

# Rynek myjni wciąż się dynamicznie rozwija [WYWIAD]

data aktualizacji: 2017.01.16



**Co spowoduje, że nasz serwis będzie zarabiał więcej? Idealnie obok warsztatu komponuje się niewielka lub mobilna myjnia. Klient odbierając samochód z naprawy dostanie nie tylko sprawny pojazd, ale również umyty. Rynek myjni w naszym kraju wciąż się dynamicznie rozwija. O branży myjni samochodowych, różnych typach myjni, wadach i zaletach poszczególnych rozwiązań, a także rentowności tego interesu red. Piotr Łukaszewicz rozmawia z Piotrem Andrzejewskim - dyrektorem ds. rozwoju w firmie BKF Myjnie.**

**Jak wygląda dziś rynek myjni samochodowych w Polsce? Czy rośnie liczba takich punktów?**

Rynek myjni w naszym kraju wciąż się dynamicznie rozwija. Jest to mocno powiązane z branżą samochodową jak i wzrostem świadomości przedsiębiorców w kwestii narzędzi podnoszących rentowność ich biznesu. Na dynamiczny rozwój rynku ma również wpływ większy popyt na nowe auta.

**Kto najczęściej decyduje się na tego typu inwestycje?**

Wśród naszych klientów są naprawdę różni ludzie. Wszystkich łączy jednak chęć zainwestowania w rentowny biznes.

**Jaka jest oferta firmy BKF Myjnie?**

Skuteczna. Odróżniamy się od konkurencji dużo większą elastycznością i podejściem do klienta. Nie staramy się mu sprzedać produktu, a skuteczny model biznesowy. Dzięki temu nasi klienci mogą wypracować szybki zwrot z przeprowadzonej inwestycji. Od zawsze staraliśmy się podnosić jakość naszych produktów, ale w pewnym momencie zdaliśmy sobie sprawę, że trzeba to połączyć z użytkowym procesem generowania korzyści dla klienta.

Właśnie dlatego postawiliśmy na usługi online generujące bardzo dużo korzyści biznesowych. Nasze narzędzia powodują, że klienci prowadzą swoje biznesy efektywniej – czyli więcej zarabiają, poświęcając na to dużo mniej czasu, niż przy rozwiązaniach tradycyjnych. Mogę chyba bez obaw stwierdzić, że dzisiaj oferujemy rynkowi najnowocześniejszy produkt w skali globalnej. Mogę również zapewnić, że to nie koniec naszych nowinek ze świata IoT (Internet of Things - Internet Rzeczy, przyp. redakcja) wspierających naszych klientów.



### **Czy montaż/budowa myjni bezdotykowej lub portalowej to skomplikowane zagadnienie logistyczne? Ile czasu zajmuje?**

Skomplikowane z całą pewnością nie, choć na starcie można odnieść inne wrażenie. Proces budowy myjni to średnio okres trzech miesięcy, licząc od dnia podpisania umowy po dzień, w którym zaczynamy konfigurować myjnię na działce klienta. Składanie myjni zajmuje nam, w zależności od typu myjni i liczby stanowisk, od dwóch do siedmiu dni. Oczywiście trzeba podkreślić, że przed tym krokiem klient powinien zdobyć wszystkie pozwolenia na budowę i przygotować działkę - tu również może liczyć na naszą pomoc. W tej dziedzinie bardzo aktywnie wspieramy naszych klientów, traktując to jako kolejną przewagę konkurencyjną.

### **Jak wybrać odpowiedni rodzaj myjni? Czym warto kierować się przy wyborze? Do których myjni klienci zagląдают najchętniej?**

Na tego typu decyzję składa się bardzo dużo czynników. Po pierwsze lokalizacja – to jest podstawa biznesu, po drugie - wielkość i układ działki. Cała reszta to już luźniejsze tematy, ale bardzo mocno wpływające na rentowność naszego przyszłego biznesu. I trzeba do nich przykładać dużą uwagę.

Płatności bezgotówkowe – bardzo popularne wśród naszych klientów, moduł lojalnościowy, - który znacząco wpływa na liczbę klientów na naszej myjni, czy zdalny monitoring, - umożliwiający utrzymywanie myjni bez kosztownych przestojów.

W BKF staramy się dostarczać klientom dużą ilość informacji. Wykonaliśmy więc coś, co nazywamy konfiguratorem myjni. Dzięki niemu każdy z zainteresowanych może skonfigurować niczym dobre auto, swoją myjnię szytą na miarę jego biznesowych możliwości. (konfigurator - zobacz [TUTAJ](#))

### **Jakie są zalety myjni bezdotykowej, a co charakteryzuje myjnię portalową?**

Unikamy sugerowania, że dana myjnia jest lepsza od innej, bo jest droższa czy inaczej wygląda. Jak w każdym innym biznesie wybór typu myjni powinien być oparty o analizę, ponieważ diabeł tkwi w szczegółach.

Z całą pewnością myjnię portalową wybierane są częściej przez przedsiębiorców posiadających już jakiś biznes np. stację paliw.

Mycie bez brudzenia sobie rąk, ma większe uznanie wśród klientów stacji paliw, mniejsze ryzyko awarii wywołanych przez warunki atmosferyczne to kolejny argument dla wspomnianej grupy klientów.

Myjnię bezdotykową są wybierane najczęściej przez osoby posiadające działki budowlane w

atrakcyjnych miejscach lub osoby chcące dobrze zainwestować swoje pieniądze. Rozwiązania takie idealnie się sprawdzają przy inwestycjach zlokalizowanych w dużych i mniejszych miastach. Unikałbym jednak porównywania myjni bezdotykowych i portalowych, bo to dwa zupełnie inne produkty.

**Czy macie rozwiązania w swojej ofercie, które mogłyby zainteresować w szczególnie sposób właścicieli warsztatów samochodowych? Niewielka myjnia lub myjnia „mobilna i, przenośna” tuż obok warsztatu mogłyby być ciekawym uzupełnieniem oferty serwisu. Lub inaczej - możliwością umycia samochodu klienta przed oddaniem go właścicielowi - taki mały bonus.**

Oczywiście. Bardzo atrakcyjną i popularną opcją dla warsztatów jest myjka zimnowodna z różnymi opcjami. Nazwa jest myląca, bo można w niej również stosować wodę ciepłą, a nie tylko zimną. Jest to myjka o dużej skuteczności czyszczenia.

**Wróćmy do zarządzania myjnią przez Internet. Brzmi to bardzo interesująco! Jak to działa?**

Zawsze wierzyliśmy, że jesteśmy w stanie zaproponować rynkowi coś więcej, niż tylko bardzo dobrej jakości produkty. Mało tego! Jestem przekonany, że ten cel osiągnęliśmy już kilka lat temu. Dalsza optymalizacja produktu, zachęciła nas do szybszego wdrożenia tego, co i tak chcieliśmy od zawsze zrobić. Patrząc na każdy z dostępnych sektorów rynku np. bankowy, widać że ładny budynek, miła Pani w okienku czy najbezpieczniejszy sejf w skarbcu to za mało.

Pojawiły się nowe formy komunikacji, dziś aktywnie wspierają przedsiębiorców we współpracy z bankami np. bankowość mobilna czy zintegrowane systemy płatnicze w programach księgowych. Wszystko z myślą o klientach banków. Chcieliśmy taki sam standard zaszczerpić na rynku myjni. Stworzyliśmy więc oprogramowanie umożliwiające zdalne monitorowanie myjni - każdej jej najmniejszej części.

Dzięki temu właściciel myjni lub osoba serwisująca może zapobiegać przestojom, w dużo krótszym czasie rozwiązywać wszystkie problemy serwisowe. My zaś, zbierając dane o różnego rodzaju incydentach, możemy w dużo tańszy sposób rozwijać technologicznie nasze produkty. Wszystko ma też duży wpływ, na cenę w jakiej są dostępne nasze produkty.

Względem lidera zachowujemy wysoką jakość, podając dużo bardziej kompleksowy model biznesowy towarzyszący zakupowi myjni. IoT (Internet rzeczy) pozwolił nam na stworzenie zupełnie nowego standardu na rynku, który będzie przynajmniej po naszej stronie dynamicznie rozwijany o kolejne interesujące usługi wspierające.

Istotną informacją w tym projekcie były uwagi klientów dotyczące przychodów generowanych na myjni. Nasze oprogramowanie pozwala nie tylko monitorować poszczególne elementy myjni, ale i przepływ gotówki. Właściciel wie, jaki ma ruch na myjni, koszty obsługi klienta oraz przychód z danej godziny, dnia, tygodnia, miesiąca - w zależności od swoich preferencji. To całkowicie rozwiązało problemy naszych klientów związanych z czasem potrzebnym do prowadzenia tego biznesu.

Z dumą powiem, że myjnie prowadzone przy wsparciu naszego oprogramowania generują o kilka do kilkunastu procent większe przychody niż te obsługiwane tradycyjnie. Nasze oprogramowanie połączone z narzędziami oferowanymi w myjniach BKF dają również dużo większe możliwości w obsłudze sektora B2B. Wszystko dzięki automatycznemu fakturowaniu klientów posiadających karty lojalnościowe. Jak Pani widzi, wachlarz możliwości tego co stworzyliśmy, jest spory. Pierwsze statystyki z wdrożeń napawają optymizmem.

## **Dbacie o certyfikaty dotyczące innowacyjności dla swoich produktów. Dlaczego?**

Dbamy o wszystko, co powoduje, że klient czuje się przy nas bezpieczny. Nie jest to nasza strategia na sprzedaż czy budowanie marki, raczej kontroli tego, czy idziemy w dobrym kierunku.

Certyfikacje, nagrody dodają nam pewności, że dobrze realizujemy swoje cele. Prawidłowo budujemy relacje z rynkiem, czyli naszymi klientami. Każde wyróżnienie to dowód na to, że wyniki naszej pracy są dobre, a to najlepsza pozytywna dawka mobilizacji przed kolejnym dniem pracy.

**Dziękuję za rozmowę.**

**Rozmawiał Piotr Łukaszewicz**

Źródło: