

# Sieci warsztatowe w Polsce 2011 roku

**CZY SIECI WARSZTATOWE TO RZECZYWIŚCIE PRZYSZŁOŚĆ RYNKU USŁUG MOTORYZACYJNYCH W POLSCE? JAK KSZTAŁTUJĄ SIĘ ICH OBECNE TRENDY ROZWOJOWE? Z PYTANIAMI DOTYCZĄCYMI TYCH KWESTII ZWRÓCIŁIŚMY SIĘ DO GŁÓWNYCH KOORDYNATORÓW POSZCZEGÓLNYCH SIECI I UZYSKALIŚMY NASTĘPUJĄCE WYPOWIEDZI**



**Tomasz Ładosz**  
Kierownik  
działu szkoleń  
i sieci serwisowych  
**Inter Cars SA:**  
**Q-Service, Perfect  
Service**

## Coraz bliżej ASO

Do sieci należy obecnie około 20% warsztatów na rynku. Widać więc, że siła wielu argumentów ma duży wpływ na ich wybór. Trudno wybrać ten jeden, najważniejszy. O wyborze decydują na pewno programy lojalnościowe, bonusowe i kompleksowa oferta usług dla warsztatu. Mam tu na myśli np. szkolenia, ubezpieczenia, samochody zastępcze, odbiór odpadów itp. Zawsze powtarzam, że serwis musi u koordynatora sieci znaleźć rozwiązanie wszystkich swoich problemów. Ważnym argumentem jest także standard sieci, oferowanie w każdym serwisie usług o najwyższej jakości.

To, nad czym pracujemy, można określić jednym zdaniem: coraz bliżej ASO!

Warsztaty mają przeszkolonych pracowników pracujących na markowym sprzęcie i montują części o wysokiej jakości. Teraz czas na mocniejszą integrację w zakresie gwarancji sieciowej, standaryzacji obsługi klienta czy wspólnego wizerunku zrzeszonych warsztatów.

Przeprowadziliśmy badanie rozpoznawalności jednej z naszych sieci. Wyniki były z naszego punktu widzenia bardzo dobre. Potwierdzają je także sygnały docierające do nas od klientów serwisów.

Poza tym statystyki naszej internetowej wyszukiwarki warsztatów świadczą o tym, że klienci poszukują warsztatów z konkretnej sieci. Widać, że znak sieciowy stał się równocześnie znakiem jakości.

Znamy przypadki równoczesnego uczestnictwa warsztatu w kilku odrębnych sieciach warsztatowych, ale tu musimy doprecyzować dwa główne nurty tego zjawiska. W przypadku sieci tworzonych przez dystrybutorów, takich jak my, przynależność do kilku konkurencyjnych organizacji powinna być wykluczona. Inaczej traktujemy sieci tworzone przez producentów części, np. „Bosch Części i Diagnostyka” lub „Valeo Clim Service”, z którymi nasze struktury sieciowe pozostają w pełnej symbiozie.



**Przemysław Treliński**  
Kierownik działu  
technicznego  
**Magneti Marelli  
Checkstar**

## Decydują szkolenia i wsparcie techniczne

Przez wiele lat warsztaty niezależne były zachęcane w różnoraki sposób przez sieci dystrybutorskie oraz producentów do uczestnictwa w zorganizowanych sieciach warsztatowych. Najczęściej sprowadzało się to do przyznania rabatów na zakup części lub uczestnictwa w systemie bonusowym, umożliwiającym zbieranie punktów za wykonane obroty handlowe. Poza tym warsztat otrzymywał prostą

wizualizację w postaci plafonu i w minimalnym zakresie wsparcie reklamowe (np. lokalizator placówki na stronie internetowej). Ten sposób rozwoju sieci pozwalał na szybkie zwiększanie liczby zrzeszonych w niej uczestników. Po tak żywiołowej ekspansji i zwiększeniu liczby, ale nie jakości zrzeszonych podmiotów, większość właścicieli warsztatów doszła do wniosku, że systemy rabatowe i sam szyld to zbyt mało, aby przyciągnąć klienta, a wymaga wykonywania obrotu na warunkach ustalonych przez dystrybutora.

Dlatego, moim zdaniem, największe znaczenie dla niezależnych warsztatów ma w tej chwili wsparcie techniczne i szkolenia, które może zaoferować dana sieć warsztatowa. Pozwala to na ciągłe doskonalenie, a co za tym idzie – wzrost poziomu usług. Oczywiście wizualizacja, akcje promocyjne czy systemy bonusowe też uległy ewolucji i obecnie są znacznie bardziej rozbudowane niż kiedyś, co pozwala na skuteczniejszą reklamę wśród konsumentów.

Jeżeli chodzi o sieć warsztatową Magneti Marelli Checkstar, to kierunek rozwoju jest jasno określony. Z obecnych 25 warsztatów chcemy dojść w tym roku do 40-50 zrzeszonych.

Duży nacisk kładziemy przy tym na wsparcie techniczne. Dlatego po kilku latach przerwy uruchomiliśmy w zeszłym roku cykl szkoleń technicznych, którego program jest obecnie rozszerzany o kolejne tematy. W planach jest również uruchomienie 2. stopnia call center dla specyficznych problemów diagnostycznych. Pierwszy od wielu lat z powodzeniem działa wśród naszych klientów.

Członkom naszej sieci umożliwiamy przystąpienie do programu Everlink, dzięki któremu warsztat może stać się autoryzowanym punktem napraw fabrycznych nawigacji oraz radioodtwarzaczy Magneti Marelli, jak również innych marek nawigacji.

Jednym z kierunków dalszej integracji jest wymiana pomiędzy naszymi warsztatami informacji o problemach i napotkanych usterkach. Będzie można ją prowadzić za pomocą forum i specjalnej strefy na naszej stronie internetowej, której uruchomienie planowane jest na koniec lutego bieżącego roku.

Oprócz gotowych wzorów akcji marketingowych, które już dostarczamy warsztatom, planujemy w przyszłości uruchomić akcje promocyjne zakrojone na szerszą skalę. Myślę, że sieci przeznaczające duże nakłady na reklamę lub istniejące na rynku od wielu lat i oferujące warsztatom solidne wsparcie techniczne, stają się już coraz bardziej rozpoznawalne.

W naszej sieci obecność innych marek jest dozwolona. Staramy się jednak preferować te warsztaty, które identyfikują się wyłącznie z nami i zdecydowane są trwale związać się z marką Magneti Marelli. Każdy warsztat kandydujący do Magneti Marelli Checkstar musi przed podpisaniem umowy przejść krótki audyt, pozwalający ocenić, czy spełnia on nasze wymagania.



**Magdalena Wójcik-Klich**  
Opiekun rynku Polska  
**Continental  
Automotive Division  
Aftermarket**

## Wspomagamy indywidualny rozwój warsztatów

Właściciele warsztatów podejmujący decyzję o przystąpieniu do sieci liczą na szerszy i łatwiejszy dostęp do wiedzy technicznej, pozwalającej im na bezreklamacyjną naprawę pojazdów. Prestiż, podniesienie standardów obsługi, rozszerzenie portfolio oferowanych napraw i usług oraz zwiększone tym samym przychody i zyskowność – są bezpośrednimi przyczynami podjęcia decyzji o uczestnictwie w zorganizowanej sieci warsztatowej. Możliwość szkolenia kadry pracowniczej jest także istotnym czynnikiem.

Warsztaty, z którymi współpracujemy, nie tracą nic ze swojej niezależności: staramy się bowiem pełnić formę doradczo-informacyjną w kształtowaniu kierunku rozwoju firmy. W kwestii produktowej warsztaty otrzymują pełne wsparcie w po-

staci licznych szkoleń oraz stale dostępnej hotlinii z polskim doradcą technicznym.

Często otrzymuję telefony od właścicieli samochodów, którzy poszukują specjalistycznych warsztatów w związku ze źle funkcjonującym układem hamulcowym ich samochodu. Wówczas naturalnie kierujemy ich do Centrum Hamulcowego ATE działającego w ich najbliższej okolicy. W trakcie podróży miejsce naprawy często jest uzależnione od ubezpieczyciela, który rekomenduje placówkę ze swej listy.

Uczestnictwo warsztatu w kilku sieciach warsztatowych jest, moim zdaniem, naturalne i uzasadnione, jeśli wynika z chęci profesjonalnej specjalizacji w obsłudze wybranych systemów. Co złego może wynikać z faktu, iż np. w zakresie napraw układów hamulcowych warsztat uczestniczy w strukturze ATE Centrum Hamulcowe, obsługę klimatyzacji rozwija wraz z Hella Service, a w sprawach zawieszonych współpracuje z Sachs Service? Z uwagi na skomplikowanie systemów oraz nowinki technologiczne coraz trudniej wielomarkowym warsztatom świadczyć usługi napraw i serwisowania pojazdów. Specjalizacja jest dziś koniecznym wyborem każdego niezależnego warsztatu, aby móc obsługiwać klientów w sposób profesjonalny i nienaganny pod względem jakości usług.



**Robert Dzierżanowski**  
Kierownik  
ds. rozwoju koncepcji  
serwisowych  
**Bosch Car Service**

## Sieci mają przewagę przy pozyskiwaniu nowych klientów

Sieć Bosch Service bazuje na kompetencjach technicznych, innowacyjności i bogatej tradycji swego administratora – firmy Bosch. Organizowane przez nią szkolenia dla zrzeszonych warsztatów obejmują kilka modułów, a wśród nich takie, jak np.: jakość obsługi klienta, psychologia kontaktu z klientem w trudnych sytuacjach, zagadnienia benchmarkingu, czyli porównań z tzw. wzorcowym konkurentem. W razie potrzeby firma Bosch organizuje akcje doposażenia współpracujących z nią warsztatów w urządzenia diagnostyczne.

Dużą szansą dla dalszego rozwoju sieci jest rozporządzenie GVO, zgodnie z któ-

rym okresowe przeglądy objęte gwarancją podstawową można przeprowadzać również poza ASO. Poza tym sieć Bosch Service pozyskuje coraz większą rzeszę klientów flotowych, a europejskie i polskie doświadczenia dowodzą, że warsztaty zorganizowane w sieci mają przewagę nad całkowicie samodzielnymi w pozyskiwaniu nowych klientów.

Określenie sieć warsztatowa nie może sprowadzać się jedynie do jednakowego oznakowania i preferencyjnej polityki handlowej zarządcy w stosunku do zrzeszonych serwisów. Cały taki organizm zaczyna realnie działać dopiero wtedy, gdy jego członkowie czują się współodpowiedzialni za wspólne funkcjonowanie i reprezentują jednolitą postawę wobec klientów.

Wyniki badań rynku, a także codzienne kontakty z klientami indywidualnymi i instytucjonalnymi dowodzą, że sieć Bosch Service z racji powiązania z jedną z najbardziej znanych marek motoryzacyjnych na świecie oraz dzięki konsekwentnej wieloletniej polityce wizerunkowej i jakościowej osiągnęła znaczny wzrost popularności. Mamy też do czynienia z rosnącą liczbą kontaktów związanych z wieloma aspektami działalności Bosch Service, począwszy od zapytań o możliwości obsługi flot, wykorzystania szans wynikających z rozporządzenia MVBBER, poszukiwania dogodnych miejsc realizacji usługi itp. Ta popularność oznacza realne korzyści dla zrzeszonych warsztatów.

Współpraca Bosch Service z innymi sieciami możliwa jest wyłącznie za zgodą firmy Bosch i pod warunkiem, że przynależność do innej sieci nie pozostaje w sprzeczności z interesami handlowymi i wizerunkiem tej firmy.



**Witold Rogowski**  
Zastępca dyrektora  
handlowego  
ds. nowych projektów  
**Moto-Profil**

## Logo światowego koncernu

O przystępowaniu warsztatów do sieci TRW AutoService decyduje możliwość pracy pod logo znanego, ogólnoswiatowego koncernu. Mniej atrakcyjne są pod tym względem organizacje istniejące tylko w Polsce i opierają się wyłącznie na robieniu zaku-