



Недавно об этих планах журналисты известного новостного агентства Bloomberg узнали от официального представителя компании по маркетингу и продвижению малобюджетных транспортных средств Жерара Детурбе.

Внедрение в интернет-сообщество будет строиться на создании специализированной торговой он-лайн площадки, где практически любой желающий сможет выбрать и купить себе автомобиль. Пионерами в продажах будут, конечно, бюджетные автомобили – как самые доступные для рядового потребителя, выбор недорогих автомобилей объясняется желанием компании в максимально быстрый срок добиться прибыльности проекта. Упор будет сделан прежде всего на автомобили румынского подразделения Dacia, однако спустя некоторое время появятся автомобили и под маркой Renault.

Буквально незадолго до этого, непосредственный конкурент Renault – компания Peugeot уже заявляла о подобных шагах. Единственное различие заключалось в том, что концерн Peugeot SA ставил дополнительной целью создание совершенно нового и также недорогого (бюджетного) автомобиля, который и был бы основной позицией в торговле автомобилями через интернет. На сегодняшний день пока обе компании еще не реализовали заявленных планов, более того, никаких новостей в этом направлении также пока нет.

Стремление французских компаний наладить продажу автомобилей через интернет объясняется возросшей необходимостью снижения объема затрат на реализацию своей продукции традиционным способом – через официальных дилеров. Достоверные официальные данные сколько средств уходит на организационные, административные и, сюда же можно смело отнести, бюрократические проволочки держатся в секрете, но цифры приводимые независимыми аналитиками впечатляют – не менее 10% стоимости автомобиля составляют как раз эти самые расходы.

Как сообщил представитель Renault с открытием интернет-магазина компания в ближайшее время не планирует сокращать сеть официальных дилеров, более того на сегодня сеть дилеров французской компании активно расширяется, в том числе и [дилеры в Renault России](#)

Стоит отметить, что идея продавать новые автомобили через глобальную сеть интернет не уникальна, в недалеком 2009-м году, компания General Motors заявляла о старте подобного проекта, однако продажа была налажена не на специальной отдельной интернет-платформе, а через популярный аукцион «eBay». Проект в итоге прогорел, видимо не нашлось на тот момент достаточного количества желающих приобрести автомобиль посредством компьютера, но опыт не остался незамеченным, и теперь, учитывая все плюсы и минусы этой идеи, за нее взялись вновь. Кстати, в 2010-м очень эффективным оказался проект у концерна KIA, тогда корейская компания только приступила к захвату американского рынка и сделала это через интернет продажи. Сегодня KIA одна из самых популярных марок в Америке, но продолжает ли функционировать их интернет-магазин неизвестно.

*Антон Поплавски, по материалам [Renaultstory.ru](#)*