

Война за авто-клиента. А клиент - всегда жертва...

Это был удар ниже пояса. У красавицы Vista с высоким баллом, с наполированным до блеска двухлитровым 3S-FE, еще вчера купленной в аукционной фирме, сегодня безнадежно «стучал» двигатель. На холодную, на «теплую», на «горячую». Всегда.

Хозяину в этом противоестественном звуке слышался то гортанный смех японского продавца-пакистанца, то хохот местных дельцов, умело нагретых на очередном покупателе-лохе. В сервисе, где под клапанной крышкой обнаружились настоящие залежи солидола, тоже улыбнулись. Как-то вяло, привычно, можно сказать. Видать, не впервой механики видели такие вещи именно у свежих «аукционных» машин с высокой оценкой.

С тех пор как наш рынок second-hand вырос из пределов площадки в Рабочем и поселился в элегантных офисах, в рядах продавцов подержанных автомобилей произошел раскол. В чем-то он даже похож на надолго затянувшуюся холодную войну. Проигрывают в ней, похоже, те, что остались на «улице». Во всяком случае, по кислым мидам рыночных продавцов и их депрессивному состоянию не трудно догадаться, что спрос значительно упал, а постоянные клиенты переметнулись в «компьютерные классы» «аукционщиков». Последние, соответственно, на подъеме. Сегмент продаж, который начинается с \$8-9 тыс. постепенно, но бесповоротно переходит под их юрисдикцию. А уж машины в два-три раза дороже, заверяют представители официально зарегистрированных контор, и вовсе нужно приобретать только у них. Плюсы таких покупок, по их мнению, очевидны. В некотором смысле эти фирмы выступают цивилизованными продавцами, которые ручаются за полную «прозрачность» автомобильного прошлого, несут ответственность за предлагаемый ассортимент и вдобавок обещают широкий сервис, который в этой среде года три назад был немыслим. Кто-то с помощью дружественных СТО обеспечивает кое-какую гарантию, дает скидку на запчасти и обслуживание, принимает машины с пробегом в обмен на беспробежные, а уж выдача кредита вообще стала признаком хорошего тона. «Частники» огрызаются — дескать, любые достоинства при невозможности взглянуть на автомобиль до покупки превращаются в пустой звук.

Пока до открытых «военных действий» между конкурентами дело не дошло. Но недавний случай накалил обстановку и дал повод «рыночникам» обвинять «аукционщиков» даже не в нюансах вроде затягиваемых сроков поставок и привозе натурального автохлама. Известная в области фирма «ВостокСибАвто», удивлявшая обывателей, даже коллег по бизнесу, размахом рекламной кампании (это имя звучало даже на концертах эстрадных звезд), в классическом стиле кинула своих клиентов. В духе МММ смотала удочки и растворилась в неизвестном направлении, оставив людей и без машин, и без денег. Тут уж поневоле примешь сторону «рыночников» с их классической формулой «товар-деньги-товар».

Вполне можно понять тех покупателей, которые без элементарного «посмотри-пощупай» кровные не выложат. Да и обращающиеся в аукционные фирмы люди, имеющие твердую позицию, основанную на многочисленных обещаниях продавцов. Поэтому нам бы не хотелось противоречить этим мнениям. А вот рассказать о тонкостях обоих видов продаж и хоть как-то сориентировать потенциального покупателя в бурном море японского second-hand`а мы можем.

Группы риска

Один знакомый, более десяти лет профессионально занимающийся продажей автомобилей, однажды разоткровенничался и поделился воспоминаниями об одном из этапов своей бизнес-деятельности. Тогда наш региональный рынок только-только начали оккупировать «Калдины». Универсальные во всех отношениях машины при отсутствии нормальной конкуренции со стороны аналогичных моделей (которых в те времена, по сути, и не было еще в этом классе) представлялись едва ли не идеалом автомобиля. В том числе в своих «деревянных» версиях, неприхотливых, проверенных местным сервисом на приспособленность к сибирской эксплуатации и довольно недорогих. Народ хватал их как китайские телевизоры при разрекламированном открытии электромаркета. Мало кто тогда знал, что к подобной рыночной нише надо относиться с большой осторожностью. Знакомому удавалось продавать «Калдины» буквально пачками. В не малой степени

благодаря тому, что он никогда не забывал с утра пораньше забраться на эстакаду и вытереть масляные подтеки, которыми грешило большинство универсалов. Покупались-то в Японии автомобили из самой бюджетной категории — бывшие в служебном употреблении. А они, как быстро выяснилось, группа риска. Без элементарного обслуживания там «Калдины», да и вообще «развозные» автомобили (универсалы, микроавтобусы, пикапы, просто седаны и хэтчбеки), ходили здесь до «капиталки» считанные километры. Покупатель же мог «вычислить» разгонную машину только по цветным наклейкам-надписям на кузове. При отсутствии таковых сомнительное прошлое легко ликвидировалось химчисткой и тряпочкой для удаления смазочной жижи.

Годы торговли с постоянной ориентацией на покупательский спрос выявили еще одну «группу риска», на которой без внушительных затрат удавалось и удается зарабатывать многим продавцам. Это внедорожники. Столь любимые в народе они предоставляют на своей родине хороший разброс по цене. А человек наш, как известно, не охотно переплачивает за товар, если рядом есть такой же, но подешевле. В результате рынок наполнился интересным по стоимости предложением со скрытыми дефектами. Причем именно с этим классом связан интересный нюанс. За видимыми недостатками, выступающими оправданием «конкурентоспособной» цене, прячется куда более серьезный порок, нередко требующий глубокого хирургического вмешательства. Вот один из примеров: трехлитровый Harrier пятилетнего возраста «отвлёк» внимание покупателя двумя неважно поправленными косячками на крыле и бампере. Вероятно, ремонт нарочно выполнялся таким образом, чтобы будущий покупатель обратил на него внимание и, успокоившись, не стал проверять двигатель — впоследствии мотор неприятно удивил любовью к маслу, которое жрал буквально литрами.

Противоположностью техсостоянию внедорожников, как бы странно это не звучало, выступают небольшие машинки В-класса. Практический опыт показывает, что, несмотря на размеры и вытекающий из них небольшой ресурс, многие из подобных автомобильчиков его вряд ли исчерпали. Сказывается то, что часто на таких малышах в Японии ездят женщины. Потому для этих машин более характерна мелкая кузовная аллергия в виде вмятин-царапин, нежели бронхиальная астма мотора или эпилепсия трансмиссии.

И все же не стоит забывать, что основную долю second-hand`а, предлагаемого на рынке, составляют порядком уставшие экземпляры. Скажем, тот же знакомый, переключившийся в свое время с «деревянных» Caldina на вполне пристойный б/у, за какой-то период сумел «насобирать» такую убийственную статистику — из двадцати машин одна (пять процентов!) железно «стукает» двигателем. В Японии еще нормально им ворчит, а после разгрузки во Владивостоке испускает дух. Еще 5 процентов попадают восстановленными после серьезной аварии. Неизвестно, сколько с другими более-менее крупными неисправностями. И это среди недешевых, в сущности, автомобилей, которых наши продавцы предпочитают избегать. А прибавьте-ка сюда тех, кто специализируется исключительно на рухляди с конкретными кузовными или моторными травмами.

Недавно получил распространение еще один способ надувательства (по мнению «независимых экспертов», появившийся с возникновением так называемых «конструкторов»). В автомобиль с исправным силовым агрегатом пересаживается, например, чуть живой двигатель от пробегной по Приморью машины. Осуществляется это крайне просто. В японском техпаспорте отсутствует номер двигателя, который в таможенную декларацию вписывается владельцем автомобиля. А он может туда занести номер, например, от мотора пробегной по Владивостоку машины. Сибирский перегонщик в этом случае обретает дополнительную статью дохода, приморец — новый мотор, а таможня просто это не отслеживает.

