



Методы повышения доли продаж бренда в портфеле дилерского предприятия

О. А. Родионов

директор по продажам,

ООО «ОДИН Групп»,

Москва, Россия

Beloyarec@gmail.com

ORCID 0009-0009-7479-5348

Аннотация: В условиях изменения рыночной среды с 2022 года, когда все европейские, японские, корейские бренды покинули рынок России, дилерские предприятия столкнулись с необходимостью поиска новых поставщиков. Параллельно с этим процессом рынок РФ заполнили китайские производители, заняв дилерские станции бывших европейских компаний.

Данная статья посвящена анализу методов, способствующих увеличению продаж конкретного китайского бренда в портфеле дилера поскольку на сегодня у каждого дилерского предприятия как минимум 4–6 брендов в портфеле, для них нет особой разницы в том, какой бренд продавать. В рамках статьи описывается опыт одного из китайских дистрибьюторов, его методы, а также механизмы, того, как достичь продаж бренда дилеру. Рассматриваются такие подходы, как улучшение мотивации дилеров через системы вознаграждений, использование маркетинговой поддержки и активация программ стимулирования продаж. Особое внимание уделяется внедрению современных технологий для автоматизации процессов взаимодействия с дилером и клиентами, что позволяет минимизировать ошибки и увеличить лояльность клиентов. Анализируются успешные примеры реализации данных стратегий и предлагаются рекомендации по их практическому применению. Важность комплексного подхода к управлению дилерскими продажами подчеркивается в контексте текущих экономических вызовов.

Ключевые слова: дилерская сеть, доля продаж, маркетинговая поддержка, программы вознаграждений, стимулирование продаж, автоматизация.

Для цитирования: Родионов О.А. Методы повышения доли продаж бренда в портфеле дилерского предприятия. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2024. Т. 23. № 4. С. 42–49. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-4-42-49>.

Methods of increasing the share of brand sales in the dealer's portfolio

O. A. Rodionov

Sales director,

LLC ODIN Group,

Moscow, Russia

Beloyarec@gmail.com

ORCID 0009-0009-7479-5348

Abstract: Due to the changing market environment since 2022, when all European, Japanese, and Korean brands left the Russian market, dealer enterprises faced the need to find new suppliers. In parallel with this process, Chinese manufacturers filled the Russian market, occupying the dealerships of former European companies. This article is devoted to the analysis of methods that contribute to increasing sales of a particular Chinese brand in the dealer's portfolio, since today each dealer company has at least 4–6 brands in its portfolio, there is not much difference for them in which brand to sell. The article describes the experience of one of the Chinese distributors, his methods, as well as the mechanisms of how to achieve brand sales to the dealer. Approaches such as improving dealer motivation through reward systems, using marketing support and activating sales promotion programs are considered. Special attention is paid to the introduction of modern technologies to automate the processes of interaction with the dealer and customers, which minimizes errors and increases customer loyalty. Successful examples of the implementation of these strategies are analyzed and recommendations for their practical application are proposed. The importance of an integrated approach to dealer sales management is emphasized in the context of current economic challenges.

Keywords: dealer network, share of sales, marketing support, reward programs, sales promotion, automation.

For citation: Rodionov O.A. Methods of increasing the share of brand sales in the dealer's portfolio. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2024. T. 23. № 4. P. 42–49. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2024-23-4-42-49>.

Введение

С 2022 года российский рынок автомобильной, коммерческой техники претерпел изменения, которые во многом были вызваны уходом европейских производителей, вследствие санкций, а также геополитической нестабильности. Данный уход привел к появлению дефицита, который вскоре был восполнен за счёт появления китайской техники. Однако в связи с усилением конкуренции между новыми брендами дистрибьюторские компании оказались в условиях, требующих адаптации, а также разработки новых стратегий, направленных на увеличение доли продаж в рамках дилерской сети.

Целью статьи является анализ существующих методов, способствующих росту продаж конкретного бренда. В ходе работы изучались существующие подходы, а также возможности, которые достигаются за счет внедрения цифровых инструментов.

1. Анализ текущей ситуации и конкурентного окружения

В настоящее время рынок логистических услуг находится на стадии активного роста, из-за чего испытывает давление, так как нестабильны его условия, что в свою очередь сказывается на удовлетворении потребностей покупателей в обслуживании. Развитие этого сектора обостряет зависимость логистики от взаимосвязанных отраслей экономики, таких как транспорт, производство, торговля, что создает дополнительные сложности для функционирования управления поставками.

Анализ конкурентной среды транспортно-логистического сектора был предметом изучения многочисленных исследователей как российских, так и зарубежных, в работах которых поднимались вопросы оценки конкурентных преимуществ компаний, а также анализировались модели рыночного поведения. Однако до настоящего времени не разработан универсальный метод, позволяющий оценить конкурентоспособность компаний, учитывая особенности их долгосрочного развития ¹.

Для исследования динамики развития рынка автомобильных перевозок были применены разнообразные аналитические инструменты, включая системный анализ, экономико-статистические методы, а также структурно-логические подходы. Основой стали статистические данные, представленные Росстатом, публикации специализированных периодических изданий, а также сведения, размещенные на официальных порталах компаний, работающих в данной отрасли ².

Если же говорить о современном транспортном сегменте, то он характеризуется наличием разнообразных моделей, каждая из которых рассчитана на решение конкретных задач, исходя из потребностей. Однако в процессе выбора необходимо учитывать не только параметры, но и особенности логистических операций компании. Так, к примеру, выбирая грузовик с автоматической коробкой передач, следует обращать внимание на условия его эксплуатации, особенности работы в различных ситуациях. Также необходимо проводить своевременное обслуживание, следовать рекомендациям производителя, чтобы минимизировать время простоя техники, тем самым увеличить коэффициент выхода на линию (Далее — КВЛ), продлить срок службы автомобиля ³.

Применение грузовых автомобилей с высоким КВЛ имеет несколько преимуществ. Прежде всего, позволяет снизить издержки, так как такие машины требуют меньше затрат на ремонт для поддержания их в рабочем состоянии. Помимо этого надежность автопарка способствует укреплению имиджа компании. Ниже в таблице 1 представлены характерные черты для разных типов транспорта.

В свою очередь, при выборе транспортного средства для перевозки замороженных продуктов необходимо учитывать разные факторы, которые влияют на качество транспортировки. Так,

¹ Попова Е.А., Журавлева И.В. Способы привлечения клиентов к услугам транспортно-логистического процесса. Транспорт: наука, образование, производство («транспорт-2022»). 2022. С. 167.

² Коломыц О.Н., Вандрикова О.В., Вознюк И.О. Анализ конкурентной среды и построение конкурентной карты рынка автомобильных грузоперевозок Российской Федерации. Азимут научных исследований: Экономика и управление. 2020. Т. 9. №. 1 (30). С. 165.

³ Чарьев М.Т., Ахунова И.Б. Существующие методы и способы выбора грузового подвижного состава для автомобильного транспорта. Автомобильные перевозки и транспортная логистика: теория и практика. 2021. С. 95–101.

Таблица 1

Характерные черты для разного типа транспорта ⁴

Тип транспорта	Описание
Рефрижераторные перевозки	Специализированный грузовик, оснащенный холодильным оборудованием. Позволяет поддерживать необходимую температуру внутри кузова в пределах от -18 до -25 градусов по Цельсию.
Изотермические перевозки	Грузовик, оборудованный специальным типом кузова. Благодаря чему внутри сохраняется требуемый температурный режим продуктов, что необходимо при их транспортировке на дистанции менее 100 км.
Специальные перевозки	Осуществляют мусоровозы, пожарные машины, илососные машины, топливозаправщики и т.д. Техника, обеспечивающая выполнение массы транспортных задач, не входящих в магистральные перевозки.

необходимо наличие системы контроля температуры, обеспечивающей стабильные условия на всём пути. Для достижения бесперебойной работы транспортного средства требуется, чтобы оно обладало необходимой степенью надежности, что позволит выполнять логистические задачи. Также в процессе перевозки определенную роль играет оснащение автомобиля системами управления вентиляцией, устройствами для мониторинга состояния груза.

Далее стоит обратить внимание и на использование грузовых автомобилей на электрической тяге, газомоторном топливе, которые становятся шагом в сторону сокращения негативного влияния на окружающую среду. В отличие от традиционных транспортных средств с двигателями внутреннего сгорания, такой коммерческий транспорт практически не вырабатывает вредных веществ, что позволит сократить выбросы углекислого газа (CO₂), будет способствовать борьбе с изменением климата ⁵.

Помимо экологических преимуществ внедрение технологий способствует снижению уровня шума, что актуально в крупных городах. Электрические двигатели функционируют практически бесшумно. Грузовые автомобили, работающие на газомоторном топливе, также демонстрируют тихую работу по сравнению с традиционными дизельными моделями, что делает их предпочтительными ⁶. Таким образом, это позволит достичь двух целей: улучшить экологическую ситуацию в мире, а также повысить качество жизни за счет уменьшения шума.

В свою очередь, из-за разнообразия брендов некоторые транспортные компании начали проводить эксперименты с новыми моделями, закупая ограниченное количество транспортных средств у разных производителей для объективной оценки их эксплуатационных качеств. Такой подход позволяет покупателям самостоятельно сделать выводы о преимуществах, недостатках каждой модели, что необходимо в условиях конкуренции среди производителей.

2. Стратегии стимулирования дилеров к увеличению продаж конкретного бренда

Для повышения продаж используются весьма разнообразные подходы, включающие как финансовые стимулы, так и технологические инновации. Одним из таких методов является внедрение системы вознаграждений, которая охватывает различные аспекты деятельности сотрудников, включая холодные звонки, встречи с клиентами, реализацию продукции. Например, компания осуществляет отложенные бонусы за каждую проданную единицу оборудования, что будет способствовать долгосрочной мотивации персонала.

Помимо этого возможно усовершенствование системы премирования, за счет расширения ее действия не только на основные продажи, но и на заключение сервисных соглашений, продвижение дополнительных финансовых услуг, таких как программы лизинга от дистрибьютора.

⁴ Чучулина В.В., Ница Н.Ю. Использование современных технологий в области транспорта. сокращение вредного воздействия транспорта на окружающую среду. Аллея науки. 2020. №. 2. С. 608–621.

⁵ Максимов В.В. Способ привлечения новых клиентов к услугам транспортных компаний. Актуальные проблемы и перспективы развития гражданской авиации: сборник трудов XII Международной научно-практической конференции, посвященной празднованию 100-летия отечественной гражданской авиации. 2023. Т. 12. С. 189.

⁶ Выбираем тягач в 2024: обзор ситуации на российском рынке грузовой техники. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cargonomica.com/tyagach2024/> (дата обращения 07.09.2024).

Если же говорить об оптимизации рабочих процессов, то в данном случае задачи необходимо будет распределять между сотрудниками посредством использования мобильных приложений и онлайн-платформ, что создает возможность для использования элементов геймификации. Например, для продавцов закрепляется круг целей по достижению определённых объёмов продаж в заданные сроки, продвижению ключевых товаров или организации презентаций на встречах с клиентами, что позволит не только увеличить вовлеченность сотрудников, но и позволит отслеживать в режиме реального времени прогресс выполнения поставленных задач ⁷.

3. Оптимизация маркетинговой и рекламной поддержки бренда

Рынок грузовой автотехники занимает особую нишу в автомобильной индустрии, требующую не только глубоких технических знаний, но и компетенций в области финансов и построения устойчивых деловых связей. Деятельность в этом секторе предполагает высокий уровень профессиональной подготовки и умение эффективно работать с клиентами и партнерами. Основные особенности данного бизнеса включают:

1. Знания технических аспектов. Так как покупатели грузовой техники предъявляют строгие требования к характеристикам продукции, их интересует не только грузоподъемность и мощность двигателя, но также показатели топливной эффективности и надежности. Продавцы должны обладать исчерпывающими знаниями о каждой модели, чтобы дать точные ответы на запросы клиентов и помочь в выборе подходящего варианта для решения их задач.

