

Автосервис года

Оксана ДЕМЧЕНКО

В сегменте независимых СТО сформировалась своя элита. Такие станции заметны на рынке, а их собственники – активные профессионалы своего дела, постоянно вовлеченные в поиск нового и улучшение практики, заинтересованные в клиенте. Потому фактически любой конкурс мастерства собирает знакомые СТО и знакомых людей. Конкурс от febi – не исключение.



Впервые за всю историю бренда febi он позволил дать комплексную оценку работе СТО, его механиков и консультантов

17 ноября в Москве состоялся финал всероссийского конкурса «Лучший автосервис febi 2016!». Партнерами выступили «Инжиниринговый центр SMART» (экспертная, техническая и организационная поддержка); «ТТС-Авто» (оборудование).

«Этот конкурс стал особенным. Впервые за всю историю бренда febi он позволил дать комплексную оценку работе СТО, его механиков и консультантов. На первом этапе – заочном – было уделено много внимания технологиям работ и роли механика. Организаторы разослали анкеты и сложные технические задания. Кроме того, мы совместно с техническими экспертами febi подготовили видеокейс «Замена цепи ГРМ», где было намеренно допущено три ошибки в технологии работ. Ошибки были коварные, сложные для выявления. Мы понимали, что такой кейс требует досконального знания технологии работ, владения специнструментом, умения пользоваться техдокументацией. Ну и не менее важно – способности изложить доводы внятно и логично. Победители первого тура как раз и

встретились в рамках финала», – отметил Павел Клюкин, руководитель ИЦ SMART.

Еще один партнер конкурса, не упомянутый прямо, – это, конечно, Колледж железнодорожного и городского транспорта, который предоставил свои помещения и возможности. «Для нас ценно это сотрудничество. Мы, пожалуй, единственный колледж Москвы, который готовит по специализации «Диагностика». Направление по техобслуживанию мы тоже берем в проработку в 2017 году. Работа с партнерами в автобизнесе для нас очень важная часть активности. Мы сотрудничаем с такими крупными компаниями, как «Бизнес-Кар», «Ауди Центр Север», «Рольф», «Иларавто». Мы не просто проводим подготовку людей, но стараемся дать им реальную практику и трудоустроить после завершения обучения, – отметил заведующий отделением по учебно-производственной работе (УПР) колледжа Игорь Ланцов. – Наш способ обучения – это 2/3 времени на практику. Так что наши выпускники востребованы рынком».

В финале конкурса за внушительный приз от febi – 750 тыс. руб. на приобретение оборудования для СТО – боролись 10 лучших СТО. И здесь на очном этапе команды собирались из двух участников – механика и консультанта, т. е. оценивались и технические, и коммуникационные навыки. Было организовано две зоны практики, предложено последовательно 10 заданий. Важный стресс-фактор – включенный секундомер.

Еще одна часть программы – тренинг для управленцев и собственников лучших СТО, который прошел параллельно техническому конкурсу. Он никак не оценивался и по сути стал дискуссионной площадкой и, пожалуй, интереснейшим событием финала. Свое видение бизнеса высказали все участники – ООО «Автосервис МЕХАНИК» (г. Вологда); FIT Service (г. Москва, г. Новосибирск); «БИГ-АВТО» (г. Тольятти); «ЯУЗА МОТОРС» (г. Москва); СТО «Дилижанс» (г. Санкт-Петербург); СТО «РемАвто» (Краснодарский край); Автосервис ABS-AUTO (г. Ставрополь); СТО «ОКТОПОС» (г. Обнинск); Технический центр «ВОЛИН» (р.п. Большие Вяземы, МО).

Хочется еще раз вернуться к сказанному ранее: в сегменте независимых СТО действительно есть своя элита. Это стабильные, давно работающие СТО, уверенно удерживающие лидерство в клиентском доверии на своих территориях. Их объединяет многое: умение ценить кадры, понимание важности доверия клиента и работы с «пожизненным» клиентом, готовность вкладываться в обучение и инновации.

Три лидера мнений в дискуссии, СТО «Дилижанс», ТЦ «ВОЛИН», СТО «ОКТОПОС» – много говорили о бизнесе с человеческим лицом. О том, что огульная ориентация насиюминутную прибыль – это отказ от потребностей и ценностей «своего» клиента.

Прибыль – часть того целого, что интересует собственников в формате независимого бизнеса СТО. Дурно воспринимались попытки определить прибыль и эффективность бизнеса механистически через поток клиентов и тем более средний чек. Так же неоднозначно собственники СТО отнеслись к предложенной бизнес-консультантом теме выгоды работы с почти новым автопарком или сегментом «премиум».

«Делать фокусом СТО «премиалку» неинтересно и малоэффективно. Мы приветствуем клиента, который ценит автомобиль и соответственно ценит услугу, которую мы оказываем» – «ОКТОПОС».

«Сервис – это производство. Надо понимать его, уяснять важность в т. ч. потока и загрузки. Даже «плохой» клиент нужен, особенно большому центру. Но это не умаляет важности понимания того, кто именно «наш» клиент, и чего он от нас ждет» – «ВОЛИН».

«Нет смысла делать оперативный KPI из среднего чека. Здесь и сейчас взять с клиента максимум – это дилерский подход. Для независимой СТО важнее долгосрочные отношения с клиентом. Не зря наш девиз – не ремонтировать автомобиль, а решать проблему клиента» – «Дилижанс».

Первое место по итогам финала получил автоцентр «Дилижанс», второе с отставанием всего то в один балл – ТЦ «ВОЛИН», третье – тольятинский «БИГ-АВТО».

«Мы видим не только в РФ ситуацию, когда независимый сегмент сервисного рынка оказывается под двойным давлением. И весомая его доля создается дистрибьюторами автобрендов, которые прилагают немалые усилия, чтобы произвести такую картину: независимый рынок – грязный, опасный и не заслуживающий доверия. Так они влияют на клиента, нацеливая его «в ворота» дилерского центра. Для нас важно сломать этот ложный образ. Через реальные яркие примеры – вот как этот конкурс, для нас он первый и уникальный – показать, что на независимом рынке есть автоцентры, достойные полного доверия. Что здесь владеют технологиями ремонта, обладают современным оборудованием и квалифицированным персоналом.

Независимый рынок автозапчастей – это важнейшая часть большого сервисного мира. Если он станет менее насыщенным и потеряет позиции, в конечном счете клиент окажется проигравшим и понесет самые тяжелые потери. Я говорю о формировании справедливых цен, о добросовестной конкуренции, о том, что клиент всегда должен иметь рациональную альтернативу, – отметил Йорг Хергл, директор по продажам в Восточной Европе Ferdinand Bilstein (febi). – Активно заявляя о себе на рынке России, мы связываем с ним свои планы на будущее. Мы видим в рынке автоцентры, обладающие всем необходимым набором ресурсов, чтобы дать клиенту услугу достойного качества. Со своей стороны мы готовы предложить запчасти и поддержку, которые необходимы. Для этого важно слушать практиков рынка и следовать их запросам, что мы, в том числе, и делаем, напрямую общаясь в рамках этого конкурса с собственниками лучших СТО». ■

В финале конкурса за внушительный приз от febi – 750 тыс. руб. на приобретение оборудования для СТО – боролись 10 лучших СТО

Еще одна часть программы – тренинг для управленцев и собственников лучших СТО, который прошел параллельно техническому конкурсу

Независимый рынок автозапчастей – это важнейшая часть большого сервисного мира. Если он станет менее насыщенным и потеряет позиции, в конечном счете клиент окажется проигравшим и понесет самые тяжелые потери