



Построение долгосрочных, основанных на доверии и партнёрстве отношений сегодня в России все же не общая практика, а скорее работа на опережение. Такая работа очень сложна, она требует огромных усилий и не всегда бывает оценена и даже замечена сполна. И все же есть компании, чьё видение рынка как раз и основано на понимании: клиент моего клиента – мой союзник. Отношения длительного партнёрства и помощи не могут ограничиваться одним «звеном», они постепенно становятся шире охватывают все большее число людей и связей. Пример всего сказанного – работа «Аудатэкс» на рынке России.

«Клиентоориентированность» – слово модное, длинное и казённое. Порой и построение отношений, подразумеваемых подобным понятием получается казённым, весьма формальным. Постепенно между сказанным и тем, что ощущают «на свой шкуре» все, кто работает с «заявителем» на практике, формируется все большее расхождение. Оно способно превратить модную «клиентоориентированность» в исключительно пустое слово, лишённое прежнего смысла.

Особенно сложно добиваться ровных, заинтересованных, доверительных отношений с каждым клиентом компании большой, глобальной. Здесь уже не работают факторы личного обаяния управленца или энтузиазма конкретного исполнителя, хотя и их никто не отменял. Но в крупных масшта-

бах бизнеса успешно действуют только системные решения. Как же добиться грамотной отстройки бизнес-процессов, как контролировать их жёстко и постоянно – и не утратить человечности в бизнесе? Мы задали столь специфические даже несколько бизнес-философские вопросы Руководителю регионального направления компании «Аудатэкс» Россия Александру Казаченко и Менеджеру по маркетингу «Аудатэкс» Россия Оксане Карамушка – тем, кто непосредственно задействован в создании и отладке системы работы с клиентами компании «Аудатэкс».

Сопровождение и поддержка восстановительного ремонта – тяжёлый бизнес: в нем нет того первичного позитива, какой сопровождает покупку ав-

Клиент вашего клиента



Александр Казаченко,
руководитель регионального
направления компании
«Аудатэкс» Россия



Оксана Карамушка,
менеджер по маркетингу
«Аудатэкс» Россия



томобилia. Клиент вашего клиента – собственник авариийного автомобиля. Ваш клиент – страховая компания и автоцентр, они между собой тоже не очень-то дружны. Как наладить позитивное и долгосрочное сотрудничество в столь «колючем» от проблем треугольнике? Как сделать, чтобы клиент стал вашим союзником, чтобы он, обратившись к вам однажды, остался на всю жизнь?

Оксана Карамушка: – Клиентоориентированность начинается с первого мгновения знакомства компании «Аудатэкс» с клиентом – автоцентром, холдингом, небольшой СТО. Тестовая версия программы AudaPad WEB есть на нашем сайте. Но, не смотря на это, после того как клиент уже принял решение с нами работать и оставил заявку на нашем сайте, мы в тот же день предоставляем ему доступ к программе и даем ему еще две недели на то, чтобы он изучил программу и решил для себя, будет он и дальше работать с нами или откажется от сотрудничества. Если он понимает, что это именно тот продукт, который ему нужен, он оплачивает лицензию, мы оформляем все необходимые документы и высылаем ему сертификат на право пользования программным продуктом. Если клиенту вдруг что-то не нравится, он не оплачивает лицензию, тогда мы просто отключаем его без каких-либо штрафных санкций. Это лишь один малый

штрих, но он показывает, что мы не навязываем свою услугу, а именно работаем, и работаем с теми, кому наша услуга важна и нужна, и для кого точные данные и прозрачность расчетов – не пустой звук.

Александр Казаченко: – Положа руку на сердце, надо признать, что все те, кто лояльно к нам настроен, уже с нами в одной команде, таков результат десяти лет работы на рынке. Самые позитивные, самые надёжные наши партнёры уже «в команде», сотрудники «Аудатэкс» помогают им ежедневно и ежечасно, буквально по любому требованию, по любому вопросу. И такая ситуация создает для нас новые вызовы, требует все больше усилий прилагать для вовлечения в работу новых клиентов. Не охваченная нами категория клиентов самая трудная – это скептики, сомневающиеся, пассивные. Сегодня на них и направлена наша активность.

