

ПО ТУ СТОРОНУ ДИЛЛЕРА

Люди — важнейшая составляющая любого бизнеса. Автомобильный — не исключение. Сотрудники дилерских центров трудятся для того, чтобы подобрать клиентам автомобиль, найти лучшее предложение, в последующем помочь с обслуживанием, ремонтом, апгрейдами. Кто эти люди, стоящие за «красотой, здоровьем» и надежностью вашего автомобиля?

Некоторым кандидатам на трудоустройство в дилерский центр кажется, что работать здесь просто - мол, **«я к дилеру пойду, пусть меня научат»**, прям как в стихотворении Маяковского «Кем быть». Впрочем, не будем занимать и другую, крайнюю, позицию и говорить, что в автобизнесе работать очень сложно — постараемся быть объективными, чтобы увидеть реальность. Давайте вместе заглянем в закулисы автомобильного дилерского центра. Наверняка у вас, тех, кто



Евгений Горянский,
Эксперт автобизнеса

является Клиентами этих масштабных стеклянных зданий, хотя бы раз возникали мысли о сотрудниках компании — что это за люди и какие требования к ним предъявляются? Возможно, вы даже мысленно примеряли роль одного из сотрудников на себя?

НА ПОРОГЕ РАБОТЫ МЕЧТЫ

Чтобы стать членом команды дилерского центра, нужно пройти отбор: помимо традиционного интервью-собеседования, есть тестирование центром оценки компетенций. Кандидату

предлагают решить бизнес-кейс, проявить себя в ролевой игре, ответить на вопросы комиссии — после всего он получит обратную связь в виде предложения о трудоустройстве либо отказ.

УЧИТЬСЯ ПОЗДНО? НИКОГДА!

Кстати, центр оценки компетенций – это часто встречающийся инструмент не только для оценки знаний кандидатов, претендующих на ту или иную должность, но и обязательный этап развития каждого сотрудника. Раз в год сотрудники подтверждают свою компетенцию, а их личные достижения сверяются со стратегией компании.

Впоследствии таких тестов сотрудник получает план индивидуального развития с указанием как сильных сторон, так и зон роста — тех сфер, где присутствуют «пробелы» в знаниях. Для «подтягивания» знаний сотрудник направляется на тренинги внутри компании или вне ее.

В КАН АВТО есть свой учебный центр, где каждый сотрудник проходит определенные внутренние тренинги, выполняет задания и тем самым закрепляет полученные знания на практике. Помимо этого, действуют программы внешнего обучения от дистрибьюторов. Каждый сотрудник, вне зависимости от должности, обязан в течение определенного времени не только пройти тренинги, но и сдать квалификационный уровень: от механика до руководителя направления бизнеса (сервиса, отдела продаж) – всем положено сдавать сертификацию.

ЦЕННОСТЬ ЭКСПЕРТА

Прошедшие сертификацию эксперты особенно ценны любому дилерскому центру — за колоссальный опыт и подтверждение уровня высочайшей компетенции со стороны дистрибьютора. Можете поверить: любой подобный сертификат — это кропотливый труд человека. Действительно: целая комиссия из разных экспертов принимает объективное решение, насколько сотрудник достоин быть сертифицированным, ведь для получения подобной лицензии сотруднику приходится знать стандарты марки и полностью им соответствовать.

КАКИМ КРИТЕРИЯМ ДОЛЖЕН ОТВЕЧАТЬ КАНДИДАТ НА ТРУДОУСТРОЙСТВО В ДИЛЕРСКИЙ ЦЕНТР?

В профессиональной команде не обойтись без требований и стандартов. И это понятно — работа у дилера и в гаражах серьезно отличается, о чем мы уже рассуждали в предыдущем выпуске #КАНАВТОfamily.

Во многих случаях работа с автомобилями требует

физической выносливости и некоторых ограничений по возрасту. Представим механика, которому предстоит обслужить от 4 автомобилей в день и на каждом из автомобилей выполнить несколько десятков технологических операций. Физическая нагрузка может быть неимоверной.

Стоит понимать, что работа в официальном дилерском центре — это соответствие стандартам дистрибьютора, использование специального инструмента, работа по технологическим картам. Все это требует внимательности и особенной ответственности за все действия, не говоря уже о том, что машина — источник повышенной опасности.

Что касается сотрудников «на передовой», которые общаются с Клиентами, здесь важны коммуникативные навыки, грамотность, владение компьютером, предпринимательская жилка и крайне важные качества, которые мы называем формой проявления клиентоориентированности, — вежливость и учтивость.

Отсюда вытекает простой вывод: если человек воспитан, вырос в нормальной среде, любит автомобили, общителен — в дилерском центре для него

откроются прекрасные возможности.

Что еще? Конечно, быть инициативным. Демонстрировать жажду знаний и желание стремиться к большему. Немного похвастаюсь и поделюсь собственным опытом.

Я пришел работать в автомобильный холдинг стажером мастера-приемщика сервисного центра. Перемещаясь по этапам развития программы подготовки кадров, стал директором двух дилерских центров, BMW и Toyota. Далее написал две собственные книги и еще две — в соавторстве с Игорем Манном. Но ничего этого я бы не смог достичь, если бы, будучи сотрудником дилерского центра, я не проявлял инициативу, не стремился познать новое и остановился в развитии!

МИР ЗА КУЛИСАМИ

Помимо сотрудников колл-центра, ресепшн, продавцов, сервисных консультантов, сотрудников отдела страхования и кредитования, кассиров, за пределами шоурумов трудятся логисты, перегонщики, механики, мастера цехов, мойщики, инструментальщики, маркетологи, бухгалтера и их



руководители. И даже в этом списке перечислены не все! Автобизнес - целый мир, в котором, помимо автомобилей и продаж, есть свои показатели эффективности, взаимоотношения, структуры и стратегии - и сотрудникам все это нужно знать, в этом нужно ориентироваться. Так что работа у дилера — это и сложно, и просто одновременно. Скучно не будет точно. Интересно? Безумно!

Если вы чувствуете, что вам откликается работа у дилера — не бойтесь пробовать. Солідные компании заинтересованы в смелых и инициативных. И помните: хорошие люди притягивают хороших людей. Уверен, в «КАН АВТО» тянет именно таких!