

Już 17 lat z Boschem!



ZACZYNALIŚMY OD MYJNI SAMOCHODOWEJ, PÓŹNIEJ DOŁĄCZYLIŚMY TZW. SZYBKIE NAPRAWY (FILTRY, OLEJE) – MÓWIĄ AGNIESZKA I ARTUR WALCZAKOWIE, OD 2001 ROKU WŁAŚCICIELE BOSCH SERVICE WALCZAK W KAMIENIU POMORSKIM

Dlaczego zdecydowali się państwo na uczestnictwo w tej sieci?

Przystąpiliśmy do niej po dziewięciu latach indywidualnej działalności, ponieważ Bosch Service umożliwia rozwój firmy, doposażenie warsztatu oraz, co ważne, dostęp do szkoleń i wiedzy technicznej. Przed dołączeniem do sieci obejrzeliliśmy inne warsztaty do niej należące, skontaktowaliśmy się z centralą i podpisaliśmy list intencyjny, w którym określono warunki naszego przystąpienia.

Ułożyliśmy wtedy biznesplan na 2-3 lata. Wiedzieliśmy, że musimy iść do przodu, czyli spełniać wymagania, by uzyskiwać nowoczesną technologię. Przystąpienie do sieci to proces, który w naszym przypadku trwał dwa lata.

Zaczęliśmy dokupować wymagane wyposażenie i modernizować biuro obsługi klienta. Jeździliśmy na szkolenia i w 2001 roku otrzymaliśmy autoryzację Boscha. Dochodzenie do standardów tej marki trwało więc kilka lat. Z czasem rozbudowaliśmy obiekt, kilka razy modernizowaliśmy biuro obsługi klienta. Teraz planujemy dobudować stanowisko dla aut dostawczych.

Czy klienci zauważyli szyld Boscha i towarzyszące mu zmiany?

Tak, ponieważ był to czas przełomowy. Wzrosła wówczas jakość usług, ale musieliśmy też podnieść ceny. Zrobiliśmy dni otwarte na pobliskiej stacji paliw, pokazaliśmy nasze nowe urządzenia i inne

wprowadzone zmiany. W efekcie jednak nastąpił... zastój. Przez pół roku mieliśmy wahanie i wyhamowanie naszego rozwoju. Musieliśmy przyzwyczaić klientów do nowych cen i wyższej jakości usług. Udało się.

Każdy warsztat pozycjonuje klientów, których chce obsługiwać. Mając w tym czasie dobry sprzęt, można było podnieść cenę. Dziś w naszej okolicy jest około 30 warsztatów o różnym poziomie. W latach 90. mieliśmy inną specyfikę działalności niż teraz. Nasze usługi były sezonowe, świadczone głównie dla turystów, którzy przyjeżdżali nad morze na wypoczynek. W sezonie lipiec-sierpień zleceń było dużo, a poza nim znacznie mniej. Zależało nam, żeby tej sezonowości uniknąć. Udało się, od dwóch lat praca w warsztacie trwa cały rok. Mamy kampanie reklamowe ułożone odpowiednio do sezonowych prac serwisowych.

Kiedyś zdarzało się na przykład, że przyjeżdżali Polacy pracujący w Niemczech. Prosilili, żeby wykonać usługę i nie pytali o koszty. Dzisiaj nie wyobrażamy sobie, żeby przeprowadzić naprawę auta bez wstępnego kosztorysu.

Kto teraz jest głównym klientem Bosch Service Walczak?

Przeważają osoby z okolicy, ale w sezonie są też klienci z zagranicy (Niemcy, Skandynawia). Przyjeżdżają na wypoczynek, żeby naprawić auto, skorzystać z ciągle tańszych w Polsce usług medycznych

i zabiegów kosmetycznych. Mamy klientów posiadających tu własne apartamenty, wracających do nich na święta lub na wakacje. Nie mamy wielu klientów flotowych. Przyjeżdżają do nas również auta na gwarancji. Obsługujemy Grupę Volkswagena, Mercedesy, BMW. Dokonujemy wpisów do elektronicznej książki serwisowej Mercedesu i VW.

Co warsztatowi daje wsparcie Boscha?

Otrzymujemy od Boscha wzory reklam sezonowych i możemy je personalizować. Mamy też swoje reklamy. Na przykład współpraca z lokalnym radiem trwa przez cały rok. Dzięki temu, że na swojej drodze spotkaliśmy takich ludzi z Boscha, jak Ewa Peresada czy Arkadiusz Marciniak, mogliśmy naszą firmę wypromować i stworzyć odpowiedni przekaz. W 2006 roku uzyskaliśmy certyfikat ISO, jako jeden z pierwszych Bosch serwisów. Odpowiednio do tych norm stworzyliśmy system funkcjonowania warsztatu, zawierający szczegółowe wytyczne na temat zleceń i karty serwisowej. My, jako młody serwis, sami je tworzyliśmy. To były wspaniałe lata.

Kiedy ktoś zdecyduje się na przystąpienie do sieci, powinien przyjąć założony sposób działania. Ludzie w centrali wiedzą, w jakim kierunku powinniśmy się rozwijać. Jeśli jakieś rozwiązanie sprawdzono w innych warsztatach, to dlaczego nie mielibyśmy wdrożyć go u nas?

Bardzo dobrze pracuje nam się w sieci warsztatowej. Sieć nas nie ogranicza. Wprost przeciwnie: daje nowe możliwości nawet małemu warsztatowi, takiemu jak nasz na tzw. prowincji. Tkwiąc wyłącznie w lokalnej społeczności, nie mając kontaktu z nowościami, warsztat nie będzie się rozwijał, warto więc skorzystać ze sprawdzonych metod, jakie oferuje Bosch.

Jak oceniają państwo audyty i szkolenia prowadzone przez operatora sieci?

Doceniamy je, gdyż audytor odwiedzający nasz warsztat widzi to, czego my nie dostrzegamy. Uwagi te inspirują nas do wprowadzania zmian. Stosowane są trzy rodzaje audytów:



USŁUGOWA OFERTA REALIZOWANA JEST NA CZTERECH STANOWISKACH NAPRAWCZYCH



DO FIRMY BOSCH SERVICE WALCZAK NALEŻY TEŻ STACJA KONTROLI POJAZDÓW



BIURO OBSŁUGI KLIENTA BYŁO JUŻ PAROKROTNIENIE MODERNIZOWANE



WŁAŚCICIELE DBAJĄ TEŻ O TO, BY CZAS SPĘDZANY W SERWISIE UPŁYWAŁ KLIENTOM PRZYJEMNIE

- ▶ jakościowy – umawiany z audytorem zewnętrznym i składający się z wielu pytań,
- ▶ test tajemniczego klienta,
- ▶ niezapowiedziany test z audytorem, w którym analizowany jest przebieg wybranych napraw.

W zakresie tych testów Bosch podnosi poprzeczkę. W tym roku postawił na sprzęt i szkolenia, wcześniej – na wystrój, zlecenia i karty serwisowe.

Staramy się jak najwięcej korzystać ze szkoleń. Ich zakres się zmienia, chociaż niekiedy nazwa jest taka sama. Przy okazji szkoleń można też wymieniać się uwagami z innymi warsztatami sieciowymi.

Nauczyliśmy się tego, jak zmienić się podejście do klienta. Kiedyś uważano, że to klient dyktuje warunki. Teraz wiemy, że klient jest naszym partnerem. Jeśli ktoś

nie zauważy tej zmiany, zostanie w tyle. Uczymy się, jak mobilizować mechaników do pracy, jak wyliczyć prowizję. Zaczynamy od wyceny usługi – kiedyś tego nie robiliśmy. Korzystamy również ze szkoleń organizowanych przez dystrybutorów części.

Nie odczuwamy szczególnie silnej konkurencji na rynku lokalnym, ale się z nią liczymy. Nie czekamy na klientów, a terminarz napraw mamy wypełniony. Dostosowujemy się do rynku i ciągle modernizujemy. Nie wykluczamy wprowadzenia „bezpapierowej” obsługi klienta wykorzystującej tablety zamiast zleceń pisemnych, ale wprowadzimy ją wówczas, gdy system będzie sprawdzony i pewny.

Więcej informacji na temat autoryzacji Bosch na www.warsztatybosch.pl oraz Robert.Dzierzanowski@pl.bosch.com.

Tekst i zdjęcia: Ryszard Polit



LOGO GLOBALNEJ FIRMY ZACHĘCA RÓWNIEŻ ZAGRANICZNYCH KLIENTÓW



Firma powstała w 1992 roku, do sieci przystąpiła w 2001 r. Zatrudnia osiem osób, ma cztery stanowiska naprawcze i stację kontroli pojazdów.

Zeskanuj QR kod i zobacz film z serwisu Bosch Service Walczak ul. Rzemieślnicza 3, 72-400 Kamień Pomorski

Chcesz dowiedzieć się więcej o autoryzacji Bosch Service? Wypełnij formularz kontaktowy: <http://warsztatybosch.pl/FormularzKontaktowy>