГО ЦЕНТРА: ИЗМЕНЕНИЯ ЗАТРОНУТ НЕ ТОЛЬКО РАБОТУ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ПРОДАЖАМ, НО И ВСЕХ, КТО РАБОТАЕТ С КЛИЕНТАМИ**

С переходом на новую должность в моей работе изменилось всё. Наверное, не изменился только адрес, но и он становится переменным. Все чаще приходится по разным причинам приезжать к клиенту самому. Такой индивидуальный подход позволяет легче запомнить особенности каждого клиента, более качественно подготовиться к общению по телефону или при личной встрече в салоне. Самое трудное для меня — это сделать так, чтобы клиент воспринимал меня как своего партнера в компании «АГАТ». Первые результаты уже есть: увеличилось количество лояльных клиентов, начали работать рекомендации клиентов.

*Иван Гвоздарев, персональный консультант ДЦ Toyota (Иваново)*

**САМОЕ ТРУДНОЕ — ПРАВИЛЬНО СПЛАНИРОВАТЬ СВОЙ РАБОЧИЙ ДЕНЬ, КОГДА РАБОТАЕШЬ СО ВСЕМИ НАПРАВЛЕНИЯМИ, ВАЖНА КАЖДАЯ МИНУТА**

С того момента, как я перешел на новую должность, для меня открылись новые возможности для работы, ведь значительная часть времени уходит на общение с клиентом, а это позволяет узнать его лучше, учесть все требования и пожелания. Кроме этого, есть возможность работать со знакомыми, использующими непрофильные автомобили, некоторые из них на перспективу задумываются о его замене, а значит, я могу рекомендовать автомобиль, полностью отвечающий их запросам. Одно из самых основных отличий моей работы — это изучение новых продуктов (продажа нового авто, кредитование, страхование, кузовной ремонт), раньше нужно было просто проводить клиента в другой отдел, и общение с ним на данном этапе заканчивалось, сейчас же стало возможным полностью погружаться в процесс и сопровождать клиента от встречи в ДЦ до выдачи нового автомобиля, подписания страховки, приемки авто из кузовного ремонта.

Самое трудное — правильно спланировать свой рабочий день, когда работаешь со всеми направлениями, важна каждая минута. Необходимо потратить час времени утром или вечером для подготовки к следующему дню, составить примерный план работы и стараться придерживаться его в течение дня, хотя это получается не всегда. Такие ситуации возникают чаще всего из-за того, что звонят клиенты без записи, которым помощь или консультация нужна срочно, именно в этот день. Чтобы избежать подобных ситуаций в работе, в план рабочего дня включаю резервное время.

Что касается клиентов, то большинство из них изменения воспринимают положительно, считают, что стоило это сделать раньше, потому что удобство для них, безусловно, есть. Гораздо проще общаться с одним человеком, который знает тебя и твою машину досконально, учитывает все пожелания, может дать ценные рекомендации. Сейчас общение с клиентом строится на несколько ином уровне, складываются доверительные, а порой дружеские отношения. Есть такая категория людей, которым абсолютно безразлично, кто с ними работает, главное, чтобы работа была сделана в максимально короткий срок, при этом дешево. Но даже они после общения задумываются о том, что теперь у них есть свой человек в ДЦ, который сможет решить любой вопрос, быстро и качественно выполнит свою работу.

Когда мы начали заниматься новым проектом в полную силу, почти сразу появились первые результаты, два новых автомобиля были выданы в декабре клиентам, у которых я являюсь персональным консультантом. На данный момент я делаю упор на изучение новых продуктов ДЦ, чтобы расширить список предлагаемых услуг, это позволит мне повышать уровень своего профессионального мастерства, а работу с клиентами вывести на новый уровень!

*Сергей Зубов,*
*персональный консультант*
*ДЦ Toyota (Киров)*

# ИНТЕРНЕТ-МОБИЛИЗАЦИЯ

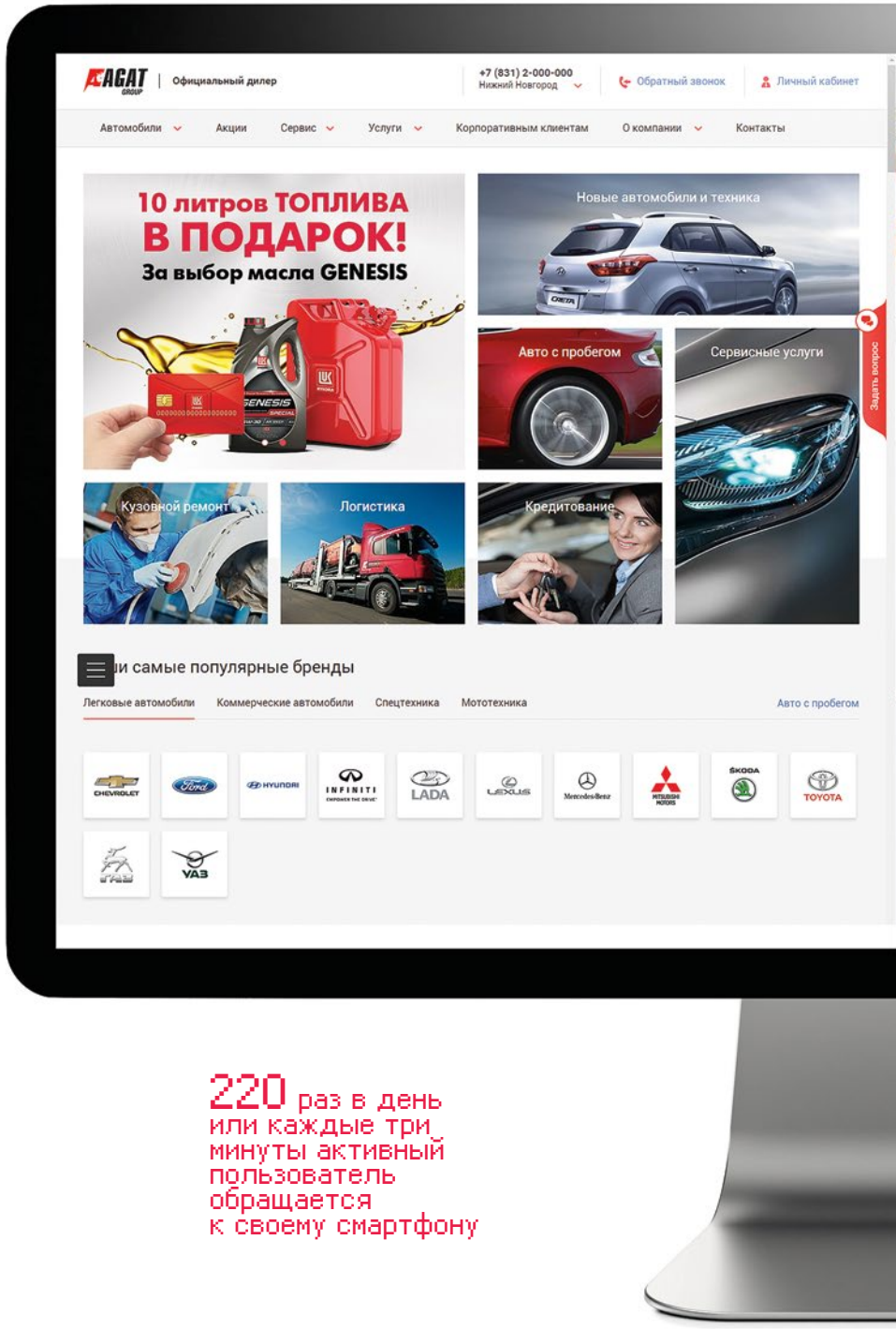
**В ноябре 2016 года наш сайт www.agat-group.com предстал перед пользователями в новом дизайне и с более широким функционалом. Об особенностях нового сайта, его отличиях от прежнего рассказывает специалист по интернет-проектам Любовь Воеводина.**

Кто-то может спросить, почему мы решили обновить сайт. Дело в том, что наш прежний сайт создавался совсем в другую эпоху, когда пользователи были ограничены модемным (не всегда быстрым!) соединением с сетью и небольшими мониторами. Сегодня Интернет настолько прочно вошел в нашу жизнь, что мы используем сеть в любое время, практически в любом месте. Использование мобильных устройств изменило и наше поведение: все чаще мы выходим в Интернет со смартфонов, активно используем навигационные и коммуникационные сервисы и предпочитаем более простые интерфейсы. Но главное — мы стали более требовательны к скорости получения информации — она нужна нам здесь, сейчас, мгновенно. Это внешняя сторона. Внутри компании тоже происходят изменения: перестраиваются бизнес-процессы, разрабатываются новые предложения для клиентов, обновляется информационная система, которая синхронизируется со многими источниками, в том числе и с сайтом agat-group.com.

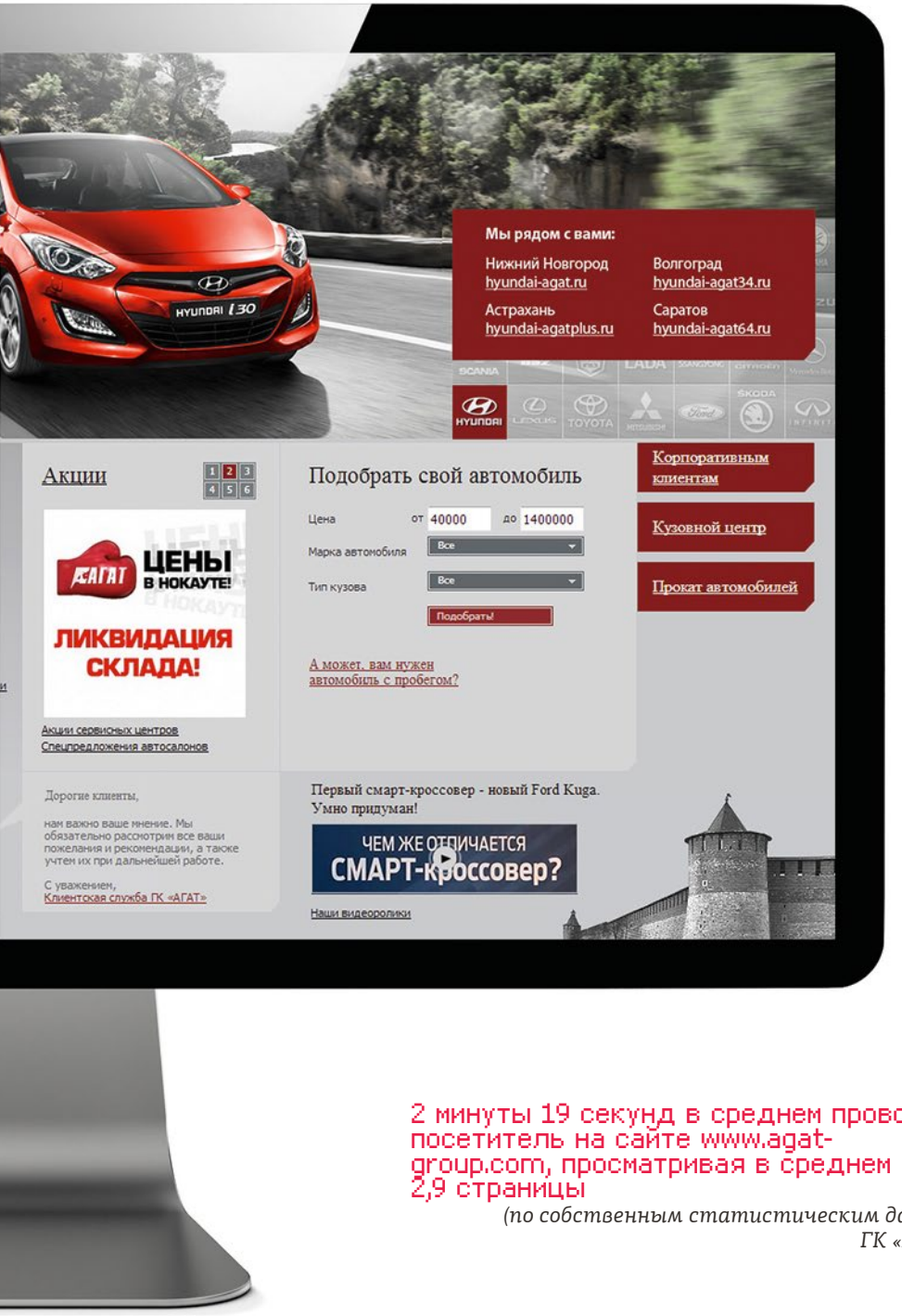
**СПРАВКА:** Детальная разработка концепции сайта agat-group.com принадлежит отделу интернет-маркетинга ГК «АГАТ», дизайн осуществлялся московской студией Kodix. Программированием сайта занимается IT-служба ГК «АГАТ».

Новый сайт стал и отражением наших внутренних изменений, направленных прежде всего на качественный сервис для сегодняшних автовладельцев и потенциальных покупателей. Специально для них на интернет-ресурсе реализованы новые решения. Для удобства пользователя создано поле поиска неисправности автомобиля, где он может ввести запрос, и поиск выдаст ему список возможных поломок. Также есть возможность с помощью калькулятора сервисных услуг узнать стоимость ремонта и сразу записаться на сервис. А если пользователь зашел на сайт с целью приобретения автомобиля, то он сможет сконфигурировать автомобиль с нужным ему списком опций и узнать его стоимость. Кроме этого, здесь же будет представлена информация по имеющимся автомобилям на складе и их комплектациям. Как вы понимаете, сделать это теперь можно с любого устройства: компьютера, планшета или смартфона — сайт адаптирован под все виды цифровых устройств.

Кроме этого agat-group.com помогает нам лучше узнавать клиентов. К примеру, с каких интернет-ресурсов пользователи переходят на наш сайт, сколько времени они здесь проводят, как быстро делают выбор, сколько минут находятся в каждом из разделов, на какие страницы возвращаются, а с каких уходят,— эта информация позволяет нам составить портрет клиента и помогает находить способы, как облегчить путь посетителя от выбора автомобиля или сервисных услуг до визита в дилерский центр.




**220** раз в день или каждые три минуты активный пользователь обращается к своему смартфону




Одним из важных показателей для нас является конверсия посещений сайта в заявки. Если пользователь заказал обратный звонок на сайте, записался на сервис или кузовной ремонт, мы считаем это успехом, поскольку мы получили новый контакт и в дальнейшем будем работать с потенциальным клиентом. Основная наша цель — сделать сайт удобным и полезным для посетителя. Мы надеемся, что новый сайт как раз станет таким инструментом, при использовании которого клиент может быстро найти нужный автомобиль, услугу, записаться на сервис.

Отдельное спасибо хочется сказать нашим разработчикам Михаилу Петрову и Екатерине Сопруновой, а также веб-дизайнерам студии Kodix и всем маркетологам, которые помогли нам подготовить актуальный контент.

Добро пожаловать на новый сайт agat-group.com. Надеемся, что вам он понравится. И будем рады отзывам!

91–124 минут в сутки в среднем проводят пользователи 12–64 лет в больших городах (от 700 тыс. человек) в мобильном Интернете.

*(Эти данные представил на форуме RIW-2016 директор по мультимедиа-исследованиям TNS Russia Михаил Райбман, сообщает сайт Adindex.ru)*

В октябре 2016 года впервые в истории мировой мобильный интернет-трафик оказался больше, чем трафик с настольных компьютеров. На планшеты и смартфоны пришлось 51,3% мирового интернет-трафика, на настольные ПК и ноутбуки — 48,7%. Более 50% онлайн-покупок в 2016 году в России совершаются с мобильных устройств.

*(Об этом 13.10.2015 сообщил вице-президент Criteo по мобильной продукции Джейсон Морс)*

39000 посетителей в месяц у сайта www.agat-group.com, из них 15263 — с мобильных устройств.

*(по собственным статистическим данным ГК «АГАТ»*

2 минуты 19 секунд в среднем проводит посетитель на сайте www.agat-group.com, просматривая в среднем 2,9 страницы

*(по собственным статистическим данным ГК «АГАТ»)*

62000000 россиян (73% пользователей Рунета) или каждый второй житель России ежемесячно пользуются мобильным Интернетом. Аудитория Рунета растет практически только за счет мобильных пользователей. При этом доля пользователей или покупателей с мобильных устройств уверенно приближается к 40%.

*(Из доклада Сергея Плуготаренко, директора РАЭК на RIW-2016, 02.11.2016).*

# БЫВШИХ КЛИЕНТОВ НЕ БЫВАЕТ

*Когда у компании есть свои приверженцы и почитатели — тогда компания живет. Мы стараемся привлекать новых клиентов, работаем с лояльными, но как строится работа с теми, кто, однажды купив автомобиль или приехав на сервис, к нам не возвращается? Они потеряны для компании навсегда? Почему мы их потеряли? Ответить на эти и другие вопросы, а главное вернуть клиентов, поможет отдел телемаркетинга, который начал работу в нашей компании в 2016 году. Об особенностях нового направления рассказывает его руководитель Владимир Пименов.*

**ЗАДАЧИ ОТДЕЛА ТЕЛЕМАРКЕТИНГА:**

- Обзвон клиентской базы (пока по Нижнему Новгороду)
- Предложение услуг и акций сервиса
- Предложение обмена автомобиля с информированием по действующим акциям и спецпредложениям
- Обзвон сайтов по продаже автомобилей с пробегом и предложение услуг по оценке, приемке или обмену авто

специалисты Павел Перепелкин, Юрий Белозеров, Сергей Марухин

ИЗ **460** КЛИЕНТОВ КОНТАКТНОЙ БАЗЫ РАЗГОВОР СОСТОЯЛСЯ С **272** ИЗ НИХ

Если начать с определения, то телемаркетинг — это продажа товаров или услуг по телефону. Но для нас это не просто продажа, ведь мы работаем с базой данных клиентов, которые не обращались в нашу компанию более трех лет. Можно предположить, что одни стали обслуживаться в сторонних автоцентрах, другие нашли сервис дешевле; при общении с третьими мы совершили какую-то ошибку, которая привела к окончанию сотрудничества. Но самое главное, что мы делали во всех случаях, а вернее не делали, и мы должны это признать, — мы перестали развивать отношения с клиентами после выдачи автомобиля или заезда на сервис. Осознав этот факт, нам пришлось восстанавливать отношения с теми клиентами, с кем еще это возможно. Замечу сразу, что около 35–40% тех, кому мы звоним, уже потеряны для компании, так как номера телефонов уже неактуальны. Но даже если номера телефонов принадлежат другим людям, мы стараемся заинтересовать их нашими услугами, привлекая уже новых потенциальных клиентов.

Людям нужно внимание, и главное средство возвращения клиента — это возобновление контакта с ним. С удовольствием замечу, что наши звонки и знакомство с предложениями компании находят отклик — клиентам действительно интересны наши акции и сервисные предложения. Но до возвращения таких клиентов в компанию нужно сделать еще не один шаг. Сразу оговорюсь, мы не ставим себе сверхзадачу вернуть бывших клиентов с первого звонка, для нас важно постараться перевести их в число потенциальных, повысить их лояльность, иногда для этого нужно изменить негативное отношение, а это, как вы понимаете, работа не одной беседы.

# ИЗ **272** КЛИЕНТОВ **10,3%** ЗАИНТЕРЕСОВАЛИСЬ ПРИОБРЕТЕНИЕМ НОВОГО АВТОМОБИЛЯ ИЛИ АВТО С ПРОБЕГОМ

Конечно, коммуникация с такими клиентами не бывает простой. Перед началом обзвона мы составляем план звонка и варианты поведения для различных сценариев развития разговора. Некоторые клиенты искренне удивляются, узнав, что теперь у официального дилера можно обслуживать автомобиль так же качественно и вместе с тем экономно. Одно дело просто услышать объявление по радио, а другое — лично узнать об индивидуальном обслуживании по невысоким ценам с наивысшим качеством. Для нас важно, как и при личной встрече с клиентом, быть по-настоящему искренними и открытыми, и это работает. Больше 10% из тех, с кем состоялся разговор, уже приобрели новые автомобили, а больше 23% записались на сервисное обслуживание.

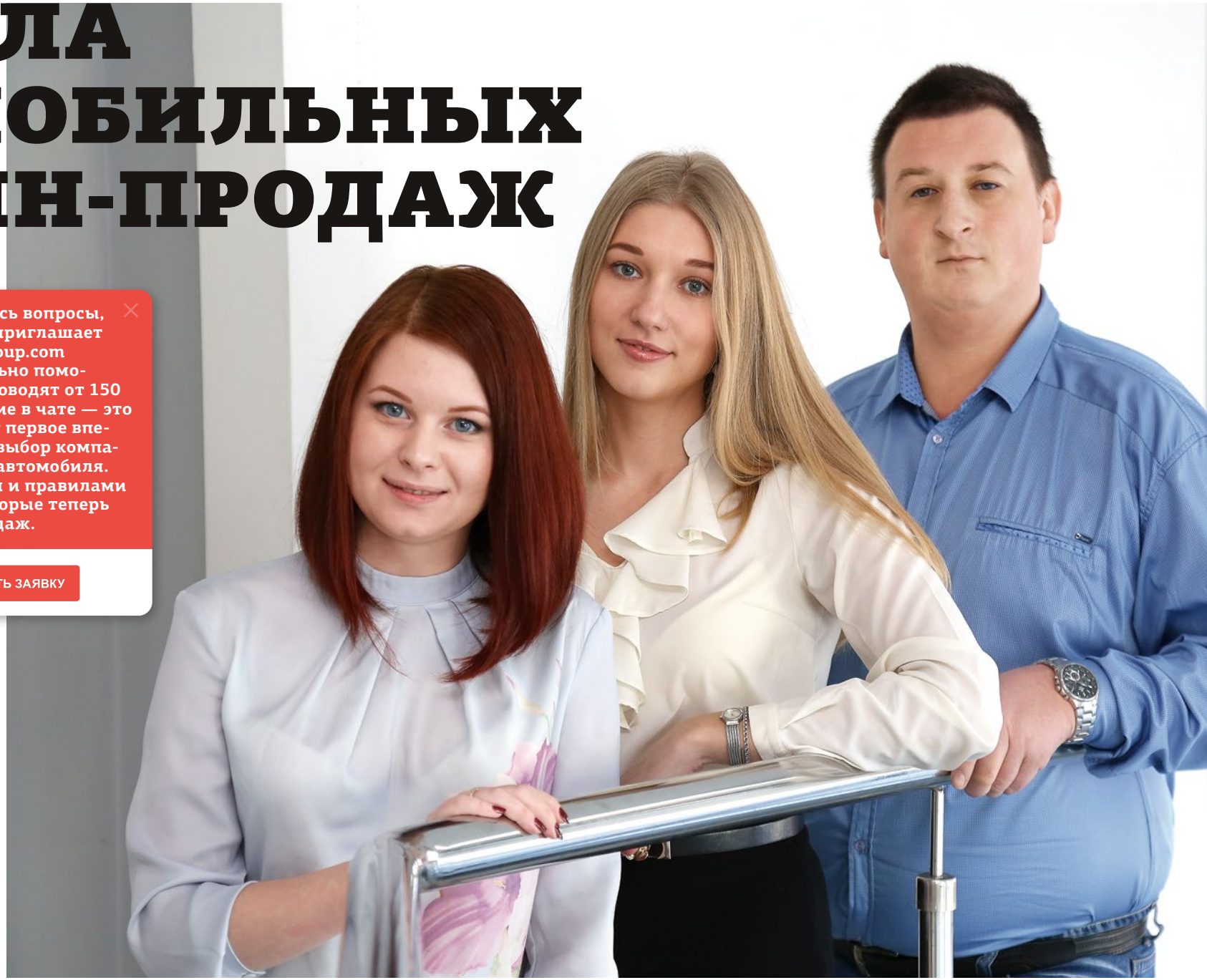
В 2017 году отдел телемаркетинга начнет работать с базой данных по тем городам присутствия ГК «АГАТ», где дилерские центры будут в этом заинтересованы, поэтому ждем заявок от руководителей дилерских центров! И в завершении, хотелось бы заметить, что, несмотря на наше взаимодействие с автовладельцами, лояльность клиентов к нашей компании зависит от каждого из нас.

**13 ПРАВИЛ «МАРКЕТИНГА ВОЗВРАЩЕНИЯ» ОТ ИГОРЯ МАННА**

1. Потери неизбежны.
2. Возвращать клиентов психологически трудно.
3. Всех не вернуть.
4. Возвращать нужно не каждого.
5. Возвращение с первой попытки — чудо.
6. Чем меньше времени прошло с момента косяка, тем легче возвращение.
7. Чем меньше проблема с точки зрения клиента, тем проще возвращение.
8. Ошибки, связанные с человеческим фактором, исправить труднее, чем не связанные с ним.
9. Проблема, названная клиентом как причина ухода, может таковой не являться.
10. Возвращать потерянного клиента не должен сотрудник, который его потерял.
11. Клиент считается вернувшимся, если он разместил новый заказ (снова сделал покупку).
12. Вернувшийся клиент гораздо чувствительнее к возникающим проблемам, чем обычный.
13. Клиент, потерянный дважды, возврату не подлежит.

*(из книги Игоря Манна «Возвращенцы»)*

# ПРАВИЛА АВТОМОБИЛЬНЫХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ



Оставить заявку

**«Здравствуйте! Если у вас появились вопросы, я с удовольствием вам помогу»,— приглашает к общению на нашем сайте agat-group.com онлайн-консультант. И действительно помогает... Ежедневно наши коллеги проводят от 150 до 200 консультаций. Такое общение в чате — это важная работа, от которой зависит первое впечатление клиентов и дальнейший выбор компании для покупки и обслуживания автомобиля. Хочется поделиться с вами опытом и правилами работы онлайн-консультантов, которые теперь объединены в отдел интернет-продаж.**

ЗАКАЗАТЬ ЗВОНОК ОСТАВИТЬ ЗАЯВКУ

**СПРАВКА:**
Отдел интернет-продаж начал свою работу 4 года назад, поначалу консультируя посетителей сайтов отечественного направления (LADA, ГАЗ). С 1 июля 2016 года к системе подключили 37 сайтов компании, включающие все автомобильные бренды из ассортиментного портфеля ГК «АГАТ». Задача отдела интернет-продаж в ГК «АГАТ» — ответить на любой запрос клиента, находящийся в компетенции компании. Состав отдела (на фото справа налево): специалисты Сергей Арбузов, Ольга Ковалева и руководитель Надежда Бузуева. Сейчас любой посетитель на нашем сайте может задать свой вопрос и получить ответ с 8:00 и до 20:00 по будним дням и с 9:00 до 18:00 по выходным дням.