2. Финансовая грамотность. Поскольку покупка грузовых автомобилей требует инвестиций, продавцы обязаны предложить клиентам весь спектр финансовых инструментов, включая гибкие условия кредитования, программы лизинга. Следует уметь правильно оценить потребности клиента, в последующем на их основе подобрать выгодные условия сделки, учитывая как краткосрочные, так и долгосрочные перспективы.

3. Способность выстраивания деловых связей. Успешное взаимодействие с партнерами по B2B-направлению, активное расширение деловой сети, поддержание хороших контактов с клиентами способствуют увеличению объемов продаж, долгосрочному сотрудничеству ⁸.

Также для успешного продвижения грузовых автомобилей необходимо задействовать комплексные маркетинговые стратегии, обеспечивающие многослойный охват целевой аудитории. Среди наиболее результативных подходов следует выделить следующие:

- Реклама на площадках. Размещение объявлений на узкопрофильных интернет-ресурсах, в профессиональных изданиях, ориентированных на транспортный сектор, позволяет эффективно взаимодействовать с профильной аудиторией, привлекать внимание специалистов;
- Участие в отраслевых мероприятиях. Выставки, конференции, посвященные грузовому транспорту, логистике, создают платформу для установления деловых связей, поиска потенциальных клиентов среди транспортных компаний, что позволяет напрямую презентовать продукцию и наладить долгосрочные партнерские отношения;
- Персонализированные продажи. Личные встречи с клиентами способствуют лучшему пониманию их запросов, позволяют предложить индивидуализированные решения, что существенно повышает вероятность успешного завершения сделки;
- Цифровой маркетинг. Разработка сайта, настройка контекстной рекламы, SEO-оптимизация, являются ключевыми инструментами, обеспечивающими привлечение клиентов через онлайн-каналы;
- Кроме того цифровые технологии необходимы в современной маркетинговой стратегии. Начиная от создания привлекательного веб-сайта до активного продвижения в социальных сетях, работы с SEO повышают видимость бренда в интернете, усиливает заинтересованность потенциальных покупателей.

⁷ Как производителю или дистрибьютору поднять продажи с помощью персонала розничных сетей или партнеров. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://incust.com/ru/blog/how-to-increase-sales-with-help-of-partners-or-personnel/> (дата обращения 07.09.2024).

⁸ Тропынина Н.Е., Куликова О.М., Аксенова В.К. Анализ рынка грузоперевозок в России. Журнал прикладных исследований. 2023. №. 3. С. 116.

Таким образом, для успешного продвижения специализированной техники важно использовать адаптированные маркетинговые подходы. Стратегия должна подчеркивать уникальность продукта, концентрироваться на тех аспектах, которые значимы для клиентов. Для этого необходимо разработать информативный веб-сайт; использовать SEO-оптимизацию, контекстную рекламу для увеличения посещаемости сайта; привлекать клиентов посредством использования социальных сетей, email-рассылок, а также создание Telegram-канала для водителей, владельцев, где будет публиковаться важная информация, позволят добиться поддержания интереса у аудитории⁹.

4. Практический пример

ODIN Group выступает в роли официального представителя грузовой техники SANY на территории России. Основной деятельностью компании является выполнение определенного круга задач, которые обеспечивают эффективное функционирование в данной области.

Прежде всего компания занимается организацией поставок техники, запасных частей от производителя в дилерские сети. В рамках этого процесса организация отвечает за координацию логистики, контроль качества продукции, соблюдение сроков доставки, что позволяет дилерам всегда иметь в наличии необходимые запчасти, технику.

Кроме того ODIN Group проводит обучение, сертификацию сотрудников дилеров. Эти мероприятия направлены на углубление их знаний в области работы с техникой SANY, обеспечение высокого уровня ее обслуживания.

Следующая функция заключается в предоставлении гарантии от завода-изготовителя на технику SANY, что повышает доверие клиентов, обеспечивает высокие стандарты качества.

Дистрибьютор также является держателем одобренного типа транспортного средства (ОТТС), что позволяет ввозить технику на территорию страны. Наличие ОТТС подтверждает, что организация является официальным представителем завода-изготовителя, что, в свою очередь, предоставляет дилерам уверенность в долгосрочности и надежности партнерства. ОТТС фиксирует основные технические параметры транспортного средства, такие как типы двигателей, коробки передач и колесные формулы, что подтверждает соответствие техники требованиям и стандартам российского рынка.

Наконец, ODIN Group занимается формированием и поддержкой комплексного предложения для конечных клиентов, которое включает не только грузовые автомобили, но и финансирование, телематику, сервисные контракты, а также обучение водителей. Такой подход позволяет обеспечить полную поддержку пользователей на всех этапах эксплуатации техники. Если говорить о дилерах, то на территории РФ они расположены в следующих городах: Уфа; Дзержинск; Красноярск; Волжский; Киров; Ижевск; Хабаровск; Благовещенск; Екатеринбург; Жигулевск; Липецк; Краснознаменск; Краснодар; Калуга; Санкт-Петербург; Москва; Оренбург; Казань; Пермь; Самара; Набережные Челны; Саратов; Воронеж; Тюмень; Тамбов; Приморский край; Абакан; Барнаул; Иркутск; Кемерово; Новокузнецк; Омск; Томск; Улан-Удэ; Чита; Нижний Новгород; Смоленск; Ульяновск; Ставрополь; Курск¹⁰.

Среди услуг, оказываемых дистрибьютором следует выделить:

1. Разработку и проведение обучений технических специалистов дилеров. Включает подготовку сотрудников для эффективного обслуживания и ремонта техники, а также обучение отделов продаж для повышения их компетентности в работе с клиентами.

2. Разработку единых стандартов обслуживания для дилерской сети. Позволяет обеспечить одинаково высокое качество услуг во всех дилерских центрах, что способствует поддержанию стандартов производителя.

3. Гарантию, не зависящую от места покупки грузовика. В отличие от некоторых китайских производителей, у которых клиент вынужден обращаться к дилеру, у которого была совершена покупка, гарантийные обязательства поддерживаются в любой точке дилерской сети.

⁹ Эффективные маркетинговые стратегии для продвижения спецтехники. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://achba-ilya.com/tpost/2nxj381pn1-effektivnie-marketingovie-strategii-dlya> (дата обращения 07.09.2024).

¹⁰ ODIN Group. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://odin-group.ru/dealers/> (дата обращения 07.09.2024).

4. Принятие решений по гарантийному обслуживанию в РФ. Решения о проведении гарантийного ремонта принимаются непосредственно дистрибьютором на территории России без необходимости обращения к заводу-изготовителю. Это сокращает время ожидания ремонта для клиентов, что является уникальным преимуществом.

5. Обеспечение складов запчастями в РФ. Дистрибьютор координирует всю логистику по доставке запчастей из Китая, что позволяет своевременно и в полном объеме обеспечивать дилеров необходимыми компонентами для ремонта и обслуживания техники.

6. Адаптацию грузовиков под российский рынок. Инженеры компании разрабатывают и адаптируют компоновку грузовиков для условий эксплуатации в России, что позволяет импортировать на рынок наиболее подходящие модели.

7. Передачу грузовиков на ответственное хранение дилерам. Это позволяет дилерам иметь в наличии автомобили для демонстрации клиентам, что повышает продажи и укрепляет позиции дилера.

8. Разработку выгодных условий лизинга. В данном случае дистрибьютор привлекает крупнейшие компании России для создания выгодных условий для клиентов.

9. Организацию школы водительского мастерства. Этот проект направлен на повышение навыков водителей.

10. Формирование комплексного решения. В него входят такие элементы, как техника, финансирование, сервисный контракт, обучение водителей, что делает предложение максимально выгодным.

Цены на грузовые автомобили варьируются в зависимости от модели. Например, седельный тягач 4x2 стоят от 8 800 000 рублей, а модели 6x4 — от 10 000 000 рублей. Стоимость сервисного контракта также представляет собой значительный интерес, так как позволяет клиентам платить фиксированную сумму ежемесячно, избегая необходимости оплачивать каждое техническое обслуживание отдельно. Это может оказаться более выгодным вариантом по сравнению с оплатой за каждое ТО, особенно если учитывать среднюю стоимость обслуживания автомобиля (рис. 1).

