



9/2018

Prosta metoda, która miło zaskoczy klienta warsztatu

Coraz częściej klienci warsztatów niezależnych oczekują standardów znanych im z autoryzowanych stacji obsługi. Oczywiście w branży napraw bardzo ważne są takie czynniki jak jakość oferowanych usług, ich cena czy terminowość. Gdy już te wszystkie są spełnione, warto zastanowić się nad zastosowaniem w warsztacie prostych technik marketingowych, które z powodzeniem sprawdzają się w ASO.

Jednym ze sposobów, który jednocześnie zwiększa zyski warsztatu i zadowolenie klienta jest cross-selling, czyli oferowanie sprzedaży dodatkowych usług lub produktów.

Jeśli nie jest to działanie zupełnie przypadkowe, lecz robione z wyczuciem, to klient z pewnością je doceni i nawet jeśli nie skorzysta z oferty, to uzna, że nasz warsztat szczególnie przykłada wagę do profesjonalnej obsługi klienta.

Przykład zastosowania cross-sellingu w warsztacie

Jak się do tego zabrać? Dobrą praktyką w warsztatach jest robienie tak zwanej checklisty podstawowych czynności serwisowych pojazdu. Podczas serwisowania samochodu w warsztacie poświęcamy dodatkową chwilę, aby sprawdzić takie elementy jak oświetlenie, ciśnienie w oponach czy np. stan wycieraczek.

Jeśli znajdziemy potencjalny element, który wymaga wymiany - np. wycieraczki - informujemy o tym klienta i oferujemy mu gotowe rozwiązanie, czyli produkt i usługę.

Przypomnij klientowi o produktach lub usługach, o których zapomniał, ale mogą mu się przydać

Wycieraczki są szczególnie dobrym produktem do wykorzystania techniki cross-sellingu w warsztacie. Ich wymiana to czynność na tyle prosta, że mało kto specjalnie wybiera się w tym celu do warsztatu, a na tyle skomplikowana, że kierowcy często odkładają ją na później. Wszystko dlatego, że nie pamiętają jaki jest dokładny rozmiar używanych wycieraczek, czy też nie są pewni jaki dokładnie rodzaj mocowania jest zastosowany w ich samochodzie.

Jeśli w odpowiednim momencie przedstawimy rozwiązanie problemu - jest duża szansa, że klient chętnie skorzysta z oferty, żeby łatwo pozbyć się uciążliwego efektu zamazanej szyby podczas deszczu.



Wystarczy kilkanaście rozmiarów wycieraczek

W obecnych czasach wystarczy posiadać zaledwie 12 długości wycieraczek, aby móc zaferować produkt pasujący do ponad 90% samochodów poruszających się po drogach.

Niedawno firma Valeo udoskonaliła dotychczasową gamę płaskich wycieraczek Valeo FIRST Multiconnection w taki sposób, że zaledwie 12 numerów katalogowych wystarczy, aby idealnie dopasować je do niemal wszystkich samochodów. Jak to możliwe?

Valeo udało się wyprzedzić konkurencję w tym aspekcie, dzięki wprowadzeniu dwóch zmian.

Po pierwsze, wprowadzona została nowa referencja wycieraczki w rozmiarze 750 mm, która znajduje zastosowanie w samochodach z większą przednią szybą, takich jak na przykład Citroen C4, Ford S-Max czy Peugeot 3008.

Po drugie, do każdej płaskiej wycieraczki Valeo FIRST Multiconnection dołączone są jedynie trzy adaptory, które umożliwiają ich łatwy montaż na wielu różnych rodzajach ramion wycieraczek. Zmodyfikowano dotychczasowe rozwiązanie, dzięki któremu możliwe jest łatwe zamontowanie wycieraczek Valeo FIRST na kolejnych dwóch typach ramion wycieraczek, stosowanych w samochodach koncernów Volkswagen oraz BMW (np. w takich modelach aut jak Audi A1 od rocznika 2010, Skoda Octavia III, czy BMW X1 wyprodukowane po 2015).

Płaskie wycieraczki Valeo FIRST Multiconnection, bez obaw mogą być oferowane klientom, ponieważ charakteryzują się dużą skutecznością i komfortem użytkowania. Zastosowano w nich między innymi technologię kontroli przepływu powietrza 3D, wynikającą z innowacyjnego kształtu spoileru PYRAMID. Gumowe pióra wycieraczek zawierają specjalną mieszankę obrabianego kauczuku, dzięki któremu został zoptymalizowany proces zbierania wody z szyby samochodowej. Wycieraczki posiadają wewnętrzny także metalowy rdzeń, który zapewnia prawidłowy docisk na całej powierzchni oczyszczanego obszaru szyby.

Oferta cross-sellingu zda egzamin tylko wówczas, jeżeli warsztat będzie ją miał dostępną „od ręki”. Zazwyczaj klient nie będzie chciał czekać na wymianę elementu, który nie jest związany z mobilnością jego pojazdu. Brak żarówki oświetlenia przeciwmgielnego czy sprawnej wycieraczki ma małe dla niego znaczenie w piękny, słoneczny dzień. Jednak w deszczowy jesienny wieczór zdecyduje się na taki zakup dużo chętniej. Nakłady warsztatu nie muszą być duże, stosując rozwiązania w stylu Valeo First multiconnection, a w krótkim czasie mogą się przełożyć na większe obroty oraz wzrost zadowolenia klientów.

Oczekiwania właścicieli samochodów wobec warsztatu stale się zmieniają. Badania pokazują, że klienci coraz więcej uwagi przykładają do takich aspektów jak oszczędność czasu i wygoda. Niezależne warsztaty, chcąc skutecznie konkurować z autoryzowanymi serwisami, muszą zatem przykładać także coraz większą wagę do poziomu obsługi klienta.