

Na początku było trudno...



MIROSŁAW MACIEJEWSKI
– WŁAŚCICIEL WARSZTATU BOSCH SERVICE MACIEJEWSKI
W GRUSZCZYNIE POD POZNANIEM – MA DZIŚ POCZUCIE
PRZYNALEŻNOŚCI DO ELITARNEJ SIECI, ZAPEWNIĄCEJ
SWYM CZŁONKOM POMYŚLNĄ PRZYSZŁOŚĆ

Kiedy i dlaczego przystąpił pan do tej sieci?

Mieliśmy z żoną taki zamiar już w latach 90., czyli na początku naszej warsztatowej działalności. Wtedy jednak trudno było nam spełnić stawiane w związku z tym wysokie wymagania. Obsługiwaliśmy wówczas niewiele samochodów i nie widzieliśmy szans pozyskania dodatkowych klientów. Prowadzimy warsztat w małej miejscowości, w której jest stosunkowo mało właścicieli samochodów. Przeżyliśmy chwile zniechęcenia, ale szukając możliwości rozwoju, przystąpiliśmy do innej sieci warsztatowej. Nie spełniła ona jednak naszych oczekiwań.

Dopiero w 2004 roku otrzymałem propozycję przystąpienia do sieci Bosch Car Service i, oczywiście, chętnie z niej skorzystałem. Marka Bosch jest znana i rozpoznawalna. Każdy klient trafiający

do Bosch Car Service może być pewny ustandaryzowanej i profesjonalnej obsługi, a to przyciąga klientów.

Kiedyś samochody naprawiało się łatwiej, bo były mniej skomplikowane, lecz trudniejszy był dostęp do części zamiennych i procedur napraw. W tej chwili nie ma z tym problemu, ale w naszej okolicy funkcjonuje kilkadziesiąt warsztatów, z którymi musimy konkurować.

Jak w tym pomaga przynależność do sieci Boscha?

Wcześniej, jako niezależny warsztat, działałem sam – przyjmowałem samochody, nadzorowałem pracę mechaników, wypisywałem rachunki. Po przystąpieniu do Bosch Car Service pojechałem na szkolenie z zakresu obsługi klienta. Jeszcze wtedy niepotrzebna wydawała mi się biurokracja związana z przyjęciem auta



BIURO OBSŁUGI KLIENTA TO BARDZO WAŻNY ELEMENT WARSZTATOWEJ DZIAŁALNOŚCI

do naprawy. Dzisiaj nie wyobrażam sobie działania warsztatu bez biura obsługi klienta. To ważny człon całego warsztatowego biznesu. Profesjonalne przyjęcie klienta decyduje w 80-90% o jego zadowoleniu. Wielu klientów przechodzi do nas z serwisów autoryzowanych, gdyż standard obsługi i fachowość naprawy nierzadko, moim zdaniem, nie różnią, a przy tym u nas jest taniej.

Trudno wam było spełnić wymagania Bosch Car Service?

Na początku było trudno. Musieliśmy stworzyć biuro obsługi klienta, wdrożyć standardy obowiązujące w sieci, zakupić nowe urządzenia do serwisu, a to wiąże się z kwestiami finansowymi. Przed przystąpieniem do sieci mieliśmy mniejszy obiekt, ale nasz warsztat pod znakiem Bosch Car Service szybko stał się znany i rozpoznawalny. Zaczęło przyjeżdżać więcej samochodów. W związku z tym

musieliśmy zwiększyć liczbę stanowisk obsługowych, dokupić urządzenia. Najpierw rozbudowaliśmy biuro obsługi klienta, potem uruchomiliśmy stację kontroli pojazdów. Staraliśmy się, zgodnie z sugestiami Boscha, obsługiwać klienta kompleksowo, łącznie z myciem samochodu.

Zakupiliśmy urządzenie EPS 200 i stworzyliśmy laboratorium do testowania urządzeń wtryskowych. Zajęliśmy się także wymianą ogumienia.

Naprawiamy pojazdy wszystkich marek, ale jest wśród nich sporo samochodów BMW. Dlatego zakupiliśmy firmowy tester diagnostyczny tego producenta z oryginalnym oprogramowaniem i wykonujemy obsługę gwarancyjną według standardów BMW z wpisem do elektronicznej książki serwisowej. Takiego wpisu dokonujemy też w przypadku samochodów marek Audi i Grupy VW. Planujemy również uruchomienie usługowej myjni.

