

Mają ambicje, by stać się liderem regionu

Członkostwo w sieci Bosch Car Service dla kompleksowej obsługi

Auto Serwis DAP w Pabianicach to warsztat samochodowy z dużym doświadczeniem. Właściciele otwierali go, gdy w Fabryce Samochodów Małolitrażowych w Bielsku-Białej jeszcze przez rok produkowano syreny. 35 lat na rynku to z pewnością dowód wysokiej jakości usług, sprawnego zarządzania i wycucia rynku.

Zakres usług? Łatwiej powiedzieć, czego tutaj zrobić nie można. Bo można niemal wszystko. Jest kompleksowy serwis mechaniczny pojazdowej, warsztat blacharsko-lakierniczy, serwis wulkanizacyjny z magazynem opon, myjnia z kosmetyką aut. Serwis ma nawet lawetę, nie zabrakło też samochodów zastępczych dla klientów. A tych nie brakuje – brakuje raczej czasu. Oczekiwanie na przyjęcie samochodu „na warsztat” trwa trzy dni.

W maju tego roku pabianicki DAP stał się członkiem sieci Bosch Car Service, niejako w ramach prezentu na 35. urodziny. Co sprawia, że niezależny serwis, który radzi sobie lepiej niż dobrze, chce stać się członkiem dużej sieci? Stosować się do zewnętrznych wymagań? Ponościć opłatę franczyzową?

„...cie sieć niezależnych warsztatów. Bosch też uwierzył w naszą historię i plan stworzenia serwisu, którego domeną będzie kompleksowość usług w standardzie autoryzowanych serwisów – opowiada Tomasz Payerhin.

Przy obsłudze najnowszych samochodów ważna jest też możliwość wykonywania przeglądów okresowych w czasie trwania gwarancji pojazdu (zgodnie z GVO). Współpraca z Boschem pozwoliła uzyskać autoryzację do takich przeglądów. Mogą je wykonywać wszystkie serwisy zrzeszone w tej sieci.

Tomasz Payerhin podkreśla wagę dobrej diagnostyki w codziennej pracy.

– Dobra diagnoza ułatwia pracę nam wszystkim, a przede wszystkim skraca okres unieruchomienia pojazdu, zmniejsza



Auto Serwis DAP to warsztat z tradycjami. 35 lat na rynku to z pewnością dowód wysokiej jakości usług, sprawnego zarządzania, czucia rynku

niach – mechanicy w technicznych, panie z biura obsługi klienta z umiejętności miękkich. Oba konkretne, merytoryczne, przydatne. Jedyne uwagi załogi dotyczyły faktu, że Bosch ma tylko jedno w kraju centrum szkoleniowe dla pracowników warsztatu. Inaczej jeździliby na szkolenia częściej. Pomoc w rozwoju pracowników to, jak podkreśla Tomasz Payerhin, ważne wsparcie. Pra-

z Wiednia, którzy przejeżdżając przez centralną Polskę, potrzebowali pomocy serwisu. Znali europejską sieć Boscha, więc dla nich było naturalne, że u nas znajdą pomoc na odpowiednim poziomie. Nie zawiedli się. Pojawiają się też nowi klienci z Łodzi czy Pabianic, zainteresowani różnymi usługami, którzy nasz serwis znali wcześniej, ale teraz jakby bardziej zaufali. Ta marka daje poczucie bezpieczeństwa i gwarancję jakości dla klientów.

Podkreśla też, że częściej niż wcześniej przyjeżdżają auta na oględziny przed transakcją kupna/sprzedaży.

– Marka Bosch daje nam taką legitymację obiektywizmu. Kompleksowo ocenimy stan faktyczny, wskażemy zagrożenia dla klienta, skonfrontujemy to z opinią sprzedającego – opowiada.

Większa niż wcześniej liczba klientów zwiększa przychód. A to pozwala nie podnosić cen usług i wciąż być konkurencyjnym na rynku. Stawka za roboczogodzinę w wysokości 120 złotych netto pozostała bez zmian.

Zarządzający serwisem zwracają też uwagę na możliwości reklamowe, jakie daje członkostwo w Bosch.

– Mamy spersonalizowaną dla naszego warsztatu, świetnie wyposażoną stronę internetową, którą możemy samodzielnie zarządzać. Monitorując ruch w internecie, widzimy, że klienci szukają serwisów Boscha. Co więcej, możemy korzystać z takich atrakcji jak bannery czy pylony. Postawienie dużego balonu Boscha na lokalnych imprezach w mieście zwraca uwagę klientów. O zaletach ogólnopolskich reklam marki Bosch nie muszą chyba wspominać – wymienia menedżer.

Warto podkreślić, że już od lat warsztat prowadzi samodzielnie bardzo sprawną kampanię wizerunkową w regionie. W jednej z tutejszych galerii handlowych znajduje się punkt serwisu, w którym można umówić się na wizytę w warsztacie.

– Naszym celem jest taka współpraca z klientami, w której przyjeżdżają oni do nas nie w momencie problemu z autem. Chcemy pomóc tych problemów uniknąć. To do-



Tomasz Payerhin, menedżer serwisu

bre podejście do klienta, którego uczy nas także Bosch, jest bardzo ważne – dodaje zarządca serwisu.

Jednym z działań w odpowiedzi na zapotrzebowanie klientów jest możliwość zapłaty za usługę w korzystnych ratach bez odsetek.

– Nawet jeżeli klient nie decyduje się na naprawę, wyjeżdża od nas z pełną informacją o stanie samochodu – mówi T. Payerhin.

Hybrydy – konik menedżera

Tomasz Payerhin nie ukrywa, że ze współpracą z Boschem wiąże też plany związane z obsługą samochodów hybrydowych i elektrycznych.

– To jest nasz cel. Chcemy stać się tutaj, w regionie liderem w obsłudze aut z napędem hybrydowym. Nie będzie to możliwe bez wsparcia technicznego, dostępu do najnowszych informacji, najnowszego sprzętu. Bardzo liczymy tu na dobrą współpracę z Boschem – mówi.

To z pewnością dobry kierunek, bo o ile przed laty napęd hybrydowy był montowany tylko w samochodach droższych, z wyższej półki, o tyle teraz takie rozwiązania pojawiają się w segmencie aut kompaktowych. A więc są coraz bardziej dostępne dla Kowalskiego.

– Są przecież Toyoty Yaris z napędem hybrydowym. Ford, Hyundai mocno w to weszły. Ważna jest też świadomość klientów, którzy aut używają zwykle w mieście. Krótkie trasy to niedograne silniki, wyższe spalanie, zapchane filtry DPF. Klienci szukają alternatywy. Hybryda nią jest – podkreśla.

Inny plan na przyszłość jest już niemal na etapie realizacji. Serwis zostanie powiększony o kolejną halę warsztatową, która pomieści duże samochody ciężarowe.

– Chcemy ją uruchomić do końca roku. Oczywiście wszystko w ramach naszej wizji, którą określa jedno słowo: kompleksowość – kończy Tomasz Payerhin.



Hala warsztatowa to cztery stanowiska z podnośnikami, dwa płaskie, strefa przygotowawcza, komora lakiernicza. Każde auto po naprawie trafia do myjni

Kompleksowa oferta

– Ostatnie lata to czas dużych zmian w naszym serwisie. Zmiana właściciela (wszystko zostało w rodzinie), doposażenie warsztatu związane z środkami unijnymi, a przede wszystkim decyzją o poszukiwaniu dużego partnera, który pozwoli nam jeszcze bardziej rozwinąć koncepcję serwisu – opowiada Tomasz Payerhin, menedżer DAP. – Bo taki mamy pomysł na ten serwis. Chcemy oferować maksymalnie szeroki zakres usług, aby klient nie szukał rozwiązań swojego problemu w kilku miejscach. Przy czym naszym klientem jest i pozostanie zarówno prywatny właściciel samochodu, jak i klient flotowy.

Obsługa klienta flotowego to w podlódzkich Pabianicach ważna część działalności wielu usługodawców. W mieście nie brakuje dużych przedsiębiorstw. Jednym z nich jest działający w branży farmaceutycznej Aflofarm. Flota firmy to m.in. trzysta samochodów osobowych, którymi po całej Polsce jeżdżą przedstawiciele handlowi.

– Z serwisem DAP współpracujemy od lat – opowiada Szczepan Cywiński, specjalista ds. floty samochodowej w firmie Aflofarm. – Jesteśmy zadowoleni. Ważne jest to, że mamy dobre usługi w bliskim sąsiedztwie. Nie musimy jeździć do Łodzi. Robimy tu wszelkie przeglądy, mechaniczne naprawy pogwarancyjne czy naprawy po szkodach komunikacyjnych.

Firmy często odświeżają floty, kupując nowe auta. Coraz lepszymi samochodami jeżdżą też klienci indywidualni.

– Potrzebowaliśmy solidnego, wiarygodnego partnera, który będzie nam w stanie dostarczyć też wiedzę techniczną czy instrukcje serwisowe związane z najnowocześniejszą motoryzacją. Wybraliśmy Boscha, który jest bardzo rozpoznawalny, a przy okazji zbudował największą na świe-

koszty klienta, a nam zwalnia stanowisko – stwierdza. Podkreśla, że Bosch na etapie zawierania współpracy zasugerował wymianę urządzeń diagnostycznych w serwisie. Teraz mechanicy korzystają z boschowskiego KTS-a, zakupionego przez serwis razem z diagnostyką.

– To była dobra sugestia – podsumowuje.

Praktycznym rozwiązaniem okazało się także oprogramowanie ESI, które pozwala

cownicy, którzy są wysłani na szkolenia, widzą zaangażowanie pracodawcy, a przez to chcą pracować w tej firmie i są bardzo lojalni.

– Wraz z członkostwem w sieci przyszli do nas nowi klienci – wymienia kolejne zauważone zmiany T. Payerhin. – Przynależność do Boscha ma duże znaczenie dla klientów flotowych, gdzie firma działa na terenie całego kraju. Floty korzystają więc z gwarancji sieciowej. Mieliśmy też klientó-



W biurze obsługi klienta pracują dwie osoby. Przyjmują zlecenia, umawiają wizyty, szacują koszty napraw

m.in. oszacować czas pracy czy dobrać odpowiednie części.

– Duża oszczędność czasu – podkreśla menedżer, zaznaczając, że spełnienie wymagań stawianych przez Boscha nie było dla tego serwisu większym problemem. Poza wymianą diagnostyki pracownicy serwisu musieli zadbać jedynie o lepsze oznakowanie punktu.

Kilka miesięcy doświadczeń

Mimo że serwis dołączył do sieci Bosch w maju, już po tych kilku miesiącach menedżer serwisu wskazuje konkretne korzyści. Pracownicy brali już udział w kilku szkole-



W warsztacie pracuje czterech mechaników samochodowych, jeden praktykant, blacharz i lakiernik