Последовательность выполняемого обслуживания седельного тягача SANY S490 4x2 : S-M-S-M-S-L.																
				Нормо час		~	2750 без НДС									
				ТО-X		~	6500 с НДС									
до 10000 (ПСО)		каждые 25000 (X)		50000 (S)		100000 (M)		150000 (S)		200000 (M)		250000 (S)		300000 (L)		
Запчасть	Кол.	Запчасть	Кол-во	Запчасть	Кол.	Запчасть	Кол-в	Запчасть	Кол-во	Запчасть	Кол-во	Запчасть	Кол-во	Запчасть	Кол-во	
Стоимость бслуживания				~	73 000		~	101 000		~	73 000		~	154 000		
					с НДС			с НДС			с НДС			с НДС		
												Итого		~	575 000 с НДС	
														~	479 167 без НДС	

Рис. 1. Стоимость технического обслуживания¹¹

Стоимость технического обслуживания грузовых автомобилей определяется в зависимости от объема работ, необходимых для поддержания техники в надлежащем состоянии. Интервал между техническими обслуживаниями 50 000 км, и его стоимость может варьироваться в зависимости от типа обслуживания.

При заключении сервисного контракта клиент вносит ежемесячный фиксированный платеж, что позволяет избежать значительных единовременных расходов на проведение ТО. При этом выгода от использования сервисного контракта может составлять от 5% до 7% по сравнению с оплатой каждого технического обслуживания по отдельности.

Для повышения эффективности обслуживания и снижения риска ошибок при подборе запчастей, существует программа, позволяющая точно подбирать комплектующие. Проблема, когда дилеры заказывают запчасти по VIN-коду, которые в итоге могут не подойти, часто встречается при работе с китайскими автомобилями. Благодаря программе SIS, данный риск минимизируется.

¹¹ ODIN Group. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://odin-group.ru/dealers/> (дата обращения 07.09.2024).

Кроме того на территории Российской Федерации функционирует склад запчастей, принадлежащий дистрибьютору, что позволяет обеспечить оперативную доставку и наличие необходимых комплектующих для дилеров. Сервисные контракты предоставляют клиентам значительные преимущества ¹².

Заключение

Таким образом, в современных условиях рынок грузовых автомобилей демонстрирует конкуренцию, что требует от дилеров, производителей эффективных стратегий для удержания, расширения доли бренда. Внедрение систем мотивации, а также вознаграждения, активная маркетинговая поддержка являются необходимыми инструментами в этой борьбе. Однако для достижения результатов необходимо учитывать специфику рынка, адаптировать стратегии к изменяющимся условиям. Примером служит использование цифровых платформ для автоматизации учета продаж, управления маркетинговыми кампаниями, что не только повышает продажи, но улучшает взаимодействие с клиентами, партнерами.

Кроме того необходимым аспектом является создание прочных партнерских отношений с дилерскими сетями и поддержка клиентов на всех этапах взаимодействия, начиная от выбора техники, заканчивая ее обслуживанием, что актуально в сегменте грузовиков, где надежность, технические характеристики, качество обслуживания играют важную роль. Следовательно, успешная интеграция маркетинговых, мотивационных программ, а также внедрение технологий, позволит не только сохранять конкурентные позиции, но и развивать долю на рынке.

Список литературы

1. Попова Е.А., Журавлева И.В. Способы привлечения клиентов к услугам транспортно-логистического процесса. Транспорт: наука, образование, производство («транспорт-2022»). 2022. С. 167.
2. Коломыц О.Н., Вандрикова О.В., Вознюк И.О. Анализ конкурентной среды и построение конкурентной карты рынка автомобильных грузоперевозок Российской Федерации. Азимут научных исследований: Экономика и управление. 2020. Т. 9. №. 1 (30). С. 165.
3. Чарьев М.Т., Ахунова И.Б. Существующие методы и способы выбора грузового подвижного состава для автомобильного транспорта. Автомобильные перевозки и транспортная логистика: теория и практика. 2021. С. 95–101.
4. Чучулина В.В., Ница Н.Ю. Использование современных технологий в области транспорта. Сокращение вредного воздействия транспорта на окружающую среду. Аллея науки. 2020. №. 2. С. 608–621.
5. Попов А.В., Келлер А.В., Окольников И. Ю. Анализ рынка полноприводных грузовых автомобилей и их роли в транспортной системе России. Креативная экономика Учредители: Абрамов Егор Геннадьевич. 2023. Т. 17. №. 9. С. 3453–3470.
6. Максимов В.В. Способ привлечения новых клиентов к услугам транспортных компаний. Актуальные проблемы и перспективы развития гражданской авиации: сборник трудов XII Международной научно-практической конференции, посвященной празднованию 100-летия отечественной гражданской авиации. 2023. Т. 12. С. 189.
7. Выбираем тягач в 2024: обзор ситуации на российском рынке грузовой техники. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cargonomica.com/tyagach2024/> (дата обращения 07.09.2024).
8. Как производителю или дистрибьютору поднять продажи с помощью персонала розничных сетей или партнеров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://incust.com/ru/blog/how-to-increase-sales-with-help-of-partners-or-personnel/> (дата обращения 07.09.2024).
9. Тропынина Н.Е., Куликова О.М., Аксенова В.К. Анализ рынка грузоперевозок в России. Журнал прикладных исследований. 2023. №. 3. С. 116.
10. Эффективные маркетинговые стратегии для продвижения спецтехники. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://achba-ilya.com/tpost/2nxj381pn1-effektivnie-marketingovie-strategii-dlya> (дата обращения 07.09.2024).

References

1. Popova E.A., Zhuravleva I.V. Ways to attract customers to the services of the transport and logistics process. Transport: science, education, production («transport-2022»). 2022. Pp. 167.

¹² ODIN Group. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://odin-group.ru/dealers/> (дата обращения 07.09.2024).

2. Kolomyts O.N., Vandrikova O.V., Voznyuk I.O. Analysis of the competitive environment and the construction of a competitive map of the Russian Federation road freight market. *Azimut of scientific research: Economics and Management*. 2020. T. 9. №. 1 (30). Pp. 165.
3. Charyev M.T., Akhunova I.B. Existing methods and methods of selecting freight rolling stock for road transport. *Road transport and transport logistics: theory and practice*. 2021. Pp. 95–101.
4. Chuchulina V.V., Nica N.Y. The use of modern technologies in the field of transport. reducing the harmful effects of transport on the environment. *Science Alley*. 2020. No. 2. Pp. 608–621.
5. Popov A.V., Keller A.V., Okolnishnikova I. yu. Analysis of the four-wheel drive truck market and their role in the Russian transport system. *Creative economy Founders: Abramov Egor Gennadievich*. 2023. Vol. 17. No. 9. Pp. 3453–3470.
6. Maksimov V.V. A way to attract new customers to the services of transport companies. Actual problems and prospects of development of civil aviation: proceedings of the XII International Scientific and Practical Conference. dedicated to the celebration of the 100th anniversary of the national civil aviation. 2023. Vol. 12. P. 189.
7. Choosing a tractor in 2024: an overview of the situation on the Russian truck market. [Electronic resource] Access mode: <https://cargonomica.com/tyagach2024/> (accessed 07.09.2024).
8. As a manufacturer or distributor, increase sales with the help of retail chain staff or partners. [Electronic resource] Access mode: <https://incust.com/ru/blog/how-to-increase-sales-with-help-of-partners-or-personnel/> (accessed 07.09.2024).
9. Tropynina N.E., Kulikova O.M., Aksenova V.K. Analysis of the freight transportation market in Russia. *Journal of Applied Research*. 2023. No. 3. Pp. 116.
10. Effective marketing strategies for the promotion of special equipment. [Electronic resource] Access mode: <https://achba-ilya.com/tpost/2nxj381pn1-effektivnie-marketingovie-strategii-dlya> (accessed 07.09.2024).