**37** САЙТОВ, **3** СОТРУДНИКА, **150–200** КОНСУЛЬТАЦИЙ В ДЕНЬ, **4** СЕКУНДЫ — СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ ОТВЕТА КОНСУЛЬТАНТА, **29%** КЛИЕНТОВ ПОСЛЕ ОНЛАЙН-ОБРАЩЕНИЙ ОСТАВЛЯЮТ КОНТАКТНЫЕ ДАННЫЕ ДЛЯ ПРОДОЛЖЕНИЯ ОБЩЕНИЯ СО СПЕЦИАЛИСТАМИ КОМПАНИИ, ИЗ НИХ **12%** ЗАПИСЫВАЮТСЯ НА СЕРВИС, А **3%** СОВЕРШАЮТ ПОКУПКУ АВТОМОБИЛЯ, **1070** КЛИЕНТОВ В МЕСЯЦ ОСТАВЛЯЮТ ЗАЯВКУ НА ОБРАТНЫЙ ЗВОНОК

Напомним, что онлайн-чат — это специальное окно, где посетитель сайта может задать вопросы специалисту. Сегодня эта технология становится все более востребованной, ведь современные пользователи переписываются так же часто, как и звонят по телефону. Это подтверждает и статистика: онлайн-чат — это второй по популярности канал коммуникации с клиентами.

Заходя на различные сайты, вы, наверное, часто замечали, что на некоторых из них консультанты не отвечают на заданные вопросы, а вместо этого просят пользователя написать свои контактные данные. Это так называемые боты, которые не могут поддерживать общение. На других сайтах работают консультанты, но зачастую в чате проскальзывает столько ошибок и опечаток, что можно усомниться не только в их грамотности, но и в профессионализме.

В ГК «АГАТ» подход к онлайн-консультированию иной. Наши коллеги ведут диалог с посетителями сайтов конечно не в официальной манере, но достаточно живо, чтобы собеседникам было комфортно. Заметим, даже портреты консультантов во всплывающем окне — реальные. Это очень располагает, ведь людям приятнее общаться с живыми людьми. ▶

*Правило № 1*

## КЛИЕНТАМ НУЖНО ЖИВОЕ ОБЩЕНИЕ

Если продолжать сравнение телефонных разговоров и онлайн-общения, то здесь есть еще одна общая черта. Клиент не готов долго ждать ответ. Причем отсутствие быстрой реакции в нашем случае раздражает пользователя даже сильнее, чем при общении по телефону. Согласитесь, закрыть сайт и перейти на другой гораздо проще, чем набрать телефонный номер. Поэтому наши специалисты ввели стандарт ответа на запрос — это 4 секунды.

*Правило № 2*

## ТОЛЬКО НУЖНОЕ И ВАЖНОЕ

Каждая беседа с пользователем длится в среднем 11 минут, это говорит о том, что чат не место для долгих разговоров, так как человек находится в огромном потоке информации, и помимо чата он может изучать другие сайты, предложения конкурентов, заходить на страницы соцсетей. Поэтому важно предоставить пользователю только нужную и важную информацию.

*Правило № 3*

## КРАТКОСТЬ — СЕСТРА ТАЛАНТА

Обычно человек, обратившийся за консультацией в чат, находится в состоянии выбора. Чтобы помочь ему определиться, наши консультанты действуют, как менеджеры по продажам, определяя потребности клиентов.

А проще говоря — задают вопросы. Например, «Вы уже знакомы с автомобилем?», «У вас уже имеется представление, какие опции бы хотелось видеть в комплектации?» и т.д.

*Правило № 4*

## СЛУШАЙТЕ ВАШИХ КЛИЕНТОВ

Ежедневно за помощью онлайн-консультантов на сайт ГК «АГАТ» обращаются 150–200 посетителей. В среднем 29% из них продолжают общение с сервисными консультантами и менеджерами по продажам выбранного дилерского центра. Примерно 1 070 клиентов каждый месяц оставляют заявки на обратный звонок в форме окна консультанта, чтобы получить ответ непосредственно по телефону. Такие звонки уже совершают менеджеры по продажам и сервисные консультанты.

Специалисты ведут учет обращений с разбивкой по городам, темам, времени ответа на вопрос и т.д., а также анализируют статистику продаж. Так, по результатам анализа становится понятно, что конверсия в продажи составляет около 3% от всего входящего онлайн-трафика, чаще всего за консультацией обращаются пользователи Нижнего Новгорода и Волгограда, а самый популярный запрос касается новых автомобилей.

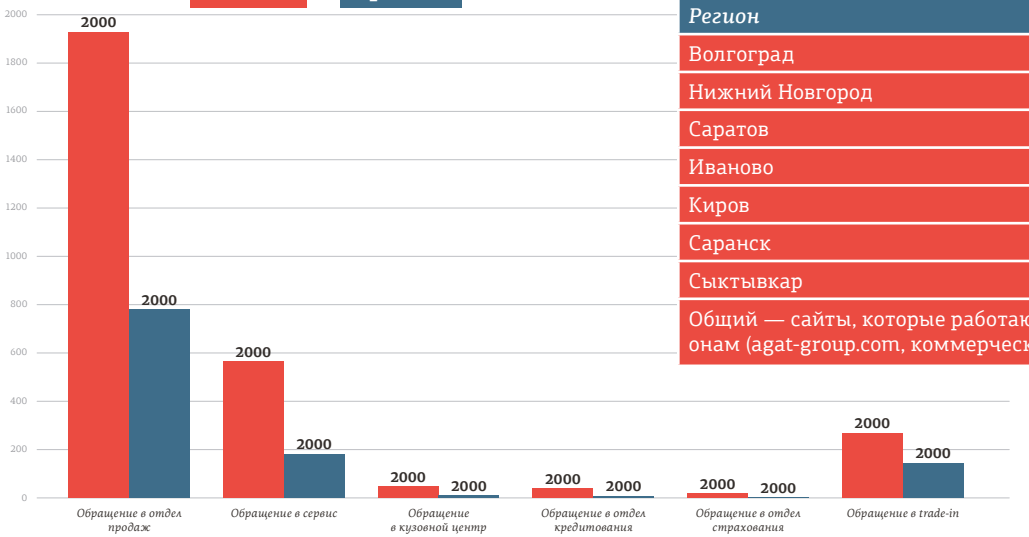
*Правило № 5*

## АНАЛИЗИРУЙ РЕЗУЛЬТАТЫ

Приведем данные за июль-декабрь 2016 года

**Деление по направлениям обращений:**

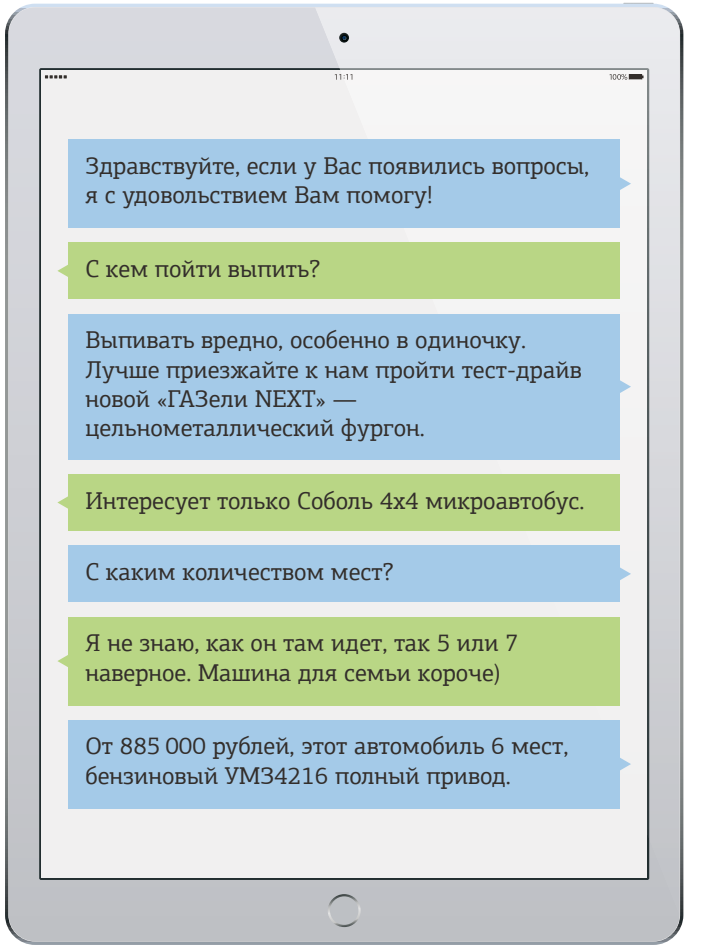
**онлайн** и **офлайн**




**Количество чатов по регионам**

| Регион | Итого |
|---|---|
| Волгоград | 31 671 |
| Нижний Новгород | 25 592 |
| Саратов | 3 360 |
| Иваново | 1 067 |
| Киров | 1 016 |
| Саранск | 292 |
| Сыктывкар | 875 |
| Общий — сайты, которые работают по всем регионам (agat-group.com, коммерческая техника) | 8 555 |

***В отделе интернет-продаж умеют перевести разговор в нужно русло, или***
**ИЗ ПЕСНИ СЛОВ НЕ ВЫКИНЕШЬ!**




**Не за горами то время, когда продажи автомобилей будут осуществляться через Интернет, когда купить и получить машину можно будет, не выходя из дома. И онлайн-консультирование, по-видимому, является первым шагом к онлайн-покупке автомобиля. Скорее всего, в дальнейшем онлайн-продажи позволят значительно повысить эффективность работы дилерских центров, однако главный успех здесь кроется все-таки в профессиональной работе наших консультантов с каждым клиентом.**

А почему такие поля!?!? ОЧЕНЬ много пустого места!!!!!

Пока не пойму, что не так с этим макетом... Но что-то не так...

# МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА: мифы и реальность

А почему тут не выравнено? Очень странный макет, все как-то неаккуратно!

Что-то слишком простой фон... Скучно как-то и вообще... может, поставим на фон фото Ждуна и добавим несколько плашек?

А чо шрифт какой странный? Мне не нравится. Пусть дизайнер поиграет со шрифтами!!!!! И да, мне срочно!!!

И можно шрифт не черный? Как-то не позитивно совсем... Может, красный? Ну, или не знаю, поиграйте и цветами тоже!

**Многим из нас маркетинговая деятельность представляется чем-то непонятным, порой загадочным и даже странным. Часто от коллег-маркетологов можно услышать незнакомые слова (например, лендинг, лиды, таргетинг...), и большая часть их работы не заметна для нас. Кто-то считает, что маркетинг — это в чистом виде креативная работа, другие наоборот уверены, что этим занимаются люди с математическим образованием. Третьи видят в маркетологе безбашенного вольного художника в красных кедах и свитере с оленями.**

**Так какие они на самом деле? Как строится их работа в ГК «АГАТ» и почему реклама по-прежнему считается двигателем торговли? Давайте заглянем в отдел маркетинга и рекламы (ОМиР) и узнаем, что из этого мифы, а что — реальность.**

## КАК ТУТ ВСЁ УСТРОЕНО

| Сотрудники ОМиР дилерских центров | Подразделения ОМиР Корпоративного центра |
|---|---|
| Бренд-менеджеры (руководят стратегией продвижения и соблюдением политики брендов) | Крупные маркетинговые проекты (маркетинг послепродажного обслуживания, программы лояльности, проекты по клиентской базе) |
| Менеджеры по маркетингу и рекламе (обеспечивают реализацию маркетинговых и рекламных мероприятий) | Интернет-маркетинг (создание и доработка сайтов, рекламные кампании в сети Интернет, новые web-инструменты) |
| | Дизайн, аудит маркетинговых активностей |

## 1

### МИФ ПЕРВЫЙ
### *Работа отдела маркетинга и рекламы — это мир веселья и гламура*

Благодаря кино, телевидению и журналам многие думают, что сфера маркетинга и рекламы — это вечеринки, концерты и презентации. Однако в реальности дела обстоят совершенно по-другому. Работа в отделе настолько насыщенная и динамичная, что в конце рабочего дня ни о каких развлечениях даже думать не хочется. А если это веселье приходится организовывать самим (открытие дилерского центра, презентация автомобиля), то тут уж точно не до веселья. Нашим коллегам нужно решать огромное количество вопросов, которые часто носят форс-мажорный характер (привезли ли оборудование, готов ли текст для ведущего, на месте ли фотографы, как работают официанты и т.д.), и при этом излучать позитив и спокойствие, иначе тревога и беспокойство передастся гостям. ▶

**ВМЕСТО ПУШИСТЫХ — ЗУБАСТЫЕ**

*Одна из недавних презентаций автомобиля проходила в формате семейного уикенда в нескольких дилерских центрах одновременно. По требованию дистрибьютора на фотозонах обязательно должны быть животные, так как планировалось активное участие детей. В один из салонов должны были привезти енота, но тот перед мероприятием стал агрессивным (дело было весной), и нужно было срочно искать альтернативу. Заменить енота смогли только... маленьким крокодилом. К счастью, все меры безопасности были соблюдены, кайман не смог даже рта открыть, зато дети были просто в восторге от экзотического питомца!*

**БЕРЕГУТ СМОЛОДУ**

*Однажды в нашу компанию поступил запрос по возможности организации трансфера для артистов. Надо сказать, что иногда наши коллеги помогают организаторам концертов, шоу и спектаклей и предоставляют автомобили для встречи и трансфера певцов и актеров. В таких случаях планируется все до мелочей: количество пассажиров, требования к автомобилям, четкий тайминг, место встречи, количество багажа... Тогда было необходимо встретить актеров сериала «Молодежка» и привезти их к месту мероприятия, но перед мероприятием организаторы отказались, так как решили заказать бронированный автобус.*

## МИФ ВТОРОЙ

### Не понятно, чем занимаются

Представьте себя на мгновение клиентом, выбирающим автомобиль или сервисный центр для его обслуживания. Возможно, вы услышали радиоролик, увидели рекламный щит, прочитали интересный пост в соцсетях, перешли на сайт agat-group.com по рекламному баннеру, а может быть, вы стали участником модного городского мероприятия с тест-драйвом? Но все это лишь вершина айсберга, а вся маркетинговая деятельность направлена на управление процессом взаимодействия с клиентами и включает в себя большое количество задач и функций.

### *ЗАДАЧИ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА КОРПОРАТИВНОГО ЦЕНТРА*

- Выработка рекомендаций, консолидированная оценка и планирование действий для достижения целей по доходности бизнес-подразделений, отраженных в годовом бизнес-плане.
- Разработка, внедрение новых проектов и инструментов коммуникаций для развития в области взаимодействия с конечными потребителями, как новыми, так и с существующей клиентской базой ГК. Оценка и расчет экономической эффективности.
- Аудит дилерских предприятий «АГАТ» в области рекламы, маркетинга, корпоративных стандартов и сфер ответственности перед Импортером.
- Формирование и реализация единой концепции продвижения бренда «АГАТ».
- Консультации по вопросам маркетинговых коммуникаций, инструментов и деталей тактического и стратегического продвижения.

### *ЗАДАЧИ БРЕНД-МЕНЕДЖЕРОВ/МЕНЕДЖЕРОВ ПО МАРКЕТИНГУ И РЕКЛАМЕ КОММЕРЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ*

- Выполнение планов по ключевым показателям деятельности бизнес-подразделения.
- Разработка и реализация годового, квартального и ежемесячного планов с учетом актуальной рыночной ситуации и бизнес-задач.
- Укрепление взаимоотношений с существующей клиентской базой и привлечение новых клиентов. Работа с CRM.
- Поддержка имиджа и соблюдение корпоративных стандартов бренда «АГАТ» и дистрибьютора закрепленного бренда автомобилей/техники/услуг в маркетинговых коммуникациях с конечным потребителем и стратегически важными для компании клиентскими группами при проведении рекламных кампаний, клиентских мероприятий и PR-деятельности.
- Своевременное и качественное предоставление отчетности по формам и срокам отделов маркетинга Импортера, Отдела маркетинга корпоративного центра и коммерческой службы.
- Инициирование собственных проектов, направленных на повышение узнаваемости, увеличение знания и лояльности к брендам «АГАТ» и закрепленным направлениям ГК.

### *НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:*

- Первичная идентификация дилерских центров по требованиям Импортеров.
- Оформление шоу-румов, мест продаж, демонстрационных и тестовых автомобилей, сервисных и клиентских зон, зон подготовки и выдачи автомобилей.
- Прямая реклама (печатные СМИ, радио, ТВ, наружная реклама, в том числе навигационная), Интернет-реклама, digital, SMM (маркетинг в социальных медиа), POSM (материалы для продвижения бренда или товара в местах продаж, например, таблички, ценники, магниты и т.д.).
- Интернет-сайт ДЦ и соответствующие разделы на сайте www.agatgroup.com.
- Офисная полиграфия и сувенирная продукция;
- Клиентские, промо-мероприятия и другие BTL-проекты.
- PR-активность.

*Такой элемент как реклама наиболее интенсивно используется в период выхода на рынок нового автомобиля или запуска сервисного предложения. К примеру, для продвижения новых моделей автомобилей по опыту наших коллег отлично подходит размещение роликов на радио. В этом случае сначала готовится текст, исходя из предложения, сформированного в результате анализа рынка. Затем выбирается форма в зависимости от целевой аудитории. Если предложение касается Toyota Camry, то ролик пишется в спокойной манере, озвучивается диктором с тембром голоса, соответствующим образу потенциального клиента. И это еще не все нюансы. Оказывается, психологами замечено, что предложение о скидке лучше записывать мужским голосом, а контактный блок — женским. Кто бы мог поверить, что радиоролики, которые мы слышим каждый день, требуют такого тщательного подхода. После записи текста с соблюдением хронометража выбирается и записывается музыкальная подложка, исходя из тех же критериев. Перед тем, как разместить ролик на радиостанции (которая, как вы понимаете, тоже определяется целевой аудиторией), формируется график трансляции, согласуется бюджет и ролик выходит в эфир.*

# 3

## АВТОМОБИЛЬНЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ

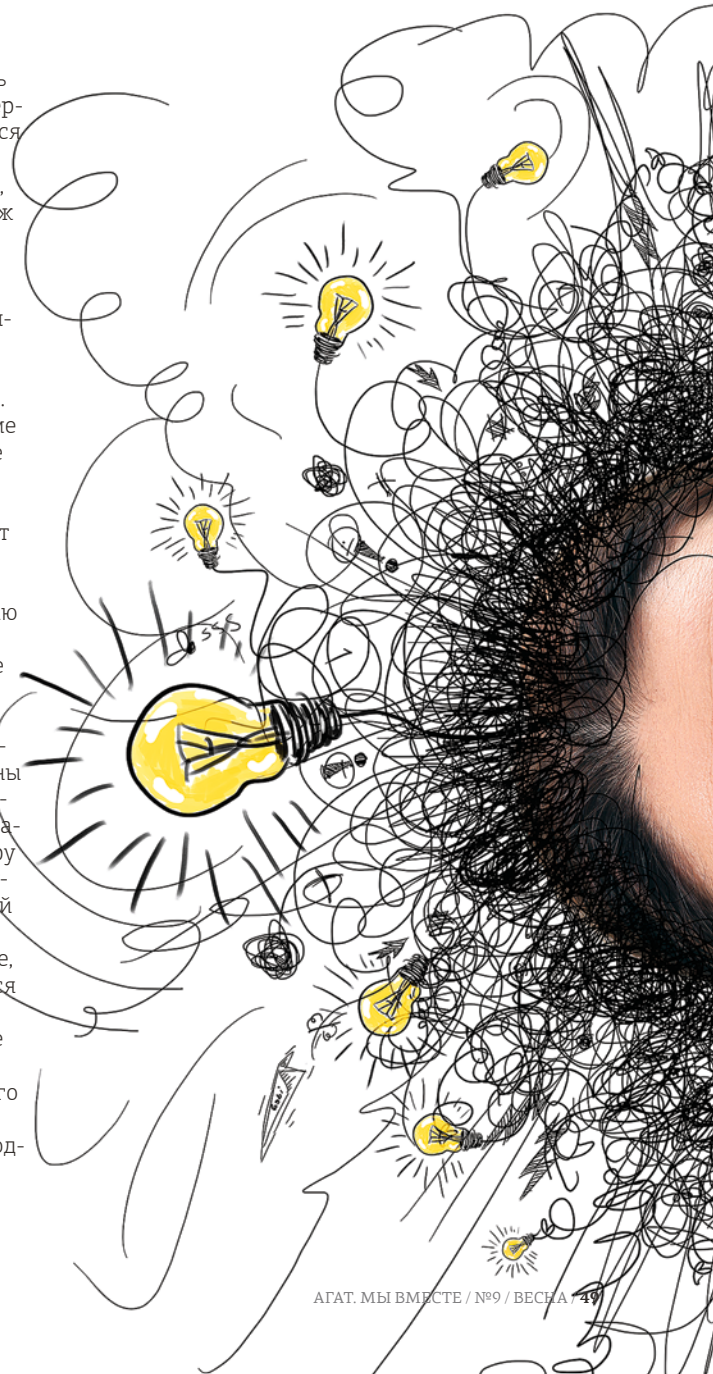
***Дилерская сеть для дистрибьютора — это не только каналы сбыта автомобилей, но и важный источник информации о рынке. Можно сказать, что отдел маркетинга и рекламы «АГАТ» — это фронтлайн, сотрудники которого находятся «на передовой», анализируя запросы и поведение целевой аудитории, фиксируя тренды рынка и особенности продвижения в регионах, где представлены автосалоны компании. Опираясь на информацию от наших коллег, дистрибьютор не только получает реальное представление о рынке, но и может корректировать свою стратегию продвижения.***

### МИФ ТРЕТИЙ
### *Полет творческой мысли не имеет ограничений*

Как и все дилеры, ГК «АГАТ» включена в программы автопроизводителей и обязана соблюдать бренд-политику и политику дилерского маркетинга. Это проявляется во всех видах взаимодействия с клиентами: начиная от визитки, которую менеджер отдела продаж оставляет клиенту, и заканчивая цветовой палитрой флористики на открытии дилерского центра.

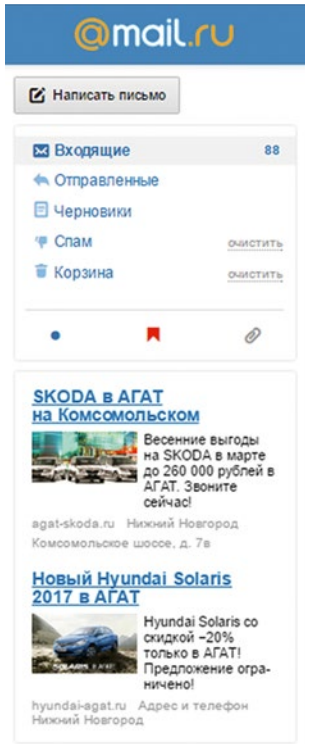
Помимо этих стандартов, у компании «АГАТ» есть внутренние требования и правила маркетинговой деятельности и отчетности. Например, менеджеры по рекламе и маркетингу фиксируют в 1С все мероприятия, плановые и фактические бюджеты, проводят бухгалтерские документы, следят за актуальностью цен на автомобили на сайтах и следуют чек-листам импортера по оформлению дилерских центров. Отдельно стоит упомянуть взаимодействие с рекламной службой города, т.к. любые уличные рекламные конструкции (пилоны, флаги, настенные панно, вывески, щиты) должны согласовываться с этим учреждением. За каждым таким согласованием стоит долгая работа по сбору документов из КУГИ, Мингосимущества, составлением соглашений и писем о внесении изменений в схему города. Как вы понимаете, всем этим стандартам приходится неукоснительно следовать.

Если говорить в целом о работе наших коллег, то творчество занимает примерно 10% от общего объема задач, и касается оно разработки идей новых акций, подготовки публикаций, разработки мероприятий, создания макетов баннеров, листовок и т.д. ▶



## МИФ ЧЕТВЕРТЫЙ
### *Реклама не работает*

Еще 20–30 лет назад покупатели выбирали автомобили из очень скудного модельного ряда одного-двух производителей, а информацию о них черпали из массовых газет, журналов и телепередач. Если раньше для установления первой точки контакта с клиентом достаточно было разместить в газете рекламное объявление «Покупайте автомобиль в компании «АГАТ», то сегодня мы видим, что традиционные газеты и журналы теряют своих читателей. Люди становятся более информированными, разборчивыми и требовательными, причем их ожидания связаны не только с качеством, но и со скоростью получения информации, скоростью обслуживания. Поэтому нельзя говорить, что реклама не нужна. Она нужна, но в ином виде. Новые коммуникационные технологии заставляют дилеров строить коммуникации с покупателями с учетом новых технологий — в Интернете. Здесь на помощь приходит контекстная реклама. Это короткие текстовые объявления, которые появляются в ответ на запрос пользователя в поисковике и четко отвечают на него. Но реклама может быть полезна не только для тех, кто ее размещает. POS-материалы (ценники, постеры, стенды, полки и вывески) в торговых центрах и на улицах помогают быстрее найти нужный продукт, а контекстная реклама аналогично направляет пользователей к цели на просторах Интернета.

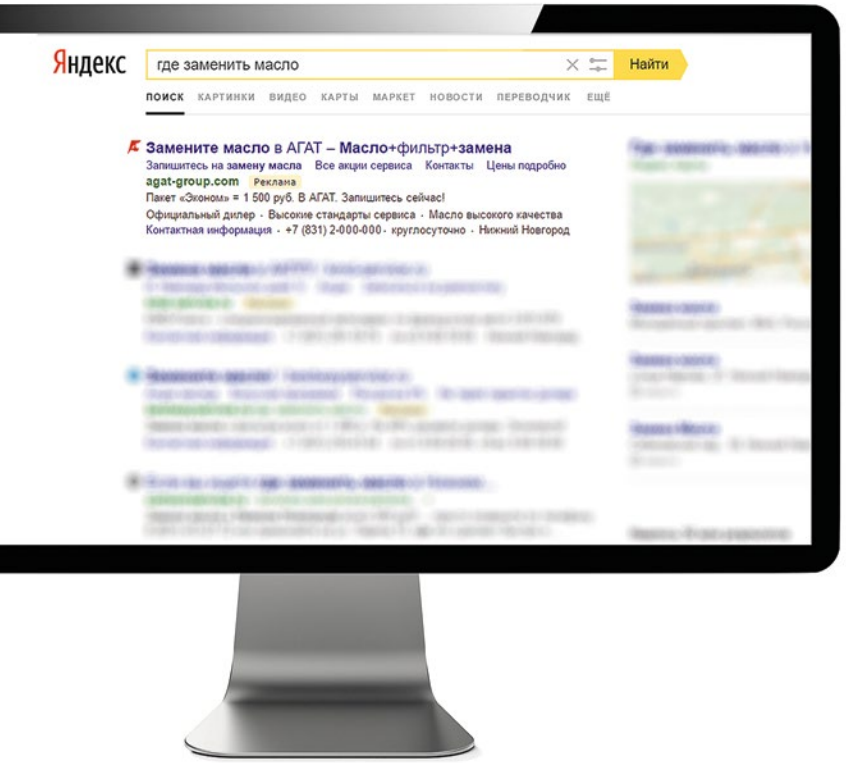



Перед тем, как разместить такое объявление, нужно понять:

- каким пользователям мы будем показывать свои объявления,
- при каких запросах эти пользователи должны увидеть наше объявление,
- что должно быть написано в объявлении, чтобы пользователи обратили на него внимание и перешли на сайт,
- а также на какую страницу сайта привести пользователя, чтобы он нашел ответ на свой запрос и оставил лид (лид — это звонок, заявка с сайта или обращение на сайте к онлайн-консультанту).

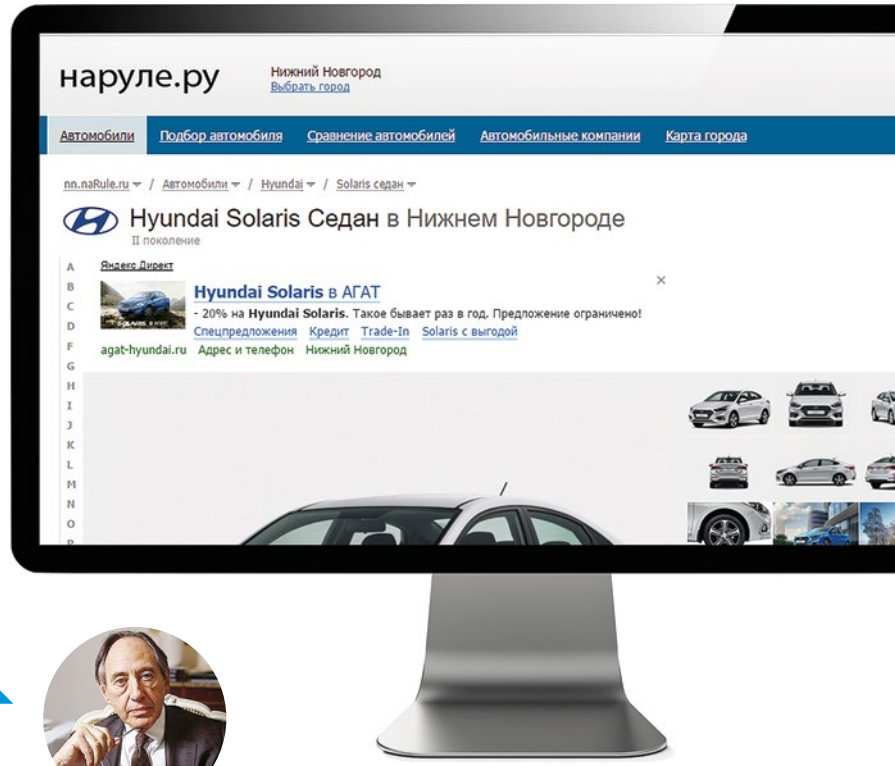
Но недостаточно просто создать рекламные кампании и почивать на лаврах. Конкурентов много, и все хотят привлечь пользователей к себе. Поэтому в контексте постоянно ведется борьба рекламных бюджетов за размещение в верхних позициях в поисковой выдаче.

А если при поиске пользователь по какой-то причине так и не перешел по объявлению или перешел, но не оставил лид, то важно напомнить ему о том, что он искал и попробовать привлечь на сайт еще раз. Вот так «догнать» пользователя возможно с помощью сети партнерских сайтов Яндекса и Google, куда входят, например, карты и справочники, почтовые сервисы, классифайды, социальные сети и сотни других сайтов.




*«Растет число радио- и телевизионных станций, которые обращаются к своей собственной аудитории, а не к общей, как раньше. Центральное телевидение клонится к закату, уступая место кабельному, интернет-СМИ и видеоиграм. Бурно растут средства НЕмассовой информации. Демассифицированные средства информации демассифицируют и наше сознание. Если раньше телеэкраны нас «снабжали» стандартизированными образами, формируя "массовое сознание", сегодня уже не массы людей получают одну и ту же информацию, а небольшие группы населения обмениваются созданными ими самими образами с помощью новых инструментов (соцсетей, блогов и форумов)».*

*Из книги Элфина Тоффлера «Третья волна»*



## МИФ ПЯТЫЙ
### *Реклама — деньги на ветер*

Многие считают, что эффективность маркетинговых мероприятий никто не отслеживает, однако это не так. С запуском ролика на радио, публикацией спецпредложения на сайте, размещением контекстной рекламы или проведением мероприятия работа не заканчивается. Маркетолог должен определить его эффективность. Кто-то может сказать, что показателем эффективности будет размер выручки от проданных автомобилей или услуг. Действительно, этот показатель учитывается, однако такая оценка возможна далеко не во всех случаях, так как на продажи влияет много факторов, и не всегда маркетинговых. Наряду с показателями продаж эффективность маркетинговой коммуникации могут подтвердить количественные показатели (число обращений в дилерские центры по акции, кликов на рекламный баннер, заявок с сайта, онлайн-чатов, звонков в дилерский центр) и качественные (уровень лояльности клиентов к компании). На основании этих данных наши специалисты узнают, как клиенты реагируют на предлагаемые услуги и как воспринимают новые автомобили. Такая аналитика позволяет получать обратную связь от клиентов и корректировать политику продвижения, продаж и сервиса.

## МИФ ШЕСТОЙ
### *Маркетинга нет, есть только реклама*

Поначалу отдел был действительно рекламным — он формировался со времени основания ГК «АГАТ». Рекламный рынок тогда только зарождался, работать на нем было очень интересно, но достаточно сложно. Первая реклама компании размещалась в газетах в черно-белом формате, а главной задачей было сделать компанию «АГАТ» известной, узнаваемой. В то время никто не занимался маркетингом в его сегодняшнем понимании. Но именно тогда был разработан логотип компании, а отдел продаж проводил исследования рынка, занимался сегментацией клиентской базы, и ценообразованием и исследованием рынка.

## МИФ СЕДЬМОЙ
### *Традиционная реклама не работает*

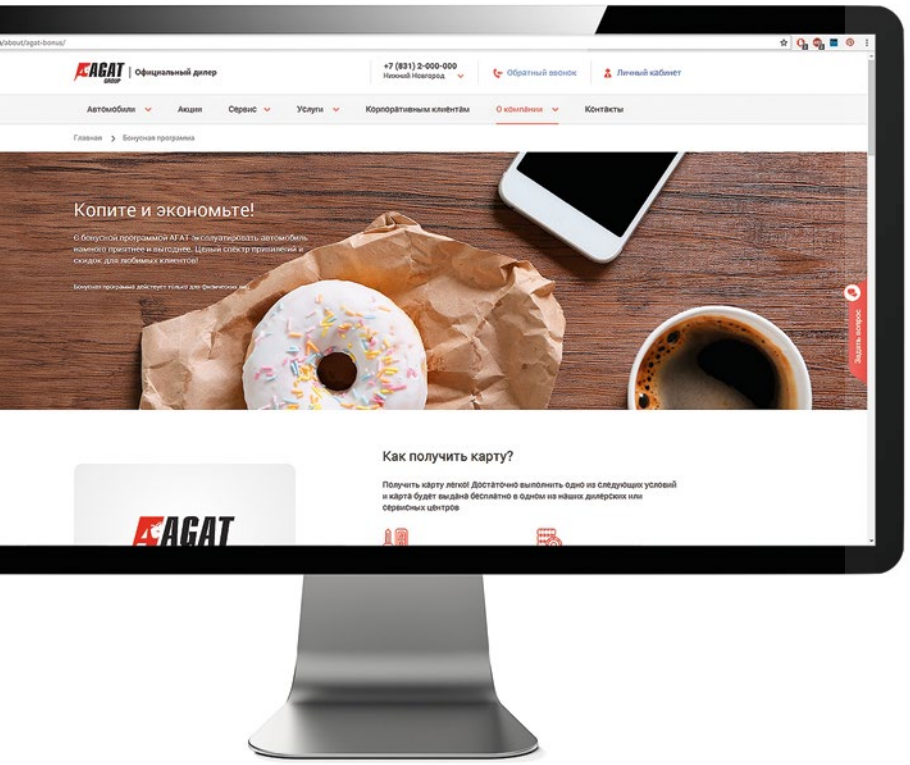
Несмотря на то, что основная часть коммуникаций уходит в онлайн, не во всех регионах нашей страны можно отказаться от традиционной рекламы, так как Интернетом пользуется лишь часть автовладельцев. К примеру, на юге эффективно работает реклама в газетах и журналах, в то время как в столице от этого уже отказались. Поэтому наши коллеги используют микс из традиционной и digital-рекламы, чтобы обеспечить трафик в дилерские центы. Скорее всего в будущем объемы рекламы будут снижаться, но полный отказ от информирования целевой аудитории через радио, телевидение и прессу маловероятен.

Вместе со стремительным ростом компании, знакомством с ведущими автомобильными брендами и их высокими требованиями приходило и понимание новых задач отдела. Становилось ясно, что кроме имиджевой в ГК «АГАТ» должна быть рекламная политика продаж и сервиса. Сегодняшний отдел мало напоминает подразделение рекламы тех лет. Отдел маркетинга и рекламы вырос, сотрудники стали профессиональнее, а задачи — сложнее. Если раньше реклама размещалась с целью повышения узнаваемости компании, без дальнейшей аналитики, то сейчас уже на этапе выбора канала коммуникации предпочтение отдается тем каналам, где есть возможность отследить эффективность (какое объявление обеспечило нужное количество контактов и какова стоимость каждого обращения).

Тенденция оцифровывать показатели в маркетинге стала особено явной в последнее время. Это произошло, когда место ведущего канала продвижения занял Интернет. Инструменты Google и Yandex с их цифровыми измерителями помогают нашим коллегам спрогнозировать показатели и выразить успех маркетинговой кампании в цифрах. ▶

## МИФ ВОСЬМОЙ
### *Клиентам нужен праздник*

Покупка автомобиля для клиента — это действительно праздник, но выбор машины перестал быть частью шоу. Сегодня уровень узнаваемости автомобильных брендов и моделей настолько высок, что необходимость организации больших мероприятий отпала. В настоящее время выездные тест-драйвы, презентации новых моделей автомобилей, партнерские мероприятия организуются исключительно для повышения лояльности к компании. Можно заметить, что прагматичными стали не только дилеры, но и сами клиенты. Активность посещения дилерских центров заметно снижается, и это вполне ожидаемо — зачем клиентам тратить свое время, если можно изучить новинки онлайн, пообщаться с менеджером в чате, а в салон приехать уже на тест-драйв или на сервисное обслуживание. И вот здесь организовать праздник для клиентов — общая задача вместе с отделом продаж и сервиса. Персональное обслуживание менеджеров маркетологи дополняют маркетинговыми инструментами и активностями на повышение лояльности.




Совместно с импортером «АГАТ» организует немало важных мероприятий: всероссийские тест-драйв-туры или мероприятия, приуроченные к спортивным событиям. К примеру, ежегодно Mercedes-Benz организует тест-драйв туры, и наши волгоградские коллеги принимают в его организации активное участие, Hyundai в качестве партнера в 2013 году проводил Road Show в поддержку Евро-2013, Нижегородский этап Эстафеты Огня, приуроченный к старту Универсиады в Казани.

ЯРКИЕ СОБЫТИЯ МЕСЯЦА

ТЕСТ-ДРАЙВ ТУР MERCEDES-BENZ

25 июня состоялся региональный тест-драйв тур, посвященный новым моделям от «Мерседес-Бенц»-2016. В этот день можно было принять участие в тест-драйве на инновационном Е-Классе, непревзойденном внедорожнике GLS, взрывном С-Класс купе, легендарном родстере SL. У каждого автомобиля свой стиль, неподражаемые манеры и особенный характер. Но всех их объединяет одно — качество и надежность «Мерседес-Бенц»!

Очередь на тест-драйв растянулась на несколько часов, а для тех, кто уже прошел инструктаж и ожидал своего часа, организаторы предложили принять солнечные ванны на импровизированном пляже с морским песком и шезлонгами, отведать изысканные угощения-сеты, мороженое и настоящий итальянский кофе. Кроме этого гости могли нарисовать с помощью 3D- ручки памятный сувенир, оказаться за рулем нового Е-Класса и прокатиться на аттракционах Диснейленда в виртуальной реальности.

15

Одно из крупных совместных событий ждет нас в следующем году. В городах, где будут проходить отборочные матчи к Чемпионату мира по футболу и где есть наши дилерские центры, «АГАТ» выступит в качестве принимающей стороны совместно с дистрибьютором — глобальным партнером Чемпионата. Еще один из глобальных проектов дистрибьютора состоится этим летом. В честь 40-летия легендарного внедорожника «Нива» одновременно в нескольких городах России будут проведены праздничные мероприятия. Надо отметить, что у наших коллег уже достаточный опыт одновременного проведения рекламных кампаний, вспомните презентации LADA Vesta, Hyundai Solaris.

## МИФ ДЕВЯТЫЙ

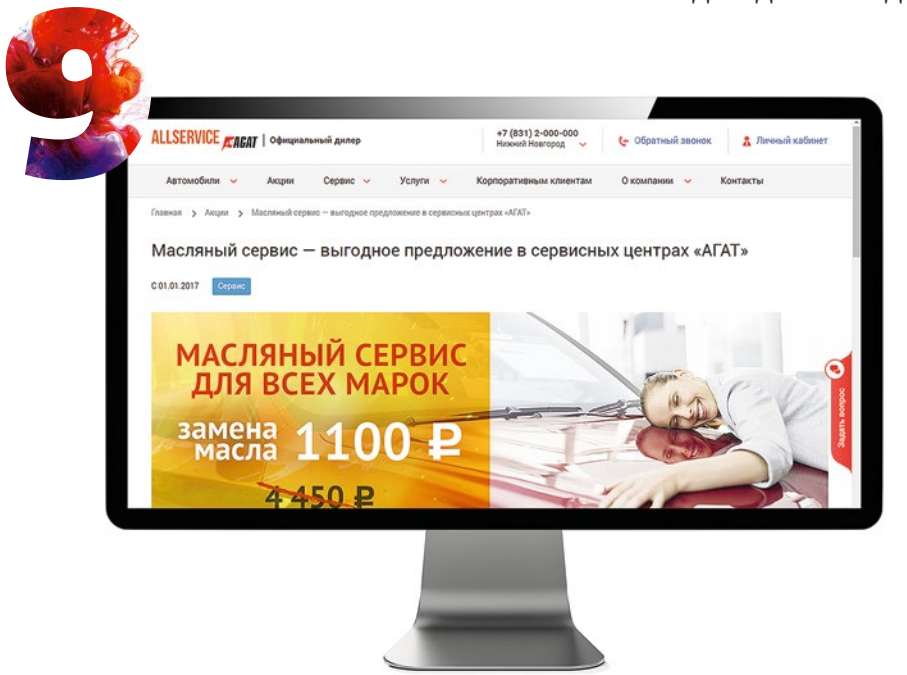
***Нужно продвигать автомобили, а не сервис***

Многие могут подумать, что сервисные услуги компании не нуждаются в продвижении. Действительно, если автомобиль на гарантии, то владелец ожидаемо приедет в дилерский центр. А что происходит по прошествии двух-трех лет? В этом случае статистика нам говорит об обратном — не все клиенты к нам возвращаются. Поэтому маркетинговые программы для сервиса необходимы.

«Масляный сервис» — яркий пример маркетингового проекта, запуск которого состоялся в феврале 2016 года.

***Цель:*** возвращение клиентов постгарантийных авто
***Предложение:*** Замена масляного фильтра и масла по минимальной цене
***Результат:***

- Рост числа обращений на 8 500
- Около 3 500 машинозаездов
- 50% из тех, кто воспользовался данной акцией,— владельцы постгарантийных авто




В рамках данной акции клиенты могут заменить масло и масляный фильтр в любом дилерском центре «АГАТ» по минимальной стоимости, получив при этом топливную карту в подарок. Перед тем как запустить рекламу, наши коллеги четко сформулировали цель, просчитали стоимость услуги, продумали ее состав и оценили подобные предложения конкурентов. Данная акция привлекла владельцев постгарантийных автомобилей в дилерские центры «АГАТ», где уже сервисные консультанты показали клиентам, что компания меняет свое отношение и подход к обслуживанию. Практически все клиенты, обратившиеся за «Масляным сервисом» с начала акции,— владельцы автомобилей профильных брендов ГК «АГАТ», а половина из них — это владельцы постгарантийных авто.

## МИФ ДЕСЯТЫЙ

***В отделе маркетинга и рекламы работают странные люди: поверх футболки надевают шарфы, ходят в рваных джинсах и красных кедах.***

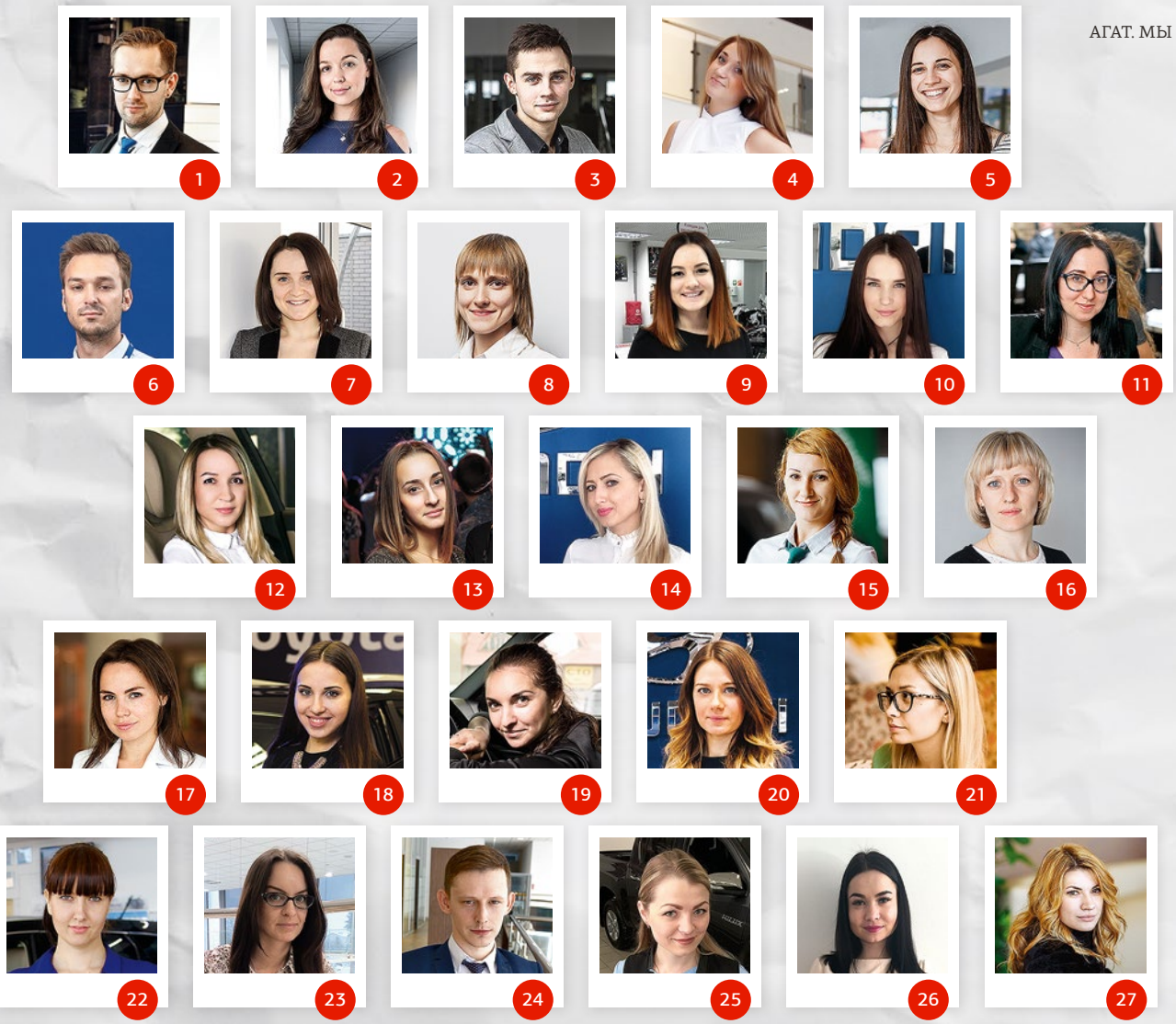
Что тут сказать... В принципе, некоторые иногда так ходят, преимущественно по пятницам, но это никак не связано с их маркетинговой деятельностью. Очень многих из них вы не отличите от IT-специалиста, юриста или сотрудника службы качества — сотрудники отдела маркетинга и рекламы следуют стандартам, поэтому одеваются в офисном стиле. Но главное для них все-таки не следование моде, а качественная работа — им нужны интересные задачи, возможность достичь классных результатов и научиться новому. А об эффективности их работы можно судить не только по бизнес-показателям, но и по признанию дистрибьюторов. Сотрудники отдела маркетинга и рекламы разрабатывают уникальные проекты, которые входят в число лучших среди российских дилерских сетей.

## ПОБЕДЫ ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА И РЕКЛАМЫ ГК «АГАТ»

1. «Семейный экипаж Škoda» — лучший проект 2012 года (Нижний Новгород)
2. В двадцатке лучших маркетологов LADA — 2013 Екатерина Малышева (Нижний Новгород)
3. «Самый успешный маркетинговый проект Hyundai IX 35 — 2013» (Астрахань)
4. «Лучший менеджер по маркетингу Škoda 2012, 2013» Наталья Софронова (Нижний Новгород)
5. Благодарностью отмечена работа отдела маркетинга и рекламы по направлениям Toyota (Волгоград) и Lexus (Нижний Новгород) по многим проектам, в частности LSM
6. «Самый успешный маркетинговый проект Hyundai Equus — 2012, 2013, 2015» (Нижний Новгород)
7. «Лучший маркетолог Hyundai — 2015» Яна Темнова (Нижний Новгород)
8. «Лучший маркетолог LADA — 2015» Екатерина Малышева (Нижний Новгород)
9. Первое место по маркетингу Škoda в регионе Юг — 2016 — Валерия Ушакова (Волгоград)
10. «Лучший маркетинговый проект Hyundai 2016 года» (Волгоград)
11. «Лучший маркетолог ГАЗ — 2016» Екатерина Малышева (Нижний Новгород)
12. «Лучший маркетолог дилерской сети Infiniti — 2016» Анна Сахарова (Нижний Новгород)

**Несмотря на большое количество коллективных и личных заслуг, главным достижением наши коллеги считают не звания и дипломы, а КЛИЕНТОВ, которые обращаются в ГК «АГАТ», и здесь цифры говорят сами за себя: более 3 500 звонков поступает в наш контактный центр ежедневно, более 150 посетителей сайта общаются с операторами в чатах. Надеемся, мы развенчали мифы о маркетинге и рекламе, и теперь мы знаем, что наши коллеги сочетают в себе креатив и аналитику, а их работа важна для информирования клиентов и выстраивания с ними плодотворных отношений, и вообще они — классная команда!** ▶

***На фото (слева направо):***
*Руководитель проектов **Владимир Гуров**, контент-менеджер **Александ Питаев**, руководитель отдела маркетинга и рекламы **Екатерина Ульянова**, контент-менеджер **Ярослав Шашкин**, бренд-менеджер ГАЗ/LADA/УАЗ/Chevrolet NIVA **Екатерина Малышева**, дизайнер **Егор Дроздов**, бренд-менеджер Škoda/Infiniti/Mercedes-Benz/Mitsubishi/BMW **Анна Сахарова**, бренд-менеджер Hyundai/Ford **Яна Темнова**, менеджер по маркетингу и рекламе Lexus **Инна Камзолова**, менеджер по маркетингу и рекламе Hyundai **Елена Попова**, ведущий специалист по интернет-маркетингу **Анастасия Жердева**, специалист по делопроизводству **Наталья Румянцева**, дизайнер **Елена Шинкарук**, специалист по интернет-маркетингу **Алена Кудряшова**, ведущий специалист по маркетингу и рекламе **Наталья Грачева**, менеджер по маркетингу и рекламе Mercedes-Benz **Мария Куренкова**, менеджер по маркетингу и рекламе Mitsubishi **Денис Яшенков** (Нижний Новгород)*



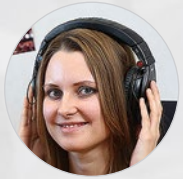
*1. Бренд-менеджер Toyota/Lexus **Александр Пузырников** (Нижний Новгород). 2. Бренд-менеджер направления «AGAT PROFI» автомобили с пробегом **Ирина Лебедева** (Нижний Новгород). 3. Бренд-менеджер направлений «Коммерческая техника», «Дорожно-строительная техника», «Агат-Логистик» **Вячеслав Колесник** (Нижний Новгород). 4. Менеджер по маркетингу и рекламе Škoda **Ольга Евдокимова** (Нижний Новгород). 5. Менеджер по маркетингу и рекламе Hyundai **Ирина Балаева** (Нижний Новгород). 6. Менеджер по маркетингу и рекламе Ford **Илья Меньшов** (Нижний Новгород). 7. Менеджер по маркетингу и рекламе ГАЗ/LADA **Анастасия Щербакова** (Нижний Новгород). 8. Специалист по интернет-проектам **Любовь Воеводина** (Нижний Новгород). 9. Менеджер по маркетингу и рекламе Yamaha/Авто с пробегом **Алевтина Толкачева** (Волгоград). 10. Специалист по маркетингу и рекламе Hyundai **Анастасия Конобеева** (Волгоград). 11. Менеджер по маркетингу и рекламе Mercedes-Benz **Дарья Новикова** (Волгоград). 12. Менеджер по маркетингу и рекламе Toyota **Екатерина Кондратьева** (Волгоград). 13. Специалист по маркетингу и рекламе LADA/ГАЗ/УАЗ/Chevrolet NIVA **Наталья Коняева** (Волгоград). 14. Менеджер по маркетингу и рекламе Hyundai **Наталья Попова** (Волгоград). 15. Менеджер по маркетингу и рекламе Škoda **Валерия Ушакова** (Волгоград). 16. Менеджер по маркетингу и рекламе LADA/ГАЗ/УАЗ/Chevrolet NIVA **Анна Макеева** (Волгоград). 17. Начальник отдела маркетинга и рекламы «АГАТ» в г.Волгоград/ Менеджер по маркетингу и рекламе Lexus **Екатерина Ольховая** (Волгоград). 18. Менеджер по маркетингу и рекламе Toyota **Екатерина Балаева** (Саранск). 19. Менеджер по маркетингу и рекламе LADA/УАЗ/Коммерческая техника **Наталья Папкова** (Саратов). 20. Менеджер по маркетингу и рекламе Hyundai **Марта Бондарчук** (Саратов). 21. Менеджер по маркетингу и рекламе LADA/ГАЗ/УАЗ **Татьяна Коратаева** (Астрахань). 22. Менеджер по маркетингу и рекламе Hyundai/Ford **Екатерина Шарагина** (Астрахань). 23. Менеджер по маркетингу и рекламе Toyota **Елена Матросова** (Иваново). 24. Менеджер по маркетингу и рекламе Toyota **Илья Кураев** (Киров). 25. Менеджер по маркетингу и рекламе мультибрендового ДЦ **Юлия Непомнящая** (Ухта). 26. Менеджер по маркетингу и рекламе Toyota **Ульяна Дуркина** (Сыктывкар). 27. Менеджер по маркетингу и рекламе Toyota **Татьяна Степанян** (Волгоград).*

**Мы спросили у наших коллег, каким, по их мнению, будет маркетинг и реклама в будущем?**

**Екатерина Ульянова:** «Наметились три вектора. Во-первых, коммерческие предложения становятся проще, прозрачнее и понятнее. У современного человека время в недостатке, поэтому рекламное сообщение должно восприниматься за несколько секунд. Во-вторых, все коммуникации уходят в онлайн. Проследите за собой: сколько раз в день вы обращаетесь к мобильному телефону? В-третьих, это персональный подход. Клиент жаждет индивидуальных условий и внимательного персонифицированного обращения. Думаю, в будущем эти направления останутся ведущими в маркетинге и рекламе».

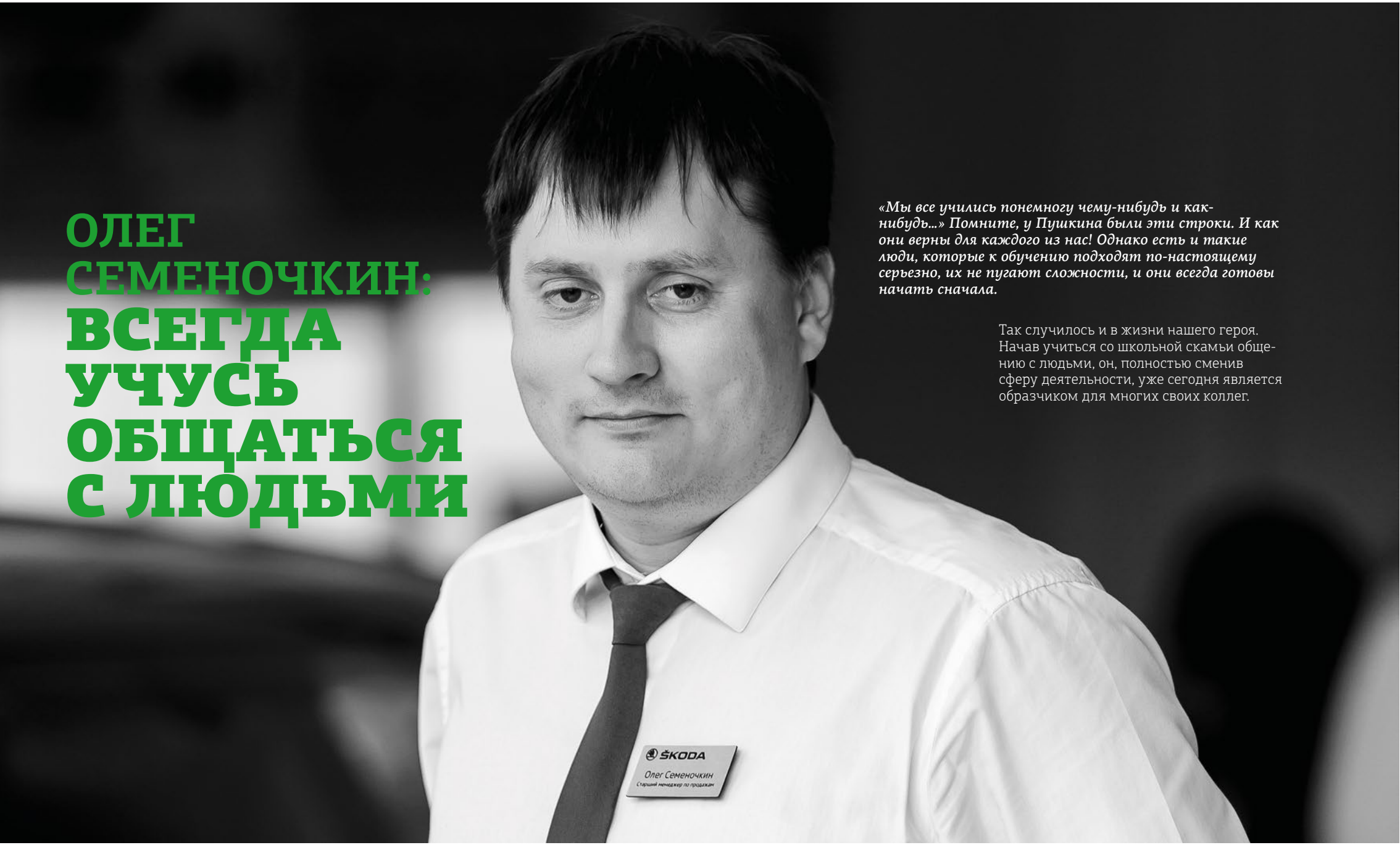
**Екатерина Малышева:** «Вполне возможно, что в век доступности и, самое главное, переизбытка информации, в маркетинговых коммуникациях компании будут уходить от массовых кампаний в сторону персонализации, лояльности и поддержания имиджа. Но уверена, что маркетинг, реклама и PR будут всегда».

**Анастасия Жердева:** «Согласна, что персонализация становится всеобщим трендом, а значит, расширится использование таргетинга и все бОльшую роль будет играть непосредственное взаимодействие с клиентом».



**Алена Кудряшова:** «На мой взгляд, совсем скоро мы станем свидетелями окончательной победы мобильных устройств. Конечно, планшеты, компьютеры и ноутбуки никуда не денутся, но для выбора автомобиля будут чаще использовать мобильные приложения».

# ОЛЕГ СЕМЕНОЧКИН: ВСЕГДА УЧУСЬ ОБЩАТЬСЯ С ЛЮДЬМИ




*«Мы все учились понемногу чему-нибудь и как-нибудь...» Помните, у Пушкина были эти строки. И как они верны для каждого из нас! Однако есть и такие люди, которые к обучению подходят по-настоящему серьезно, их не пугают сложности, и они всегда готовы начать сначала.*

Так случилось и в жизни нашего героя. Начав учиться со школьной скамьи общению с людьми, он, полностью сменив сферу деятельности, уже сегодня является образчиком для многих своих коллег.

ПРЕСС-ПОРТРЕТ:

# ОЛЕГ СЕМЕНОЧКИН

*Старший менеджер по продажам автомобилей Škoda (ООО «Агат-Виктория», Волгоград)*

*33 года*

*Женат, растит двоих сыновей*

**— Олег, начнем традиционно: расскажите, пожалуйста, о себе, о своей семье.**

— Что ж, начнем. Я родился 9 апреля 1983 года в городе Волжском Волгоградской области. Мои родители трудились на благо страны. Отец работал в сфере химической промышленности, а мама — пищевой, потом, правда, перешла в торговлю. Сейчас они оба на пенсии. В школу ходил здесь же, в Волжском. С первого по шестой класс я учился в обычной школе, а потом перешел в школу с гуманитарным уклоном. Да-да, гуманитарные предметы мне были всегда по душе. В целом, учеба мне нравилась, несмотря на то, что не всегда давалась легко.

**— И каким стал ваш выбор после окончания 11 класса? Все так же гуманитарным?**

— Да. После школы я поступил в Волжский гуманитарный институт (филиал Волгоградского государственного университета) на очное отделение по специальности «Менеджмент». Выбор будущей профессии был продиктован интересом и желанием общаться с людьми, продавать. Так что четыре года прошли на одном дыхании!

**— А как же машины?! В жизни любого мальчишки, подростка, мужчины они занимают значительное место. У вас было так же?**

— Ну, конечно! Как и у большинства мальчишек, знакомство с автомобилями у меня произошло благодаря отцу. Он брал меня в гараж, и я с удовольствием учился ремонтировать и мыть нашу машину. Позже он научил меня первым азам вождения. Вообще, машин у нас в семье было много разных, и каждая по-своему была хороша. Но когда в семье появилась первая иномарка, это был просто взрыв эмоций, ни с чем не сравнимое чувство.

**— Однако первым вашим личным автомобилем стал...**

— Опять же, как и у многих, им стал вазовский продукт — автомобиль ВАЗ-2109. А вот после уже появился KIA Cee'd. Ну, а сегодня у меня Škoda Octavia A7.

**— Олег, поговорим о работе. Расскажите, с чего начался и как строился ваш карьерный путь?**

— После окончания вуза в 2004 году я устроился в компанию, которая продавала компьютеры и оргтехнику. Клиентов было много, работы, соответственно, тоже. И мне это нравилось. Нравилось продавать, нравились компьютеры (кстати, я и сейчас могу сам программы установить). Знаете, я даже первых клиентов помню до сих пор. Это была семья, родители покупали ребенку компьютер.

**— Тем не менее, компьютеры вы сменили на автомобили. Почему?**

— Сейчас объясню. Устроившись сначала на продажи компьютеров, я дорос до старшего менеджера, а это уже значит — стал практически управляющим магазином. Такая должность требовала не только делать хорошие продажи, но и осуществлять контроль за кассовыми операциями, заказывать необходимое оборудование, отслеживать товарооборот. Все это было новым, а потому интересным. Однако со временем я понял, что здесь расти дальше некуда. А потому и решил кардинально поменять сферу деятельности.

**— И как вы попали в компанию «АГАТ»?**

— Узнав, что близко к моему дому строится дилерский центр Hyundai/Škoda, в мае 2011 года я приехал на собеседование. Планировал до открытия салона поработать в другом ДЦ, а потом, перейти в ДЦ Škoda, но вакансий не было, и я ждал два месяца, после чего снова приехал на встречу к Михаилу Шулакову. которой одобрил мою кандидатуру на должность старшего менеджера, а после этого началось мое обучение и испытательный срок.

**— Как складывалась ваша работа: что оказалось новым, а что знакомым, что пришлось преодолеть?**

— Когда я начал свою работу в ДЦ Škoda, то понял, что в этой компании к продажам относятся совсем по-другому. Понимаете, клиентоориентированность есть у всех, но настолько глубокое отношение к продажам ▶

**„В первый месяц я продал два автомобиля, во второй — четыре, а в третий уже 18. Дальше цифры были от 17 до 23 машин каждый месяц.**

я встретил впервые. Серьезность подхода поражает. Здесь я действительно все начал сначала. Процесс продаж, обеспечение CRM, требования дистрибьютора, обучение, сертификация, презентация автомобиля, техническое устройство и термины... Я очень многого не знал. Но и это еще не все. Мне пришлось преодолеть себя в эмоциональном плане, раскрыться. Первое время мне даже приходилось учиться улыбаться :) ... Так что ГК «АГАТ» — это настоящая школа жизни.

**— Значит, учиться пришлось многому...**

— Конечно. Во-первых, самому общению с клиентами и по телефону, и в личной беседе. Надо было преодолеть свои внутренние страхи, все то, что могло бы тормозить работу. В первый месяц я продал два автомобиля, во второй — четыре, а в третий уже 18. Дальше цифры были от 17 до 23 машин каждый месяц.

**— А сегодня, я слышала, вы достигли впечатляющих результатов.**

— Да, сегодня у меня многое получается.

**— Вы скромничаете! Вот уже пять лет больше вас никто не продает машин Škoda.**

— Возможно (смеется). В апреле по плану я приближусь к 1000 штукам. Просто я многому научился, многое узнал о Škoda: особенности бренда, технические характеристики и т.д. Однако больше всего попотеть меня заставила необходимость улыбаться, причем по-настоящему. И сегодня, признаюсь, это умение помогает мне не только в работе.

**— Думаю, что будущим менеджерам стоит взять на вооружение такую «фишку».**

— Понимаете, свои «фишки» в продажах важны. Однако все же главное — открытость. Важно расположить к себе

**Идеального менеджера по продажам не существует. Есть просто хорошие. А хороший менеджер должен быть честным, открытым, позитивным, добрым, вызывать доверие, идти в ногу со временем, уметь сосредоточиться, общаться в коллективе.**

человека, который приходит со своими сомнениями, страхами, даже недоверием. Понятно, что каждый испытывает дискомфорт, поэтому нужно разговорить человека, создать ему комфортные условия. Я должен стать другом, и клиент не должен меня бояться. Кстати, такие отношения с клиентом надо выстраивать не только на краткосрочной основе, до момента продажи, но и в дальнейшем звонить ему, интересоваться «поведением» автомобиля, помогать при необходимости.

**— А если кратко сформулировать, то каким, по-вашему, должен быть идеальный менеджер?**

— Идеального менеджера по продажам не существует. Есть просто хорошие. А хороший менеджер должен быть честным, открытым, позитивным, добрым, вызывать доверие, идти в ногу со временем, уметь сосредоточиться, общаться в коллективе. Вообще, коллектив ведь во многом помогает, так что правильный менеджер должен быть частью коллектива, уважать, ценить, разделять общие принципы и ценности.

**— Значит, вы компанейский человек? Легко сходитесь с людьми?**

— В нашей профессии не компанейским человеком быть нельзя, ведь мы работаем с людьми, и для установления контакта с покупателем или просто с человеком вне работы нужно быть коммуникабельным и интересным.

**— Тем не менее, ваша работа требует следования определенным рамкам, или для достижения результата вы можете рискнуть, попробовать что-то новое?**

— Я работаю в рамках ГК «АГАТ», но для достижения желаемого результата могу пойти на риск! Наверное, поэтому мне и нравятся продажи, они для меня — и работа, и увлечение, и общение.

**— И чем, по-вашему, так хорош бренд Škoda? Например, для семейного человека, девушки, холостяка?**

— Для начала автомобили Škoda надежные и безопасные, в то же время красивые по дизайну и доступные по цене. Да, долгое время Škoda считался семейным брендом, но с приходом обновленных Rapid, Octavia A7FL и Superb B8 к нам прибавилась молодежная аудитория и бизнес-представители.

**— Олег, а случались ли в вашей практике какие-то особенно запоминающиеся случаи?**

— Помню вот один такой: как-то клиент, который купил у меня автомобиль, был настолько доволен проделанной работой, что потом привел еще 12 или 13 клиентов. И все купили Škoda Octavia.

**— Остается ли у вас время на семью, на дом, хобби? Как семья относится к работе, вы ведь, как я понимаю, очень заняты.**

— Поначалу было напряженно. Но я смог себя перестроить и психологически, и эмоционально. Поэтому и в семье все изменилось. Помните, я говорил вам об умении улыбаться. Мыслить позитивно — это значит, что и вокруг себя распространять позитив. Кроме того, сейчас у меня стабильный график, я больше времени могу уделять детям. Мои сыновья — младшие школьники, Максим и Матвей. И уже сейчас они могут порулить у меня на коленках на даче, и на работу любят приходить.

**— Значит, у вас есть дача, наверное, там вы и отдыхаете всей семьей?**

— Да, дача находится недалеко от Волги. Я вообще люблю семейный уют. Хотя... хотя приключений каких-то все же хочется, но пока времени на них нет. Правда, вот на море ездили два раза.

**— Попробую угадать. Ездили на Škoda Octavia?**

— Да! Скажу честно, для моей семьи автомобиль — это еще один член семьи. И он необходим каждый день: школа, секции, отдых на природе или на даче, поездки в магазин.

**— Олег, и последний вопрос: есть ли у вас мечта?**

— Знаете... Хочется расширить квартиру, уж больно она у нас маленькая.

***Уверены, Олег осуществит и эту мечту!***

## БЛИЦ-ОПРОС

***— Работа для вас — это...?***

— Практически смысл жизни после детей. И, естественно, работа — инструмент для достижения карьерного роста и зарабатывания денег.

***— Компания «АГАТ» в вашей жизни — это...?***

— Вторая семья, в которой я провожу больше времени, чем дома.

***— Ваши главные рабочие преимущества?***

— Активность, ответственность, надежность.

***— Общаясь с клиентом, важно...?***

— Создать у клиента мысль, что я не продавец автомобилей Škoda, а друг и помощник, который поможет сделать ему правильный выбор.

***— Результат будет, если...?***

— Прикладывать максимум усилий и верить в то, что ты делаешь.

***— Что вас мотивирует и вдохновляет?***

— Интересные и позитивные клиенты, с которыми приятно работать.

***— Какова ваша роль в коллективе?***

— Для новеньких я наставник, для проверенных временем коллег — опора и поддержка в любых вопросах. Я же все-таки старший!

***— Корпоративная культура — это...?***

— Сплоченность коллектива для выполнения каких-либо задач, включая корпоративный отдых.

***— Что вы не любите?***

— Не люблю, когда что-то идет не по плану.

***— Жизненное кредо?***

— Не останавливаться на достигнутом!

***— Кем видите себя лет через 10?***

— Сложно сказать, но надеюсь, что перейду от прямых продаж к управлению.

# С ВЕРОЙ В ЛЮБИМОЕ ДЕЛО

*Закройте глаза и на минуту представьте, как в вашем сознании выглядит настоящий профессионал своего дела? Человек, который в своей сфере знает буквально каждый нюанс и для которого просто не существует такого понятия, как мелочи. Представили? Нет сомнений, что сотрудники, лично знакомые с* ***Сергеем Седовым****, сервисным консультантом ДЦ Lexus, в этот момент подумали именно о нем. Про таких, как правило, говорят: «Дело мастера боится». И, действительно, за те годы, что Сергей работает компании «АГАТ», он заслужил колоссальный авторитет.*

Пожалуй, одной из главных характеристик профессионала является нескончаемый поток клиентов, который выстраивается к нашему герою буквально в очередь. При этом подавляющее большинство желает обслуживать свои автомобили у него уже не в первый раз, а отзывы, которые оставляют посетители, носят сугубо положительный характер. Хотя сам герой по этому поводу лишь скромно отшучивается: «Да, у меня много клиентов, но ведь и у моих коллег их немало. Кто-то стал «моим» по совету друзей, а кто-то предпочитает просто не менять сервисного консультанта»,— объясняет ситуацию Сергей.

По его словам, главными качествами, которыми должен обладать идеальный сервисный консультант — это выполнение поставленной задачи, чтобы клиент в итоге не был разочарован. Ну, и куда же без стрессоустойчивости, профессионализма и капельки обаяния?

Профессиональный путь Сергей Седова начался еще со времен студенчества, когда он поступил в НГТУ имени Ростислава Алексеева на автомобильный факультет. Пожалуй, тогда и была определена его дальнейшая судьба. И хотя сам Сергей заявляет, что автомобиль для него не иначе, как просто средство передвижения, с ним связана почти вся его жизнь. ▶

**ПРЕСС-ПОРТРЕТ:**

## СЕРГЕЙ СЕДОВ

*Сервисный консультант ДЦ Lexus в Нижнем Новгороде (ООО «Платинум»).*
*Стаж работы в ГК «АГАТ» — 9 лет.*
*Победитель конкурса «Нацелены на прогресс»*

Свою карьеру в компании «АГАТ» Сергей начал в 2008-м году с должности инженера по гарантии, но почти сразу был переведен на вакантное место старшим сервисным консультантом. «Я пришел в Лексус — Нижний Новгород, имея двухлетний опыт работы в другой компании, так что определенными знаниями я уже обладал. Поэтому мне приходилось подсказывать коллегам по дилерскому центру, передавать им свой опыт на благо общего результата. На начальном этапе некоторые совсем молодые сотрудники порой не знали, как и где нужно заказывать запчасти, как создать карты техобслуживания. Но совместными усилиями мы стали одним из сильнейших коллективов в этой сфере»,— подчеркивает Сергей.

Одним из самых ярких качеств профессионала является целеустремленность и склонность к самообразованию. Поэтому не удивительно, что наш герой все трудности и новшества встречает лицом к лицу: «Новая модель автомобиля на обслуживании? Замечательно! Новые стандарты? Отлично! Главное, что есть понимание, как и что нужно делать. Все остальное является лишь следствием. Вы знаете, с получением ценного опыта работать действительно становится несколько легче. И ситуации, которые раньше расценивались как сложные, выглядят вполне себе рядовыми. Так что опыт и желание самосовершенствоваться решают все!» — бодро заявляет Сергей.

Кстати, о бодрости. По его словам, силу духа и позитивный заряд на весь рабочий день ему помогает сохранить всего лишь здоровый сон и бесконечная любовь к тому, чем он занимается.

Для Сергея не существует прошлого, он не витает в воспоминаниях, а в свой рабочий день делает исключительно то, ради чего он сюда пришел, — работает с предельной концентрацией. Но при этом, как человек сугубо практичный, строит определенные планы на будущее и с удовольствием рассуждает о них: «У каждого человека в момент, когда ему все надоедает, должны быть стимулы, которые бы мотивировали его. Финансовое вознаграждение — это, безусловно, здорово! Ради этого все и работают. Но для меня финансы — это средство для достижения целей. К примеру, я уже построил дом, посадил дерево, и мне осталось сделать лишь самое важное...

*«Новая модель автомобиля на обслуживании? Замечательно! Новые стандарты? Отлично! Главное, что есть понимание, как и что нужно делать. Все остальное является лишь следствием.*

Кроме того, мне очень нравится путешествовать, и в ближайшее время я мечтаю побывать на Таити. Знаете, когда накатывает усталость, то думаю именно об этом. Ну, и на Porsche Panamera очень хочется заработать»,— делится секретами самомотивации Сергей.

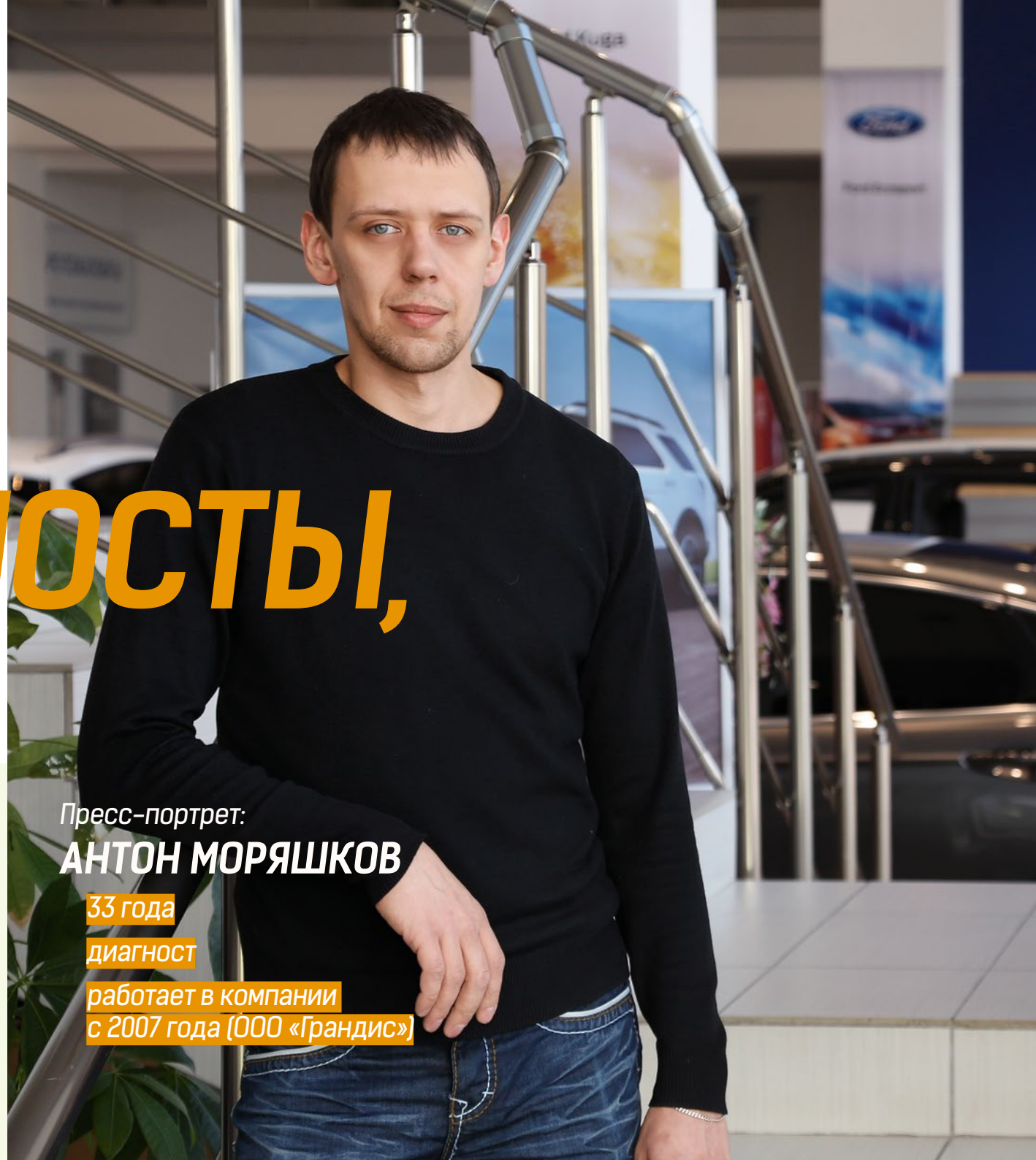
Но помимо всех этих материальных благ, которые дарит профессиональное выполнение своих профессиональных же функций, есть нечто большее. Что-то, что в хорошем человеке присутствует, что называется, по умолчанию: порядочность! Именно это качество Сергей больше всего ценит в людях и сам к себе предъявляет именно такие требования. Быть порядочным — его жизненное кредо, которому он следует постоянно и в любых ситуациях.

«За те годы, что я работаю в компании, я изменился — что тут скрывать? Но изменения, как мне кажется, имеют сугубо возрастной характер. Изменились ли за это время клиенты? Скорее, да, чем нет. Но, как и в моем случае, изменения эти не кардинальные, а касаются лишь более жестких требований к качеству и срокам ремонта, что не удивительно, ведь все мои клиенты — люди состоявшиеся, которые знают цену своему времени и своим деньгам»,— заключает Сергей.

«Изменились ли за это время клиенты? Скорее, да, чем нет. Но, как и в моем случае, изменения эти не кардинальные, а касаются лишь более жестких требований к качеству и срокам ремонта, что не удивительно, ведь все мои клиенты — люди состоявшиеся, которые знают цену своему времени и своим деньгам

# ИДЕМ В ДИАГНОСТЫ, БРАТ?

*Каким вы представляете себе электрика-диагноста? Скажем сразу, что образ дяди Вовы из ближайшего гаража уже не соответствует современным стандартам. Человек с хорошим образованием, техническими знаниями, правильной речью и стремлением к постоянному развитию — вот портрет современного автомобильного диагноста. В компании «АГАТ» работают именно такие мастера своего дела. Сегодня мы хотим вас познакомить именно с такими специалистами — Антоном и Евгением Моряшковыми, которые работают в дилерском центре «АГАТ» на Родионова (Нижний Новгород).*



*Пресс-портрет:*

**АНТОН МОРЯШКОВ**

33 года

диагност

работает в компании с 2007 года (ООО «Грандис»)

Пресс-портрет:

## ЕВГЕНИЙ МОРЯШКОВ

24 года

диагност

работает в компании с 2010 года (ООО «АртКар»)

**А устроиться сюда меня побудило огромное желание сменить работу. Когда писал заявление о приеме в отделе кадров, я и не мечтал, что наш роман с компанией будет таким продолжительным. Но все сложилось удачно...**

Антон и Евгений Моряшковы похожи не только внешне (разница между братьями составляет девять лет), но и в их отношении к работе и к жизни. Вот вам простой пример. В 2015 году в Москве прошла олимпиада, на которой оценивалась работа диагностов Mitsubishi. Антон, старший брат, в этом мероприятии принимал участие. На этих профессиональных соревнованиях необходимо было знать техническую документацию буквально, как азбуку! Но и этого было недостаточно. Только наличие богатого опыта и скрупулезного подхода к делу давали шанс на победу. И, знаете что? Антон победил! Причем, с заданиями, представленными на олимпиаде, он справился не только всех точнее, но и всех быстрее, оставив позади своих конкурентов со всей страны. А если знать, что несколько ранее, после того как в одном из предыдущих конкурсов он занял третье место и пообещал себе в будущем стать первым, то фразу «Мужик сказал — мужик сделал!» к нему можно применить в полном объеме: «Когда узнал, что занял третье место, и изучил таблицу результатов, понял, что могу претендовать на лучший результат, до которого мне не хватило нескольких баллов. Так что в следующий раз обязательно буду бороться за первое место!» — и он это сделал! Спустя несколько месяцев свою победу в профессиональном конкурсе одержал и Евгений! Вот уж действительно, младший идет по стопам старшего! В 2016 году он победил в конкурсе «Нацелены на прогресс», став лучшим диагностом.

Их истории трудоустройства в компанию, с одной стороны, достаточно будничные, но, с другой, они обусловлены одним из самых важных факторов человеческой жизни — самореализацией, которую без определенных свершений достичь никак не получится. «Работать в дилерском центре на Родионова я начал в 2007 году, с тех самых пор, когда он открылся,— рассказывает Антон. — Если честно, о самой компании на тот момент я практически ничего не знал. А устроиться сюда меня побудило огромное желание сменить работу. Когда писал заявление о приеме в отделе кадров, я и не мечтал, что наш роман с компанией будет таким продолжительным. Но все сложилось удачно»,— подчеркивает старший брат. ▶

В свою очередь, Евгений пришел в «АГАТ» семь лет назад: «Пришел работать я по одной простой причине — мне нужны были деньги. Предложение попробовать свои силы в роли диагноста в «АГАТе» мне поступило от моего брата, который к тому времени работал здесь уже несколько лет»,— рассказывает Евгений. По его собственному признанию, старший брат для него — это самый настоящий авторитет в работе: «Считаю ли я Антона авторитетом в профессиональной деятельности? Безусловно! Он дал мне базовые знания, которые впоследствии позволяли прогрессировать как специалисту. Он не позволял мне упустить свой шанс, когда на то были предпосылки. Одним словом, я горжусь своим братом!»— обозначил Евгений.

«Если я и учил его работать,— с улыбкой на лице отвечает Антон,— то только в начале. Позже Евгений стал ездить на обучения. А его нереальное стремление к новым знаниям послужило тому, что он начал разбираться во всех нюансах сам».

***«Если я и учил его работать,– с улыбкой на лице отвечает Антон,– то только в начале. Позже Евгений стал ездить на обучения. А его нереальное стремление к новым знаниям послужило тому, что он начал разбираться во всех нюансах сам».***

Стоит отметить один интересный момент. Несмотря на то, что оба брата работают по одной специальности, каких-то локальных состязаний, вроде, кто больше продиагностирует автомобилей или кто лучше разбирается в том или ином вопросе, между ними не возникает. И, действительно, гораздо продуктивнее направлять свою рабочую энергию на дело. А вот если кому-то из них требуется помощь, то здесь братья спешат друг к другу на выручку без лишних вопросов, тем более что информации в работе диагноста очень много.

«Профессионализму персонала уделяется большое внимание, и мы часто ездим на обучение и экзамены в Москву. А поскольку наш автосалон с самого начала был мультибрендовым, то приходится ездить на обучения по несколько раз. Но я определенно могу сказать еще и вот что: без огромного интереса к тому, чем ты занимаешься, добиться каких-то успехов невозможно»,— делится секретами успеха Антон.

Еще один профессиональный секрет братьев Моряшковых — это общение с клиентом. Бывают случаи, когда сервисный консультант не может передать диагносту суть проблемы. В этот момент общение с клиентом помогает решить поставленную задачу путем некоторых уточнений и наводящих вопросов.

По мнению братьев, личный интерес к выполняемой работе помогает не только достичь определенного уровня мастерства, но и находить в этом постоянную мотивацию. Ну, сами посудите — каждый год в электрических и электронных системах автомобиля появляется что-то новое, и эти новшества лишают диагностов монотонной рутинной работы, каждый раз ставя перед амбициозными представителями этой специальности все новые планки и цели. По словам наших героев, несмотря на кажущуюся автоматизацию данной деятельности, в работе диагноста очень важны импровизация, новые подходы и... творчество!

И про Антона, и про Евгения коллеги говорят, что они оба очень позитивные ребята, с которыми приятно общаться не только по работе. И это не удивительно, ведь моральные ценности для наших героев стоят далеко не на последнем месте: «Лично для меня самым важным в людях является человеческое и порядочное отношение к ближнему,— рассказывает Евгений. — Без порядочности — никуда, нужно и, самое главное, можно оставаться Человеком с большой буквы в любых ситуациях».

Каждый дальновидный человек, так или иначе, заглядывает в будущее, строит планы и разрабатывает личную стратегию. По словам Антона, планы на будущее, как профессиональные, так и личные, у него, безусловно, имеются. Но о них он предпочитает не распространяться до тех пор, пока эти планы не начнут воплощаться в жизнь.

А вот Евгений, напротив, охотно делится своим мнением о том, каким он видит свое профессиональное будущее: «Кем я вижу себя в компании? Знаете, я работаю здесь в должности диагноста уже довольно давно и понимаю, что нужно двигаться дальше. Я закончил финансовый факультет ННГУ имени Лобачевского, и мне интересно попробовать свои силы в программе АУРА. Я много читал об автомобильном бизнесе, мне нравится общаться с людьми, поэтому вполне вероятно, что когда-нибудь я дорасту до больших высот в нашей компании»,— заключил Евгений. Заметим, что он уже обучается в Академии Успешного Руководителя «АГАТ» с 2016 года. Ему остается пройти полный курс по программе и успешно защитить проект. Кто знает, быть может, диагностика автомобилей — это только начало пути к «диагностике продаж»?

**«Лично для меня самым важным в людях является человеческое и порядочное отношение к ближнему, — рассказывает Евгений. — Без порядочности — никуда, нужно и, самое главное, можно оставаться Человеком с большой буквы в любых ситуациях».**

*Буквально каждый день все мы сталкиваемся с автоматизацией в любом ее проявлении. Люди, работающие в таких условиях, зачастую пренебрегают личной ответственностью, полностью доверяясь технике. Они не пытаются вникнуть в суть проблемы, занимаясь тем, что только считывают показания с приборов, преподнося это как плод своей работы. Такой специалист не наш парень. А вот Антон и Евгений как раз из тех, которые в лепешку расшибутся, но узнают, в чем заключается суть неисправности. И только благодаря такому подходу, когда на смену бездушному «железу» приходит простое человеческое отношение к клиенту, рождается истинный профессионализм, который в будущем, несмотря на растущий научно-технический прогресс, обязательно будет определять успех как сотрудника, так и компании.*

# КРЕДИТ ОБАЯНИЯ

**ИТАК, ЧТО МЫ ЗНАЕМ О РАБОТЕ КРЕДИТНЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ДИЛЕРСКИХ ЦЕНТРАХ ГК «АГАТ»? МНОГИЕ СКАЖУТ, ЧТО ЭТИ ДЕВУШКИ (А ЧАЩЕ ВСЕГО НА ЭТОЙ ДОЛЖНОСТИ ТРУДЯТСЯ ИМЕННО ОНИ) ОФОРМЛЯЮТ КРЕДИТЫ. СКАЖЕМ БОЛЬШЕ — ОНИ НЕ ПРОСТО ОФОРМЛЯЮТ КРЕДИТ, А КОНСУЛЬТИРУЮТ КЛИЕНТОВ ПО ФИНАНСОВЫМ ВОПРОСАМ, ПОДБИРАЮТ ОПТИМАЛЬНУЮ КРЕДИТНУЮ ПРОГРАММУ, ДЕЛАЮТ РАСЧЕТЫ, ОФОРМЛЯЮТ НЕОБХОДИМУЮ ДОКУМЕНТАЦИЮ И ВЗАИМОДЕЙСТВУЮТ С БАНКОМ. И ВСЕ ЭТО ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ КЛИЕНТ СМОГ ЗАБРАТЬ СВОЙ АВТОМОБИЛЬ ИЗ САЛОНА В КРАТЧАЙШИЕ СРОКИ. СЕГОДНЯ МЫ ХОТИМ ВАС ПОЗНАКОМИТЬ С КРЕДИТНЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ ЮЛИЕЙ ДЕЙНЕГА И ЕКАТЕРИНОЙ УСКОВОЙ, КОТОРЫЕ НЕ ТОЛЬКО ЭФФЕКТИВНЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ, НО И КРАЙНЕ ОБАЯТЕЛЬНЫЕ ДЕВУШКИ. А В ОБАЯНИИ, КАК ВЫЯСНИЛОСЬ ИЗ ОБЩЕНИЯ С НИМИ, И КРОЕТСЯ ОДИН ИЗ СЕКРЕТОВ УСПЕХА.**

Корпоративное признание к нашим девушкам пришло после того, как они стали победителями в конкурсе «Нацелены на прогресс — 2015». Юлия и Екатерина показали лучший результат по компании. Причем, сделали это, работая кредитными специалистами на отечественном направлении автомобилей. «Когда на работу приходишь, как на праздник, это настраивает на большие свершения. Мы с Юлией просто работали, выкладывались по полной программе, понимая, что участие в этом конкурсе было нашим общим делом,— делится воспоминаниями Екатерина. — У нас сложилась классная команда! Но при всем при этом спорных ситуаций между нами не было. Если возникала ситуация по поводу клиента, претендующая на спорную, мы всегда легко находили между собой компромисс, разделяя радость от маленьких побед. Так что любимая работа и любимый коллектив — все это вкупе и послужило шагом навстречу к заветной статуэтке»,— подчеркнула одна из победительниц.

Как рассказывают сами девушки, в работе кредитного специалиста нет мелочей — важно все, поскольку от этой должности во многом зависит имидж компании. И чтобы держать его на стабильно высоком уровне, нужно очень много работать, в том числе и над собой, ведь рынок финансовых продуктов расширяется буквально на глазах, и без постоянно обновляющихся знаний хорошего результата попросту не добиться. Но, пожалуй, основным качеством кредитного специалиста является коммуникабельность, без которой и в менее «разговорчивой» профессии работать проблематично, а уж тут — и вовсе невозможно. Судите сами — кроме общения с клиентами необходимо плотно взаимодействовать с сотрудниками банков-партнеров, страховщиками и с персоналом своей компании. Аналитический склад ума — еще одно качество, без которого классным кредитным специалистом стать невозможно. Тут мысль сотрудника должна идти на несколько предложений впереди мысли клиента, чтобы по его первым фразам уже знать, какой продукт ему предложить, исходя из его потребностей и возможностей. ▶

**«Если возникала ситуация по поводу клиента, претендующая на спорную, мы всегда легко находили между собой компромисс, разделяя радость от маленьких побед**

ПРЕСС-ПОРТРЕТ:

## ЮЛИЯ ДЕЙНЕГА

главный специалист по кредитованию ДЦ Hyundai (ИП Маковей А.В., Астрахань),

в компании с 2013 года

## ЕКАТЕРИНА УСКОВА

кредитный специалист ДЦ LADA, ГАЗ, УАЗ (ИП Маковей А.В., Астрахань),

в компании с 2014 года

«Ситуации на работе бывают всякие,— рассказывает Юлия Дейнега.— Например, клиент, у которого в жизни случилась какая-то неприятность, может разговаривать на повышенных тонах. В этом случае мы вспоминаем приемы стрессоустойчивости и стараемся настроить покупателя на позитив. Здесь нам помогает милая улыбка и дружелюбный тон общения, и, как правило, клиент переключает свою мысль с негатива на то, ради чего он приехал к нам в дилерский центр»,— делится секретами мастерства Юлия.

Кстати, это далеко не все секреты коммуникабельности. Как говорят сами девушки, наиболее эффективным методом расположения к себе человека является общение с ним на его же языке, без применения каких-либо профессиональных терминов. В какой-то момент очень уместной может стать острая шутка, а в другой — история из собственной жизни. Ведь человек приходит к кредитному специалисту не для того, чтобы слушать техническую информацию, а для того, чтобы сделать правильный выбор. Так что, кроме знания множества банковских продуктов, навыков коммуникабельности и технической информации кредитный специалист должен обладать нетривиальными навыками психолога.

К слову, Юлия некоторое время назад пошла на повышение, и сегодня работает главным специалистом по автокредитованию. О своем карьерном росте она говорит не без доли гордости, но при этом достаточно скромно: «Мы с коллегами в отделе понимаем друг друга с полуслова, поскольку трудимся вместе не первый год. Безусловно, у них ко мне стало больше вопросов, а у меня увеличилось количество обязанностей и информации, которую необходимо знать. Но мне все это нравится. Таким образом, чувствуешь свою значимость в коллективе»,— улыбаясь, рассказывает Юлия.

«Забавные ситуации на работе? Да сколько угодно! — продолжает Юлия. — Я довольно часто езжу на работу на такси. Так вот, в прошлом году за два месяца мы умудрились благодаря этому оформить три автомобиля в кредит! Когда таксист уточнил адрес конечного пункта, узнав, что этот пункт — автосалон, начал расспрашивать про автомобили, которые тут продаются. Но этот вопрос находится вне моей компетенции, и я перевела разговор на все прелести автокредитования. Знаете, уже через неделю этот водитель приехал к нам за новенькой LADA Granta. Чуть позже таким вот образом купили автомобили еще два таксиста. Так что с работой я не расстаюсь ни на минуту»,— смеется Юлия.

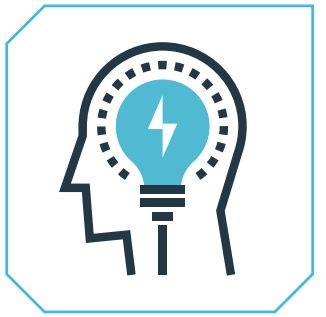
**«...нам помогает милая улыбка и дружелюбный тон общения, и, как правило, клиент переключает свою мысль с негатива на то, ради чего он приехал к нам в дилерский центр**

***В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ НАШИ ГЕРОИНИ ПЛАНИРУЮТ ПРОЙТИ ОБУЧЕНИЕ В АВТОШКОЛЕ, ПОЛУЧИТЬ ВОДИТЕЛЬСКИЕ ПРАВА, А ТАКЖЕ АКТИВНО ПОСЕЩАТЬ ВНУТРЕННИЕ ТРЕНИНГИ КОМПАНИИ. ВЕДЬ ТОЛЬКО БЛАГОДАРЯ САМОСОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ И ПОКОРЕНИЮ НОВЫХ ВЕРШИН ЧЕЛОВЕК МОЖЕТ СТАТЬ ПРОФЕССИОНАЛОМ С БОЛЬШОЙ БУКВЫ, СПОСОБНЫМ НА ВЕЛИКИЕ ДЕЛА.***

# Компетенции будущего

**Мир вокруг нас настолько стремительно меняется, что мы уже считаем нормой состояние неопределенности, для нас привычна быстрая смена деятельности, мы спокойно относимся к бесконечному потоку информации, и изменения для нас почти стали синонимом повседневности. А значит изменилось не только наше восприятие действительности, но и мы сами. Продолжая мысль, можно сказать, что и наши знания, умения и навыки тоже должны измениться, чтобы соответствовать новому времени и новой реальности, поэтому мы решили узнать, какими компетенциями мы должны обладать в будущем, чтобы оставаться востребованными в профессиональной деятельности.**

**Московская школа управления «Сколково» и эксперты Агентства стратегических инициатив по результатам форсайта (метода поиска будущего) подготовили и обосновали список компетенций, которые будут востребованы в ближайшие 20–30 лет.**

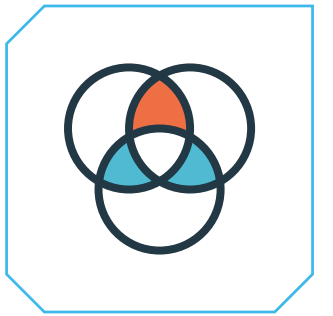


## Компетенция 1. Системное мышление

Для успешной карьеры уже недостаточно просто хорошо работать, важно умение видеть во всем систему и придумывать новые системы. Умение понимать, что, как и с чем связано и как конкретные изменения повлияют на систему в целом и ее звенья, это также умение придумывать, как связать между собой известные нам вещи, чтобы получить нечто новое. То есть от фрагментарного восприятия мы движемся к работе с системами, выстраиванию и поддержанию связности в работе. Уже сегодня мы имеем дело с постоянными изменениями, поэтому умение видеть взаимосвязи разных элементов будут приводить к значимым прорывам в работе.

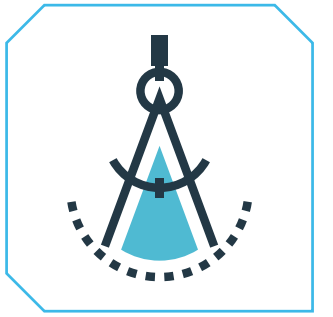
## Компетенция 2. Управление проектами

Проектное управление становится все более распространенным подходом в бизнесе, поэтому необходимо будет иметь компетенции, позволяющие отвечать не только за свою работу и выполнение определенных задач. Специалист любого уровня может оказаться в роли человека, который должен отвечать за проект, участвовать в составе разных групп, при этом проект может не быть в зоне его профессиональной специализации. Конечно, каждый проект уникален, но важно видеть цель, задачи, уметь оценить объем работ, ресурсы и возможные риски. Именно эти навыки будут все более востребованы в компании.



## Компетенция 3. Межотраслевая коммуникация

Все больше профессий и проектов возникает на стыке нескольких дисциплин. Для решения многих задач важно разбираться одновременно в нескольких областях знаний, понимать технологии, процессы и рыночную ситуацию в разных смежных и несмежных отраслях. Это поможет создавать новые нестандартные решения, а также позволит быстрее учиться, брать все лучшее из разных отраслей и реализовывать в своей профессиональной сфере. Заметим, что такие межотраслевые пересечения проявляются в нашей компании уже сегодня. К примеру, специалисты по разработке системы управления «Гандива» обладают не только навыками программирования, но и знаниями в области менеджмента, экономики и финансов. Согласитесь, это требует любознательности и желания учиться после получения диплома об окончании вуза.



## Компетенция 4. Бережливое производство

Здесь сразу вспоминается система, разработанная корпорацией Toyota. Основная ее идея состоит в постоянном стремлении исключить любые виды издержек: временные, материальные, энергетические и т.д. А если смотреть шире, то это целая философия, дающая конкретные механизмы для достижения результата — получения качественного, ориентированного на клиента сервиса, произведенного с наименьшими затратами. То есть мы постепенно становимся единой командой, в которой каждый стремится сократить потери в процессе выполнения своих профессиональных обязанностей.

**Компетенция 5.**
**Работа с IT-системами**
Информационные технологии — одна из наиболее быстро развивающихся отраслей, изменения в которой задают тренды для всех областей. Проектирование, транспортировка, управление ресурсами, маркетинг, управление людьми — все эти и многие другие области меняются под воздействием ИТ. К тому же растет связанность мира за счет телекоммуникационных решений, увеличивается объем проходящих в сети данных, развиваются решения по обработке этих данных. Цифровые решения становятся все более мобильными и все более «дружественными» к пользователю. Если сейчас почти у каждой семьи есть ноутбук, а у каждого второго есть в кармане смартфон, то через десять лет у каждого жителя городов будет минимум 5–6 устройств, носимых на теле и связанных между собой, например очки дополненной реальности, биометрический браслет для заботы о здоровье, смартфон с функцией «умного» бумажника и др. Инновации в других отраслях рождаются на стыке с ИТ, поэтому возникает большое количество межотраслевых задач для прорыва бизнеса. Поэтому уже сегодня нам недостаточно знать Word и Excel, большим преимуществом будет владение различными программами и технологиями. В будущем нам наверняка придется применять данные знания для работы с клиентами.

**Компетенция 6.**
**Мультикультурность и мультиязычность**
В будущем при приеме на работу будут цениться не просто свободное владение английским, но и знание второго языка. Также будет цениться знание национального и культурного контекста стран-партнеров, понимание специфики работы в отраслях в других странах. Это станет актуальным во время растущей глобализации, когда стираются границы между странами, и нам придется взаимодействовать с абсолютно любой аудиторией потенциальных клиентов. Кроме того, этот навык пригодится для налаживания отношений с иностранными бизнес-партнерами.

**Компетенция 7.**
**Работа с людьми**
Бизнес меняется, соответственно, трансформируются задачи и пути их решения. И только командная работа позволит выполнить большинство задач. Может показаться, что работать в команде достаточно просто, однако это умение не приходит само — ему необходимо учиться. Для эффективной работы в команде требуются определенные способности, знания и умения, например, такие как коммуникабельность, лидерство и позитивное отношение к людям.

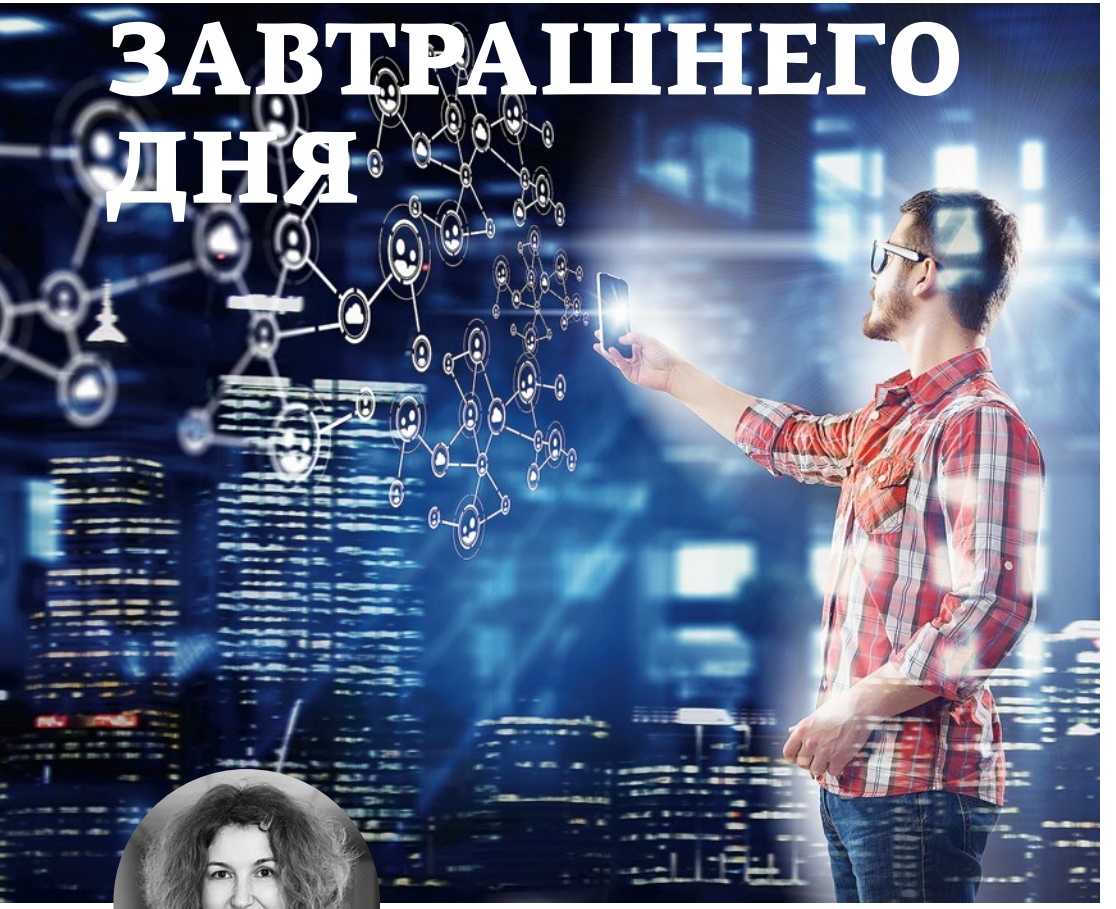
**Компетенция 8.**
**Работа в условиях неопределенности**
Наверное, нас с вами уже не удивить постоянными изменениями экономических условий, быстрой сменой задач. Мы уже привыкли быстро принимать решения и перестраивать свою работу, распределять необходимые ресурсы и управлять своим временем. К счастью, у представителей нового поколения этот навык уже будет сформирован. Неопределенность для них комфортна, и они легко с ней справляются.

**Компетенция 9.**
**Клиентоориентированность**
Умение слышать и слушать — вот основа клиентоориентированности. И сегодня, и через 20–30 лет важным будет умение выстраивать прочные и долгосрочные отношения как с внешними, так и с внутренними клиентами. И здесь не последнюю роль играет эмоциональность, открытость и желание сделать клиента довольным.

**Компетенция 10.**
**Коммуникация**
В эпоху глобализации нам придется общаться со все большим количеством людей из разных уголков Земли. Новая реальность потребует от бизнеса новых контактов, новых идей. Поэтому мы должны научиться доносить свои мысли и достигать своих целей на расстоянии, уметь ценить каждый контакт и завоевывать внимание партнеров, клиентов и других участников рынка. Эта компетенция нужна каждому человеку в бизнесе уже сегодня, и еще важнее она будет в ближайшем будущем.

**Резюмируя, хочется сказать, что в условиях сегодняшних корпоративных изменений не стоит забывать об изменениях личных и профессиональных. Чтобы быть эффективным и востребованным завтра, нам уже пора задуматься о своих профессиональных планах и, возможно, записаться на курсы английского (или китайского?) а может быть, освоить новую программу или записаться на курсы личностного роста.**

# ОБУЧЕНИЕ ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ



**Не остается сомнений, что для соответствия новой эпохе нам жизненно необходимо учиться и осваивать новые технологии. У молодого поколения уже сформировался новый подход к обучению. Многие сегодня становятся «самопедагогами». Они не ждут, пока кто-то объяснит, разработает программу, курс или тренинг. Вместо этого они находят нужный материал в интернете — смотрят обучающие ролики или видеокурсы на YouTube. А каким будет образование будущего и какие перемены готовит Корпоративный университет ГК «АГАТ», рассказывает Инга Веселова.**

XXI век принес два тренда, которые определяют процесс обучения. Первый — это необычайно быстрые изменения во всех сферах деятельности. Мы словно мчимся по скоростному шоссе: меняются технологии, информация, бизнес-процессы, а это влечет за собой необходимость и нам с вами быстро меняться и перестраиваться, в том числе осваивать новые навыки, получать новые знания и даже новые профессии. Учиться и переучиваться надо быстро, не полагаясь только на прошлый успешный опыт. Сегодня доступно огромное количество видеолекций, дистанционных курсов, презентаций, обучающих роликов по самому широкому набору вопросов: от техник маникюра до лекций о самопознании и преодолении страхов. Многие бизнес-школы предлагают получение высшего или дополнительного образования в дистанционном режиме в свободном графике. Это позволяет выбирать актуальные для себя вопросы и самостоятельно работать над развитием своих компетенций. С уверенностью можно сказать, что базовое образование и в будущем останется фундаментом самообразовывающегося человека, который, в зависимости от своих профессиональных или личностных целей и задач, постоянно получает новые знания и навыки. Но формы и методы базового обучения претерпевают существенные изменения уже сегодня.

Второй тренд — «взрыв» девайсов. Гаджеты используются повсеместно и многократно ускорили обмен информацией. Интернет делает доступным многие средства обучения и самообучения. Доступность информации — несомненный плюс этого инструмента и позволяет решить задачу быстрого обучения. Вместе с этим нужно очень внимательно относиться к контенту, который мы «загружаем» в свой мозг. Не все ролики на YouTube одинаково полезны, но все, что попадает в поле нашего внимания, отражается в наших действиях. Поэтому каждый человек, заботящийся об экологии своего поведения или о достижении намеченной им цели, должен осознанно выбирать телевизионные и интернет-каналы, книги, фильмы и т.д. Это одна из трудностей современного мира — избыток выбора и несформулированность ценностных установок.

Компания «АГАТ» чутко реагирует на изменения рынка и непрерывно работает над улучшением бизнес-процессов. В фокусе любого изменения — результат для бизнеса и удобство для клиентов. Наш Корпоративный университет масштабирует лучшие практики на группу компаний через дистанционные курсы и тренинги. В планах есть задача вывести процесс обучения за пределы дилерского центра. В настоящее время проводится выбор LMS (Learning Management System — система управления обучением), которая позволит проходить курсы с домашнего компьютера или с мобильного устройства. Ориентируясь на мировые тренды дистанционного обучения, Корпоративный университет «АГАТ» развивает проекты в этой области. Например, микрообучение, то есть большие курсы будут разбиваться на микромодули, по 15–20 минут каждый. Это позволит «ученикам» регулировать свой процесс обучения, делать паузы, укладывая изучение курсов в небольшие временные интервалы. И, конечно, мы будем создавать более интересный вовлекающий контент, диалоговые тренажеры и курсы с анимацией. Есть идея разработки бизнес-симуляции для руководителей Дилерского центра, которая требует тщательной проработки.

В компании становится популярным дистанционное обучение посредством Microsoft Lync. Это коммуникационная программа, позволяющая пользователям общаться друг с другом в реальном времени, используя мгновенные сообщения, видео- и голосовую связь, общий доступ к рабочему столу, конференции, передачу файлов. Данный формат позволяет сотрудникам территориально удаленных регионов быть в общем информационном пространстве, но, как и при самостоятельном изучении курсов, требует большой самомотивации и заинтересованности в знаниях.

Для того чтобы бизнес «АГАТ» становился еще более успешным, важно не только знание бизнес-процессов, но и правильные и грамотные коммуникации. Психология человека формировалась

веками, и, несмотря на то, что современный мир оставляет все меньше возможностей для личного общения, базовые потребности человека в понимании, в признании, в уважении остались. Поэтому одна из задач Корпоративного университета — научить сотрудников правильно выстраивать общение и с коллегами, и с клиентами. Научить этому можно только в живой коммуникации, поэтому тренинги, на которых сотрудники смогут отработать навык правильной коммуникации, поделиться опытом с коллегами и получить позитивный заряд, будут проводиться регулярно.

Заглядывая в далекое будущее, можно отметить еще один явный тренд. К 2050 году людей старше 55 лет будет больше, чем людей младше 15-ти. И это явление затронет не только самих пожилых людей, но и все мировое сообщество, а также бизнес. Вместе предстоит трудиться людям разных поколений, и в этой ситуации опять же обучение может сыграть решающую роль. Сотрудникам старшего возраста потребуется переквалификация, которая позволит открыть новые профессиональные перспективы и одновременно снизить физическую нагрузку. А может быть и другая ситуация, когда в Корпоративном университете вместе будут учиться представители разных возрастных категорий, что поможет раскрыть сильные стороны как молодых, так и пожилых сотрудников.

Можно уверенно сказать, что на обучение будущего значительно повлияет развитие IT-технологий, в частности, могут появиться ресурсы с возможностью использования искусственного интеллекта. Возможно, через 10–20 лет мы доверим искусственному разуму управление своим образованием. Представьте себе систему, которая будет выстраивать виртуальную карту знаний пользователя и на основании того, какие оценки получает обучающийся, «подскажет», какие курсы еще нужно пройти и что выучить. Сыграет свою роль и развитие технологий дополненной реальности, которые позволят получать новые знания везде: например, наведя камеру смартфона на разрушенный исторический объект, человек на экране сможет увидеть, каким тот был в прошлом. Подобные технологии будут применяться и в бумажных учебниках (например, в Японии такие уже существуют — при наведении на страницу камеры смартфона включается анимация, иллюстрирующая материал). Можно предположить, что появится нейроинтерфейс — система, позволяющая нашему мозгу обмениваться информацией с компьютером.

**Принимая во внимание вышесказанное, необходимо вспомнить, что наши технологии по обработке и хранению информации — ничто по сравнению с природой. ДНК внутри приблизительно 60 триллионов клеток человеческого тела содержит столько же информации, сколько все наши гаджеты. То есть человеческий мозг остается самым совершенным инструментом по обработке данных. И центром всех изменений будет человек — думающий, совершенствующийся, развивающийся, тот, кто не боится осваивать новое, несмотря на то, что придется идти путем проб и ошибок. Ведь, как говорят в Китае, не страшно чего-то не знать, страшно не учиться.**

# В ШКОЛУ – ЗА БУДУЩЕЙ РАБОТОЙ

***ГК «АГАТ» открывает дилерские центры, появляются новые направления деятельности, и, соответственно, в компанию приходят новые сотрудники, в большинстве своем это менеджеры по продажам и сервисные консультанты. А как сделать старт работы в «АГАТе» для них комфортным и результативным? И как найти те самые ценные кадры? Ответ на эти вопросы знает наша служба персонала и в частности Руслан Маликов, перешедший с должности ведущего инженера по гарантии на позицию ведущего менеджера по персоналу.***

Как бы ни казалось со стороны, но должность сервисного консультанта и менеджера по продажам очень трудна для освоения, и многим успешным сегодня сотрудникам пришлось не только хорошо потрудиться в начале, чтобы освоить все нюансы, но и приходится совершенствовать свои навыки постоянно. По статистике, от первого дня их работы до первых результатов проходит до полугода. И гораздо легче адаптироваться уже имеющим опыт работы в ГК «АГАТ» на других должностях (к примеру, логисту или кладовщику). А тем, кто приходит на эти должности со студенческой скамьи, теперь может помочь наша Школа менеджеров по продажам и сервисных консультантов.

Главная задача этого проекта — подбор персонала для дилерских центров «АГАТ»: молодых кадров, перспективных, амбициозных и целеустремленных. Даже если кандидат прошел обучение, но, к сожалению, не был принят на работу в «АГАТ», наша Школа помогает студентам в самоопределении, выборе профессии, знакомит с бизнесом. Это полезный опыт, который пригодится им в поиске работы в дальнейшем. И не исключено, что они смогут прийти в «АГАТ» позднее, нарастив недостающие компетенции, но уже подготовленные к работе в компании.

## СПРАВКА:

Четыре года назад подобный проект уже работал в компании, но в 2016 г. курс видоизменился. Школа продаж и сервиса в Нижнем Новгороде и Школа стажеров в Волгограде успешно обучают выпускников и студентов последних курсов вузов с технической направленностью. Школа «АГАТ» – это увлекательная практика с погружением в насыщенную жизнь компании, благодаря которой сегодняшние студенты смогут сделать первые шаги в карьере. В период обучения они узнают передовые техники продаж и обслуживания автомобилей ведущих автомобильных брендов, знакомятся с эффективными методами работы менеджера по продажам и сервисного консультанта. Данный проект – часть процесса подбора сотрудников с участием Корпоративного университета ГК «АГАТ».

Школа «АГАТ» открывает свои двери для студентов летом и зимой — в период каникул и преддипломного отпуска. За месяц до открытия мы посещаем вузы города и знакомим студентов с нашей компанией и проектом школы. Тем, кто заинтересовался перспективой работы в ГК «АГАТ», мы предлагаем выполнить задание, чтобы определить уровень их технических знаний и ценностных ориентиров. Также пройти обучение в нашей школе мы предлагаем и кандидатам без опыта работы, направившим резюме в отдел подбора персонала. Кандидаты, успешно прошедшие конкурсные испытания, получают путевку в нашу школу.

Программа обучения рассчитана на две недели и включает в себя такие темы как «Компания «АГАТ» и преимущества обслуживания у официального дилера», «Клиентоориентированность», «Процесс продаж», «Процесс сервиса», «Основы устройства автомобиля», «Продажа дополнительного оборудования». Кроме этого, студенты знакомятся с работой дилерских центров на практике, наблюдая за бизнес-процессами в реальном времени, и даже проходят учебную стажировку, пробуя себя в роли менеджера по продажам и сервисного консультанта. По окончании программы студенты сдают экзамен, а затем принимают участие в собеседовании с руководителями дилерских центров. Мы стараемся создать такую атмосферу, чтобы все слушатели раскрылись как личности и нашли свое место в ГК «АГАТ».

***По отзывам участников, подобная практика стала для них чрезвычайно полезной и дала им реальное представление о работе сервисных консультантов и менеджеров по продажам. А навыки, которые ребята освоили на тренингах, безусловно, пригодятся им в будущем.***

# ЕСТЬ МНЕНИЕ!

Сама суть проекта замечательная, так как мы уже давно испытываем нехватку претендентов на открывающиеся вакансии. Растить сотрудников в рамках ГК «АГАТ» окупится быстрой адаптацией претендента. Я полностью поддерживаю данный проект и советую проводить его как можно чаще.

***Алексей Никитин,***
***директор ДЦ Infiniti (Нижний Новгород)***

Проект «Зимняя школа» и «Летняя школа» — очень перспективная практика в ГК «АГАТ». Выбрать из 50 кандидатов учеников в школу было крайне ответственно. Возможности общения с кандидатами были ограничены на первом этапе, но хотелось пригласить лучших из лучших. Кандидаты отличались взглядами на работу, на требование к должности, на отношение к профессии. Стоит отметить, в целом, достаточно высокий уровень соискателей, настрой на результат. Безусловно, обучение в Корпоративном университете и предварительное знакомство с ГК «АГАТ» должно облегчить адаптацию будущих членов нашей команды и помочь им достичь самых высоких результатов в наиболее короткие сроки. Это будет большим плюсом для компании и учеников из школы. Возлагаю большие надежды на ребят и надеюсь, они проникнутся духом стремления к первенству и инновациям. Благодарен нашим тренерам за знания и умения, переданные «школьникам». Теперь дело за нами — развивать и совершенствовать полученные навыки, а также применять их на практике.

***Владислав Гришин,***
***руководитель отдела продаж дилерского центра ГАЗ (Нижний Новгород)***

> ***Готовность человека отдать две недели своей жизни на «школу» говорит о сформированной ценности «получения» работы в нашей компании***

В Летней школе «АГАТ» нас обучали настоящие профессионалы своего дела, и это одна из причин, которая сыграла большую роль в моем трудоустройстве. На всех этапах обучения я получал много новой и полезной информации, благодаря которой адаптация на рабочем месте проходила легче, чем ожидалось, за что выражаю отдельную благодарность нашим наставникам. В ходе работы мне пригодились и помогли все знания, которые я получил за время обучения. До того, как началась «Летняя школа», у меня были сомнения в качестве и информативности ее проведения, но буквально после первого дня в школе все мои сомнения развеялись, и я получал огромное удовольствие от нахождения в стенах ГК «АГАТ». «Летняя школа» превзошла все мои ожидания и это дало мне понять, что работа в компании будет проходить с таким же удовольствием, данное ожидание полностью оправдалось.

***Михаил Регуш,***
***кладовщик, отдел запасных частей ДЦ Hyundai/Ford/Mitsubishi (Нижний Новгород)***

Подобные мероприятия считаю необходимыми по нескольким причинам:

1. Возможность более детального анализа кандидата при приеме на работу (так как выступление на публику и, самое главное, ответы на наши вопросы в присутствии минимум 30 человек, коллективное задание, предварительные ответы на вопросы анкеты дают больше информации о человеке, нежели 30-минутное собеседование);
2. Сбор кандидатов в одном месте позволяет делать выбор, основанный и на эффекте сравнения этих кандидатов;
3. Готовность человека отдать две недели своей жизни на «школу» говорит о сформированной ценности получения работы в нашей компании;
4. Выпускники школы понимают не только идеализированные моменты работы в крупной компании, но и степень необходимой отдачи от них, которую требует наши высокие стандарты работы с клиентами.

***Артем Ульянов, директор ДЦ «Ford/Hyundai/Mitsubishi на Родионова» (Нижний Новгород)***

# В ПОТОКЕ СЧАСТЬЯ

**Во все времена человек стремится стать счастливым, но вот что такое счастье — вопрос сложный. Порой мы ищем на него ответ всю жизнь. Однако не стоит ждать будущего, чтобы его постичь. Предлагаем вам прочитать книгу Михая Чисентмихайи «Поток».**

В этой книге исследуется вопрос, что нужно для достижения счастья. Как контролировать сознание, как упорядочивать его, чтобы получать радость? Как стать более сложной личностью? И наконец, как наполнить жизнь смыслом? Автор убедительно показывает пустоту и бессмысленность блеска славы и материального процветания, благородных лозунгов и целей, если они не порождают у человека ощущения внутреннего подъема, вдохновения и полноты жизни. Иногда мы заменяем счастье удовольствием, но это разные вещи, и Чиксентмихайи повторяет откровения многих выдающихся философов, выстраивая теорию, в центре которой находится идея переживаний потока. Итак, что же такое поток? Давайте обратимся к отрывкам из книги.

Это состояние полного слияния со своим делом, поглощения им, когда не ощущаешь времени, самого себя, когда вместо усталости возникает постоянный прилив энергии... Чиксентмихайи обнаружил его в своих исследованиях творческих личностей, но поток не является исключительным достоянием каких-то особых людей. Вот уже три десятилетия продолжаются исследования и дискуссии вокруг этого явления, выходят все новые книги, но одно ясно: состояние потока — одна из самых прекрасных вещей в нашей жизни. И самое важное — в отличие от других похожих состояний, которые время от времени попадали в фокус внимания психологов (например, пиковые переживания, счастье, субъективное благополучие),— поток не снисходит на нас как благодать, а порождается нашими осмысленными усилиями, то есть он в наших руках. В нем удовольствие сливается с усилиями и смыслом, порождая питающее энергией активное состояние радости. Чиксентмихайи с убедительным историческим и экспериментально-психологическим материалом опровергает мифы массовой потребительской культуры и ее ответвления в более высокой ценовой категории — гламура. Он утверждает: человечество развивается. Мир, в котором мы живем, становится все сложнее, и человеческий ответ на этот вызов — не прятать голову в песок, а самим становиться все более сложными, более уникальными и одновременно все более связанными с другими людьми, идеями, ценностями и социальными группами.

Человек проводит большую часть жизни, работая или общаясь с друзьями, коллегами, или в кругу семьи. Поэтому умение испытывать состояние потока в профессиональной деятельности и в отношениях с родителями, супругами, детьми и друзьями становится крайне важной способностью, определяющей качество жизни.

Состояние потока возникает, когда мы делаем что-то, в чем выражается наша сущность. Именно это чувствуют музыканты, с головой погружающиеся в исполняемое ими произведение; спортсмены, приближающиеся к пределу своих возможностей; любой сотрудник, если он сознает, что отлично справляется со своим делом. Этот опыт представляет собой не какой-то странный побочный продукт деятельности человеческой психики. Скорее, это эмоциональная составляющая реализации человеком своих возможностей, передний край эволюции.

Потоковые переживания заставляют нас идти дальше, достигать новых уровней сложности, искать новые знания, совершенствовать свои умения. Такие переживания — это и есть состояние потока, в котором человек контролирует свои действия. В эти минуты человек чувствует воодушевление, особую радость. Когда моряк, держащий верный курс, чувствует, как ветер свистит в ушах, парусник скользит над волной и паруса, борта, ветер и волны сливаются в гармонию, которая вибрирует в жилах морехода. Когда художник чувствует, что краски на холсте, ожив, притягиваются друг к другу, и новая живая форма вдруг рождается на глазах у изумленного мастера.

Эти моменты — по сути, лучшие моменты нашей жизни, и они приходят к нам не в состоянии расслабленности или пассивного созерцания. Конечно, и расслабленность может доставлять удовольствие, например, после тяжелой работы. Но наилучшие моменты обычно случаются, когда тело и разум напряжены до предела в стремлении добиться чего-то трудного и ценного. Мы сами порождаем оптимальное переживание — когда ребенок дрожащими пальцами ставит последний кубик на вершину самой высокой башни, которую он когда-либо строил, когда пловец делает последнее усилие, чтобы побить свой рекорд, когда скрипач справляется со сложнейшим музыкальным пассажем.

Для каждого из нас существуют тысячи возможностей, задач, чтобы через них раскрыть себя. Непосредственные ощущения, испытываемые в эти моменты, не обязательно должны быть приятными. Во время решающего заплыва мышцы спортсмена могут болеть от напряжения, а легкие — разрываться от недостатка воздуха, он может терять сознание от усталости и, тем не менее, это будут лучшие моменты его жизни. Обретение контроля над собственной жизнью — нелегкое дело, иногда сопряженное с болью. Однако в конечном счете оптимальные переживания складываются в ощущение овладения собственной жизнью, вернее даже, в ощущение причастности к определению содержания своей жизни. Это переживание наиболее близко к тому, что мы обычно называем «счастьем». Когда мы ощущаем себя активными и сильными, мы с большей вероятностью чувствуем себя счастливыми.

«Не мечтая и не рискуя, человек может достичь только жалкого подобия жизни»

«Если мы не будем управлять своей жизнью сами, ей будут управлять другие внешние силы и кто-то будет использовать ее в своих целях».

«Если человек изменит свои цели, как следствие, изменится и его личность, представляющая собой совокупность и структуру целей».

«Семейная жизнь несет огромные возможности для развития и для получения радости, не доступные ни в каких других областях».

«Человеческую жизнь можно представить как серию "игр" со своими целями и правилами, сменяющими друг друга по мере обретения человеком зрелости».

«Ощущение счастья зависит от внутренней гармонии, а не от способности контролировать силы Вселенной».

«Мы развиваемся и перерастаем себя именно тогда, когда действуем свободно ради самой деятельности, а не руководствуясь внешними побуждениями».

«Информация, допускаемая нами в сознание, чрезвычайно важна — именно она определяет содержание и качество нашей жизни».

# ГОРОД-СКАЗКА, ГОРОД-МЕЧТА

***Оказывается, есть такое место на Земле, где все (или почти все) жители живут счастливо. Думаете, речь об Изумрудном городе из одноименной сказки Александра Волкова?! Нет, это место гораздо реальнее — столица Южной Кореи. Уже который год подряд Сеул признается консалтинговой компанией Arcadis, которая оценила 100 крупнейших городов мира, самым счастливым городом на планете. Здесь самый низкий показатель неравенства в отношении доходов и минимальный уровень преступности, а жители отличаются крепким здоровьем.***

***Увидеть счастливцев своими глазами смог наш коллега Андрей Елисеев (ДЦ Hyundai, Астрахань). Он побывал в Сеуле на мировом Чемпионате сервисных консультантов и привез не только награду за третье место, но и впечатления о городе будущего. Да-да, «Город будущего» — это еще одно название Сеула, вслед за «самым счастливым городом мира».***

**ДЛЯ СПРАВКИ:**

**Сеул** — столица Южной Кореи.

Время опережает московское на **6** часов.

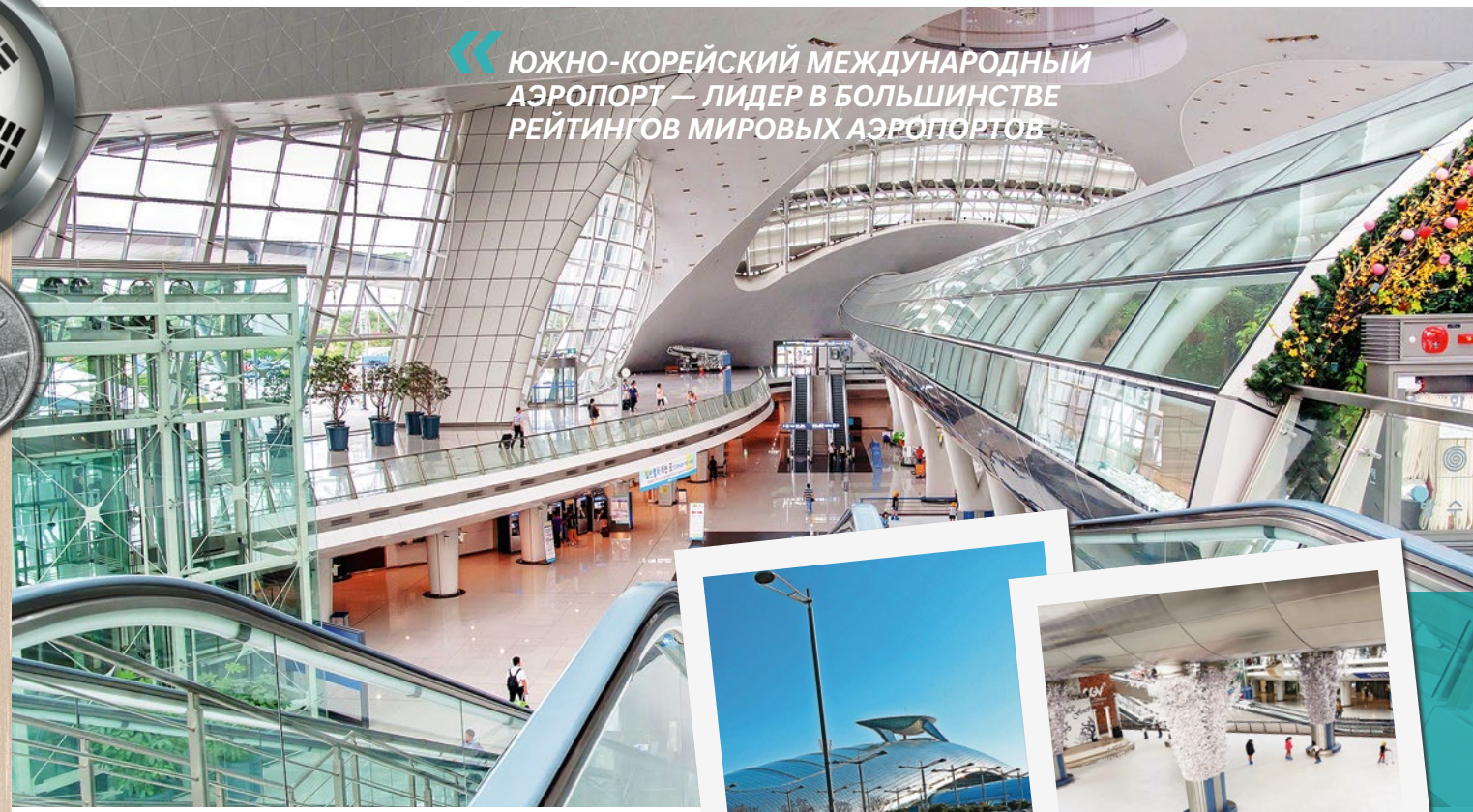
Перелет из Москвы в Сеул занимает около **восьми с половиной часов**.

**Население:** более 10 млн человек.

**Язык:** корейский.

**Валюта:** Вон Республики Корея (KRW), 1000 KRW=50.45 рубля или 0,83 доллара.

**Флаг:** верхняя красная и нижняя синяя половины корейского флага означают вечную динамику, баланс и гармонию бесконечности. По углам флага расположены триграммы, каждая из которых символизирует небо, землю, огонь и воду.

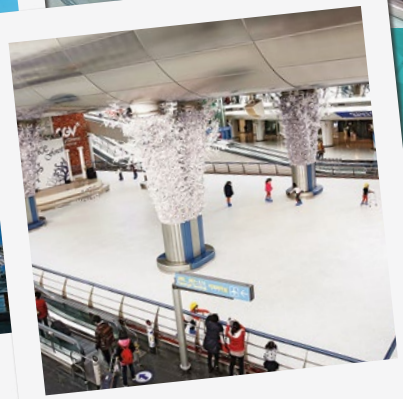


***«ЮЖНО-КОРЕЙСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ АЭРОПОРТ — ЛИДЕР В БОЛЬШИНСТВЕ РЕЙТИНГОВ МИРОВЫХ АЭРОПОРТОВ»***

Перелет в Сеул у нас занял почти девять часов. Мы летели самолетом компании «Аэрофлот», нам достался очень большой, но мягкий «Боинг 777». Приземлились в аэропорту Инчхон. Собственно, знакомство с городом будущего началось именно с него. И знаете, рассказы о совершенно удивительном месте, полном инноваций, оказались правдой.

Южно-корейский международный аэропорт (а в Южной Корее есть еще один для внутренних перевозок) — лидер в большинстве рейтингов мировых аэропортов. Здесь, есть все и даже больше — от спа-салонов до водопадов. Есть даже ледовый каток (к слову, первый, оборудованный в аэропорту). Он находится прямо перед зоной билетного контроля. Кататься на «Заснеженном лесу» (это оригинальное название) можно круглый год, причем бесплатно (небольшую арендную плату нужно заплатить лишь за коньки). В аэропорту также найдут себя гольфисты, любители музеев (открыт музей корейской культуры) и меломаны (Инчхон служит площадкой для многочисленных концертов — от корейской народной до современной электронной музыки). ▶

Инчхон



«Заснеженный лес»

**ДЛЯ СПРАВКИ:**

Международный аэропорт Инчхон расположен в 70 км от столицы Республики Корея города Сеул. Это один из крупнейших аэропортов мира по показателям объема международных авиаперевозок и количества операций взлетов и посадок воздушных судов.

Аэропорт расположен на западном побережье острова Йонджондо-Йонъюдо, образованного из четырех в прошлом отдельных островов Йонджондо, Йонъюдо, Саммокто, Синбульто и нескольких более мелких островков, морская площадь между которыми была засыпана в ходе строительства аэропорта.

**«...ВИДИШЬ, ЧТО ГОРОД БУДТО ИЗРЕЗАН МОСТАМИ. ФАНТАСТИЧЕСКИЕ, ОНИ СОЕДИНЯЮТ ДВЕ ЧАСТИ ГОРОДА, СЕВЕРНУЮ И ЮЖНУЮ.**

Из аэропорта мы отправились в город. И первое, что сразу бросается в глаза и что потрясает до глубины души,— небоскребы, их много, и они действительно устремлены буквально в облака. А потом видишь, что город будто изрезан мостами. Фантастические, они соединяют две части города, северную и южную. Кстати, река Ханган действительно очень большая, и она даже изменяется в размерах при приливах и отливах. Интересно, что триумфальный путь к успеху компании Hyundai начинался именно с восстановления одного из сеульских мостов — Индоге, в конце 50-х годов.

Ну, а мы же, проехав добрый десяток километров и несколько мостов, прибыли в 5-звездочный отель Lotte Hotel (находится практически в центре Сеула). Нам предстояло прожить в этих апартаментах 6 дней. Конечно, большую часть дня занимали официальные мероприятия. Поэтому все свободное время мы старались заполнить осмотром сеульских достопримечательностей.

В городе немногое сохранилось с исторических времен из-за войн и пожаров, но те памятники, которые дошли до нашего времени, особо охраняются государством. Удивительные королевские дворцы, крепостные стены, буддийские храмы — все они прекрасно вписываются в современный облик города. Да, город будущего — пример грамотной интеграции, когда монументальные мегасовременные небоскребы вплетены в старинную архитектуру и национальный колорит. К примеру, один из красивейших дворцов — Кёнбоккун («Дворец лучезарного счастья») — был построен еще в 1394 году, но спустя два века был разрушен японской армией, восстановили его только в 1870 году. В эпоху императоров здесь короновались корейские монархи, здесь же они вершили государственные дела. Сегодня на территории Дворца находятся Национальный музей Республики Корея и Национальный этнографический музей, а перед входом во дворец проводятся красочные церемонии смены караула королевской гвардии.

«СОНГДО — ЭТО РЕАЛЬНОЕ ОЛИЦЕТВОРЕНИЕ НАШИХ ВИДЕНИЙ ДАЛЕКОГО БУДУЩЕГО!

Songdo International Business District

Помимо королевского дворца мы посмотрели местный рынок Инсадонг. Это целая улица, которая, к слову, носит то же имя. Магазинчики расположены словно галереи, где можно увидеть традиционные корейские картины, скульптуры и сувениры. Купить можно, что хочешь! Я вот, например, купил супруге сережки из местного камня, очень красивые. А еще разного рода гостинцы родственникам, магнитики коллегам. Вообще, в Сеуле есть целые улицы, где принято делать покупки. Например, улица Менг-донг. Здесь с утра до позднего вечера работают кафе, сувенирные лавки, палатки, а от выбора товаров просто разбегаются глаза: одежда, обувь, вееры, шкатулки, шелковые шарфы... Или улица Гванхун-дон, усеянная поделочными лавками с чаем, кистями для каллиграфии и якультом — кисломолочный напиток типа кефира. Сразу оговорюсь, цены в Сеуле довольно высокие. Думаю, дешевле, чем у нас, здесь только корейские автомобили.

Еще мы успели побывать в галерее Hyundai Motor Studio, Hyundai digital studio, самом большом торговом центре Сеула, местном ресторане «Море продуктов», а также на большом ужине компании Shell.

Для тех, кому еще только предстоит познакомиться с достопримечательностями Сеула, замечу, что в полутора часах езды от города есть этнографический парк-музей под открытым небом. Здесь воссоздана корейская деревня, куда привезены 260 традиционных деревенских домов. Говорят, что на острове Чеджу, который также является одной из достопримечательностей Сеула, отдыхают лишь состоятельные жители Кореи и иностранные туристы. Удивительная нетронутая природа, океан, совсем нет промышленных объектов и небоскребов. В центре острова — вулкан Халла — самая высокая точка в Южной Корее. Высота вулкана — 1950 м, он извергался последний раз около 1000 лет назад, поэтому сейчас его считают недействующим. Еще одно место, которое я бы отметил,— Samsung Museum of Art. Этот комплекс из трех зданий, расположенный недалеко от нашего отеля, был спроектирован Ремом Колхасом, Жаном Нувелем и Марио Боттом. Здесь интерактивно все, поэтому даже блокнот вам не дадут пронести, ибо любую информацию можно загрузить в смартфон, сосканировав QR-код. Ну, и, конечно, не стоит забывать о технопарке Сонгдо — это реальное олицетворение наших видений далекого будущего! ▶

**ДЛЯ СПРАВКИ:**
Город Сонгдо. Основанный всего десять лет назад южнокорейский Сонгдо — аналог аэрополиса и научного города. Это компактный бизнес-город, расположенный неподалеку от международного аэропорта Инчхон и связанный с ним эффектным подвесным мостом. Через пару лет здесь будут жить порядка 65 тысяч человек — в основном предприниматели и ученые, работающие в одном из четырех местных университетов. Сонгдо создавался с нуля как «зеленый» и «умный» город. Он станет площадкой для экспериментов в области интернета вещей.

Что самое интересное, каких-то 50 лет назад южная часть представляла собой почти сплошь рисовые поля. А сегодня здесь проложены широкие проспекты, застроенные небоскребами. И нет нигде ни одного провода, все коммуникации — под землей. Нет мусора, потому как люди крайне сознательны и не бросают ненужное на дорогу или тротуар. Даже, кажется, в The New York Times писали: «Забудьте о Токио, самым продвинутым и в технологическом, и в экологическом плане городом становится Сеул». И все благодаря молодому мэру Се Хуну, который за четыре года своей работы сделал из южнокорейского города с пробками, смогом и бюрократией город будущего.

***«СЕГОДНЯ ЗДЕСЬ ПРОЛОЖЕНЫ ШИРОКИЕ ПРОСПЕКТЫ, ЗАСТРОЕННЫЕ НЕБОСКРЕБАМИ. И НЕТ НИГДЕ НИ ОДНОГО ПРОВОДА, ВСЕ КОММУНИКАЦИИ — ПОД ЗЕМЛЕЙ.***

*О Се Хун*

**ДЛЯ СПРАВКИ:**
О Се Хун — корейский политик и государственный деятель. Будучи мэром, он много внимания уделил улучшению городского дизайна. Для этого в Сеуле были установлены новые автобусные остановки (спроектированы компанией Hyundai Card) и уличные указатели, заново отделаны фасады старых жилых и промышленных зданий, перестроен Международный аэропорт Инчхон. Также были созданы новые, технологичные станции метро, проложены по всему городу велодорожки, городские автобусы переведены на природный газ.

Весной 2010 года О Се Хун объявил о начале кампания Seoul Human Town: старые дома и даже целые районы должны были быть реконструированы. Главной задачей ставилось избавить город от ветхих зданий, решить проблемы узких улиц и многоэтажности, увеличить количество зеленых насаждений. Для этого было решено расширить узкие улицы в старых районах за счет сноса домов первой линии. И все это было сделано. (Правда, за пять лет правления О Се Хуна долг Сеула вырос в три раза, с 6 до 18 трлн вон) Кстати, мэр Москвы С. Собянин неоднократно посещал Сеул именно с целью заимствования опыта по созданию инфраструктуры города будущего.

**«ВКУС ЮЖНО-КОРЕЙСКОЙ ЕДЫ Я БЫ НАЗВАЛ СПЕЦИФИЧЕСКИМ. ОНА ОЧЕНЬ ОСТРО-СЛАДКАЯ, И В НЕЙ СЛИШКОМ МНОГО СЫРОЙ РЫБЫ.**

Завтрак у нас был включен в стоимость проживания в отеле, обедами нас кормили на протокольных мероприятиях, а вот ужинали мы, как правило, в городе. Вкус южно-корейской еды я бы назвал специфическим. Она очень остро-сладкая, и в ней слишком много сырой рыбы. Кстати, чтобы облегчить жизнь иностранцам, во многих заведениях названия блюд в меню сопровождаются фотографиями. А если картинок нет, нам советовали брать еду наугад, так мы попробовали очень вкусные пельмени в бульоне или свинину, жаренную в соусе чили, вприкуску с кимчи (острая корейская капуста). А можно было заказать бибимбап — блюдо «сделай сам» из риса с добавками.

Кстати, едят в корейских ресторанах не только палочками, но и ложками. Корейцы начали использовать ложку как столовый прибор уже с конца V века. Палочка и маленькая ложка на длинной ручке — основные приборы столового набора «суджо», они, как правило, выполнены из серебра или нержавеющей стали.

Правда, питаться в ресторанах, как я уже говорил, недешево. Так что беспроигрышный бюджетный вариант обеда или ужина — лапша быстрого приготовления и легкие закуски (правда, сказать, из чего они сделаны, не берусь). Причем сами корейцы настолько любят такую лапшу, что есть даже специальные заведения, где эту лапшу просто разводят. Такой вариант «кафе быстрого приготовления». Лапшу я и сам пробовал — вкусная, своеобразная (как вам, например, лапша с мидиями или с сушеным кальмаром, или морским ежом) и очень острая.

А еще в Сеуле много местной рисовой водки «Соджу», крепостью она от 20° до 45°. Признаюсь честно — гадость редкостная!

Что бы я еще отметил... Сеул был столицей XXIV Летних Олимпийских игр. И память о них здесь витает повсюду. Даже в специальных автоматах, которые стоят во многих местах города, управление, помимо касания, жеста, может осуществляться голосом. Да-да! Мы даже сначала не поняли, что это такое и как работает. А оказалось, что так работают автоматы для продажи газировки или устройства для воспроизведения музыки (стоят такие аппараты в разных заведениях, они подсоединены к колонкам и, указывая на ту или иную колонку ногой, вы можете слушать выбранную музыку с разными басами, частотой и громкостью).

Поразили и корейцы: они все, от русскоговорящего гида до руководителей Hyundai, излучают доброжелательность и улыбки. И это отнюдь не показное. Корейцы очень гостеприимны и внимательны. Все очень искренни. Знаете, в Сеуле немного туристов, особенно из России. Нас вот, узнав, что мы русские, в одном из кафе накормили, напоили, посадили рядом с хозяином и предложили посмотреть бейсбол! Правда, на корейском языке. Казалось бы, это удивительно в век информационных технологий! Но это так!

Есть, правда, одно «но». Они вообще не знают английский (кроме работников отеля, переводчика и судей на соревнованиях). Общение в городе было весьма забавным, все основывалось только на логическом понимании того, что хочет от нас человек. Такой вот «крокодил»! ▶

*В сеульском метро*

**ДЛЯ СПРАВКИ:**
Сеульский метрополитен — 3-й метрополитен в мире по годовому пассажиропотоку. Был открыт 15 августа 1974 года. В настоящее время состоит из 9 линий и 311 станций. В сравнении, Московское метро — пятое в мире по интенсивности использования после метрополитенов Пекина, Токио, Сеула и Шанхая. Сеульский метрополитен является частью единой системы электрифицированного железнодорожного подземного и пригородного транспорта столичного региона. Он тесно интегрирован с железнодорожной сетью страны, в частности, с системой пригородных поездов.

Линия 5 является самой длинной в мире целиком подземной линией метрополитена (с длинным ответвлением — 52,3 км), превосходя самую длинную полностью подземную линию метро в СНГ (Серпуховско-Тимирязевскую линию Московского метро) более чем на 11 километров.

**«ДВИЖЕНИЕ ЗДЕСЬ ТАКОЕ ЖЕ, ЛЕВОРУЛЬНОЕ, ДОРОЖНЫЕ ЗНАКИ ДУБЛИРУЮТСЯ НАДПИСЯМИ НА АНГЛИЙСКОМ**

Особого разговора заслуживают дороги и транспорт в Сеуле. Сказать, что дорожное полотно хорошее, — ничего не сказать. Оно отличного качества! По рассказам местных жителей, ремонт дорог осуществляется в основном ночью. О заторах на трассе заблаговременно оповещают информационные табло, высвечивающие время, которое потребуется на преодоление соответствующего маршрута. На скоростных дорогах крайняя правая полоса отведена специально для автобусов. О том, что на дороге установлена автоматическая камера замера скорости, водителя заранее предупреждают хорошо заметные желтые табло. Особенно строго наказывается проезд в нетрезвом состоянии, а также парковка в запрещенном месте.

Почти все дороги представляют собой многоуровневую систему, то есть перекрестков, привычных нам, здесь очень мало. Это практически исключает образование пробок. Передвигаясь даже на больших и неповоротливых экскурсионных автобусах, мы не попали ни в один затор. Так что, если захочется порулить самому по Сеулу, это не составит большого труда. Движение здесь такое же, леворульное, дорожные знаки дублируются надписями на английском.

Светофоров немного, они установлены лишь на пешеходных переходах. Кстати, как и в Японии, здесь никто не переходит дорогу в неположенных местах или на красный — пешеходы стоят перед пустой трассой, ждут зеленый сигнал. На пешеходных переходах нарисованы стрелки, указывающие, какую сторону надо занимать при движении.

Мало, как ни странно, и мотоциклистов. В основном водители ездят на машинах местного производства. Если у нас в Астрахани Hyundai Equus еще не так популярны, то здесь, в Сеуле, они встречаются буквально на каждом шагу. А вот автомобилей иностранного производства немного. Причина, скорее всего, в пошлине на их ввоз, которая составляет 100% от стоимости самой машины. Японских автомобилей вы здесь и вовсе не встретите — это отголосок колониального прошлого.

Городской транспорт в Сеуле представлен девятью линиями метро, автобусами и такси. Трамваев, троллейбусов и маршруток здесь просто нет. В ожидании поезда корейцы, кстати, выстраиваются к дверям в очередь. Так это делают у нас, правда, не на всех маршрутах.

Сеул действительно один из самых технологичных городов. Говорят, здесь тестируется ближайшее будущее и только потом продается по всему миру. А еще говорят, что скоро именно здесь изобретут способ, при помощи которого товары широкого потребления, от автомобиля до холодильника, смогут коммуницировать между собой. И я не удивлюсь этому. После того, как я увидел, что обычные деревья на улице — это закамуфлированные вышки сотовой связи, а уж после посещения завода Hyundai...

Офис компании находится в центре Сеула и представляет собой два высотных здания, соединенных воедино. Они заметно выделяются на фоне прочих построек. Такая необычная архитектура символизирует мощь и единство двух сильнейших корейских брендов (в 2000 году Hyundai Motor Company приобрела KIA Asia Motor).

Сам же завод расположен в нескольких десятках километров от Сеула, в небольшом городе Ульсан, и являет собой образец настоящего «экономического чуда».

Завод разделен на пять площадок, каждая из которых выпускает «свои» марки автомобилей. И каждая площадка абсолютно автономна. Такой технократизм требует соответствующей инфраструктуры. И она здесь есть. Завод оснащен портом, в котором могут пришвартоваться одновременно три огромных судна. Есть отдельная фабрика, очищающая сточные воды до того, как они попадут в окружающую среду. Также на территории завода имеется своя больница и пожарная охрана.

На заводе практически все роботизировано. Людей немного, и работают они только на заключительном этапе сборки. Все четко и быстро. Там даже запасные части везет робот-транспортер по цеху. Мы ходили по верхним этажам и видели картину как бы сверху. Я был потрясен увиденным: все предельно четко, аккуратно и чисто, даже полы блестят. Каждые две минуты с конвейера сходит новый автомобиль и сразу же отправляется на тестовый пробег. Благодаря высокой степени автоматизации и четкой организации труда нет никакой спешки: все делается точно вовремя и качественно. Кроме того, роботизация на производстве практически исключает возможность брака. На мой взгляд, Hyundai сегодня — настоящий флагман автомобилестроительной индустрии не только Южной Кореи, но и всего мира.

**«ОФИС КОМПАНИИ НАХОДИТСЯ В ЦЕНТРЕ СЕУЛА И ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ДВА ВЫСОТНЫХ ЗДАНИЯ, СОЕДИНЕННЫХ ВОЕДИНО. ОНИ ЗАМЕТНО ВЫДЕЛЯЮТСЯ НА ФОНЕ ПРОЧИХ ПОСТРОЕК.**

**ДЛЯ СПРАВКИ:**
Компания Hyundai была основана в 1967 году Чон Чжу-ёном. Входила в чеболь (группу компаний) Hyundai Motor Group, из которого была выделена в 2003 году. В 1960-х годах компания занималась выпуском нескольких легковых и одной грузовой модели американского концерна Ford.

В 1972 году правительство Южной Кореи дало право производить автомобили четырем компаниям, одной из которых и стал Hyundai. В 1974 году началось производство малолитражной Hyundai Pony, над внешним видом которой работали мастера из итальянского ателье Italdesign Giugiaro. К 1980 году концерн должен был производить до 50000 автомобилей в год с локализацией производства компонентов до 91%, что и было выполнено. Первое поколение седана Sonata появилось осенью 1988 года, в 1996-м в производство пошла спортивная модель Coupe.

Сегодня завод в Ульсане не только первый, но и основной в Hyundai Motor. С 2006 года он считается самым крупным автомобилестроительным заводом в мире. Можно даже говорить о том, что именно этот завод — краеугольный камень южнокорейской автомобилестроительной индустрии. Он занимает площадь в 500 гектаров, что практически равно 5 км$^2$. Каждый день с конвейера сходят 5600 новых автомобилей. В год завод может выпускать 1,5 миллиона легковых машин, минивэнов и внедорожников. На заводе работают 34000 сотрудников.

***Уже в самолете по дороге домой я еще и еще раз возвращался на улицы Сеула, вспоминал впечатляющие кадры с завода Hyundai, снова переживал эмоциональное общение с коренными жителями — и понял: нельзя сравнивать столицы разных стран, Москву, Сеул. Они разные, со своей культурой и бытностью. Да, в Сеуле очень чисто, много зелени и приветливые, необычные люди, как с другой планеты. Да, это Азия, такая инновационная и практичная. Но для меня она осталась как Троя, куда я ехал побеждать. Я победил — и возвращаюсь домой, где все родное, свое, домашнее. А Сеул... Сеул останется в моей памяти приятным послевкусием! Послевкусием от города будущего!***

# ОСНОВА БУДУЩЕГО

**НАСТУПАЮЩАЯ ЦИФРОВАЯ ЭПОХА НЕСЕТ С СОБОЙ НЕ ТОЛЬКО НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, НО И ЭКОНОМИКУ, НОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ. НО ЕСТЬ ТО, ЧТО ОСТАНЕТСЯ НЕИЗМЕННЫМ – ЭТО ЖИВОЕ ОБЩЕНИЕ, СПОСОБНОЕ ЗАИНТЕРЕСОВЫВАТЬ, ОТКРЫВАТЬ НОВОЕ, ДЕЛИТЬСЯ ЗНАНИЯМИ И ЭМОЦИЯМИ. ИМЕННО ТАК – НА ОСНОВЕ ДОВЕРИЯ – МЫ СТРОИМ ОТНОШЕНИЯ ДРУГ С ДРУГОМ И С НАШИМИ КЛИЕНТАМИ.**

**Сервисный консультант ДЦ Hyundai на Московском ш. Павел Степанов (Нижний Новгород)**

## УРОЖАЙ ПОЗИТИВА

Это был один из звонков в субботу, когда немногочисленные посетители дилерского центра уже разошлись, мысленно мы уже отдыхали. Позвонила девушка. Она поехала с мамой в лес за грибами на недавно приобретенном автомобиле. Но на обратном пути случилось непредвиденное: мало того, что автомобиль не заводился с брелока, еще и сработала противоугонная сигнализация. Сервисный консультант Павел Степанов (ДЦ «Hyundai на Московском шоссе», Н. Новгород), никогда прежде не сталкивавшийся с подобной проблемой, оперативно нашел инструкцию, проконсультировался с коллегами из люксовки и провел пошаговую операцию по разблокировке автомобиля дистанционно. Надо заметить, процесс этот достаточно трудоемкий: к примеру, чтобы ввести код на пульте, нужно нажать определенную кнопку столько раз, сколько «мигнет» аварийка, причем сделать это нужно в строго определенное время. Через два часа грибники уже ехали домой с полными корзинами и с чувством благодарности к сервисному консультанту.

*(Основано на благодарности от Елены М.)* ▶

**Технический директор ДЦ Škoda/ Hyundai Олег Дронов (Волгоград)**

## ВСЕ ДЕЛО В ДОВЕРИИ

Некоторое время назад на автомобиле Азиза по гарантии заменили амортизационные стойки задней подвески. Буквально через пару недель он решил проверить в сервисе у знакомого, действительно ли стойки были заменены. Механик сервиса выдал вердикт: «Стойки не заменили». Тогда Азиз обратился на горячую линию службы качества ГК «АГАТ», и история получила продолжение. Автовладельцу позвонил Олег Дронов (технический директор ДЦ Škoda/Hyundai, Волгоград) и предложил вместе разобраться в ситуации. На встрече они вместе осмотрели автомобиль, принесли замененные стойки с гарантийного склада, произвели замер на диагностической линии. Так Олег показал и рассказал, что стойки заменены и автомобиль в исправном состоянии. Доверие — ключевой момент в отношениях с клиентами. И здесь важным было не доказать правоту, а стать действительно открытыми для клиента. К слову сказать, вот так и завязываются дружеские отношения... а Азиз уже строит планы на покупку нового автомобиля и сотрудничества с компанией «АГАТ» в сфере своего бизнеса.

*(основано на благодарности Азиза А.)*

## ИЗ КРЫМА С ЛЮБОВЬЮ

Случалось ли вам мучиться сомнениями при покупке автомобиля? Не так давно житель Крыма Александр купил автомобиль Lexus RX200T в дилерском центре «Лексус Волгоград». Слаженность работы команды настолько впечатлила автовладельца, что он оставил очень душевную благодарность: «Настолько четко, профессионально, грамотно и вежливо работают ваши сотрудники... Особо хочу отметить работу менеджера Владимира Огородова, который работал с нами от первого звонка в салон и до нашего выезда из салона уже на своем автомобиле. Спасибо ему за профессионализм, за выдержку, терпение. После попытки купить автомобиль в Москве мы были напуганы (клиенты часто жалуются на несоответствие цены и комплектации автомобиля, указанные на сайтах московских салонов,— прим.ред.) и уже никому не верили, поэтому, наверное, замучили Владимира своими сомнениями и лишними вопросами. Мы были поражены подготовкой машины к продаже. Эта волшебная комната выдачи, залитая огнями софитов, искрящийся автомобиль в лепестках роз. Насколько я равнодушен к помпезности, но тут даже меня проняло. А жена моя была в таком восторге! Сказала, что даже замуж так не выходила, как машину покупала! Я буду рекомендовать всем своим друзьям и знакомым покупать авто в вашей компании. Спасибо!»

*(основано на благодарности Александра Н.)*

**Менеджер отдела продаж ДЦ Лексус–Волгоград Владимир Огородов**

## ВСЕГДА НА СВЯЗИ

В покупке и продаже автомобилей с пробегом очень много подводных камней, с которыми мы иногда сталкиваемся. Но какой бы ни была сложной ситуация, важно ее решить, даже если для этого придется приложить все возможные (а порой и невозможные!) усилия. Вот такая история произошла с Александром в канун Нового года. Автомобиль с пробегом, который он приобрел в нашей компании, оказался под запретом на регистрационные действия. Недоработку при приеме автомобиля мы исправили довольно быстро, но главное в той ситуации было не просто снять арест с автомобиля, но и постоянно информировать Александра о ходе работ. Понятно, что не всегда хочется звонить в подобной ситуации, но спокойствие наших клиентов важнее, поэтому мы всегда на связи. Кстати, специалиста службы качества, которой Александр позднее адресовал благодарность, тоже зовут тоже Александра. История Александра закончилась благополучно, и его новогодний подарок вскоре был зарегистрирован в ГИБДД.

*(основано на благодарности от Александра М.)*

**Руководитель отдела качества ДЦ BMW Александра Горева (на момент обращения клиента Александра работала в направлении Trade-in, Нижний Новгород)**

## ОТЦЫ И ДЕТИ ЗА КАЧЕСТВЕННЫЙ СЕРВИС

Часто в наших дилерских центрах автомобили покупают сначала дети, потом родители (ну, или наоборот :). К примеру, Григорий приехал купить автомобиль LADA Largus в дилерский центр на Московском шоссе (Н. Новгород) и, по совету своего сына (который в начале года тоже купил Largus), обратился к менеджеру отдела продаж Антону Колеганову. Как рассказывает Антон, клиенты по рекомендациям обращаются часто, а это значит, что особенно важно внимание и искреннее отношение. Для многих покупка автомобиля — это знаковое событие (хотя многие в этом не признаются), поэтому важно так выстроить общение, чтобы клиент понял: это его день, и этот день должен оставить только приятные впечатления. «Стараюсь проявлять внимание не только к процессу продажи, но еще и к повседневной жизни будущего владельца автомобиля. Важно понять его сферу деятельности, увлечения»,— говорит Антон Колеганов. Такое общение часто продолжается на дружеской ноте. Поддерживать теплые отношения помогает и то, как мы выполняем наши обязательства: «Отработанные процессы продаж существенно облегчают работу. Я всегда могу сказать клиенту время, когда он может забрать авто, и есть ли задержка в оформлении — мы владеем информацией в режиме реального времени». Это сочетание личного отношения и отработанных бизнес-процессов и дает клиентам качественный сервис.

*(основано на благодарности Григория А.)*

**Менеджер отдела продаж ДЦ LADA Антон Колеганов (Нижний Новгород)**

# ОТ ЧИСТОГО СЕРДЦА

## ПОМОГАЕМ ПОМОГАТЬ

Тетради, ручки, карандаши, пеналы...летом подготовка к учебному году в самом разгаре! Но День знаний мог стать праздником не для всех школьников, потому что многие семьи, попавшие в трудную жизненную ситуацию, не всегда могут себе позволить приобрести необходимые принадлежности.

В Нижнем Новгороде решили по возможности помочь ребятам из таких семей. За две недели наши коллеги приобрели рюкзаки, пеналы, альбомы, краски, кисточки, ручки, карандаши, ластики, клей, тетради, дневники... Все канцтовары были переданы в Центр помощи семье и детям «Быть мамой», куда поступает много просьб о помощи, в том числе и к 1 сентября. «У нас очень много заявок, особенно от многодетных семей. Представьте, каково это собрать троих или четверых детей в школу... Спасибо большое сотрудникам компании «АГАТ» за неравнодушие и помощь нуждающимся семьям, где растут школьники», — поблагодарила директор центра Алла Витальевна Зайцева.

## ПОДДЕРЖИМ И СЛОВОМ, И ДЕЛОМ

В компании «АГАТ» принято помогать и поддерживать коллег. Даже если мы работаем в разных отделах и разных городах, мы можем быть уверены — коллеги придут на выручку в любой ситуации. Елена Селезнева рассказывает свою историю и благодарит каждого, кто поддержал ее семью.

Когда у нас родилась долгожданная дочка, мы были счастливы, но по причине того, что роды были преждевременные (Лиза родилась на 33 неделе) радость получилась очень тревожной: моя малышка, к сожалению, не смогла дышать самостоятельно и в первые сутки своей жизни попала в реанимацию для новорожденных. В 10 месяцев Лизоньке поставили диагноз — ДЦП. Нам посоветовали пройти лечение в Московской клинике, но курс лечения там дорогой — 165 000 рублей. К сожалению, у нас такой суммы не было, но благодаря коллегам у нашего ребенка появился шанс стать здоровыми счастливым.

Ловлю себя на мысли, что даже такое замечательное словосочетание как «большое спасибо» не передает в полной мере моих чувств... Я говорю каждому большое спасибо за то, что вы дали нашей малышке возможность обрести здоровье. Необходимая сумма была собрана буквально за неделю, и мы прошли уже два курса лечения.

После лечения Лизонька как будто ожила. Появился осознанный взгляд, интерес к игрушкам и окружающему миру, она впервые сказала «мама», и это слово ей очень понравилось. Теперь Лиза с удовольствием рисует пальчиковыми красками, лепит из соленого теста, сама кушает ложечкой, уже знает некоторые цвета и геометрические фигуры, собирает и разбирает пирамидку, обожает всё вытаскивать из ящиков, а потом закладывать всё обратно. Неврологи и педиатры обнадеживают нас и изо всех сил стараются помочь Лизоньке хорошо развиваться как умственно, так и физически.

После моего письма-обращения я, помимо материальной помощи, получила множество писем со словами поддержки и добрыми советами от коллег. И это тоже было бесценно в те минуты — минуты отчаяния, когда мое материнское сердце страдало от того, что я не знала, как помочь моей крошечке, моей доченьке.

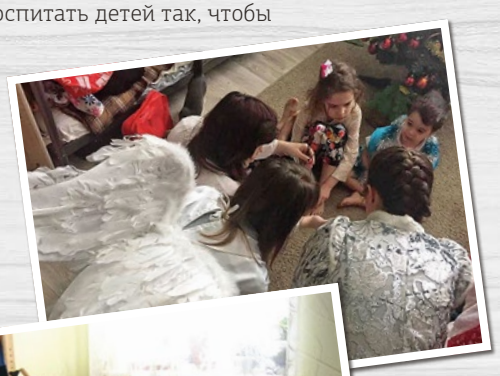
Возможно, именно эта помощь дала моей доченьке шанс на выздоровление и возможность жить и развиваться. Теперь мы ничего не боимся. Живем надеждой и строим планы на будущее, а их у нас громадьё!

## ТЕАТР «ПИАНО»: СКАЗКА НАЯВУ

Вот летит платок-комета, актер отправляет ее нам, и мы присоединяемся к действию на сцене. Летающих комет становится больше, они наполняют пространство всего зала, и вот мы уже все играем удивительный спектакль... Нет, не играем — проживаем. Вместе. И нет никаких барьеров, мы все всё понимаем, чувствуем ритм, настроение, улыбки и даже единым становится биение сердца. Мы даже не вспоминаем, что для общения нужны слова.

Нижегородский «Хогвардс» — так мы стали называть между собой школу-интернат для глухих детей после первого знакомства. Мы приехали в эту удивительную школу-дом с зеленой миссией, чтобы посадить комнатные цветы, украсить холл после проведенного ремонта и помочь с уборкой.

Здесь царит особая атмосфера, которая ощущается во всем — от краски на стенах (кстати, на стенах в специальных местах здесь можно рисовать) и оформления игровых комнат до отношения к воспитанникам школы. Раскрыть индивидуальность каждого ребенка, воспитать детей так, чтобы они стали полноправными членами общества и могли самореализовываться, приносить пользу окружающим — именно этой цели подчинено все в школе. Для этого здесь работает педагогический коллектив, воплощая в жизнь не только образовательную программу, но и творческую атмосферу. Ребята здесь живут 6 дней в неделю, поэтому так важно создать домашний уют, избавиться от всего, что бы напоминало казенный быт. А еще важно, что ребята эти особенные, и мир они воспринимают по-другому. Поэтому и помещения школы представляют собой сказочный мир (чем вам не «Хогвардс»?), где все направлено на зрительное и тактильное восприятие. Именно здесь можно посмотреть на мир по-другому: не услышать, а именно увидеть, прочувствовать, ощутить всем сердцем... Мы рады быть причастными к этому удивительному проекту. И уверены, что эту сказку нужно повторить.



## ГОД НАЧАЛИ С ДОБРЫХ ДЕЛ

Войти в Новый год с добрыми делами — это хорошая примета и уже ставшая доброй традиция в компании «АГАТ».

Второй год ГК «АГАТ» в Нижнем Новгороде участвует в акции «Подарим детям Рождество» совместно с волонтерским движением «Милосердие»: готовит подарки детям-инвалидам и детям из семей, находящихся в сложной жизненной ситуации.

В этом году сбор подарков осуществлялся на нашем блоге, где мы знакомили коллег с ребятами и их непростыми судьбами. Каждый, кто участвовал в выборе подарка, подошел к этому с особой теплотой. Многие не только покупали то, что пожелали дети и их родители, но и готовили дополнительные сюрпризы, писали письма от лица Деда Мороза и Снегурочки с добрыми поздравлениями и пожеланиями. Конечно, подобрать правильные слова в такой ситуации непросто, но мы справились! Особо заметим, что в акции участвовали не только сотрудники компании, но и наши партнеры, а также подписчики в социальных сетях.

Некоторые из нас отважились стать на время праздников Дедами Морозами и Снегурочками и лично поздравили ребят, пройдя перед этим обучение в школе Дедов Морозов. Нам очень помогли репетиции и консультации опытных волонтеров из «Милосердия» и их поддержка на самих поздравлениях. И, конечно, в автомобильной компании нашлось достаточно автоволонтеров, чтобы обеспечить транспорт артистам. Общими силами мы организовали подарки более чем для 200 ребят! И как же приятно было видеть искреннюю радость мальчишек и девчонок от встречи с Ангелом, Снегурочкой и Дедом Морозом!

В Саратове наши коллеги устроили праздник для детей в социально-реабилитационном центре «Возвращение».

Накануне праздника, 29 декабря, переодевшись Дедом Морозом и Снегурочкой, они поздравили ребят с наступающим Новом годом. Веселые конкурсы, стихи и песни, дружный хоровод и, конечно, сладкие подарки — таким запомнился приезд новогоднего волшебника детям.

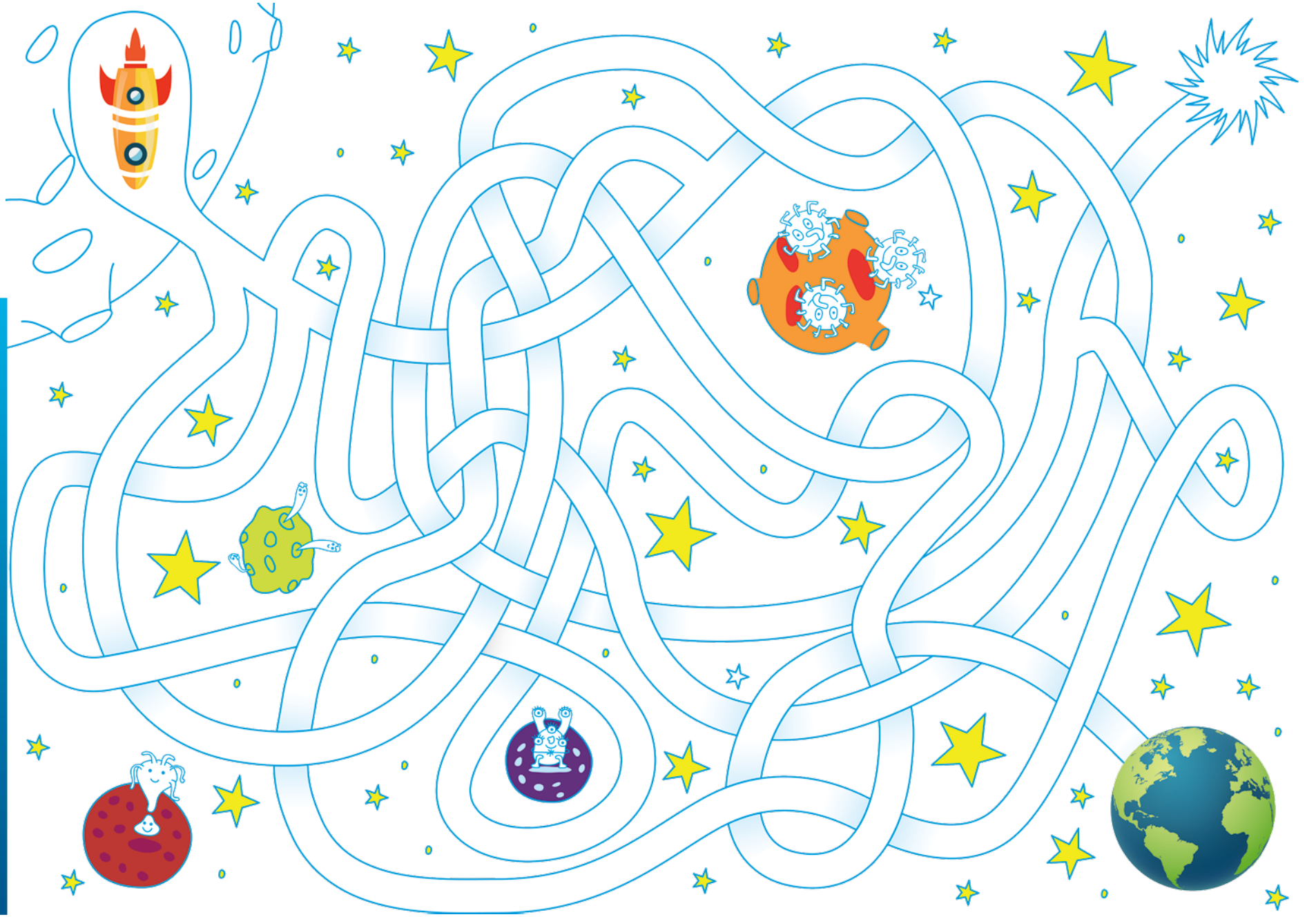
Мы благодарим всех, кто принял участие в поздравлении детей и поделился своим душевным теплом. Спасибо за ваши добрые дела!

# ВЕСЕЛЫЕ ЗАГАДКИ МАЛЫШАМ И ВЗРОСЛЫМ

*Дорогие ребята!*
*Наверняка в будущем можно будет летать в школу на самолете (а в космошколу — на ракете), делать уроки, надев шлем виртуальной реальности, путешествовать в каникулы на Марс и есть обед, распечатанный на 3D-принтере. Да, много чего можно будет делать необычного, а еще больше придумывать! Но для этого нужно быть сообразительными, ловкими, умелыми и еще, чтобы у вас были самые близкие друзья! Давайте проверим себя на сообразительность и наблюдательность. С какими заданиями у вас получится справиться самим, а какие вам веселее будет решить вместе с другом?*

## ЧЕГО НЕ МОЖЕТ БЫТЬ У ПОДВОДНОЙ ЛОДКИ?

# ПОМОГИТЕ РАКЕТЕ ВЕРНУТЬСЯ НА ПЛАНЕТУ ЗЕМЛЯ



# НАЙДИТЕ 10 ОТЛИЧИЙ

# ДРУГ

Мой друг Андрей подобрал во дворе щенка и привел его домой. Мама только руками всплеснула:
— Какой кош**мар!**
— **К А**ндрею кинулась сестричка Таня:
— Какая радость!
— Хм,— произнес папа,— интересно, что это за порода?
— Не знаю,— сказал Андрей,— но он очень умный щенок. Он вертелся все время у моих ног, понимал, что я его возьму.
— Да,— вздохнул папа,— с этого дня путь к новой жизни открыт, кажется, не только для него, но и для нас.
Андрей налил щенку в миску молоко, и тот начал жадно лакать, что даже брызги полетели во все стороны.
— Не торопись, мой друг,— сказал папа.— Как же мы его назовем?
— А так и назовем — Друг,— обрадовался Андрей и погладил щенка.

***Найдите в этом рассказе четыре слова, которые связаны с почтой.***

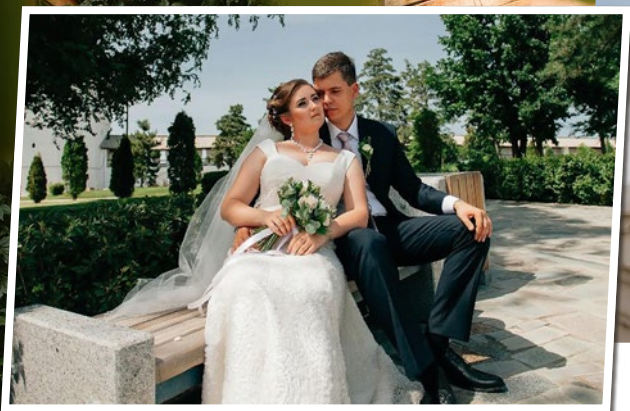
*(из книги «Веселые задания для моей компании. В1 — М. Дрофа-Плюс, 2004)*

# НАЙДИТЕ СПРЯТАВШИЕСЯ 10 ПРЕДМЕТОВ

*Проверьте, сможете ли вы найти ракету, радугу, вилку, свечу, улитку, удочку, подкову, замок, цветок и корабль.*

# Люди встречаются, люди влюбляются...

***Многие футурологи говорят, что в будущем традиционная семья как явление совершенно изменится. Нам не хочется в это верить, и мы рады, что в нашей компании половинки находят друг друга и создают счастливые семьи.***



## НАПАРНИКИ

Со своим будущим мужем Эльвира познакомилась еще до работы в ГК «АГАТ», но тогда они почти не общались. После того как оба героя перешли ГК «АГАТ», они стали напарниками. Постепенно общение перешло в романтическое русло: «Наши отношения начали строиться спонтанно, неожиданно для нас обоих»,— вспоминает Эльвира. «Что касается работы, то нам всегда хорошо вместе, с самого начала не было никаких притирок, помогаем друг другу»,— делится Сергей. Секрет гармонии, по словам наших героев — взаимопонимание и ни одной ссоры!

***Эльвира и Сергей Черновы (менеджер по запасным частям и инженер по гарантии), Астрахань***

## ПРОВЕРКУ ПРОШЛИ!

Сергей и Лиза пришли работать в компанию в разное время. Он — в 2008 году, а она — в 2013. Через год стали работать в одном отделе — Лиза оставила должность администратора сервиса Hyundai и перешла в отдел закупок. В то время в отделе все мужчины, кроме Сергея, были женаты, или в отношениях, и коллеги подшучивали над новичком — Лизой, мол как раз тебе пара.

Мало того, что они сидели друг напротив друга, оказалось, что живут они тоже в одном районе. Сергей стал подвозить девушку до дома, что и стало первым шагом к будущим отношениям. Однако пара не торопилась со свадьбой и решила устроить проверку.

«Летом мы решили проверить друг друга на прочность и устроить себе совместный отдых, так как всем известно, что именно в путешествии можно увидеть человека таким, какой он есть. Поехали на Кипр. Что сказать, проверку бытом мы прошли»,— делится впечатлениями Лиза. Тогда они поняли, что хотят быть вместе. «Сначала было удивительно работать вместе, когда мы уже стали мужем и женой, но хочется сказать, что нам хорошо и комфортно». Их направления работы не пересекаются (Сергей — старший менеджер, он занимается закупкой автозапчастей, а Лиза — закупкой спецодежды и расходных материалов для сервиса ГК «АГАТ»). Поэтому поговорить им удается только во время обеда. Конечно, коллеги не оставляют попыток подшутить над парой, но Сергей и Лиза воспринимают все шутки с долей иронии. Сейчас они обустраивают квартиру, а в планах у пары построить свой дом, ну, и про дерево и сына тоже не забывают...

***Сергей и Елизавета Микрюковы (Старший менеджер по снабжению и менеджер по снабжению), Нижний Новгород***

# С РОЖДЕНИЕМ МАЛЕНЬКИХ СОЛНЫШЕК!

*Поздравляем!*

***Рождение малыша — это чудо, маленькая вселенная, радость в семье. Поздравляем вас с этим прекрасным событием! Пусть ваше солнышко растет здоровым и счастливым!***

НИЖНИЙ НОВГОРОД

***Дочки***

Букину Юлию
Каримова Олимжона
Комягину Инну
Гончарову Марию
Бронникову Валерию
Сергеева Антона
Иванову Елену
Смирнову Анну
Шмыреву Елену
Блэк Екатерину
Лаптеву Ольгу
Якимову Александру
Редькина Дениса
Захарову Алену
Володину Татьяну
Безделкину Екатерину
Комарову Юлию
Максименко Ивана
Литвинову Елену
Середенина Александра
Ульянова Валерия
Юлина Олега
Головникова Дмитрия
Иванова Игоря
Журину Жанну
Зорина Виктора
Котова Дмитрия
Мартынова Сергея
Савина Владимира
Стригунова Андрея
Шарыпова Сергея
Щеголева Михаила
Годлевскую Ирину

***Сыночки***

Викторова Константина
Пяшина Алексея
Рубежева Сергея
Разживину Екатерину
Красовскую Ирину
Жучкову Маргариту
Мамлясову Ксению
Никогосян Григория
Шелопухо Артема
Мешкова Александра
Нефедова Вадима
Кудимову Екатерину
Маликова Руслана
Филиппову Надежду
Лядкова Ивана
Кожина Виктора
Татанова Андрея
Воеводина Олега
Кузнецова Павла
Шабарова Александра
Тапилина Алексея
Афанасьева Виктора
Бархоткина Сергея
Житкова Дмитрия
Киселева Николая
Ксенофонтова Михаила
Панова Дмитрия
Шмелева Валерия
Семанину Надежду
Лядкову Анастасию

ВОЛГОГРАД

***Дочки***

Гринюк Артема
Бочарникову Наталью
Первых Елену
Кастрикина Сергея
Автомонова Вячеслава
Кобликова Дениса
Утученкову Наталию
Бирюкову Марину
Волошину Юлию
Голосного Максима
Шорину Юлию
Пичурину Наталью
Степанюк Александра
Аршакян Арнольда

***Сыночки***

Колбасова Юрия
Акользина Семена
Леконцевых Ирину и Александра
Игнатова Александра
Титову Наталию
Назаренко Андрея
Колбяшкину Екатерину
Медведеву Алину
Ратникова Романа
Мезенцеву Елену
Курганова Вадима
Талызина Александра
Налимова Виталия
Сологуб Нину
Губина Сергея

АСТРАХАНЬ

***Дочки***

Ханову Ольгу
Хамматова Рената
Трофимову Маргариту
Урастаеву Галину
Левина Дмитрия
Егорову Валерию

***Сыночки***

Курбанова Юрия
Урастаеву Галину
Курило Андрея
Мозгунову Антонину

САРАТОВ

***Дочка***

Хасьянова Антона

***Сыночки***

Семенищева Сергея
Протопопова Александра

ИВАНОВО

***Дочка***

Турусова Ивана

КИРОВ

***Сыночек***

Пенкина Романа

***Дочки***

Шамрикова Игнатия
Кавардакова Константина
Фомичева Леонида
Кошурникову Ксению
Мурину Ольгу

СЫКТЫВКАР

***Дочка***

Игнатову Юлию

***Сыночек***

Григорьева Евгения

САРАНСК

***Дочка***

Чадаеву Алену

***Сыночки***

Таганову Юлию
Голубевых Егора и Оксану

С возрастом я все более ясно ощущаю... как смешно то, что не имеет собственного смысла, собственной души, то, что не пронизано любовью.

*Марк Шагал*

Вопрос не в том, чтобы придумать правила получше, вопрос в том, как помочь команде найти лучшее решение. Как усилить возможности членов команд, чтобы им требовалось как можно меньше указаний сверху?

*Йос де Блок*

Все больше и больше людей понимают, что это не кризис, а конец цикла.

*Жан-Франсуа Зобрис*

Если вы наделяете людей полномочиями, но не даете им информации, они просто бродят в темноте.

*Блэр Вернон*

Учитель открывает двери. Входишь ты сам.

*Китайская пословица*

Отныне вы знаете, что вас наняли не для того, чтобы вы следовали должностной инструкции. Вы приняты для постоянного поиска самой важной и полезной работы, какую вы только способны сделать.

*Из справочника для сотрудников компании Valve*

Сердце каждой организации — личность, готовая исследовать новые возможности.

*М. Уитли, М. Келлнер-Роджерс*

Жизнь нацелена на поиск того, что работает. <...> Способность непрерывно изменяться, искать то, что работает прямо сейчас, необходима любому организму для выживания.

*М. Уитли, М. Келлнер-Роджерс*

Идеология лидерства и менеджмента, лежащая сегодня в основе крупных человеческих объединений, так же ограничивает успех организаций, как идеология феодализма ограничивала экономический успех в XVI и XVII вв.

*Гэри Хэмел*

Слишком многое из того, что мы называем менеджментом, представляет собой помехи, которые мешают людям работать.

*Питер Друкер*

Наше глубочайшее призвание — это рост нашей подлинной личности, не важно, совпадает она или нет с образом того, чем мы должны быть. Следуя своему призванию, мы не только обретаем радость, к которой стремится каждый человек, но и находим свой путь истинного служения в мире.

*Паркер Палмер*

Взаимоотношения меняют нас, открывают нас миру, пробуждают в нас нечто большое. Наши таланты становятся видны — даже нам самим,— только когда мы объединяемся с другими.

*М. Уитли, М. Келлнер-Роджерс*

Единственное, что мы знаем о будущем,— там все будет по-другому. Стараться предсказать будущее — все равно что ехать ночью по проселочной дороге без фар, глядя в заднее стекло. Лучший способ предсказать будущее — создать его самому.

*Питер Друкер*

**«АГАТ. МЫ ВМЕСТЕ» № 9/2017**
**Корпоративный журнал**
**для сотрудников ГК «АГАТ»**

12+

Для внутреннего использования.

Учредитель и издатель журнала ООО «Торговый Дом «Агат»,
603124, Нижний Новгород, Московское ш., 294Д,
тел. (831) 2–000–000
Распространяется бесплатно. Тираж 999 экземпляров.
Выходит 1 раз в 6 месяцев. Подписано в печать 10.04.2017
Отпечатано в типографии ООО «Юнион Принт»,
603022, Н. Новгород, Окский съезд, д. 2,
тел. (831) 439–44–99, 430–71–22
Дизайн, верстка и препресс:
Студия «Протон», www.proton-studio.ru
Редактор: Сергеева А. А., e-mail: redaktor@agat-group.com

Благодарим наших коллег за помощь в подготовке номера:

**НИЖНИЙ НОВГОРОД**
Ирину Крытьеву
Наталью Поваренкову
Екатерину Ульянову
Анастасию Жердеву
Руслана Маликова
Татьяну Девяткину
Ингу Веселову
Елену Попову
Ирину Баляеву
Екатерину Кабанову

**ВОЛГОГРАД**
Кристину Быкову
Екатерину Ольховую
Анну Макееву
Наталью Попову
Валерию Ушакову
Екатерину Кондратьеву
Татьяну Степанян

**АСТРАХАНЬ**
Наталью Петрову
Татьяну Коратаеву
Екатерину Шарагину

**САРАТОВ**
Наталью Щербину

# АГАТ. МЫ ВМЕСТЕ