Noworoczne postanowienie? Będę się szkolić!

data aktualizacji: 2017.01.04

Co jest kluczem do sukcesu warsztatu samochodowego? Eksperci nie mają wątpliwości, że nie jest nim tylko techniczna strona działalności serwisu. Zakończone sukcesem naprawy auta, w dobrym czasie i uczciwej cenie, są oczywiście na pierwszym miejscu, ale nie można zapominać o standardach obsługi klienta. Warto zainteresować się szkoleniami z tzw. umiejętności miękkich. Chodzi o rozmowę z klientem, budowanie jego przywiązania i zaufania, obsługę klienta na najwyższym poziomie. To wszystko może wyróżniać warsztat na tle konkurencji.

Atmosfera zaufania do warsztatu

Jak zbudować taką atmosferę? Zdaniem Jacka Gordona, właściciela Hurtowni Motoryzacyjnej Gordon (25 lat sukcesów w branży warsztatowej) pierwszym krokiem do zaufania jest przejrzystość kosztów.

> - Tylko 31% warsztatów korzysta z programów specjalnych do wyceny usługi, natomiast zdecydowana większość warsztatów bierze te ceny z przysłowiowego kapelusza. Klient, który poznaje cenę, ale nie rozumie czynników ją tworzących, nie będzie zadowolony. To tak jak w supermarkecie – nie robimy zakupów nie znając cen. Szczegółowy wydruk, który wskaże stawkę za roboczogodzinę, ceny części zamiennych itd. robi naprawdę dobre wrażenie na klientach i buduje zaufanie. Wycena z kapelusza, niekoniecznie zła (bo może to być dobra, uczciwa cena), ale niepoparta wyliczeniami na papierze, źle wygląda w oczach klienta – mówi J. Gordon.

To jeden z najważniejszych, i w gruncie rzeczy najprostszych do realizacji elementów, którym można poprawić zaufanie do warsztatu.

- Kolejne proste rozwiązanie to tworzenie historii naprawy samochodu. Klient przyjeżdża z usterką do serwisu i wspólnie z mechanikiem może przejrzeć w jego komputerze historię swoich napraw. Widzi z czym przyjeżdżał rok temu, a z czym 5 miesięcy wcześniej – wyjaśnia J. Gordon i dodaje:

> - Jest szereg prostych rozwiązań, których wdrożenie może bardzo warsztatom pomóc. Konieczne są szkolenia dla mechaników i właścicieli warsztatów z umiejętności tzw. miękkich. Naprawdę zachęcam do nich. Często jest tak, że warsztat potrafi naprawić auto, ale nie potrafi rozmawiać z klientem. Trudno wtedy o sukces. Pamiętajmy, że często klienci to ludzie zdenerwowani, niezadowoleni z powodu awarii i nadchodzących kosztów, mający żal do całego świata. A trzeba się przecież dogadać - kończy J. Gordon.

Zadbaj o komfort klienta

Wygodny parking przed serwisem, poczekalnia z automatem do kawy, karty rabatowe dla stałych klientów – czy to konieczne? TAK. Podobnie jak ważne jest budowanie lojalności klientów. Kolejne proste rozwiązania – przypomnienia SMS o obowiązkowym przeglądzie, wymianie oleju czy opon.

> - To nie samochód płaci za serwis, tylko klient. Warsztaty muszą spełniać wszystkie oczekiwania klientów. Właściciele warsztatów często mylą te dwie płaszczyzny – strony technicznej napraw i obsługi klienta. Kiedy klient odbiera auta z naprawioną usterką, ale np. bez wymienionej przepalonej żarówki, nie będzie zadowolony – mówi Paweł Hańczewski, dyrektor handlowy działu części samochodowych i wyposażenia warsztatowego Bosch.

Leszek Radzikowski, dyrektor ds. dystrybucji w firmie Castrol w Polsce dodaje: – *W ASO standardem jest samochód zastępczy dla klienta. Z naszych badań rynku przeprowadzonych w 2014 roku wynika, że ważnym elementem wyboru warsztatu do naprawy jest możliwość otrzymania auta zastępczego. To ważne, bo taki serwis podnosi jakość usług i buduje lojalność swoich klientów. Są na rynku ciekawe oferty leasingowe. Właściciele warsztatu naprawdę powinni przemyśleć zakup takiego auta zastępczego.*

Szkolenia miękkie dla warsztatów?

To tylko kilka podstawowych pomysłów na podwyższenie standardów obsługi klienta czy budowanie atmosfery zaufania. Cały szereg prostych, ale też bardziej zaawansowanych rozwiązań, można poznać na licznych szkoleniach z umiejętności miękkich. Zachęcamy do tego typu aktywności.

- Niezależne warsztaty nie mają obowiązku udziału w szkoleniach. Jest to kwestia pewnej dojrzałości ich właścicieli – dodaje na koniec Paweł Hańczewski.

Paweł Hańczewski oraz Leszek Radzikowski byli uczestnikami debaty poświęconej przyszłości niezależnych warsztatów samochodowych w Polsce. Debatę zorganizowała Hurtownia Motoryzacyjna Gordon.

Źródło: