

Warsztat w świecie platform internetowych

data aktualizacji: 2014.09.10



Zanizanie cen, spadek sprzedaży produktów w warsztatach i sprowadzanie ich do roli punktów montażu opon kupionych w sklepie internetowym - to główne zarzuty kierowane w stronę Internetu przez właścicieli serwisów oponiarskich. Pytanie, czy słusznie?

Wbrew tego typu poglądom okazuje się, że jeśli odpowiednio wykorzystamy potencjał, jaki ma w sobie Internet, to może on właścicielom serwisów nie tylko nie szkodzić, ale wręcz ułatwiać codzienną pracę.

Czasy się zmieniają, zmienia się branża. Jeszcze kilka lat temu, gdy w jednej okolicy działały 2-3 serwisy oponiarskie, klient wybierał ten, który znał i lubił. I nie przeszkadzało mu tak bardzo czekanie w długiej kolejce na wymianę opon. Dziś liczą się przede wszystkim cena, czas i jakość. Często właśnie w tej kolejności. Konkurencja wśród serwisów oponiarskich jest dużo większa niż jeszcze jakiś czas temu, więc i sposoby dotarcia do klientów muszą się zmienić. Nie wystarczy już sam sprzęt, miejsce i specjalista, który wymieni opony, choć są to najważniejsze elementy samego procesu wymiany. Serwis musi mieć jeszcze co wymieniać, zatem klient musi do niego dotrzeć. A gdzie w pierwszej kolejności dzisiejszy klient szuka informacji? W Internecie.

Coraz większa grupa właścicieli warsztatów dostrzega te zmiany i stara się wykorzystać różne narzędzia internetowe w swojej działalności. Wiele serwisów posiada własne strony internetowe, pojawia się w internetowych katalogach firm (Zumi, Panorama Firm), a nawet posiada profil na portalach społecznościach, takich jak Facebook. Internet jest jak megafon, przez który serwisy wołają do klientów: „Hej, to tu jesteśmy, tak blisko was i mamy dobre ceny”. Marketingowo niezastąpiony, a to tylko ułamek jego możliwości.

Początkiem prawdziwej rewolucji w pracy warsztatów wulkanizacyjnych było jednak nie samo wykorzystanie Internetu, a pojawienie się internetowych **platform sprzedaży B2B opon i felg**.

Portale te, jak chociażby **PlatformaOpon.pl**, niosą za sobą mnóstwo korzyści dla serwisu. Przede wszystkim umożliwiają szybkie i proste zamówienie opon z wielu hurtowni (polskich i zagranicznych) w jednym miejscu. Są też niezwykle skutecznym narzędziem porównywania cen produktów, przez co ułatwiają i przyspieszają wybór najkorzystniejszej oferty. Dzięki nim serwis ma nieograniczony dostęp do kilku milionów opon w każdym możliwym rozmiarze i w cenie, która umożliwia skuteczną rywalizację z konkurencją w walce o klienta. Również konkurencją w postaci sklepu internetowego.

Trudno wyobrazić sobie nowoczesny warsztat, który w dzisiejszych realiach nie korzystałby z tego rozwiązania. Na portalu **PlatformaOpon.pl** działa dziś aktywnie ponad **4 000 serwisów oponiarskich**. Najlepszym potwierdzeniem, że narzędzie to bardzo dobrze sprawdza się w ich pracy, jest fakt, że prawie 80% nowych użytkowników rejestruje się na nim z polecenia.

Doskonałym uzupełnieniem platform sprzedażowych są **internetowe systemy rezerwacji stanowiska wymiany opon**. Zwłaszcza obecnie, gdy powiedzenie „czas to pieniądz” nabrało szczególnie na znaczeniu. Klient jest wyedukowany – o oponach, DOT-ach, kraju produkcji itp., wie wszystko. Przede wszystkim jednak klient nie ma czasu i nie chce czekać w godzinnych kolejkach. Chce się umówić na konkretną godzinę i mieć pewność, że o tej godzinie zostanie przyjęty.

Dlatego serwisy, które umożliwią klientom umówienie się oraz wykonanie usługi w możliwie szybki i sprawny sposób, będą zyskiwały coraz większą przewagę na rynku. Doskonałym przykładem są tu oblegane serwisy w galeriach handlowych, gdzie klient zostawia samochód i... idzie na zakupy, nie marnując swojego czasu.

W odpowiedzi na to wprowadzona została na rynek aplikacja **WymianaOpon.pl** – narzędzie dla serwisów, dzięki któremu klient znajdzie serwis w swoim mieście, będzie mógł sprawdzić wolne stanowisko w odpowiadającym mu terminie i umówi się na wymianę. Aplikacja przypomni również klientowi o wizycie, wysyłając mu e-mail lub SMS. Dodatkowo serwis może umieścić kalendarz rezerwacji swojego serwisu na własnej stronie www, co jeszcze bardziej ułatwia mu działanie. A wszystko udostępnione jest całkowicie za darmo, bez żadnych ograniczeń. Po stronie serwisu leży wyłącznie wprowadzanie rezerwacji na bieżąco, aby klient widział rzeczywistą dostępność terminów i jest to jedyny warunek przystąpienia do systemu. To proste w obsłudze narzędzie, które ułatwia i przyspiesza działanie serwisów oraz pozwala im wyjść naprzeciw oczekiwaniom dzisiejszych klientów.

Od momentu powstania aplikacja **WymianaOpon.pl** cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem właścicieli warsztatów. Zarejestrowało się w niej już blisko **500 serwisów**. To bardzo dobry wynik i dowód na to, że coraz większa ilość właścicieli warsztatów zdaje sobie sprawę z potencjału narzędzi internetowych i chce je wykorzystywać w swojej działalności.

Nasuwa się teraz pytanie, jak dalej będą się rozwijały te narzędzia. Myślę, że już wkrótce, w ślad za oponami ciężarowymi, producenci wprowadzą do opon osobowych specjalne, zatopione w bokach opon tagi informacyjne, dzięki którym będzie można odczytać numer EAN i unikalny kod konkretnej sztuki opony. Dzięki temu pojawi się kolejne pole do popisu dla branży technologii internetowej i nowe możliwości dla serwisów. Możliwość śledzenia cyklu życia produktu, statystyki, automatyzacja przyjęć do depozytu czy też bezbłędne identyfikowanie przechowywanych w nim opon. Nie wspominając już o korzyściach dla hurtowni oponiarskich, związanych z bezbłędnym identyfikowaniem stanów magazynowych.

Technologie informatyczne i Internet mogą znaleźć zastosowanie w każdym z aspektów pracy

warsztatu. Nigdy nie zastąpią jednak człowieka, za to mogą znacząco ułatwić mu wykonywaną pracę. I myślę, że Internet powinien zostać potraktowany przez właścicieli serwisów właśnie jako narzędzie – nowe, ale nieodzowne w każdym nowoczesnym warsztacie, tak samo jak klucz czy podnośnik.

Tomasz Jeziorek, IT Project Manager
Polskie Składy Oponiarskie Sp. z o.o.

Źródło: