Rynek wzrasta, szansa dla warsztatów. Jak dbać o klienta?

data aktualizacji: 2016.12.20

Bardzo dobra koniunktura w polskiej branży motoryzacyjnej w wymierny sposób przekłada się na rozwój serwisów samochodowych zarówno tych zrzeszonych w sieciach, jak i niezależnych. Jednocześnie rośnie konkurencja i o budowaniu silnej pozycji oraz utrzymaniu się na rynku będą decydowały elementy dające możliwość wyróżnienia się, gdzie nadrzędną rolę pełni uniwersalność i wysoka jakość obsługi klientów.

Od początku tego roku zarejestrowano w Polsce o 16,7% więcej samochodów osobowych niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Wyniki rejestracji nowych pojazdów rosną już 19-ty miesiąc z rzędu. Na koniec 2015 roku było zarejestrowanych w naszym kraju łącznie ponad 20,7 mln samochodów osobowych, a liczba ta z roku na rok również rośnie. Dla porównania na koniec 2013 roku było to ponad 19 mln samochodów, a w 2014 – ok 20 mln (źródło: raporty Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego). Rośnie mobilność społeczeństwa i w konsekwencji liczba kilometrów pokonywanych przez polskich kierowców. W naturalny sposób powoduje to większe zużycie podzespołów pojazdów, co napędza rozwój serwisów samochodowych.

Oprócz rozkwitu samej branży motoryzacyjnej dynamicznie zmieniają się także technologie stosowane w nowych konstrukcjach. Producenci samochodów w pełni wykorzystują najnowsze osiągnięcia techniki, wyposażając je w coraz bardziej skomplikowane i złożone systemy stanowiące o podwyższaniu bezpieczeństwa oraz komfortu kierowcy i pasażerów. Już nikogo nie dziwią komputery pokładowe, nawigacja, systemy kontrolujące trakcję, asystujące parkowanie itd. Równie zaawansowane są jednostki napędowe, skrzynie biegów czy też zawieszenie.

Wyzwania dla serwisów

Dlatego serwisy samochodowe również muszą stale rozwijać się, aby mogły w skuteczny sposób diagnozować i naprawiać wszelkie usterki – jednym słowem: odpowiadać na zapotrzebowanie

rynkowe. Przez to małym, pojedyńczym warsztatom mechanicznym coraz trudniej jest dotrzymać kroku stale inwestującym w rozwój sieciom, a te które chcą sprostać tym wyzwaniom, muszą stawać się centrami o kompleksowo wyposażonych parkach narzędziowych, wyszkolonych wszechstronnie mechanikach oraz wysokich standardach obsługi klienta.

Bezpowrotnie mijają czasy, gdzie pojazdy naprawiane były w przydomowych garażach, przy użyciu przysłowiowego jednego klucza. Zmieniająca się rzeczywistość, silna konkurencja i ogromne wymagania klientów szybko weryfikują, kto przetrwa na rynku. Współczesne serwisy muszą być wyposażone w pełną gamę oprzyrządowania pozwalającego najpierw zdiagnozować działanie poszczególnych podzespołów samochodu. Coraz większego znaczenia nabiera także poziom wyszkolenia mechaników, którzy muszą mieć szeroką wiedzę pozwalającą na efektywne naprawy. Stąd też tak istotne jest dawanie im przez poszczególne serwisy możliwości stałego dokształcania się w ramach regularnie prowadzonych szkoleń i kursów.

> – Budowę sieci serwisów Motoricus.com, opartej na zasadach franczyzowych, rozpoczęliśmy w ubiegłym roku, ale już teraz odnosimy wymierne sukcesy z tego tytułu. Naszym najważniejszym elementem strategicznym jej rozbudowy jest przede wszystkim jakość usług i obsługi klientów, dzięki czemu już zostaliśmy docenieni przez tak prestiżowy koncern jak Pirelli. W czerwcu 2016 roku podpisaliśmy umowę partnerską, w efekcie której z 8 własnych i franczyzowych serwisów samochodowych sieć ta ma powiększyć się o kolejne 32 funkcjonujące punkty. Przez kolejne lata będziemy mogli wspólnie realizować ambitne plany, osiągając istotne dla obu stron korzyści – mówi Tomasz Chmielowiec, dyrektor zarządzający Motoricus Service.

Standardy obsługi klienta

Klienci serwisów stają się coraz bardziej świadomi i wymagający. Stąd też, poza nawet najlepszym zapleczem technicznym i wysokimi kwalifikacjami mechaników, kluczowa staje się odpowiednia jakość obsługi. W oczekiwaniu na naprawę auta jego właściciel powinien móc czas ten spędzić w przyjemnym, najlepiej klimatyzowanym pomieszczeniu z dostępnością do darmowych napojów oraz aktualnej, zróżnicowanej prasy. W czasach, gdy z Internetu korzystamy niemalże bez przerwy, standardem powinien być także bezpłatny dostęp do Wi-Fi.

Istotne jest także transparentne informowanie o niezbędnych naprawach i pełnej przejrzystości ich kosztów. Dodatkowe ewentualne czynności, których konieczność wykonania pojawiła się w trakcie serwisowania, nie mogą być podejmowane bez konsultacji z klientem, bo jest to zazwyczaj odbierane jako „naciąganie” na kolejne wydatki.

> – Bardzo ważne jest też indywidualne podejście do każdego problemu, z którym przyjeżdża do nas kierowca. Ściany serwisu możemy pomalować na dowolny kolor i nie wiadomo co moglibyśmy zaoferować, to i tak najważniejsze jest podejście i realna chęć sprawnej pomocy. Jeśli dana osoba będzie zadowolona z obsługi, to mamy duże prawdopodobieństwo, że będziemy poleceni innym kierowcom – mówi Tomasz Chmielowiec.

W obecnych czasach jesteśmy zabiegani i oczekujemy szybkiej obsługi. Optymalizacja czasu realizacji napraw pojazdów ma szanse powodzenia wówczas, gdy mechanik na bieżąco potwierdza, co wykonuje i co zamierza zrobić. Jest to istotne wsparcie dla działu sprzedaży, który może szybko reagować i zamówić potrzebne części oraz podzespoły. Cały proces usługi i przepływu informacji

musi być na bieżąco monitorowany przy wsparciu odpowiednich systemów informatycznych.

Bardzo korzystna koniunktura w polskiej branży motoryzacyjnej otwiera drogę do działania i rozwoju wielu różnym podmiotom. Z pewnością konkurencja będzie coraz większa, bo o każdego klienta należy dbać i wychodzić naprzeciw jego stale rosnącym wymaganiom. Dlatego istotą utrzymania się na rynku będzie najwyższa jakość produktów i usług, w czego konsekwencji zyska także każdy polski kierowca.

Źródło: