Nie tylko opony, ale też… dywersyfikacja!

data aktualizacji: 2019.01.22

Euromaster stawia mocno na dywersyfikację usług, której celem jest podniesienie efektywności w serwisach poza sezonami wymiany opon

- Stawiamy mocno na dywersyfikację usług – mówi w wywiadzie dla „Świata Opon" Mindaugas Kelpsa, dyrektor zarządzający siecią Euromaster w Polsce, Czechach i na Litwie. Rozmawiamy o zakończonym roku dynamicznego rozwoju sieci i ambitnych planach na kolejny.

Jak dziś wygląda sieć Euromaster w Polsce?

Rok 2018 jest wyjątkowy dla sieci Euromaster w Polsce, ponieważ obchodzimy 10-lecie działalności na tym rynku. W maju, razem ze wszystkimi naszymi franczyzobiorcami oraz partnerami biznesowymi, świętowaliśmy jubileusz podczas konwentu sieci oraz targów dostawców. Obecnie naszą sieć tworzą 93 serwisy, specjalizujące się w obsłudze opon oraz lekkiej mechanice. W naszym portfolio mamy serwisy typowo osobowe, ciężarowe, a także mieszane, które łączą obie specjalizacje.

Rozwijamy się szybko. W mijającym roku przybyło nam aż pięć nowych punktów. Był to rok bardzo dynamicznego rozwoju, a nasza sieć rozwijała się szybciej niż lokalny rynek zarówno pod względem jakościowym, jak i ilościowym. Co ciekawe, w roku 2018 zauważyliśmy obniżenie średniego wieku przyjmowanych do sieci franczyzobiorców. Jest to potwierdzenie, że nasz koncept sprawnie dostosowuje swoją ofertę do dynamicznych zmian zachodzących na rynku i jest również interesujący dla młodych właścicieli serwisów. Prawdziwą przyjemnością dla nas było prowadzenie rozmów rekrutacyjnych z firmami, gdzie po drugiej stronie zasiadali wspólnie rodzice - założyciele firm - oraz ich dzieci - osoby, które już dzisiaj stają się odpowiedzialne za prowadzenie i rozwój biznesu w przyszłości.

Wracając do serwisów i świadczonych usług… Co, poza obsługą ogumienia, oferują klientom warsztaty zrzeszone w sieci Euromaster?

Jesteśmy ekspertami zarówno od opon, jak i naprawy pojazdów, tzw. lekkiej mechaniki. Nasze hasło brzmi: „Serwisowanie opon i pojazdów”. Dziś usługa skupiona tylko na ogumieniu to dla warsztatu za mało. Jak wiemy, sezony wymiany opon są tylko dwa i w tym czasie każdy z naszych serwisów przeżywa oblężenie, ale sezony się kończą. Dlatego też w Euromaster stawiamy mocno na

dywersyfikację usług, której celem jest podniesienie efektywności w serwisach poza sezonami wymiany opon.

Wspomniał Pan o tym, że serwisy Euromaster to serwisy osobowe, ciężarowe oraz mieszane. Których jest więcej?

Obsługujemy zarówno klientów indywidualnych, jak i floty osobowe oraz ciężarowe. Śmiało mogę powiedzieć, że w kategorii serwisu ciężarowego jesteśmy potęgą na rynku polskim. Jeśli zaś chodzi o obsługę aut osobowych to mamy trochę do nadrobienia. I dlatego w tę sferę inwestujemy obecnie najwięcej, zarówno w odpowiednie wzmocnienia kadrowe, jak i wyposażenie techniczne serwisów. Co zaś do taboru ciężarowego, to nie ma drugiej takiej sieci, która w takim zakresie pokrywałaby potrzeby w kraju, jak Euromaster. Chcemy rosnąć i mamy bardzo ambitne plany. W tej chwili w naszej organizacji mamy 93 serwisy, z czego 51 obsługuje pojazdy ciężarowe. Podobna struktura jest w Polsce, na Litwie i Czechach. Te trzy kraje wchodzą w skład naszego regionu, którym mam przyjemność kierować.

Kto jest trudniejszym i bardziej wymagającym partnerem dla waszych serwisów – klient indywidualny czy flotowy?

Oczekiwania klienta flotowego są wyższe. Patrząc na rynek przez pryzmat cen dla klienta indywidualnego i flotowego są duże rozbieżności. Za tę samą usługę indywidualni mogą płacić znacznie więcej niż flotowi. W innych krajach Europy może to wyglądać inaczej. Klient flotowy oczekuje więcej, bo opieka nad ogumieniem jest tylko wycinkiem usług wykonywanych dla niego przez serwis. To jest trudny i wymagający klient. Nie zmienia to faktu, że każdego należy traktować jednakowo poważnie i z najwyższym zaangażowaniem.

Co sądzi Pan o ostatnich informacjach dotyczących ograniczenia napływu opon ciężarowych produkcji chińskiej? Czy cła na opony ciężarowe z Chin to dobry komunikat dla zaangażowanych w ten segment rynku?

Przyznam, że czekaliśmy na taką decyzję. Pilnie monitorowaliśmy rynek od półtora roku i z chwilą ogłoszenia decyzji o objęciu cłem ogumienia z Chin wyszliśmy z bardzo dobrze przygotowaną propozycją w segmencie opon ciężarowych dla naszych franczyzobiorców. W segmencie opon budżetowych mowa o marce Tigar. Drugi produkt na polskim rynku to silna marka tzw. środka, jaką jest BF Goodrich, która weszła do sprzedaży w 2018 i bardzo szybko zebrała wiele pozytywnych referencji od klientów flotowych. .

Jak dziś wygląda rynek transportowy?

Przewoźnicy krajowi koncentrują się na transporcie międzynarodowym. Mając na uwadze opiekę serwisową dla floty pojazdów ciężarowych, najistotniejsze są działania prewencyjne. Wspominam o

tym, bo przygotowaliśmy ciekawą ofertę dla tej grupy klientów. Jest to nasz autorski program MasterCARE, którego pierwszym z czterech elementów jest rzeczowa inspekcja stanu ogumienia. Drugim elementem jest profesjonalna rekomendacja, trzecim realizacja zalecanych usług. Przykładowo, dzięki rotacji opon można wydłużyć ich żywotność. Zwieńczeniem opieki jest raportowanie on-line. Ostatni punkt jest bardzo istotny: menedżer floty może się zalogować do naszej bazy i podglądnąć stan swojej floty, kontrolować wydatki, np. na kolejne miesiące. Natomiast przyszłość na rynku będzie należeć do rozwiązań telematycznych – te, przyznam, dopiero raczkują u nas, więc tym bardziej będą priorytetem na kolejne lata. Tu też wychodzimy już na przeciw oczekiwaniom klientów i od tego roku jesteśmy partnerem firmy TOM TOM. Powoli wprowadzamy ich rozwiązania. Jestem przekonany, że poprzez stały rozwój naszej oferty klienci czują się z nami bezpiecznie, a Euromaster jest dla nich partnerem biznesowym.

Korzystacie pewnie z faktu, że marka Euromaster funkcjonuje w każdym z krajów europejskich?

Tak, bo należymy do europejskiej sieci, a to ponad 2500 serwisów. Stąd komunikat: nieważne, gdzie nasz klient znajduje się w drodze, zawsze może spodziewać się równie wysokiego poziomu usługi, zarówno w kraju jaki i poza jego granicami! Mam tu też na myśli nasz program Assistance. Wyróżnia nas wsparcie 24 godziny 7 dni w tygodniu dla pojazdów ciężarowych.

Jakie są plany na kolejny rok?

Są ambitne, dążymy do zmian ilościowych oraz jakościowych

Może Pan to wyjaśnić?

Zmiany ilościowe rozpatrujemy w dwóch aspektach. Pierwszy to rozwój sieci. Chcemy, by wzrosła liczba punktów franczyzowych. Nasz cel to przekrocznie liczby sto. Drugi aspekt to rozwój biznesu flotowego, zarówno osobowego, jak i ciężarowego. Mam tu na myśli głównie pozyskanie nowych kontaktów.

Mówiąc o zmianach jakościowych mam na myśli stałe podnoszenie jakości obsługi klienta, jakość naszych ofert, a także jakość zarządzania serwisami. Chodzi o ich efektywność, ale też np. programy motywacyjne dla pracowników serwisów.

Dziękuję za rozmowę.

Wywiad pochodzi z zimowego wydania Świata Opon (4/2018).

Źródło: