Ринок обслуговування авто майбутнього – версія ZF

дата публікації: 2021.07.26

Актуальна ситуація потребує сучасних рішень. Тому й прес-конференції та круглі столи тепер відбуваються в онлайн-режимі. Втім, таке спілкування має свої плюси – наприклад, домашній інтер'єр на фоні створює затишну атмосферу "квартирника". Але давайте ближче до справи.

Компанія ZF Aftermarket не дарма вважається одним з головних інноваторів у світі автокомпонентів. Тому й створила Next Generation Aftermarket Chat – онлайн-простір, де всі бажаючі журналісти мають змогу поспілкуватися з експертами та керівниками компанії. Цього разу зустріч відбулась із новим генеральним директором ZF Aftermarket Філіпом Колпроном.

Хто такий Філіп Колпрон?
З 1 січня 2021 року це новий голова Дивізіону ZF Aftermarket, а також виконавчий віце-президент ZF. 42-річний експерт має величезний досвід у світі афтермаркету – з 2007 року він займав різні керівні посади у компанії WABCO, яка була поглинута ZF. А до того працював у концерні Valeo – не менш відомому гравці на ринку автозапчастин.

Під керівництвом Філіпа Колпрона компанія WABCO зробила бізнес повністю глобальним, розширивши його в нових більш прибуткових сегментах і забезпечивши диверсифікацію

програмного забезпечення як послуги.

У ZF Aftermarket він має намір розширити асортимент продукції та послуг з метою формування найбільш привабливої для клієнтів пропозиції. Під його керівництвом компанія продовжить активно підтримувати клієнтів в умовах змін, з якими стикається автомобільна промисловість, і пропонувати диференційовані рішення, розроблені з урахуванням потреб клієнтів.

Яким буде ринок післяпродажного обслуговування наступного покоління?
На думку Філіпа Колпрона та експертів ZF Aftermarket, на ринок чекають три ступені трансформації, які ми пройдемо до 2030 року.

По-перше, вже до 2024 року з'явиться повноцінна автомобільна операційна система (ОС). І ні, це не стосується мультимедіа та інших допоміжних функцій – йдеться саме про ОС, яка буде керувати всіма системами автомобіля.

По-друге, до 2030 року мають запрацювати системи автономного водіння – власне, в тому чи іншому вигляді вони вже існують, а різні країни дозволяють часткову тестову експлуатацію таких транспортних засобів. А компанія ZF Aftermarket є одним з провідних розробників у цій сфері. І не в останню чергу завдяки поглинанню компанії WABCO та її напрацюванням.

По-третє, до 2035 року на більшості ключових ринків влада відмовиться від використання двигунів внутрішнього згоряння. Швидкий розвиток електротранспорту виступить каталізатором цього процесу.

Також, враховуючи сучасні тенденції, компанія ZF Aftermarket виділяє ще декілька стратегічних напрямів розвитку для всіх учасників ринку. Стратегія CASE складається з:

- Connected
- Autonomous
- Shared
- Electric

Connected, або підключеність, означає цифровізацію СТО, яка відбувається прямо на наших очах. Багато інформаційних інструментів працюють онлайн, доступна можливість дистанційного спілкування, з'являються сучасні рішення на базі інноваційних технологій.

Autonomous (Автономність) та **Electric** (Електрифікацію) ми вже згадали вище. А колективне використання **(Shared)** означає кардинально інший підхід до обслуговування машин, якими користується декілька або десятки чи сотні осіб. І не важливо, хто з них приймає рішення, – потрібно створити середовище для своєчасного обслуговування та ремонту автомобілів.

У результаті більшості гравців афтермаркету доводиться виділити наступні напрямки розвитку:

- Орієнтація на кінцевих користувачів і суспільство
- Використання багатоканальності
- Максимальна діджиталізація
- Прагнення нових партнерських відносин
- Екологічність
- Нові технології та автономна мобільність

Відповіді на цікаві питання
У рамках онлайн-спілкування з Філіпом Колпроном він відповів на деякі питання журналістів і ці відповіді можуть бути цікавими. Причому відзначимо, що керівник ZF Aftermarket робив це

максимально відверто, іноді навіть висловлюючи власну точку зору як автовласника та користувача, а не голови крупного концерну.

Наприклад, відповідаючи на актуальне питання “кому в сучасному світі належать дані, що продукуються автомобілем – автовиробнику чи автовласнику?” він відзначив, що з його точки зору як власника автомобіля, він зацікавлений в тому, щоб машина була справною. І щоб виробник авто прикладав максимум зусиль, щоб так і продовжувалось. І якщо для цього потрібно надати виробнику деякі дані, то це нормально. Втім, як громадянин, він розраховує, що всі учасники процесу поставляться з повагою до конфіденційності даних. І це логічна відповідь, правда ж?

Розмірковуючи про те, через що зараз проходить ринок, містер Колпрон додав, що ще ніколи в житті не бачив, щоб стільки подій негативного характеру відбувалось у такий проміжок часу. Спочатку коронавірус, а тепер ще й нестача чипів, яка вдарила по більшості автовиробників. Втім, через всі випробування можна пройти.

Враховуючи те, що компанія ZF Aftermarket вже має окрему лінійку гальмівних колодок для електрокарів TRW Electric Blue, було б логічним припустити, що подібні продукти можуть з’явитись і вінших товарних групах. Але зараз таких планів немає, адже більшість деталей, що виробляє концерн ZF, не відрізняються на автомобілях з ДВЗ та електричними силовими установками.

Що стосується автономних транспортних засобів, то зараз їх розвиток більше стримується не з технологічних причин, а скоріше законодавчих та інфраструктурних. Держави та міста фізично та юридично не готові до появи “безпілотних” машин. Можливо, оптимальним рішенням у цей проміжок часу стануть окремі смуги руху для автономного громадського транспорту, наприклад.

Продовжуючи відверту розмову, містер Колпрон відповів і на питання про те, чому деякі автовиробники у своїх інструкціях з використання пишуть, що трансмісія не потребує обслуговування протягом всього життєвого циклу, в той час, як ZF, які власне й виробили ці трансмісії, надають чіткі рекомендації із заміни оливи з певним інтервалом. Компанія ZF Aftermarket**,** звичайно, не може коментувати дії інших, але за свої продукти відповідає і намагається надати автовласникам максимальний рівень сервісу. Зокрема, питання в тому, чого виробник та кінцевий споживач очікують від продукту. Від трансмісій ZF очікують надійної роботи протягом сотень тисяч кілометрів. І без заміни оливи цього досягти неможливо.

Як бачите, спілкування дійсно вийшло досить відвертим та цікавим. Тому, сподіваємось, що традиція продовжиться, а ми зможемо поділитись з вами корисною інформацією, що називається, “з перших рук” .

Євген Пащенко

"*Сучасна Автомайстерня*" *№ 5 (152) 2021*

Джерело: