

## SRLine – jak stworzyć silną markę części samochodowych?

W 2007 roku Komisja Europejska przyjęła dyrektywę, dotyczącą obrotu częściami zamiennymi do samochodów, w tym częściami nieoryginalnymi. Dyrektywa 2007/46/WE ustanowiła nowe ramy prawne dla homologacji pojazdów silnikowych i ich części na obszarze Unii Europejskiej. Był to milowy krok w kierunku zrównania szans niezależnych firm, dostarczających części eksploatacyjne do aut, w konkurencji z producentami oryginalnych części zamiennych (OEM – Original Equipment Manufacturer).



Ilustracje: SRLine

Produkcja części SRLine odbywa w fabrykach pierwszomontażowych i mają one wszystkie wymagane certyfikaty: TÜV, ISO, AMTAC

### NOWE REALIA, NOWE MOŻLIWOŚCI

Jednym z oczywistych celów dyrektywy była chęć **zwiększenia konkurencji na rynku części zamiennych** oraz ochrona prawa konsumentów do wyboru preferowanych przez nich elementów. Umożliwiła ona niezależnym producentom wprowadzanie do obrotu swoich produktów na równych prawach z oryginalnymi, co przyczyniło się do obniżenia cen i zwiększenia dostępności pełnowartościowych części zamiennych. Dyrektywa regulowała również kwestię jakości, aby nabywcy części zamiennych, oryginalnych czy pochodzących z rynku wtórnego, mieli pewność, że spełniają one normy bezpieczeństwa i trwałości. Dzięki temu **marki własne przestały być postrzegane, jako tańsze zamienniki** oryginalnych komponentów. I nikogo już nie dziwi, że często schodzą one z taśm montażowych tych samych fabryk, które dostarczają oryginalne części producentom aut, a różnią się tylko ceną.

Po przyjęciu dyrektywy 2007/46/WE wielu niezależnych producentów, dysponujących odpowiednim doświadczeniem i technologią mogło wykorzystać swoją szansę, a na ich produkty czekały miliony konsumentów w Europie.

### GENEZA SRLine

Markę wyselekcjonowanych, mechanicznych części zamiennych – **SRLine** (*Selected Replacement Line*) stworzono w 2006 roku na fundamencie rynkowej pozycji firmy Polcar. Od początku twórcy SRLine ustawili poprzeczkę wysoko, celując w segment Premium i nie szli na żadne kompromisy. Priorytetowe dla nowej marki były następujące założenia:

- cel to osiągnięcie i utrzymanie wysokiej jakości produktów, porównywalnej do jakości części oryginalnych, przy zachowaniu niższej ceny,
- produkcja części **SRLine** odbywać się ma wyłącznie w fabrykach pierwszomontażowych, a uzyskanie wszystkich wymaganych certyfikatów – takich jak TÜV, ISO, AMTAC – jest niezbędne,
- warunkiem włączenia części do brandu **SRLine** jest przeprowadzenie wielogodzinnych testów, potwierdzających wysoką jakość danego elementu, przy odsetku reklamacji poniżej 0,3% – gorszy wynik musi dyskwalifikować produkt.

### SELEKCJA + TESTY = JAKOŚĆ

Dostępne na rynku części zamienne różnią się między sobą ceną i jakością. Nic dziwnego, że firmy oferujące części oryginalne, po zakończeniu seryjnej produkcji danego modelu samochodu, szukają oszczędności i coraz częściej zlecają ich produkcję podwykonawcom, akceptującym mniejsze zamówie-

nia na krótsze serie produkcyjne. Takie części, pakowane w markowe opakowania z logo producenta samochodów, trafiają do ASO a jednocześnie można je (tylko z logo producenta części) kupić taniej na rynku wtórnym.



Zgodnie z deklarowanymi priorytetami, managerowie SRLine budując markę, kwalifikowali do grona dostawców **wyłącznie fabryki pierwszomontażowe**, spełniające wysokie wymagania jakościowe, sprawdzone w produkcji oryginalnych części dla znanych producentów aut. Fabryki te wyróżniają się najwyższym poziomem wiedzy (*know how*), automatyzacji i doświadczenia.

Po przeprowadzeniu procesu selekcji i wybraniu najlepszych dostawców, części testowane są w kraju. Zanim „zasłużą” na **logo SRLine** przechodzą surową weryfikację w codziennym użytkowaniu. Do tego czasu sprzedawane są - jak mówią twórcy marki - wyłącznie w szarych pudełkach „no name”... Dopiero **analiza poziomu reklamacji każdej części**, decyduje o zakwalifikowaniu jej do produktów **grupy SRLine**. Przekroczenie progu reklamacji, ustalonego na poziomie 0,3%, zamyka jej drogę do tego elitarnego grona. Dowodem na skuteczność tak rygorystycznego systemu jest rosnące zaufanie do marki, co potwierdzają wyniki sprzedaży na kilku kontynentach, w tym na niezwykle wymagającym rynku południowokoreańskim.



## Perspektywy i dystrybucja

Popyt na części samochodowe w Polsce i na świecie wciąż rośnie, a prognozy ekspertów wskazują, że trend ten utrzyma się również w najbliższych latach. Dotyczy to nie tylko rynków azjatyckich, choć tam dynamika wzrostu jest największa. To dobrze wróży **SRLine**, gdyż marka ta ma potencjał i jest profesjonalnie zarządzana. W tym kontekście warto podkreślić, że w przypadku samochodowych części zamiennych, poza ich niezawodnością, niezwykle ważną sprawą jest efektywna sieć dystrybucji. A ponieważ **SRLine** powstała dzięki inicjatywie firmy Polcar, która jest jedynym importerskim producentem wszystkich produktów tworzących ten brand, części te na terenie Polski dostępne są w Autoryzowanej Sieci Handlowej Polcar oraz w Sieci Partnerów Handlowych tej firmy.

Zwiększeniu rozpoznawalności i wiarygodności marki będzie służyć jej pomocja w świecie motorsportu. W tym roku ambasadorem **marki SRLine** został bardzo znany drifter **Kuba Przygoński**.

Więcej na temat SRLine jest na stronie <https://srline.com/pl/> oraz <https://www.instagram.com/srline.automotive/>

Źródło:

<https://www.e-autonaprawa.pl/artykuly/13560/srline---jak-stworzyc-silna-marke-czescisamochodowych.html>