

# Кто зарабатывает в автосервисе?

Владелец каждого независимого автосервиса считает, что именно он контролирует финансы. Так ли это, или доходами его компании управляет кто-то другой? Профессиональный взгляд со стороны способен выявить ряд «нюансов», которые годами препятствуют росту бизнеса. Эти открытия могут стать для собственника обидными и обескураживающими, но только перестав закрывать глаза на проблемы, можно вырваться из болота кризиса.



**Независимый взгляд и простые рекомендации от консультанта и инжинирингового центра SMART Павла Клюкина**

## Условия

Учебный центр получил заказ на экспресс-диагностику автосервиса: 6 постов, мультибренд, 740 кв. м, выручка 1,9 млн руб./мес. (услуги и запасные части). Владельцу стало интересно, найдём ли мы проблемные места в бизнесе работающем, как часы - на его взгляд. Сказано сделано. Кейс стартует.

## Процесс проверки

Записываюсь в сервис заранее, за два дня. Жду «напоми-

налку». За день тишина, за час тишина... Ладно, бывает, работы много.

Обстоятельства складываются так, что приезжаю раньше назначенного. Захожу, вижу четырёх (!) человека за стойкой ресепшн. Подхожу. На большой плязме напротив ресепшн идёт боевик, за развитием сюжета которого они увлечённо следят. Поздороваться забыли я, клиент, своим «Добрый день!» мешаю им смотреть кино...

Оторвавшись, наконец, от экрана и вникнув в вопрос (планирую провести диагностику

своей Kia Rio II 2006 года, стучит подвеска), мастер-консультант, человек лет 25, отвечает, что сейчас принять авто не могут все заняты.

Захожу в ремзону: три подъёмника пустые, ещё на трёх висят авто. Признаков бурной деятельности не наблюдается. Механики в дальнем углу возле компьютера, обсуждают игру или что-то подобное.

Что бы сделал на моём месте любой клиент? Развернуться и уехать единственно правильное решение. Но я на работе!

Принимать автомобиль по-прежнему отказываются, просят подождать, точнее, начинают меня игнорировать. Очевидно, что мастеру-консультанту, который со мной работает, не интересен ни я как клиент, ни директор сервиса с его фантазиями об идеально отстроенных бизнес-процессах. Улыбаюсь, иду гулять. Возвращаюсь в положенное время. И отслеживаю процессы:

- оформление 35 минут;
- «Мыть не будем»;
- «Давайте ключи».

Вежливо объясняю: «Я у вас первый раз, поэтому не могли бы Вы предоставить заполненный заказ-наряд?» Мастер-консультант протягивает подписанную бумагу, где не отмечены повреждения (мы даже к авто не ходили). С радостью подписываю, отдаю ключи. Поняли, почему с радостью? А он понял, только когда увидел авто.

## Краткое содержание последующего диалога.

– У Вас бампер разбит!

– Не может быть, в акте не отмечено. Когда я отдавал ключи, всё было нормально. (Показываю ему его же подпись в заказ-наряде.)

– И ещё крыло оцарапано...  
(Начинает понимать, что «влип».)

– Предлагаю осмотреть авто после работ, там и посчитаем, что и на какую сумму Вы сломали.

– Нет, я позову свидетелей! собирается бежать за мастерами в цех.

– Давайте я Вас сфотографирую на фоне моей машины, предлагаю я. Только так, чтобы все поломки видны были. А Вы потом сравните с фотографиями до момента передачи ключей...

К разговору подключаются коллеги консультанта. Наотрез отказавшись давать телефон директора, они на повышенных тонах доказывают свою правоту. В перепалке я теряю ещё порядка получаса и начинаю сомневаться, займётся ли сегодня вообще кто-нибудь диагностикой моего авто. Тем не менее, этот радостный миг настает.

Автомеханик проводит осмотр долго. Как «дотошный клиент» я подливаю масла в огонь, прося, помимо указанного, ещё посмотреть то, проверить это. Он не возражает. Хороший механик, пытается сделать «как лучше»... В результате проверено всё, что только бывает, не спеша, с остановками на советы и комментарии по теме. Вместо стандартных 15 минут трижды по столько.

Где в это время ходит и чем занимается мастер-консультант, неизвестно. Почему он не сказал механику, что следует делать? Почему не остановил, когда тот перешёл к бесплатным работам? Ведь всё тоже самое можно предложить мне за деньги и рассчитать позже как рекомендации: так, чтобы у меня не было шанса отказаться. То есть подготовить мой сле-

**Мастер-консультант должен выявлять потребности клиента и при этом постоянно помнить: есть предел, когда помощь и забота перерастают во вторжение в личное пространство клиента, в навязчивость. Умение оставаться в поле комфорта для клиента – это одна из основ общения на приёме.**

дующий визит. Ничего этого не сделано. Про доброжелательность, поддержание контакта, презентацию услуг компании, вовлечение и превращение меня из случайного посетителя в приверженца – молчу.

## Экспресс-итоги

В общей сложности я провёл в сервисе три часа. При этом фактическая выручка для СТО составила 850 рублей (диагностика). Дороже, чем везде, наченка за бренд. Но в пересчёте на время, которое работники сервиса «занимались» исключительно мной, практически даром.

Итог по потенциальным убыткам: 30 000 рублей за один неправильно заполненный бланк (клиент с лёгкостью отсудит покраску) и ещё как минимум 4 500 рублей за сверхнормативную работу механика (1500 руб./нормо-час). Это не считая запчастей и ремонта, за которые я заплатил бы в следующий раз. И репутации, конечно, достаточно «слить» негатив в сеть.

Общая оценка работы сервиса: 17 из 20 пунктов по чек-листву не соответствуют стандартам. Явно нарушены бизнес-процессы. Коммуникация с клиентом далека от эффективной. Поведение сотрудников ничем не регламентировано.

## Выводы и мысли

А теперь признаем, положа руку на сердце: вышеописанное – не особенная, а самая что ни на есть типичная история. Каж-

дый день тысячи мастеров-консультантов по всей стране решают, заработать вам сегодня или нет. Вы, как владелец бизнеса, в свою очередь решаете, устраивает вас такая ситуация или нет.

Простой совет: чтобы найти слабые места в своем сервисе, посмотрите на него глазами клиентов. Составьте анкету из 15-20 наиболее важных вопросов, проведите обзвон по клиентской базе. Пригласите людей поучаствовать в акции: за заполнение анкеты скидка 20% на работы. Если желающих окажется слишком много, распределите их по месяцам. Пусть люди расскажут о впечатлениях: как заехали, что увидели, как их встретили, как отремонтировали, что понравилось, что нет и т. п.

Эту работу можно поручить профиSSIONАЛАМ. Они возьмут на себя рутинные процедуры: разработают анкету, обзвонят клиентов или же проведут контрольный заезд по технологии «Тайный покупатель». Быстрее и дешевле, чем вы могли подумать. Но главный плюс от привлечения независимых консультантов в том, что результаты оценки не останутся набором цифр, а будут превращены в конкретный план развития.

За 3-4 месяца выручка сервиса после «работы над ошибками» увеличивается на 38% без вложений – это статистика по итогам нашей работы.

Управляйте своим бизнесом и находите новые решения!