Дело в том, что рынок сейчас вступил в зону, назову её так, «турбулентной конкурентности»: всех трясет, все напряжены. Никто не знает, когда и как закончится нынешняя неопределённость в экономике, в настроениях потребителя. В таких условиях мы, как глобальная компания, видим за собой определённые обязательства. Если наши клиенты с нами надолго, и мы не просто декларируем поддержку, а даём её, то мы обязаны анализировать потребности клиентов и стараться их удовлетворить. Мы начали

с технической поддержки, мы развиваем программы обучения, мы консультируем и строим региональные офисы. Но мы видим и иной пласт потребностей клиентов, и это острые потребности.

Именно стараясь ответить на запросы клиентов, мы оказались вовлечены в огромный проект, связанный с аттестацией сервисов. Казалось бы – это не наше дело, «Аудатэкс» лишь поставщик ИТ-решений для бизнеса. Нам с точки зрения прибыли и доли рынка достаточно спокойно продавать свои программы, консультировать, немножко обучать... Но мы реально вышли на новый уровень взаимодействия с клиентами. Мы предлагаем им феноменальные возможности в пользовании нашими продуктами и работе вместе с нами.

Смысл проекта состоит в том, что мы, совместно с некоммерческим партнёрством АСА (которое в данном случае представляет интересы наших клиентов) и компанией «Европроект» (который стал поставщиком бизнес-технологии), стараемся возродить добровольное лицензирование.

Позволю себе сказать несколько слов от себя лично. Я полагаю, что в интересах, как вы и говорили исходно, клиентов наших клиентов – то есть автовладельцев – стоило бы сделать лицензирование обязательным. Кузовной ремонт прямо влияет на безопасность автомобиля, на жизнь и здоровье участников дорожного движения. В погоне за сиюминутной прибылью многие недобросовестные СТО напрочь забывают об ответственности перед клиентом, используя материалы, запчасти и технологии самого сомнительного качества. Это особенно опасно, когда речь заходит о ремонте систем, обеспечивающих безопасность автомобиля и его владельца. Но, поскольку нет никакого критерия оценки работы, конкуренция на рынке зачастую оказывается чисто ценовой. И тогда – как победить в ней добросовестному ремонтнику? Можно было бы сослаться на роль страховых компаний. Но я пока оставляю этот вопрос в стороне, поскольку обсуждать меру заинтересованности и компетентности страховщиков в теме безопасности можно очень долго.

А вы знаете что:



- ❑ На автомобилях Renault при появлении ошибки Airbag после удара, даже если подушки не сработали блок должен быть заменен
- ❑ На автомобилях BMW 5й серии запрещено восстанавливать геометрию колесных арок
- ❑ Компании Форд, Дженерал моторс и Тойота Моторс Россия рекомендуют применять при окраске технологию плавного перехода на сопрягаемую деталь
- ❑ При применении окраски методом плавного перехода в случае окраски съемных деталей код окраски Y8 следует заменить на Y7, что даст значительное увеличение подготовительного времени для окраски
- ❑ На всех моделях Mercedes-Benz при ремонте или замене/частичной замене деталей в области топливного бака руководитель должен определить необходимость снятия топливного бака.
- ❑ Все элементы экстерьера автомобилей Форд крепящиеся на собственную клеящую основу являются одноразовыми и в случае демонтажа должны быть заменены

Эту и другую информацию вы можете найти не выходя из Audatex обратившись к информационному файлу производителя или прочитав соответствующую подсказку.

Примеры выгода и эффективность (1)



Пример 1. Замена капота, переднего крыла и передней панели на TC Ford Mondeo окрашенного краской Ice White (code 9VME52A)

№ FAB. ПОД/ YCP №	ТЕХНОЛ.ОПЕР	3-СЛОЙНАЯ КИСА	10 PDI+1 ЧАС	СТОИМ = 1300 RUB/ЧАС	№	ПАР. СТОИМ
45 352 4	КАПОТ	ОКРАСКА НОВ ДЕТ ЗТ I			21	2790
45 371 4	КРЫЛО Д Л	ОКРАСКА НОВ ДЕТ ЗТ I			6	780
45 000 0	НАДВАЖКА ВРЕМЕНИ К ОСНОВНОЙ РАБОТЕ СИСТЕМА ADIATEX				17	2210
						= 5720
№ FAB. ПОД/ YCP №	ТЕХНОЛ.ОПЕР	3-СЛОЙНАЯ КИСА	10 PDI+1 ЧАС	СТОИМ = 1300 RUB/ЧАС	№	ПАР. СТОИМ
45 352 4	КАПОТ	ОКРАСКА НОВ ДЕТ ЗТ I			21	2790
45 371 4	КРЫЛО Д Л	ОКРАСКА НОВ ДЕТ ЗТ I			6	780
45 000 0	НАДВАЖКА ВРЕМЕНИ К ОСНОВНОЙ РАБОТЕ СИСТЕМА ADIATEX				17	2210
						= 5720

При окраске сложным цветом необходимо добавлять 0,4 н/ч на каждую деталь **= 5720 + 1950**

Вернёмся к проекту «Аудатэкс». Мы сегодня предлагаем сервисам пройти аудит на предмет подготовки к лицензированию. Мы видим в добровольной лицензии с нашим именем на ней определённую гарантию для конечного клиента, поддержку репутации и доброго имени автоцентра.

Каждый участник нашего проекта выполняет свою часть работы. АСА и «Европроект», например, проверяют сервис в части материально-технического оснащения, правильности выбора и использования оборудования, в плане выбора и применения материалов и технологий, обученности персонала. «Аудатэкс» проводит ежедневный IT-и управленческий аудит, выявляя системные ошибки калькулирования. Проще говоря, мы смотрим, на каких этапах работы сервис теряет выручку.

Достаточно привести пример: проверяя один из солидных автоцентров, мы выяснили, что он за год из-за ошибок в расчетах теряет до 18 млн. (!) рублей. И такие случаи не единичны.

Скриншоты показывают примеры потерь, и пусть каждый сам умножит данные на количество машино-заездов и получит сумму LEO (Lost Economic Opportunities).

Наша заинтересованность в проекте носит чисто практический характер: выправляя системные ошибки, мы хотим постепенно создать пул эффективных и надежных автоцентров, который станем рекомендовать страховым компаниям.

Это важная работа. Мы все видим изменения на рынке ремонта по ОСАГО. Если я правильно помню, сумма покрытия будет повышена до 400 тыс. рублей – а это уже серьёзный ремонт, тут вопросы безопасности встают во весь рост! Кроме того, все мы знаем, что КАСКО в России воспринимается сложно и активно применяется лишь для рынка новых автомобилей.

– Получается, что вы в своей клиентоориентированности стараетесь идти даже дальше самих клиентов, вы встаёте на сторону клиента вашего клиента, то есть на сторону автовладельца.

Александр Казаченко: – Да, именно так. Мы уже давно поняли, что завлекать человека какими-то скидками – это вчерашний день. Сегодня он хочет иметь гарантии: по срокам, по качеству ремонта и надежности использованных запчастей и материалов. Не хотим присваивать себе чужую славу, не мы придумали такую систему. Но мы стараемся ввести ее в практике работы рынка России. Я говорю о лицензированных СТО. По такому принципу, например, работает компания БАСФ в Европе, создавшая есть СТО для СК. Программа называется BASF Zertifiziert Karosserien эта модель состоит из 3-х частей:

- 1) Обучение экспертов страховых компаний (это мы уже делаем и в России);
- 2) Аудит СТО (когда страховая хочет начать работать с СТО и хочет понять, на что эта СТО способна, какие работы может выполнять и что ей можно доверить);

3) Сертификация СТО (проводится, когда страховая принимает решение создать пул «своих» СТО: проводится первичный аудит станций, по его итогам станции разделяются на несколько классов, условно А, В и С, и затем с определённой периодичностью проводятся повторные аудиты, для А реже, для В и С чаще, и подтверждается либо нет класс станции). Или, например, станция хочет из В класса перейти в А класс, чтобы иметь больше загрузку и больше «вкусных» направлений от страховой. Тогда страховая говорит, идите в БАСФ и они вам скажут, какие шаги нужно сделать, чтобы стать А классом. Принесете сертификат и начнете получать больше машин. И это работает.

– Напрашивается и другой пример из Европы. Если вопросы безопасности останутся долго без внимания, не «свалится» ли рынок в британский вариант крайности. Где страховые компании практически владеют рынком, а сервисы находятся едва ли не в рабстве. В рамках конференции IBIS приходилось видеть собственника довольно крупной сервисной сети. Владелец этой компании просто с ума сходит: из-за особенностей работы того рынка у него на точках установлено до пяти (!) микс-систем! Требования по материалам диктуются партнерными СТО. И диктат может быть вот таким жёстким.

Александр Казаченко: – Вы правы. Но в Британии все же действует довольно цивилизованное «рабство», этакое английское, с соответствующими расценками по нормо-часу. Но, если все права на ремонтный рынок России получают наши страховые компании, и они станут внедрять подобный опыт, ситуация будет складываться иначе.

Надо отметить, что в большинстве своем ни страховые компании, ни кузовные станции еще до конца не понимают, что наступает новая эра в их жизни.

➤ Предлагаем сервисам пройти аудит на предмет подготовки к лицензированию

Предстоящие изменения в правилах работы носят глобальный характер, игра в демпинг уже закончилась. Страховые тарифы у всех практически выровнялись (разница, если и есть, то не превышает 10–15%). И даже бренд перестает влиять на цену.

Работает только услуга, именно её понимает и ценит автовладелец: что ему продают под видом страховки, и какой бонус при этом предлагают получить. Безопасность ремонта – тоже ценность! И некоторые страховые компании уже понимают это. Как мы видим, одним из лидеров в этом

можно оставлять клиента один на один с СТО? Это мы – профессионалы, и знаем абсолютно всё в своей отрасли!

Представьте себя с направлением на операцию на сердце: вас довели до двери, дали направление и бросили. А какое оборудование в этом кардиоцентре? Какая квалификация у врачей? Так нельзя! Как говорил мой первый бизнес-учитель в страховании Владимир Сорокин, мы не продаем полисы и иную бумагу, мы продаем грамотное урегулирование страхового события.

– Глобальные и инновационные проекты важны, но давайте вернёмся и к традиционным способом поддержания клиентов.

Александр Казаченко: – Тогда надо хотя бы коротко упомянуть и о бесплатных вебинарах, которые мы практически ежемесячно проводим для наших партнеров. Есть и практика очных встреч. Мы собираем вместе представителей страховых компаний и авторемонтников и устраняем конфликтные ситуации в общении, диалоге. На семинарах мы, как правило,

➤ Рынок сейчас вступил в зону, назову её так, «турбулентной конкурентности»

направлении являются компании «Альфа-Страхование» и «Альянс». Они в числе первых освоили новые правила работы, в основу своей рыночной политики кладут сокращение времени ремонта.

У тех же, кто действует по старинке и не ценит своих партнеров (те надёжные СТО, отношения доверия с которыми сложились за десятилетия), – те страховщики имеют гораздо меньше шансов на выживание. Все мы знаем типичные высказывания персонала СК: «А мы что? Направление выдали, дальше разбирайтесь с сервисами, наша работа закончена» и т.п. Но как

демонстрируем новые продукты, рассказываем о них и о последних событиях на рынке. Длятся встречи по 3–4 часа, общение бывает очень эмоциональное. Часто после таких встреч мы принимаем конкретные решения по вопросам, которые обсуждались – то есть такие встречи дают нам обратную связь, без которой двигаться вперед невозможно. Мы регулярно проводим выставки. Участвуем вместе с другими компаниями в совместных акциях.

Например, сейчас мы совместно с РСА вовлечены в разработку единого справочника запасных частей, занимаемся методологией, работаем с Торгово-Промышленной

палатой РФ. И очень довольны и этими контактами, и отношением палаты, ее желанием идти нам навстречу, ее активностью.

«Аудатэкс» в числе первых компаний получила сертификат соответствия о том, что программный комплекс AudaPad WEB рекомендован для производства судебных экспертиз по следующим специальностям:

13.2 Исследование технического состояния транспортных средств;

13.4 Исследование транспортных средств в целях определения стоимости восстановительного ремонта и остаточной стоимости;

19.3 Исследование транспортных средств, в том числе с целью их оценки.

Мы работаем и с автоцентрами по практической тематике. Так, в 2013 году мы уже отметили тревожную тенденцию: судя по всем нашим наблюдениям и замерам, повсеместно идет спад по среднему чеку. Мы провели анализ и понимаем причины этой ситуации, пытаемся донести свое понимание до тех инстанций, которые могут что-то изменить. Но тут не все зависит от нас – нужно, чтобы и нас начали слушать.

Оксана Карамушка: – Возвращаясь к вопросу о клиентоориентированности, нужно отметить, что мы постоянно ведем опросы среди различных групп наших партнеров разными способами – это анкетирование по итогам проведенной сессии или обучения, online-опросы на нашем сайте. Нам важно, чтобы люди оценивали нашу деятельность и сами предлагали меры по ее улучшению. Это нравится нашим партнерам, они становятся активнее и в таком общении рождаются новые подходы и новые идеи.

– В сегменте решений для калькуляции, «Аудатэкс» единственная в России компания, широко и постоянно представленная в регионах. Возникновение региональной сети как-то изменило для вас понимание рынка?

Александр Казаченко: – Пока очень рано говорить о глобальных

изменениях, сеть региональных представителей появилась у нас совсем недавно. Но то, что изменения происходят, несомненно. Мы нуждаемся в регионах, как и они – в нас.

Вот совсем недавний пример. Наш представитель в районе Самары оказался свидетелем ДТП и в какой-то мере – даже участником. Потому что остановился и тут же на ай-паде по нашей методике в online режиме произвел осмотр автомобиля и подсчитал стоимость его восстановительного ремонта, чем потряс всех присутствующих. Конечно, устраивать такого рода «демонстрации» намеренно никому в голову не придёт. Но пользоваться этой методикой должен уметь каждый аварком. Надеюсь, со временем так и будет. Тем более, что «планшетники» перестали быть роскошью. А, значит, и наши программные продукты вполне могут «шагнуть на дорогу» и многократно упростить решение проблем восстановительного ремонта, уменьшить стресс для водителей, сократить время от ДТП до возмещения ущерба.

– «Аудатэкс» на рынке России 10 лет. Сначала люди не знали о ваших возможностях. Потом пользователи «в чёрную» и сопротивлялись легализации ПО по инерции. Как, по-вашему, клиенты-автоцентры уже полностью прошли эти два этапа, которые можно условно назвать «не знаю» и «не доверяю»?

Александр Казаченко: – Ну, я бы сказал, что этапа «не знаю» вообще не было. Когда в 2003 году «Аудатэкс» появился в России, многие уже знали, что это такое. Сейчас «мода» на контрафакт в Москве, можно сказать, сошла на нет. Но в регионах она, как ни странно, по-моему, переживает ренессанс. Я лично знаю пару клиентов, которые работали с нашим лицензионным продуктом, а потом сошли на «палёнку», мотивируя такой шаг экономией. Что самое интересное, ждем их возврата, когда у руководства появиться новая статья расходов... Недобор нормо часов. Такие решения принимаются спонтанно, в попытке сэкономить бюджет, не заглядывая вперед.

Оксана Карамушка: – Чтобы исключить недопонимание, сейчас мы дополнительно на сайте www.audatex.ru организовали странички, где демонстрируем почему лицензионный сервис предпочтительнее пиратского, делаем это с цифрами, с примерами. Это можно увидеть в разделах «Как стать пользователем» или «Преимущества «Аудатэкс»». Но хотелось бы уточнить, что «Аудатэкс» (официальный дистрибьютор «Аудатэкс» ГмБХ в Российской Федерации) не занимается борьбой с «пиратством», но есть Правообладатель ПО – это «Аудатэкс» ГмБХ (Швейцария), и по их просьбе мы на сайте организовали специальную страничку, где любой желающий может оставить информацию о тех, кто, по его данным, пользуется нелегальной продукцией «Аудатэкс». Информацию можно оставить анонимно. В автоматическом режиме данные «информационные заявления» уходят с нашего сайта уполномоченным Правообладателем юридическим представителям для обработки и принятия юридических действий, предусмотренных действующим законодательством РФ. И могу отметить, что данный сервис уже достаточно активно используется. Это, в частности, говорит и о том, что компаниям, работающим с нами в едином информационном пространстве (имеющим лицензию и получающим ежедневные обновления ПО в online режиме) мешает деятельность компаний, использующих нелегальную устаревшую версию ПО, пиратство негативно влияет и на их бизнес.

– Стараетесь ли вы как-то облегчить жизнь клиента, сделать для него сотрудничество с «Аудатэкс» еще более комфортным?

Оксана Карамушка: – Мы планируем для каждого клиента создать рабочий кабинет на нашем сайте. Это позволит в ряде случаев забыть про телефонную связь с нашей бухгалтерией, отделом клиентского сервиса, технической поддержкой: достаточно зайти в кабинет и увидеть текущую картину по основным позициям. Также мы рассматриваем реализацию проекта СМС-маркетинг. Тут важно понять, насколько это необходимо и удобно именно на-

СПРАВКА

В числе оригинальных и интересных для клиента, мотивирующих развитие активностей «Аудатэкс» – профессиональные конкурсы. Так, 4 марта состоялся конкурс для мастеров-консультантов и расчетчиков кузовных цехов дилеров General Motors. По результатам конкурса победители получили 3 iPad mini и другие ценные призы. Летний конкурс в Краснодаре на звание «лучший расчетчик», где победителем стала компания Сервис Люкс, за что отдельное спасибо генеральному директору компании Шагуч Азмету, и техническому директору Плаксе Александру за подготовку «лучших технических кадров» в Краснодарском крае.

шим клиентам. Ведь любую идею можно при желании довести до абсурда, и тогда благая цель оказывается убита техническими средствами, и попытка оперативно обмениваться информацией с помощью СМС тоже может закончиться полным отторжением, потому что трудно найти что-то более неприятное, чем спам. Мы стали собирать статистику на эту тему – и убедились, что люди хотят с помощью СМС получать информацию. Но не любую, а строго отобранную по тематике: насущные, требующие мгновенной реакции данные о проблеме с платежами, о критическом состоянии счета или сроке окончания сертификата и т.п. И как раз в этом направлении мы работаем.

И еще раз хочу обратить внимание на такие наши мероприятия, как регулярные встречи с текущими и потенциальными клиентами, которые мы устраиваем не реже чем раз в два-три месяца. На таких встречах люди не только слушают нас, но еще и друг друга. Иных возможностей для этого у них нет. А мы в это время слушаем их – и тоже находим в этом немало интересного и полезного для повышения нашей эффективности. И такие встречи – это еще один аспект нашей клиентоориентированности. Все мероприятия мы анонсируем на нашем сайте накануне проведения и по итогам. □