

Как зарабатывать на малярно-кузовном производстве?

Татьяна АКИМОВА



Именно этот ключевой вопрос обсуждали участники очередного заседания клуба руководителей автобизнеса AutoBoss. Бизнес, связанный с кузовными работами, один из самых сложных в реализации. Он требует больших инвестиций, системного подхода, внимательного руководства, четкого планирования всех процессов, привлечения высококвалифицированных сотрудников и многого другого. И для сферы кузовного ремонта в нынешних условиях рынка как никогда необходимы новые технологии и ноу-хау, о которых рассказали участники заседания клуба. Ценность такого мероприятия трудно переоценить. На дискуссионной площадке AutoBoss традиционно собираются представители наиболее успешных компаний, опытные практики, готовые делиться проверенными временем и рынком знаниями.

Ключевой показатель работы любого малярно-кузовного цеха – его рентабельность, то есть фактически его доходность. Именно этот фактор развития МКЦ рассмотрел в своем выступлении Дмитрий Юлдашев, руководитель МКЦ «Аксель-Сити». Он, в частности, отметил, что рентабельность зависит от таких

составляющих, как персонал, производственные площади, используемые в работе инструменты и оборудование, расходные материалы, а также технологии. Для повышения рентабельности важно минимизировать простой персонала, чего можно достичь такими способами как:

- раздельная запись на ремонт/осмотр,
- отслеживание согласований,
- контроль этапов выполнения работ,
- своевременный заказ запасных частей.

Другой важный фактор – эффективное использование производственных мощностей, которое возможно при:

- передачи автомобилей по сменам,
- эвакуации автомобилей после ДТП.

И, конечно же, как справедливо отметил Дмитрий, правильно подобранный инструмент и оборудование, а также качественные материалы являются залогом качественного ремонта, выполненного в заданные сроки. На качество ремонта, в частности, и на рентабельность в целом влияют также и используемые в процессе работ технологии. Безусловно, чем прогрессивнее технологии, тем положительнее они сказываются на рентабельности ремонта. Прогрессивность в нашем случае выражается уже в том, чтобы использовать ЛКМ на водной основе и применять в работе такое оборудование как спектрофотометр.

«Не дозвонившийся клиент – не ваш клиент», – отмечает Дмитрий. Он рассказал, что в компании была поставлена цель контролировать все упущенные звонки, для чего и была разработана система учета трафика звонков. В течение нескольких месяцев систему тестировали и дорабатывали, это оказалось весьма непростой задачей. Однако, как показали результаты, она себя полностью оправдала. «Если в июле 2013 года показатель упущенных звонков превышал 20%, то в декабре 2013 года опустился ниже 2%, – с гордостью заявляет Дмитрий. – Сейчас план удержания упущенных звонков – менее 1,5%».

Ключевой показатель работы любого малярно-кузовного цеха – его рентабельность, то есть фактически его доходность

Задавшись целью удержать или даже повысить рентабельность МКЦ, руководитель станции должен организовать работу в нескольких направлениях. Необходимо провести мониторинг страховых компаний и проверить коэффициент загрузки. При необходимости настоять на изменении условий договора со страховой. Важно также внимательно контролировать продажи страховых полисов на предприятии, а также пользоваться прогрессивным ПО, таким как, например, продукты Audatex. И главное, выйти на уровень взаимопонимания с отделом по удаленному уре-

НОВОЕ ИМЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ



DUPONT REFINISH ТЕ ПЕРЬ CROMAX®

Axalta Coating Systems, наша головная компания, предоставила нам шанс обратить на себя внимание в новом образе. Наши продукты, которые Вы хорошо знаете, остались на прежнем высоком уровне, но теперь с новым названием и новыми возможностями. Как и прежде, наша цель –

это обеспечение эффективности, оптимальная организация и всесторонняя поддержка наших Партнеров на всех стадиях работы малярно-кузовного цеха. Теперь мы - Cromax. Узнайте больше на нашем сайте www.cromax.com

Логотип Axalta, Axalta™, Axalta Coating Systems™, Cromax, логотип Cromax и все прочие названия с ™ или ® являются торговыми марками или зарегистрированными товарными знаками компании Axalta Coating Systems, LLC, а также ее аффилированных компаний. Торговые марки Axalta не могут быть использованы для каких-либо товаров или услуг, не являющихся товарами или услугами компании Axalta.



Александр Казаченко, руководитель регионального направления компании «Аудатэкс»

гулированию убытков. Необходимо наладить эффективные отношения и с поставщиками ЛКМ, а также снизить расходы по материалам, обеспечить контроль их расхода и снизить затраты за счет использования эффективных ЛКМ, обеспечивающих высокое качество работ и снижение затрат времени.

Мотивация персонала является одним из наиболее эффективных способов получения дополнительной прибыли

Многим автосервисам в настоящее время приходится работать в условиях снижения загрузки. Ситуацию омрачает и то, что продажи новых автомобилей падают, а значит, в дальнейшем снизится объем ремонтного ресурса. Все это делает еще более актуальным увеличение среднего чека. Именно этой теме было посвящено выступление руководителя регионального направления компании «Аудатэкс» Александра Казаченко. Александр рассказал присутствующим о возможностях программных продуктов Audatex, а также остановился на тех ошибках, которые чаще всего совершают СТО при расчете стоимости страхового ремонта. По статистике



«Аудатэкс», средняя стоимость ремонта за первое полугодие 2014 года в бюджетном сегменте составила 37 000 рублей, в бизнес-сегменте – 48 000 рублей, в премиум-сегменте – 81 000 рублей. Александр справедливо заметил, что работая с некачественным программным обеспечением, предприятия кузовного ремонта несут издержки в виде перерасхода времени, а также упускают важные позиции, которые могли бы принести дополнительный доход.

