

TED AUTO

КАК
ДЕЛАТЬ
БИЗНЕС НА
АВТОЗАПЧАСТЯХ



СЕРГЕЙ БАРМОТИН

ВВЕДЕНИЕ

Эта короткая книга написана, чтобы помочь Вам больше узнать о бизнесе на автозапчастях.

Меня зовут Бармотин Сергей – основатель сети TedAuto, здесь я постарался раскрыть для Вас тонкости ведения этого бизнеса.

Пошагово описал, с чего следует начать, рассказал про некоторых из наших поставщиков новых и контрактных запчастей, а также, к половине глав, привел примеры из истории наших франчайзи и из своего опыта.

Прочитав эту книгу Вы узнаете, как самостоятельно начать бизнес по продаже автозапчастей с минимальными рисками и сэкономите себе до 5 месяцев полных ошибок.

Читайте ее внимательно, чтобы ничего не упустить. Также в конце книги Вас ждет приятный бонус, поэтому дочитайте ее до конца!

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	1
VIN КОД.....	2
ЗАПЧАСТИ.....	3
ПОСТАВЩИК.....	5
КАК НАЧАТЬ?.....	6
С.Т.О.....	7
РЕКЛАМА.....	9
ДОСТАВКА.....	11
НОВЫЕ ЗАПЧАСТИ.....	11
Б/У ЗАПЧАСТИ.....	11
ФАРЫ.....	12
РАДИАТОРЫ.....	13
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	13

VIN КОД

Уникальный Идентификационный Номер

У каждого автомобиля есть уникальный идентификационный номер - VIN. Он состоит из 17 знаков - букв и цифр. В VIN зашифрованы данные авто, страна происхождения, комплектация и прочее. VIN отсутствует у праворульных авто японского рынка, у них в каталогах вместо ВИНa пробивается номер кузова. Подробнее про японские автомобили мы остановимся позже.

Когда вам звонит клиент и просит проценить запчасть, то обязательно проверяйте VIN, так как клиент может пропустить какую-нибудь букву или цифру. Посчитайте, 17 ли знаков в этом VIN автомобиля. И не стесняйтесь переспрашивать и перепроверять, ведь ошибка здесь может вылиться в то, что вы вообще не пробьете VIN по каталогам и, следовательно, не сможете подобрать запчасть, но и если он пробьется, то можете привезти не ту деталь.

Обязательно проверяйте и перепроверяйте VIN автомобиля, а также уточняйте - год выпуска авто, марка и модель, объем и модель двигателя, тип коробки передач авто», механика, вариатор». Чем больше у вас данных по авто, тем точнее шанс подбора. правильной запчасти.

Номера запчастей, в свою очередь, тоже уникальны и, если вам клиент говорит мне нужна вот именно этот номер детали, а вы привозите ее, а он говорит, что это не та деталь.

Здесь правда на вашей стороне, какой номер просил, такой и получил, Вы ответственны только за те детали, которые подбираете сами. Номер запчасти имеет индивидуальность, по нему не могут привезти разные детали, для того и есть нумерация.

У разных производителей запчастей такая нумерация своя. К примеру запчасти Rog имеют семизначный цифровой формат, производитель запчастей SACHS имеют 10 цифр в своём составе.

Встречаются запчасти и с номером и с буквами в своей составляющей.

К примеру, в Санкт-Петербурге франчайзи TedAuto является девушка, самое сложное для нее было разобраться в подборе запчастей. Поэтому, в течение первого месяца работы она десятки раз пересматривала видео – обучение на эту тему и при каждом подборе, а таких было минимум 5 в день, звонила в нашу поддержку. Да, для девушки это не легко, но благодаря её желанию научиться, к концу месяца она подобрала более 152 запчастей и научилась этому навыку.



Мотовилова Ирина, TedAutoSPB

ЗАПЧАСТИ

Оригинальные и неоригинальные запчасти

Оригинальные запчасти — это детали, которые ставят на заводе изготовителе. Данные детали упаковываются в коробки с изображенной, на них, маркой авто.

