

ТО, ЧТО НЕ ВИДНО ГЛАЗУ:

экспертное интервью о неочевидных преимуществах официального дилера



Евгений Горянский,
эксперт автобизнеса

Евгений Горянский является предпринимателем, бизнес-тренером, бизнес-коучем, экспертом автобизнеса. Известен как автор книг: «Продажи без тормозов», «Активные продажи в сервисе» и соавтор книги «Клиентоориентированность без бюджета». Дилерские центры «КАН АВТО» приняли эксперта на своей территории для получения ценнейшего опыта, часть которого мы хотели бы теперь передать нашим читателям.

Почему стоит покупать у «официала»? Стоит ли обращаться к разным компаниям? Что важно при выборе автодилера?

Анастасия Кабаева, директор департамента по качеству обслуживания ГК «КАН АВТО», пообщалась с экспертом автобизнеса — читайте интервью эксклюзивно только в #КАНАВТОfamily.

— Евгений, вопрос Вам как опытному сервисологу. Расскажите, пожалуйста, почему Клиенту важно обслуживаться у официального дилера?

При всем многообразии альтернативных вариантов, выбор официального дилера имеет преимущества:

- Очевидное: гарантийные обязательства, подкрепленные как юридическими нормами, так и договорными с дистрибьюторами. Покупая и обслуживая автомобиль у дилера, вы фактически выполняете рекомендацию производителя обращаться именно к дилеру как представителю бренда.
- Неочевидное: клиентинг, продуманный до мелочей. От комфортабельных комнат отдыха с Wi-Fi и зарядками до напитков и угощений, от приятных и вежливых сотрудников до комфортной температуры в любое время года. **Согласитесь, комфорт имеет значение.**

Что было мной замечено в «КАН АВТО» в качестве атрибутов высокого уровня обслуживания:

- Детские комнаты для развлечений самых юных Клиентов. И это не просто стол с раскрасками, поставленный для вида! Это действительно интересный уголок, продуманный до мелочей: правильное освещение, корпоративные раскраски для детей, удобная мебель, простор для игр.
- А что для взрослых? И здесь детали побеждают: опрятный вид сотрудников, единый корпоративный стиль, чистые витрины... Помещения сверкают, будто в первый день открытия автосалона.

За этим следят не только дилерские центры, но и регулярные проверки со стороны дистрибьюторов (в том числе тайные).

А что насчет сервисного обслуживания? Не каждому посетителю известно, но я приоткрою завесу тайны, чем объясняется комфорт ощущений. Подготовка к визиту Клиента предполагает целый ряд действий:

- Проверку автомобиля на отзывную/гарантийную акцию по VIN-номеру;
- Резерв и подготовку к выдаче запчастей и расходников;
- Резерв необходимых инструментов и оборудования, поста для работы с автомобилем;
- В ряде случаев при сложных неисправностях - подготовку информационных бюллетеней для выполнения технологических операций;
- Подбор механиков, диагностов, бронирование их рабочего времени для осуществления ремонта по профилю их специализации **именно под этот автомобиль!**

В дилерских центрах регламентировано все — от работы до общения с Клиентами. Проверки, контроль, регулярное обучение — все ради того, чтобы вы получили идеальный сервис и с радостью вернулись снова.

— Если Клиент выбирает официального дилера, это должна быть одна и та же компания?

На первый взгляд кажется, что обслуживание у всех «официалов» универсально, стандартизировано... Однако есть несколько доводов в пользу обслуживания у одного дилера:

- Если Клиент всегда остается в семье одной компании, он явно имеет право на преференции, в том числе при обмене автомобиля на новый.
- И хотя историю обслуживания авто видят все дилеры профильного бренда, информация о ваших дополнительных предпочтениях к обслуживанию автомобиля или других пожеланиях не видна. Иметь «постоянного» дилера означает иметь возможность получить персонализацию обслуживания.
- Не секрет, что в бизнесе принято конкурировать. И каждый из дилеров старается максимально настроить и сохранить долгосрочные отношения с Клиентом, так что порой вынужденно дублирует коммуникацию — проще говоря, «мучает» звонками и смс, напоминая о ТО, продлении страховки или предложении trade-in... В этом отношении самому же Клиенту, получается, удобнее получать весь массив информации лишь единожды от одной компании, о чем свидетельствует огромное количество постоянных Клиентов в дилерских центрах «КАН АВТО».
- Психологический и просто человеческий фактор: Клиенту проще прислушиваться к мнению одного эксперта, который помнит о его предпочтениях.

Совет Клиентам: выберите «своего» сотрудника в каждом из отделов дилерского центра — после пары обращений вы поймете, о каких преимуществах взаимодействия с одним экспертом идет речь.

— Что сейчас важно Клиенту при выборе дилера?

- **Честность со стороны продавца** (например, о наличии авто, преимуществах/недостатках модели).
- **Когда есть понимание, за что платить.** Компетентный сотрудник должен разъяснить, из чего складывается стоимость, раскрыть специфику кредитно-страховых продуктов, продемонстрировать подробный счет на ремонт и т.д.
- **Компетентная помощь.** Автомобили модернизируются, и покупателю нужен опытный проводник в этот динамично меняющийся мир современных технологий.
- **Персонализация.** Клиенту не нужен менеджер — ему нужен персональный эксперт.
- **Делегирование.** Клиенту не нужно помнить все: напоминание о плановом ТО упростит ему жизнь, что в свою очередь положительно скажется на его отношении к компании.
- **Обратная связь.** В «КАН АВТО»

мое внимание привлекли инфостойки с QR-кодами для обратной связи — и это лишь часть всего процесса работы с отзывами в данной компании. Клиенту всегда важны такие шаги. Ему важно, чтобы его слышали — и тогда он обязательно вернется.

Взаимоуважение, стратегическое мышление на годы вперед, осознанный подход ко всем делам — вот что полезно для обеих сторон, и для компании, и для Клиентов.

Сотрудникам компании желаю довольных Клиентов, всем читателям — безопасных дорог и удовольствия от владения автомобилем.



Интервью подготовила Анастасия Кабаева, директор департамента по качеству обслуживания ГК «КАН АВТО».