Воистину получается апокалипсис. Как его избежать? Есть ли смысл давать практические советы о том, как выбрать машину? Наверное, нет. Их твердят на каждом углу, да и не вписываются в замысел этой статьи избитые рекомендации на счет истертых педальных накладок. Пожалуй, лучше сказать вот о чем. На фоне конкуренции с аукционными компаниями можно встретить не вяжущийся с понятием рынка подержанных автомобилей честный подход. Люди, занимающиеся этим бизнесом давно, уже наработали имя и постоянных клиентов. Терять и то, и другое им не резон. К тому же у них вы редко встретите экземпляр с какими-то серьезными проблемами. Даже не потому, что они чураются его покупки и продажи. Просто прибыль с такого получить удастся далеко не всегда. Если уж заниматься бараклом, то глобально, только им. Купил десять тачек, пара из них в приличный минус ушла, остальные эти растраты покрыли. Одним точным определением суммы восстановления, а следовательно, «навара», здесь обойтись не получается. Приходится брать количеством, которое уменьшает вероятность ошибки. Поэтому, возможно, стоит присмотреться к продавцам. Как долго присутствуют они на рынке, на чем специализируются (не дай Бог, на «деревянных» моделях), каким наличным ассортиментом располагают. И еще — навязчивое предложение того или иного автомобиля всегда должно настораживать. Сейчас наиболее продвинутые продавцы ведут себя гораздо умеренней, чем два-три и уж точно десять лет назад. Надеемся, что психологический портрет машущего связкой ключей барыги поможет вам реальной определиться с выбором.

Ау - аукцион

Поставкой машин с японских аукционов сейчас не занимается разве что ленивый. Кого выбрать-то? Или все на одно лицо? После «кидка» «ВостокСибАвто» все «кошки» кажутся «серыми». К тому же, как стало известно, имеются и другие, вполне «безобидные» способы обмана (мы о них недавно писали), при которых клиент либо получает не то, что хотел, либо не тогда, когда нужно, либо и то, и другое сразу. Например, недавно нам написал один такой покупатель, которому минимум раза в три затянули сроки доставки автомобиля. И договор вроде есть, но кто у нас будет жестко требовать — поверят, подождут, еще подождут. Наконец, получают. Где гарантия, что именно то, что заказывали. По тому баллу и за ту стоимость.

А есть методы еще проще, когда контора, демонстрируя пробег, аукционный бал и все то, что указано на автомобильной развертке, не считает своим долгом упомянуть об особых отметках. А там в шифре иероглифов может оказаться ценнейшая информация. Скажем, о том, что двигатель сверху залит маслом. Или, как у представленного Subaru Forester, ржавчиной покрыты детали подвески, а также прилично загажен салон. Вам просто предъявят оценки, тогда как в «текстовом сообщении» может быть заложена более трезвая и объективная информация. Тот же «Лесник», скорее всего, эксплуатировался где-нибудь в сельской местности. Исходя из чего можно догадываться и об его обслуживании. Естественно, голая правда, цифр и условных символов — лишь усредненная характеристика предлагаемого автомобиля. Скажем, оценку С (из А, В, С, D и E) за салон на аукционе могут поставить только за то, что, к примеру, нашли под сиденьем банку пива. А общий низкий балл может набежать и благодаря многочисленным кузовным недостаткам, либо из-за состояния салона, либо из-за того, что двигатель, к примеру, не заводится. Вот только о последней неисправности удастся узнать только в особых отметках. Поэтому, выбирая аукционную фирму, стоит поинтересоваться, есть ли в ее штате сотрудники, которые дружны с японским языком. Не лишне попросить и о таком одолжении, как присутствие на торгах. Все-таки наблюдение за покупкой в реальном времени великая вещь. И техсостояние можно отследить, и форму с наличием таких приятных мелочей, как литье, обвес и т. д. Причем большое значение играет сам аукцион, на котором проводятся торги. Некоторые японские компании не заботятся о предоставлении всеобъемлющей информации об автомобиле.

Кроме этого, надо серьезно отнестись к графе пробег. Сейчас уже можно сказать, что на самом аукционе его не поправят. Но хозяин это сделать в состоянии. А представители аукциона по идее должны провести изыскания, дабы подтвердить или опровергнуть его величину. Впрочем, вряд ли им получится установить настоящий пробег. Но поставить под сомнение предъявленный хозяином они могут — знаком вопрос рядом с цифрой пробега. Опять же в графе «особые отметки» можно иной раз прочесть примерно подобный текст — «величину пробега точно установить не удалось, однако в таком-то сервисе в последний раз был зарегистрирован такой-то пробег». Обычно аналогичную фразу можно видеть в случае отсутствия сервисной книжки, что само по себе уже является вопиющим фактом. О нем аукционная контора также может «забыть» вас предупредить.

Но, пожалуй, самое главное при покупке автомобиля с японского аукциона — выяснение, в скольких руках он побывал. Часто одно лишь это позволяет получить информацию о характере эксплуатации машины в Японии. Потому как практически всех островных автовладельцев можно разделить на три категории — как бы это смешно не звучало, «богатые», «средний класс» и «бедные». Первые приобретают исключительно новые машины и зачастую могут себе позволить избавиться от них за год-полтора до первого сякена — техосмотра (он, как вы помните, впервые проводится в трехлетнем возрасте). Разумеется, это время на машине можно еще ездить, не вкладывая в нее ровным счетом ничего. Грех этим не воспользоваться бедному японцу. Дальше вырисовывается интересная картина. Если первый хозяин еще кое-как менял масло, другие расходные материалы, то второй из-за отсутствия финансов об этом не заботится. И уже не важно, какой пробег был до него (в среднем можно сказать, что около 30-50 тыс. км). Автомобиль под ним, насколько это вообще возможно для детища японского автопрома, начинает стремительно стареть. Нередко по достижении трехлетнего возраста машина превращается в откровенную клячу. И совершенно не факт, что, не желая тратиться на первый ТО, хозяин ее продаст. Вероятно, как и прежде экономя на всем, продолжит укатывать машину до следующего сякена.

«Средний» японец потому такой, что обычно не продает автомобиль до ТО-1, все это время более-менее сносно его обслуживая. Машина из-под такого хозяина хороша уже тем, что эксплуатируется в одиночку. Иногда даже после первого сякена. В итоге машина и в пять-шесть лет выглядит лучше, чем та, что в полтора года оказалась под вторым хозяином. Так вот, в идеале задача фирмы приобрести машину, у которой был лишь один хозяин (об этом прямым текстом написано в аукционном листе, если же владела авто пара человек, соответствующая запись почему-то отсутствует). Есть еще одна причина покупать именно такой автомобиль. Вполне вероятно, что вторым хозяином окажется японский перекупщик, который приобретет на


том же аукционе сильно уставшую машину с баллом не выше тройки. Отремонтирует ее и снова выставит на торги. Вот только аукционные оценщики могут и не заметить следов ремонта (все же люди работают — не роботы), после чего автомобиль будет охарактеризован на балл-полтора выше. Ни в коем случае нельзя также приобретать машину, бывшую в аренде. Наверное, лишне говорить о том, что никто за ее состоянием не следил, а количество арендаторов могло быть и больше двух.

Так в какую аукционную фирму обращаться? И стоит ли это делать, когда на рынке есть большой выбор автомобилей, у которых никто не догадывается спрашивать об аукционном балле, количестве хозяев и тому подобных несущественных на рынке нюансах? И которые нет надобности ждать месяцами, а потом получить совсем не то, что показывали на картинке. Или вообще не получить.

Не все так безнадежно, как кажется с первого взгляда. Благодаря возрастающей с каждым днем конкуренции этот вид бизнеса вышел на иной виток своего развития, обещающий большую честность в отношениях с клиентами. Ведь появились уже фирмы, за небольшое увеличение комиссионного сбора отказывающиеся от предоплаты. Гарантия опять же увеличивается. А недавно в среде «аукционщиков» возникла такая прогрессивная услуга — возвращение клиенту денег в случае, если его не устраивает прибывший автомобиль. Не по техсостоянию, а хотя бы и по цвету. На это стоит обратить внимание

Автор: М.Маркин © Автомаркет+Спорт АВТО-МОТО, МИР 👁 3654 12.04.2005, 18:08 📌 239

URL: <https://babr24.com/?ADE=21030> Bytes: 16081 / 16067 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)