

Zapraszamy do współpracy!

Dołącz do sieci autoryzowanych serwisów samochodowych Bosch Car Service



Niewiele branż rozwija się równie dynamicznie, jak rynek motoryzacyjny.

Warsztaty samochodowe stoją więc w obliczu ogromnych wyzwań i trudnych decyzji. My oferujemy członkom sieci Bosch Car Service sprawdzone, klarowne i konkretne rozwiązania. Zapewniamy:

- ▶ **silną markę** – doskonale znaną w świecie motoryzacji
- ▶ **doradztwo merytoryczne** – dostęp do narzędzi pomagających właścicielowi w rozwoju firmy w zakresie organizacji i zarządzania oraz w procesie obsługi klienta, w tym szkolenia, audyty jakościowe oraz możliwość wdrożenia z naszą pomocą systemu zarządzania jakością ISO
- ▶ **wsparcie techniczne** – urządzenia, oprogramowanie, szkolenia, hotmail, hotline, baza wiedzy, zawsze gotowi do pomocy doświadczeni doradcy i szkoleniowcy w Centrum Szkoleniowym Bosch
- ▶ **wsparcie w działaniach marketingowych** – cztery akcje promocyjne w roku wspólne dla całej sieci, bezpłatne projekty elementów reklamowych wykonywane na żądanie serwisu, bezpłatna strona internetowa oraz e-mail, dofinansowanie ciekawszych działań w ramach promocji lokalnej serwisu, kampanie wizerunkowe, np. w Internecie lub TV
- ▶ **wsparcie finansowe** – bonus roczny (wynagrodzenie) wypłacany serwisowi proporcjonalnie do obrotu częściami Bosch i standardu serwisu



BOSCH
Technologia bliżej nas

Zapraszamy do kontaktu z naszymi regionalnymi opiekunami sieci:

- Marian Jędrzejewski – 602 417 164 (Pomorze, Kujawy, Warmia i Mazury)
- Marcin Kuźawa – 602 279 672 (Mazowsze, Łódzkie, Lubelskie, Podlasie)
- Arkadiusz Marciniak – 692 469 593 (Wielkopolska, Opolskie, Dolny Śląsk, Lubuskie)
- Witold Jurga – 602 417 165 (Górny Śląsk, Małopolskie, Świętokrzyskie, Podkarpackie)

Szczegóły na www.bosch-service.pl



Autonaprawa

www.e-autonaprawa.pl

Adres redakcji:

pl. Nowy Targ 28/14
50-141 Wrocław
tel. 71 715 77 95
faks 71 343 35 41
autonaprawa@technotransfer.pl
www.technotransfer.pl

Numer rachunku bankowego:
03 1140 2004 0000 3102 5467 9483

Redaktor naczelny:

Marian Kozłowski
m.kozlowski@technotransfer.pl

Sekretarz redakcji:

Bogusława Krzczanowicz
b.krzczanowicz@technotransfer.pl

Redakcja e-autonaprawa.pl:

Adam Rudziński
a.rudzinski@technotransfer.pl

Stali współpracownicy:

Romuald Gnitecki, Jacek Jabłoński,
Andrzej Kowalewski, Hubert Kwarta,
Zenon Majkut, Ewa Rozpędowska,
Toni Seidel, Leszek A. Stricker,
Tomasz Szulc, KrzaQ

Marketing i reklama:

Małgorzata Salamaga-Borysenko
tel. 71 733 67 56
m.salamaga@technotransfer.pl
Przemysław Krzczanowicz
tel. 71 715 77 96
p.krzczanowicz@technotransfer.pl

Prenumerata:

tel. 71 715 77 95
prenumerata@technotransfer.pl

Opracowanie graficzne i skład:

Taurus CD
tel. 71 715 77 98

Wydawca:

Wydawnictwo Technotransfer



Druk i oprawa:

Delta Wrocław

Wszelkie prawa zastrzeżone. Przedruk materiałów wyłącznie za zgodą redakcji. Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca. Zastrzegamy sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku. Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.

Zdjęcia na okładce:
nextdaybrakes.com, Brembo



Demoralizacja

Gdzieś za górami, lasami, na pewno jednak nie u nas, konkuruje ze sobą trzech dostawców wzajemnie zamiennych motoryzacyjnych części. Firma, oznaczmy ją literą A, działa na rynku najdłużej, ma wielki dorobek konstruktorski i technologiczny, potwierdzony długą listą patentów, atestów, certyfikatów itd. Wciąż przy tym pracuje intensywnie nad doskonaleniem dotychczasowych i wprowadzaniem całkiem nowych, tzw. przełomowych produktów.

Gdy kilkanaście lat temu rywalizować z nią zaczął konkurent B, nie miał właściwie szans, by stworzyć własną, w pełni porównywalną ofertę. Od początku zresztą nie to było jego zamiarem. Postawił na niskie ceny wyrobów i agresywną ich reklamę. We wszystkich zainteresowanych mediach pojawiły się więc atrakcyjne anonse, zachwalające niewątpliwe zalety produktów B, które: „dorównują najlepszym, a dostępne są znacznie taniej”. W ślad za tym poszły sugestywne multimedialne spoty, dowodzące, iż firma B pozwala swym klientom całkiem dobrze zaspokoić ich rzeczywiste potrzeby, a dzięki „przyjaznym” dla nich cennikom przynosi finansowe oszczędności, dające się wykorzystywać na całkiem inne cele. Tu nierzadko prezentowano, jak to wygląda w praktyce, pokazując zadowolonych nabywców w trakcie urlopowych podróży lub na trybunach prestiżowych imprez sportowych bądź rozrywkowych.

Nie miała więc łatwej sytuacji firma C wchodząca do tej konkurencji w ostatniej kolejności. Szanse wygrania z firmą A na polu jakości albo z firmą B pod względem przystępności cen – były właściwie żadne. Poza tym już samo wykorzystywanie podobnych argumentów mogło robić wrażenie marketingowego plagiatu, czyli sprawy już z góry zniechęcająco nieświeżej. Dlatego handlowi stratedzy debiutującego dostawcy postanowili nie włączać się do trwającej już konkurencji, lecz po prostu przejąć jej najważniejsze atuty.

Ślusznie więc zwrócili uwagę na fakt, że motoryzacyjnych komponentów nie kupują przeważnie osoby, które potrafią już na wstępie prawidłowo ocenić ich zalety. W tej kwestii użytkownicy pojazdów korzystają zwykle z „fachowego” pośrednictwa motoryzacyjnych warsztatów lub sklepów. Nie zawsze też w należnościach płaconych w sumie za zlecane usługi potrafią doliczyć się oszczędności z tytułu niższych cen części zamiennych. Obsługujący ich profesjonalista nie ma większego interesu, by im w tym pomagać, gdyż wie najlepiej, że cennikowe różnice zawsze wynikają z jakichś konkretnych cech porównywanych produktów, a poza tym, po co snuć klientom jakieś abstrakcyjne wizje śródziemnomorskich rejsów? Dlaczego reklamować gratis usługi agencji turystycznych, sportowych, widowiskowych itp.?

I tu jest właśnie sedno rynkowej strategii firmy C. Nie trzeba mówić o jakości i cenach, zwłaszcza w formie kosztownych reklam. Wystarczy bezpośrednio „przemówić do kieszeni” temuż profesjonalnemu pośrednikowi, a on już sam zadba o rynkowy sukces towaru. Łapówka? Nie! To prowizja, bonifikata, premia... Płacona za co? No... to jest właśnie dobre pytanie.

Marian Kozłowski

Marian Kozłowski