Неоригинальные запчасти — это детали, производимые сторонними производителями, но они не поставляют свою продукцию на конвейер сборщиков авто. Неоригинальные запчасти не значит не качественные это нужно тоже понимать. Есть один интересный момент, который не все знают и не все задумываются.

Взять, к примеру, тормозную систему у автомобиля Renault Symbol, на самом деле не важно какой автомобиль, ведь суть у всех одна. Renault не производит тормоза. На их авто ставят как оригинальные тормозные системы фирмы Lucas. Отсюда следует простой вывод, Купив мы тормоза Lucas на Renault Symbol, мы ставим оригинал.

Единственное отличие оригинала, если мы его сравним это упаковка, но если мы заглянем в нее, то увидим тормоза Lucas. Тоже относится и к любой другой системе в автомобиле, будь то, амортизаторы, автостекла и всё остальное.

Все производители авто, в большинстве своем, не являются производителями деталей, а являются сборочным конвейером поставляемых им запчастей по выигранным тендерам.

Когда вам звонит клиент всегда лучше предлагать все варианты и оригинал и неоригинал и б/у запчасти.

Некоторые продавцы запчастей продают неоригинальные запчасти под видом оригинала, Неоригинал обычно в несколько раз дешевле ин навар на таком неоригинале бывает в несколько раз превышающий цену запчасти.

В нашей сети мы таким не занимаемся, но есть знакомые, которые это практиковали.

Вот те запчасти, которые могут быть выданы за оригинал: бампера, крылья, капоты, панели крепления радиатора. На них нет маркировки производителя.

Крылья и капоты обычно поставляются в специальной упаковке из картона, повторяющей изгибы запчасти и предохраняющей её от повреждений. Если деталь вытащить из коробки, на которой написан производитель, то вы не поймете, чьего она производства, ведь на таких запчастях почти никогда не ставится маркировка. Если вы захотите дополнительно подзаработать таким способом скажу сразу, что не нужно брать самый дешевый неоригинал, однако, это касается только крыльев и капотов. Потому что толщина металла у самых дешевых бывает заметно тоньше и это наверняка увидит клиент.

Чтобы оставаться честным и иметь хороший навар, мы, в сети TedAuto, делаем упор на контрактные запчасти.

К примеру, в июне 2017 года ко мне поступил заказ на двигатель от Kia Rio 2009 года, клиент заплатил за него 35 000 рублей, а себестоимость двигателя составила 15 000 рублей, включая доставку, согласитесь, хорошая сделка. По итогу которой, клиент получил оригинальный двигатель, а я навар в 20 000 рублей с одной продажи.

Кстати, еще один совет, всегда спрашивайте у клиента, сколько он готов заплатить за необходимую ему запчасть! Так Вы сможете заранее понимать, насколько выгодной будет сделка.



Фотография этого двигателя о котором пишу выше



Фотография этого двигателя о котором пишу выше



А так обычно выглядит заказ на новые запчасти

ПОСТАВЩИК

Работа с поставщиками новых запчастей

Что касается новых запчастей, рекомендую выбрать для себя ближайшего оптовика, чтобы цена доставки была наименьшей и работать с ним. Это позволит покупать дешевле.

Так как скидки у всех от объема закупок и экономить на доставке при этом можно. Практически у всех можно получить дополнительную скидку, если у вас хороший объем закупок, обычно это от 500 000 рублей в месяц.

Практически у всех оптовых фирм, занимающихся автомобильными запчастями главная задача продавать. В данном бизнесе, чем больше объем закупок, тем больше скидка и тем больший навар вы получаете.

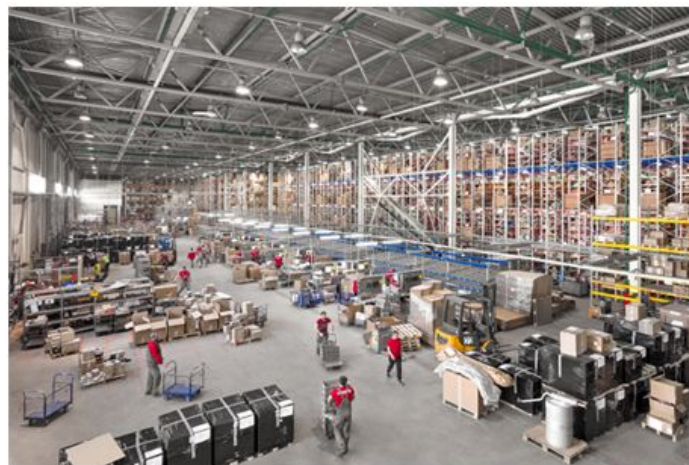
Оптовиков не много, и они друг друга естественно знают.

Хорошим средством "выбить" дополнительную скидку является - назвать их конкурента и сказать, что работаешь с ним и данный конкурент предоставил Вам дополнительную скидку. Цифру я бы не рекомендовал называть, новому клиенту вряд ли дадут больше 3-5%.

У всех оптовых компаний есть потолок скидок, который может быть разным и 30% и 40%. Новому клиенту никогда не предложат скидку, а вот надавить, таким способом можно и зачастую это срабатывает.

Также, добавлю, что большинство клиентов хотят просто приехать и, сразу купить, не ожидая запчасть неделю. Поэтому нужно найти оптовые склады в своем городе.

Это позволит говорить клиенту, что запчасть в наличии, но находится на нашем складе, и доставить сможем в течение часа. Это привлечет клиентов, которым нужно здесь и сейчас. И позволит Вам, не имея своих складов, пользоваться чужими.



Это фотография склада крупного поставщика - Berg

КАК НАЧАТЬ?

О том, с чего начать этот бизнес, первые шаги

Скажу сразу, я бы не рекомендовал с первого месяца снимать офис - это сэкономит вам минимум месяца 3 арендной платы.

В среднем клиент, который обратился к вам за деталью и ему понравилось с вами работать, обратится повторно через 6 месяцев - 8 месяцев. Поэтому 6 - 8 месяцев, на мой взгляд, является тем минимальным периодом времени, в который нужно вкладывать максимально в рекламу, чтобы у вас появились, так называемые "постоянные клиенты".

В данном бизнесе, как и во многих других действует закон Парето: 80 процентов прибыли приносят 20 процентов ваших постоянных клиентов. И наоборот 20 процентов прибыли приходится от 80 процентов не постоянных клиентов.

Позже мы также рассмотрим какими могут быть постоянные клиенты и как их удержать.

Вы наверняка задаетесь вопросом - "А как же без офиса? Где тогда работать?". Ответ прост - обработку заказов можно делать из дома, как делал я и многие франчайзи TedAuto первое время, а встречаться с клиентами можно в транспортной компании, при получении запчастей или, если у Вас есть автомобиль, заказать на него наклейку вашего логотипа и ездить на встречу с клиентами.

Очень важно не просто сидеть дома и ждать заказов, а выйти «в поля» и найти одних из самых важных клиентов, которые вам могут сразу начать

давать стабильные и постоянные заказы - это в первую очередь СТО (Станции Технического Обслуживания) и магазины.

Если частные клиенты могут повторно прийти только через 6-8 месяцев, то автосервисы и магазины, будут чуть ли не каждый день предоставлять вам заказы, ведь они без работы не сидят.

Если вы потратите эти несколько месяцев на поиск и привлечение СТО и магазинов, то очень скоро, прибыль с их заказов, не только будет оплачивать вам аренду офиса, но и приносить доход.

Естественно, чем крупнее СТО или магазин, тем лучше для вас.

С.Т.О.

Как заинтересовать магазин или СТО?

Как я уже говорил, одними из самых лучших клиентов являются магазины и СТО.

Когда вы приезжаете в сервис или магазин, то первым делом найдите хозяина сервиса или магазина, потому что, как правило именно он решает этот вопрос.

Далее, уже у хозяина нужно узнать, ремонтируют ли они иномарки и как часто.

Если ответ положительный, то это идеальный клиент, которому не только можно, но и нужно предложить дополнительную скидку от розничных продаж, как оптовому покупателю, ведь он сможет покупать не большими партиями, зато часто.

Скидку нужно делать в размере минимум 10-15%. При этом ваш навар, также должен оставаться не ниже 15%.

За счет такой скидки Вы сможете убедить хозяина СТО в том, что сможет продавать запчасти по средней рыночной цене, и говорить своим клиентам, что они не делают дополнительной наценки на запчасти.

Также, важно, что при этом - заказ, подбор и привоз запчастей до сервиса их волновать не будет, так как этим займется Вы.

По сути это предложение ни к чему их не обязывает, но может принести дополнительный доход. А кто от такого откажется?

При работе с магазинами, предлагайте такую же скидку в 10-15% для того, чтобы они смогли продавать ваши запчасти.

После этого оставляете и в магазине, и в СТО свои визитки и бланк-форму (запросите её у менеджера), которая будет полезна Вам для правильного подбора запчастей.

В Иркутске у меня был 4 магазина в которые я поставлял запчасти и 15 сервисов. Для меня СТО искать проще, чем магазин.

Главная рекомендация, не останавливаться на достигнутом, т.е. если у вас 5 или 10 сервисов - набирайте ещё!

Особенность данного бизнеса, как и многих других - либо развитие и как следствие увеличение прибыли. либо "схлопывание" и уменьшение прибыли.

Всегда существует только либо развитие, либо стагнация, середины не бывает, если Вы не движетесь, Вы умираете.

Учитывайте это с поправкой на сезонность бизнеса и всегда будете успешны.

Также хочу добавить, что основной ошибкой долгого развития моего бизнеса в первые годы было ставкой на частного клиента - обычных людей. А сейчас я, как и партнеры франшизы TedAuto, понимаем, что упор должен быть на СТО и магазины особенно на первых порах!

Они Ваш "золотой клиент"! Лишь после них идет частный клиент со своим отдельным авто. Расставляйте приоритеты!

Самым важным этапом Вашего сотрудничества с магазином или СТО является первое их обращение к вам и их первый заказ.

Если сказать, что вы здесь ДОЛЖНЫ сработать идеально - это ничего не сказать. Вы должны в лепешку разбиться, но найти то, что им нужно, причем очень важно, предложить нужную им запчасть дешевле всех.

Вы не только должны сработать без своей накрутки, но я бы порекомендовал сработать в минус. Они все равно будут сравнивать Ваши цены с другими и представьте их удивление, когда Вы продадите им запчасть в 2 раза ниже конкурентов!

Второй заказ сработайте в ноль. Потому, что они помнят прошлую поставку и, даже, если они сравнят цены с конкурентами, Вы всё равно в выигрыше.

Ну а в третий раз они уж точно сравнивать не будут и обратятся к вам!

По такой схеме работают все партнеры TedAuto!

Вот пример, который рассказал Дмитрий из Чебоксар:

- «В самом начале работы, спустя неделю походов по СТО ко мне поступил первый звонок от главного механика одного из местных автосервисов! Он поинтересовался сколько у меня стоит ремень генератора на VW Polo, при этом сказав, что у конкурентов данный ремень стоит 400 рублей. Я сказал 150 рублей, и мы договорились, что я

привезу через 2 часа. Они были в полном восторге!

Для меня ремень стоил 300 рублей. С тех пор я с ними работаю уже 5 месяцев и очень хорошо заработал, ведь сейчас я накручиваю по 30% и более (смотря что за запчасть), ведь НИКТО уже больше конкурентам не звонил!»



Цветков Дмитрий, TedAutoCHB

РЕКЛАМА

Как и где рекламироваться?

Реклама - двигатель торговли. Без неё невозможно развивать бизнес.

Какая реклама наиболее эффективна и где её лучше размещать, чтобы деньги не улетели в трубу?

В данном бизнесе я пробовал разную рекламу. Самым неудачным примером была подача объявлений в газеты (из рук в руки, местные издания). Данный метод не принес ни одного клиента, несмотря на то, что объявление было на четверть страницы и размещалось пару месяцев. Было пару телефонных звонков, но в клиентов они не превратились.

Поэтому, газеты для данного бизнеса считаю не эффективными.

Вывод - не тратьте зря деньги на объявления в газетах!

На что нужно потратиться в первую очередь – визитки, они должны быть красивыми и продающими, век, когда надпись на визитке «Серёжа – продаю запчасти» была эффективной, прошли.

Закажите их в крупной типографии, так будет дешевле - иногда в разы, чем в мелких конторках.

Я советую нашим франчайзи для начала заказать 2000 визиток.

Рассовывание большого количества визиток под дворники автомобилей дает хороший результат. Но здесь важно точно выбирать автомобили,

естественно не АвтоВАЗ.

Если при этом водитель в машине, то еще лучше, поздоровались, представились, объяснили чем занимаетесь, спросили, какие запчасти нужны, дали визиточку.

Данная реклама сработает при своей массовости. Делать это лучше в местах скопления машин - стоянки возле торговых центров, банков, офисных центров.

Есть еще один эффективный метод - создание и продвижение сайта по запчастям (заметьте не интернет магазина пока, а сайта визитки).

Данный сайт нужно раскручивать по тем группам запчастей, которые вы будете продавать в первую очередь, то есть к примеру, начните с запчастей марки Форд.

Со временем не составит проблем сделать из него интернет магазин. Но о своих дальнейших планах по переделке сайта в магазин в будущем лучше сразу предупредить разработчиков.

В среднем хороший стоит от 50 000 до 150 000 тысяч рублей, но и окупится он у Вас в течение 3-4 месяцев.

К примеру, сайт сети TedAuto обошелся нам в 250 000 рублей, при этом каждую неделю мы добавляем что-то новое и всегда тестируем результаты нововведений.

Таким образом наш сайт полностью менялся уже 3 раза!

А последней доработкой сайта стало автоматическое изменение заголовка под запрос клиента (простыми словами, если

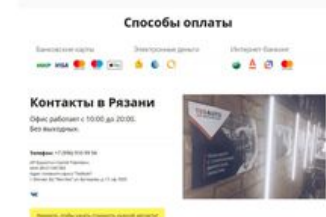
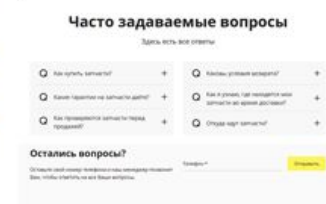
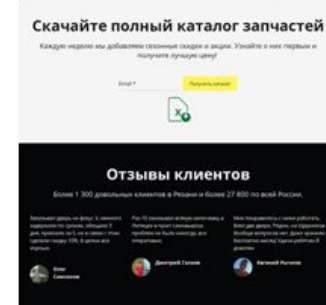
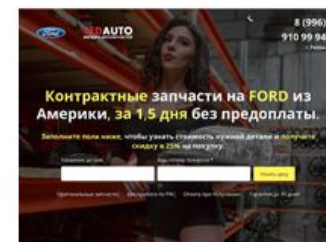
клиент в поисковике Яндекс или Google напишет «Бампер передний на Ford focus 3 белый купить», то в заголовке нашего сайта так и будет написано «Бампер передний на Ford focus 3 белый со скидкой 30%»)

Здесь еще можно вспомнить слова Стива Джобса, суть которых в том, что через несколько лет, либо ваш бизнес будет в интернете, либо его не будет существовать вовсе.

Также, хороший способ рекламы в интернете – это такие площадки, как Авито, но они показывают свою эффективность только при размещении от 1000 объявлений в месяц. Это огромный ручной труд, составлять каждое объявление.

Я благодарен нашим программистам, которые написали программу для автоматического размещения объявлений, это экономит нашим партнерам уйму времени и денег!

Заметьте, что все поставщики запчастей есть в интернете. Поэтому в долгосрочной перспективе этот способ заявить о себе и своем бизнесе должен быть применен.



Эти скриншоты показывают жволюцию нашего сайта на разных этапах

ТК

Транспортные компании

Основным средством доставки запчастей являются транспортные компании. Их много, однако мы используем ПЭК. По опыту, они наиболее бережно относились к доставляемому грузу и это не могло не радовать. Даже стекла доставляли в идеальном состоянии.

В среднем цены на доставку у транспортных компаний за доставку по аналогичному маршруту и расстоянию одинаковые.

Естественно, чем больше вы перевозите запчастей, за один раз, тем для Вас дешевле. Поэтому крупные детали (крылья, капоты, бамперы) лучше компоновать с какой-нибудь мелочью, так вы сильно сэкономите.



Пример пломбы от ТК ПЭК

НОВЫЕ 3/4

Поставщики новых запчастей

1. BERG
www.berg.ru
2. Москворечье
www.moskvorechie.ru
3. DIOL
www.diol.ru

Из этих поставщиков Вы можете выбрать любого, потому что они примерно одинаковые.

Это хорошие и проверенные поставщики, они включены в список поставщиков TedAuto.

Б/У

Поставщики контрактных б/у запчастей

1. www.osaka.ru
В основном используется, как поставщик двигателей и коробок передач. Доставка осуществляется через транспортную компанию поездом. Не нужны договора для работы и без проблем работают с физическими лицами.

2. www.vinako.ru
Запчасти б/у для японских, корейских и немецких автомобилей. В первую очередь выгодно брать двигатели и коробки передач.

Работают, как с юридическими, так и с физическими лицами.

3. www.crasjp.ru

Любые запчасти на праворульные автомобили.

Самое важное при работе с поставщиками – это быть уверенным в том, что поставщик проверенный.

В первый год работы я потерял, наверное, тысяч 150 рублей, на том, что меня кидали новые, не проверенные поставщики, потому что со многими из них меня разделяли тысячи километров, а ради 10000 рублей разбираться не полетишь, билеты выйдут дороже.

Поэтому все поставщики, с которыми мы работаем в сети TedAuto уже давно мною проверены!



На этих фото мой товарищ из Кургана проверяет двигатель на Kia Rio у незнакомого поставщика перед отправкой в Иркутск (да, это тот самый двигатель с 4 страницы)

ФАРЫ

Особенности покупки фар

Фары советую брать DEPO - не дорогие и качественные, хоть и Китай. TYC тоже хорошие фары, но ниже качеством, чем DEPO, они также китайского производства.

Важным моментом, при заказе на фары является уточнением наличия корректора на фарах у клиента.

Цены с корректором и без отличается. Если клиенту нужна одна фара, то уточните, пусть посмотрит маркировку другой фары оригинал у него или нет. Это нужно чтобы фары были одинаковые.

Ещё один важный момент — это то, что когда даже на 2-х годовалую машину ставишь одну новую фару, то она будет бросаться в глаза своей новизной в сравнении со старой. Это не способ развести клиента на вторую фару, а реальность. Просто расскажите об этом своему клиенту, и он скорее всего сам возьмёт вторую.

РАДИАТОРЫ

Особенности при покупке радиаторов

На покупке неоригинальных радиаторов очень легко ошибиться новичку. По заменам очень часто выдает не те радиаторы, но очень похожие.

Перед тем, как заказывать неоригинальные радиаторы, их обязательно необходимо посмотреть "вживую"! Смотрим на крепления и трубки выхлопа, после сравниваем, совпадают ли они с нашим радиатором или нет.

Бывает вроде все похожее и применимость выдает, что совпадает, но чуть не там и все - радиатор не подходит.

Данные схемы можно найти в каталоге или ещё проще пробив номера неоригинала в Exist. Там с номерами идет обычно и применимость автозапчастей, и их графический рисунок.

Если все совпадает - заказываем, если нет, то продолжаем поиск.

СПАСИБО

Пару слов в заключении

Я очень рад, что Вы дочитали эту книгу до конца и поздравляю Вас, с тем, что теперь Вы знаете об этом бизнесе больше 99% населения России, включая игроков этого рынка!

В введении я писал о приятном бонусе в конце книги, вот он!

Чтобы получить пошаговую инструкцию по открытию ИП, включающую все необходимые документы для заполнения, а также эксклюзивную скидку в 1 000 рублей на любую из наших франшиз за то, что Вы знаете больше об автобизнесе, чем те, кто книгу не читал.

Позвоните нам прямо сейчас(не важно, сколько времени на часах) по номеру 8 (499) 288-06-03 и сообщите о том, что Вы прочитали книгу.

Тогда он отправит Вам на почту инструкцию по тому, как стать нашим партнером и скидку на паушальный взнос 1 000 рублей .

Сделайте следующий шаг на пути к своему бизнесу и финансовой свободе!