

Мульти- чи монобрендове СТО?

дата публікації: 2021.01.19



Тема конкретної спеціалізації дуже широка і неоднозначна.

Ринок ремонтних послуг і незалежних автомайстерень залежить від кількості транспортних засобів та інтенсивності їх використання. На його розмір, динаміку та різноманітність впливає технологічний розвиток та поточна економічна ситуація.

І хоча пандемія, спричинена COVID-19, значно зменшила продажі нових автомобілів, з іншого боку, з міркувань безпеки водії частіше їздять у машині, ніж на громадському транспорті (якщо не працюють віддалено). Чи буде в цій ситуації вигідна для механіків спеціалізація майстерні на певній марці автомобілів?

Зважаючи на послуги, що надаються, сервісні майстерні можна розділити на авторизовані СТО окремих брендів або незалежні мережі майстерень та окремі автомайстерні, (переважно йдеться про малі та середні підприємства). Деякі з них пов'язані із мережами обслуговування.

Також автосервіси можна розділити за типом послуг, пов'язаних з:

- загальною механікою (ремонт двигуна, системи приводу, підвіски і т.п.),
- загальною електрикою (ремонт електропроводки, системи запалення або інтегральних схем),
- кузовним ремонтом (відновлення кузова, фарбування, ремонт обшивки, ремонт і заміна автоскла),
- шиномонтажем,
- загальною діагностикою.

Тема конкретної спеціалізації дуже широка і неоднозначна. У кожному вузькому діапазоні ремонтних робіт ви можете знайти поле для подальшої спеціалізації.

Незалежно від того, надає СТО широкий спектр послуг для однієї чи багатьох марок автомобілів, це вимагає значних фінансових витрат. Придбання спеціалізованого обладнання, навчання працівників, витрати на ведення бізнесу – все це впливає на кінцевий ефект у вигляді якості послуг, що надаються, а також на ціну, яку клієнт повинен заплатити.

Вибір між однією маркою і мультибрендингом залежить від багатьох зовнішніх і внутрішніх факторів. Ключовим зовнішнім фактором є попит на послуги СТО на місцевому ринку. Внутрішні фактори включають кількість співробітників, рівень їхніх знань та навичок, а також рівень технічної оснащеності майстерні порівняно з конкурентами та кількість рекламцій.

Звичайно, чим більше кваліфікованих працівників та краще обладнана майстерня, тим краща якість пропонованих послуг та позиція компанії на ринку, а також менша кількість скарг.

Сучасний автомобільний ринок надзвичайно вимогливий. Тенденції та очікування споживачів змінюються практично з кожним сезоном. Управління автосервісом вимагає багатозадачності та постійного моніторингу ринку. Наприклад, в умовах карантину зростає попит на ремонт вживаних автомобілів. Фахівець вузької спеціалізації може мати додаткову конкурентну перевагу на фоні універсальних майстрів. Втім, при різких змінах ринкової кон'юнктури це може навпаки, позбавити його роботи.



Чи виправдано зробити ставку на конкретну марку автомобіля або групу транспортних засобів?

Розглядаючи питання спеціалізації на конкретному бренді, ви повинні поглянути на поточний обсяг робіт, який надаєте клієнтам протягом певного періоду часу. Варто оцінювати останні 2-3 роки. Очевидно, що більшість СТО, які обрали одну конкретну марку, обрали найпопулярніші марки на ринку.

Однак це не означає, що вони вирішили зосередитися на вузькій спеціалізації в області ремонту або вибраних компонентів. Тоді такі автомайстерні не змогли б впоратися з конкуренцією на ринку. Переважна більшість СТО надають широкий спектр послуг для автомобілів багатьох марок. Ця операційна модель, вимушена ринком.

У переважній більшості випадків на конкретній марці автомобілів вирішують спеціалізуватися власники СТО зі стабільним фінансовим становищем, які захоплені даною маркою та її моделями. Часто це колишні спеціалісти та інженери, люди, які раніше працювали в автомобільній промисловості та здобували спеціальні знання.

Крім того, в останні роки доступ до великої кількості технічної інформації щодо побудови та експлуатації окремих систем, пристроїв та компонентів доступний в Інтернеті. Отримуючи додаткові знання, люди, які замислюються про відкриття власного бізнесу, часто вирішують відкрити автомайстерню, яка входить в відому мережу, що допомагатиме швидшому розвитку бізнесу та забезпечуватиме постійний доступ до знань та тренінгів.

Мережа забезпечує стабільний імідж, підтримує майстерню у багатьох процесах та рішеннях, дозволяє купувати деталі у дистриб'юторів за привабливими цінами.

Все більш помітна на ринку уніфікація запчастин та часті зміни персоналу СТО впливають на рівень послуг, що надаються. Це аргумент, щоб надавати клієнтам більш комплексні послуги та спеціалізуватися на ширшій групі транспортних засобів певного виробника.

Іншим видом спеціалізації буде акцент на наданні послуг з ремонту автомобілів лише однієї марки або групи транспортних засобів. Рішенню щодо впровадження такої бізнесмоделі для СТО має передувати ретельний аналіз ринку та наданих послуг.

На ринку ми також можемо знайти майстерні, що спеціалізуються на ремонті та реставрації раритетних машин.

При цьому існує чіткий поділ на спеціалізації за регіонами чи країнами походження. Хоча, сучасні японські, американські та європейські машини на практиці – це умовно географічні назви. Процеси глобалізації та стандартизації виробництва зробили таку спеціалізацію цікавим рішенням.

Підводячи підсумок: однозначної відповіді на питання, чи варто спеціалізуватися на ремонті автомобілів певної марки, немає. Кожен з власників майстерні повинен відповісти на них сам. Найкраще провести у вашому бізнес-середовищі популярний та вимірюваний SWOT-аналіз (оцінити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози для нашого бізнесу). Варто точно визначити свої бізнес-цілі, цільову групу та географічний обсяг діяльності.

Аналізуючи сучасні тенденції, розвиток автомобільного ринку та поведінку споживачів, ми можемо, однак, визначити найважливіші переваги та недоліки спеціалізації автомайстерні на конкретному бренді.

Плюси спеціалізації:

- професійні знання в плані конструкції, експлуатації та типових несправностей окремих

- компонентів, конструкції та обладнання транспортного засобу даної марки,
- легко діагностувати потенційне джерело несправності,
 - надійна та чітка оцінка дефекту,
 - передбачуваність фактичних витрат на усунення несправностей,
 - реальна оцінка більш тривалого ремонту,
 - довговічність та передбачуваність ланцюга поставок, гарантія фіксованих цін для покупців, які купують запасні частини у оптових дистриб'юторів,
 - у разі стабільної ситуації та фінансової ліквідності немає необхідності вдаватися до додаткового маркетингу та просування.

Мінуси спеціалізації:

- високі експлуатаційні витрати,
- високі інвестиційні витрати на спеціалізоване діагностичне обладнання та ліцензовані комп'ютерні програми,
- необхідність постійного підвищення кваліфікації персоналу за вузькою спеціалізацією,
- страх перед звільненням спеціалізованого працівника,
- необхідність постійного моніторингу широкого ринку та реагування на дії великих гравців ринку, що може призвести до втрати клієнтів СТО,
- активний пошук вузької групи клієнтів даної марки, щоб запропонувати послуги для автомобілів, якими вони користуються.

журнал "Сучасна автомайстерня" № 10 (146)