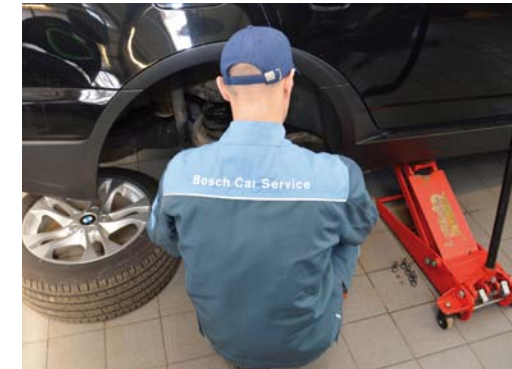
Jak Bosch Car Service kontroluje usługi świadczone w sieci?

Mieliśmy już dwa audyty. Nie trzeba się ich obawiać. Dzięki nim można uporządkować dokumentację, wprowadzić ład i porządek na następne lata w funkcjonowaniu serwisu i biura. Audytor kontroluje wszystko – przyjęcia klienta, wyposażenie, udział w szkoleniach, a także działania marketingowe. Zakres kontroli określa operator sieci. Są one przeprowadzane co trzy lata.

Przeszliśmy również dwukrotnie „test tajemniczego klienta” i dwukrotnie zdobyliśmy statuetkę za profesjonalną obsługę. W 2015 roku otrzymaliśmy też nagrodę za zajęcie drugiego miejsca w kategorii najlepszy warsztat roku w konkursie „Bezpieczny warsztat” organizowanym przez SDCM.

Czy korzystacie ze wspólnej, sieciowej reklamy?

Korzystamy z wzorów banerów internetowych i spotów reklamowych przygotowywanych przez operatora sieci, ponieważ samodzielna produkcja takich reklam byłaby dla nas kłopotliwa. Pomoc marketingowe są bonusem dla warsztatów należących do sieci. Organizowane przez Boscha ogólnopolskie akcje



ZGODNIE Z ZASADAMI BOSCHA RÓWNIEŻ WARSZTAT W GRUSZCZYNIE STARA SIĘ OBSŁUGIWAĆ KLIENTÓW KOMPLEKSOWO, WEDŁUG WYSOKICH STANDARDÓW JAKOŚCI I BEZPIECZEŃSTWA

marketingowe, emitowane w telewizji i radiu, dają nam przewagę nad innymi warsztatami.

Dołączamy się do tych akcji, organizując reklamę na naszym regionalnym rynku. Reklamujemy się w telewizji swarzędzkiej, także w miejskich autobusach.

Jakie inne realne korzyści daje warsztatowi obecność w sieci?

Z perspektywy czasu uważam, że przystąpienie do sieci Bosch Car Service jest moim osobistym sukcesem. Pamiętam moment, gdy pięć lat temu przebudowaliśmy warsztat. Zostały tylko dwie ściany bez dachu, a my musieliśmy naprawiać samochody zgodnie z wysokimi standardami jakości i bezpieczeństwa.

Za to teraz nasza firma prezentuje się zupełnie inaczej, bardziej nowoczesnie.

Uważam, że każdy warsztat, który chce się rozwijać, nie może działać samotnie. Musi należeć do jakiejś organizacji, w której istnieje wspólna strategia, wspólne procedury. Jest także miejsce i czas na wymianę doświadczeń między warsztatami. Poza tym warto przystąpić do takiej sieci, która ma wizję rozwoju. Nie wyobrażam sobie przynależności do sieci biernej, która oczekuje wyłącznie sprzedaży dystrybuowanych przez nią części. Dlatego należę do sieci, która ma wyznaczone cele i w której mogę sam się rozwijać. O sukcesie warsztatu decydują klienci, a sieć bardzo pomaga pozyskać ich zaufanie.

Tekst i zdjęcia: Ryszard Polit



ŚWIATOWA RENOMA SIECI BOSCH CAR SERVICE POMAGA WARSZTATOWI KONKUROWAĆ NA LOKALNYM RYNKU USŁUGOWYM



Firma powstała w 1990 r. W roku 2004 przystąpiła do Bosch Car Service. Zatrudnia 20 osób, ma sześć stanowisk naprawczych.

Zeskanuj QR kod i zobacz film z serwisu
Bosch Service Maciejewski
Gruszczyń, ul. Swarzędzka 63, 62-006 Kobylnica

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