Хотелось бы подробнее остановиться на презентации Андрея Соколова, технического директора компании «Свид-Мобиль» (г. Санкт-Петербург). Примечательно то, что «Свид-Мобиль» – это монобрендовая компания, дилер Volvo, а именно таким предприятиям сложнее всего работать на нынешнем кризисном рынке из-за невозможности скомпенсировать показатели работы за счет другого, например, более массового бренда. «По нашей статистике, примерно через 6-7 месяцев после сложного кузовного ремонта клиент принимает решение поменять автомобиль, – рассказывает Андрей. – И если ремонт был выполнен качественно, то почти в каждом случае клиент приезжает за новым авто именно в тот автоцентр, где он ранее ремонтировался». В конце 2013 года кузовной цех «Свид-Мобиль» переехал в новое помещение, где работает одна окрасочно-сушильная камера, есть две зоны подготовки. По итогам работы в 2013 году, 79% продаж пришлось на ремонт по направлению от страховых компаний и 21% – на ремонт для частных клиентов. Со второго квартала 2014 года, после того как были приняты некоторые управленческие решения, коснувшиеся перестройки системы мотивации мастеров-консультантов, ситуация изменилась с точностью до наоборот: 29% продаж – розница и 71% – страховые компании. Средняя стоимость розничного нормочаса работ превышает стоимость страхового почти на 35%. «Рост выручки по страховым компаниям сейчас не падает, но он не идет в том тренде, на который мы рассчитываем, – уточняет Андрей. – А показатель выручки на рознице по всей компании вырос на 63%. Общий рост выручки малярно-кузовного цеха в 2014 году составил 22%». Говоря о розничных продажах услуг кузовного ремонта, Андрей отметил сотрудников, которые могут «генерить» такие продажи:

- продавец новых автомобилей: предлагает оригинальные аксессуары, которые невозможно установить без малярно-кузовного



Дмитрий Юлдашев, руководитель МКЦ «Аксель-Сити»

цеха, а также аксессуары для тюнинга Volvo от компании Neico Sportiv, а кроме того, услуги по детейлингу, например, защиту ЛКП;

- продавец по направлению trade-in: гляцевая полировка для более привлекательного вида автомобиля (это прямым образом влияет на скорость его продажи) и детейлинг;
- мастер-консультант слесарного цеха: детейлинг, а также передача автомобиля в кузовной цех (в случае если мастер-консультант обнаружил на новом авто некоторые повреждения покрытия);
- мастер-консультант МКУ: интерактивная приемка почти всегда дает возможность продажи розничных услуг; визуализация результатов ремонта и работ по детейлингу (на приемке кузовного цеха демонстрируются различные отремонтированные элементы кузова и элементы, обработанные по технологиям детейлинга).

Многим автосервисам в настоящее время приходится работать в условиях снижения загрузки

К сожалению, в рамках данной публикации не представляется возможным осветить выступления всех спикеров заседания клуба. Среди прочих отметим также презентацию Евгения Воробьева, директора СЦ «Субару Центр Химки» (входит в ГК «У Сервис+»). Выступление Евгения, в рамках которого он рассказал об уникальном опыте работы своего предприятия, вызвало большой интерес у аудитории и спровоцировало оживленное обсуждение. Евгений рассказал о новых способах увеличения загрузки, которые применяются на сервисном центре «Субару Центр Химки». Эти методы основа-

ны на планировании, эффективность которого обеспечивается предварительным расчетом заказ-нарядов. В процесс ремонта отдельный автомобиль поступает только тогда, когда сервис получил все согласования, рассчитал работы и обеспечил наличие необходимых запчастей. Примечательно, что в таких условиях персонал станции работает по графику 7/7, что, мягко говоря, непривычно для большинства предприятий кузовного ремонта. По словам Евгения, реализуемая в течение последних двух лет такая стратегия обеспечила увеличение выработки с 450 нормочасов до 3500-4000 нормочасов.

По теме сокращения издержек и способов повышения доходности свои мнения и опыт представили глава департамента ППО КИА Центр «Сиалавто» Роман Ерашов, а также Дмитрий Спицын, директор по развитию бизнес-процессов департамента внутри-организационного развития ГК «Ключавто». Роман обратил внимание на то, что мотивация персонала является одним из наиболее эффективных способов получения дополнительной прибыли. Предоставляя бонус за экономичное расходование ЛКМ и материалов для ремонта, руководитель станции может не только правильно мотивировать сотрудников малярно-кузовного участка, но и получить солидную прибыль для предприятия. Выступление Дмитрия было особенно ценным, так как он поделился уникальным опытом ГК «Ключавто» в сфере оптимизации и автоматизации бизнес-процессов на участке малярно-кузовного ремонта. Благодаря нововведениям, внедренным в процессы автосалонов, входящих в состав холдинга, удалось регламентировать и сделать прозрачной работу малярно-кузовных цехов.

Финалом мероприятия стал открытый диалог Дмитрия Алексева, руководителя департамента урегулирования убытков СК «Согласие», с аудиторией клуба AutoBoss. В ходе этой беседы участники мероприятия задавали Дмитрию острые вопросы, касавшиеся не только проблем, возникающих у них в процессе работы со страховыми компаниями, но и способов взаимодействия в условиях нынешнего кризиса. Это была на самом деле оживленная и острая дискуссия, и вопросы, поднятые Дмитрием и участниками заседания, показали, что в сфере взаимодействия страховых компаний и автосервисных станций до сих пор еще много нерешенных вопросов, которые требуют внимательной проработки и обсуждения в формате открытого диалога. ■