

Cyfrowe rozwiązania. Realne zyski

Wdrożenie cyfrowych technologii do serwisów dealerskich na wielu płaszczyznach prowadzenia biznesu to już nie tylko podążanie za trendami. To wysoka świadomość kadry zarządzającej, która zauważyła pozytywny wpływ na wynik finansowy firmy. Cyfrowa rewolucja to biznesowa szansa.

“Wdrożenie Colorvation pozwoliło nam usprawnić procesy, zwiększyć efektywność i obniżyć koszty generowane przez lakiernię”.

Konrad Kiełbasa, Budmat Auto Płock

Poznaj Ambasadora COLORVATION



Zeskanuj QR kod
lub odwiedź stronę
www.colorvation.com/pl



Digitalizacja objęła już wszystkie dziedziny życia i biznesu. Statystyki wskazują, iż już ponad połowa ludzkości na świecie korzysta z internetu. Szacuje się, iż przez najbliższe trzy lata liczba podłączonych urządzeń mobilnych na świecie wzrośnie do 50 mld. Czy cyfryzacja się opłaca? Analizując światowy rozwój w dziedzinie cyfryzacji, a także wpływ na pozostałe aspekty otoczenia biznesowego, widać, że dostosowanie się do zmieniających się trendów na rynku oraz idących za tym potrzeb klientów jest kluczowym kryterium osiągnięcia sukcesu.

**NOWE WYZWANIA,
NOWE NARZĘDZIA.
AUTOMATCHIC™**

Dynamika rozwoju cyfrowych rozwiązań znacznie odmieniła narzę-

dzia w segmencie lakierniczym. – Od momentu wprowadzenia pierwszego spektrofotometru Automatchic w 1993 r. po dzień dzisiejszy, gdy w ofercie AkzoNobel znajduje się pełen pakiet rozwiązań kolorystycznych w cyfrowej technologii, liczba naszych klientów korzystających z nowoczesnych sposobów dopasowania kolorów dynamicznie rośnie. Szacujemy, iż do końca roku będzie to wzrost nawet o kilkadziesiąt procent – mówi Dariusz Walkowiak, dyrektor sprzedaży VR Premium Polska w AkzoNobel. Warto zaznaczyć, iż wdrożenie cyfrowych narzędzi, w tym zwłaszcza innowacyjnego spektrofotometru Automatchic™, oznacza mniejszą liczbę błędów i przyspieszenie cyklu lakierniczego, co przekłada się na obniżenie kosztów i zwiększenie potencjalnej liczby napraw obsługiwanych przez warsztat.

Odpowiednie przygotowanie podłoża oraz dopasowanie kolorystyczne to najważniejszy element właściwej naprawy lakierniczej, który ma olbrzymie znaczenie w całym procesie i wpływa na zadowolenie klienta. – Od ponad sześciu lat, pracownicy naszej lakierni, używają spektrofotometru. To narzędzie, które zrewolucjonizowało w naszej firmie cały proces doboru koloru. Warto podkreślić, iż ta zmiana nastąpiła w idealnym momencie, gdyż stopień zaawansowania technologii produktowej, a także systematycznie powiększająca się baza kolorów i wariantów producentów samochodów skutecznie wydłużyła ten etap w procesie naprawy. Zdarzały się sytuacje, iż manualne dopasowanie koloru do danego elementu było bardzo utrudnione, a czasami wręcz niemożliwe – podkreśla Tomasz Stasiak, dyrektor ds. technicz-



nych w firmie Auto Broker, lubelskim dealerstwie Hyundaia, Suzuki i Citroena Patrząc, jak zmieniają się trendy kolorystyczne (jeszcze kilka lat temu dominowały kolory białe, czarne czy srebrne), trzeba zauważyć, że aktualnie personalizacja odcieni i głębi czy wykorzystanie dwóch lub trzech kolorów przy jednej karoserii wydaje się być standardem. – Często odchylenia od standardu koloru są tak mało widoczne dla ludzkiego oka, że manualne dopasowanie panelu do lakierowanego elementu samochodu byłoby dla lakiernika bardzo trudnym oraz czasochłonnym zadaniem dla lakiernika – dodaje Tomasz Stasiak.

Nasz rozmówca nie ma wątpliwości, że ręczny dobór optymalnego wariantu kolorystycznego wymaga od pracownika ogromnej wiedzy i doświadczenia, ale także cierpliwości, wspomnianego czasu i wykonania dużej liczby próbnych natrysków. – W tym celu często tworzony był dodat-

kowy kosztowny dla serwisu etat kolorysty, który nie był wykorzystywany efektywnie przez większość dostępnego czasu pracy, a ponadstandardowe koszty generowało także przygotowanie olbrzymiej własnej biblioteki kolorów. Dla nas spektrofotometr to najlepszy sposób na szybkie i precyzyjne dopasowanie prawidłowych receptur do naprawianych elementów karoserii – nie ma wątpliwości Tomasz Stasiak.

**ERA SPEKTROFOTOMETRU.
BIZNESOWA SZANSA**

W przeszłości, przed erą spektrofotometru, dobór koloru odbywał się manualnie. – Z reguły otrzymywaliśmy od dostawcy lakieru próbniaki kolorystyczne na papierowych fiszkach, które przykładaliśmy pod różnym kątem do elementu karoserii – i na tej podstawie dopasowywaliśmy kolor – mówi Wojciech Parciak, kierownik serwisu blacharsko-lakierniczego

w firmie Wasilewski i Syn. Używając spektrofotometru Automatchic Vision, cały proces odbywa się precyzyjniej i szybciej. – Dzięki temu już po kilku minutach od pomiaru system AkzoNobel wskazuje najlepiej dopasowaną recepturę kolorystyczną, a wtedy można przystąpić do kolejnych czynności w procesie naprawy. Nie muszę nadmienić, iż praca na lakierni stała się efektywniejsza, spadło nam też zużycie materiałów lakierniczych i liczba reklamacji związanych z niedokładnym dopasowaniem kolorystycznym. Wymienione korzyści przekładają się na realne oszczędności dla serwisu. Przyznam szczerze, że dziś nie wyobrażam sobie funkcjonowania lakierni bez tego narzędzia – dodaje Wojciech Parciak.

Szybki i precyzyjny dobór koloru zdecydowanie skrócił zatem etap przygotowawczy procesu naprawy lakierniczej, dzięki czemu pracownicy lakierni mogą wykonać większą liczbę zleceń w krótszym czasie. – Lakiernia w naszym serwisie cechuje się większą wydajnością i przepustowością, co bezpośrednio wpływa na szybszy czas realizacji i finalnego zamknięcia danego zlecenia. Digitalizacja to wzrost produktywności i ekonomii czasu. Widzimy korzyści z wdrożenia cyfrowych narzędzi we wszystkich obszarach działalności naszej firmy, w tym w koordynacji przepływu informacji, co w rezultacie również wpływa na rentowność serwisu, a także lepszą organizację pracy poszczególnych pracowników oraz działów. Dzięki cyfryzacji każdego dnia z powodzeniem wykorzystujemy naszą konkurencyjność na rynku – zaznacza Anna Gajlewicz, dyrektor zarządzający w firmie Wasilewski i Syn.

Podsumowując, współczesna lakiernia bez wdrożonego procesu digitalizacji nie będzie w stanie wykorzystać swego potencjału w takim stopniu jak dealerstwa, które już ten proces przeprowadziły. W tak wymagającym biznesie jak naprawy lakiernicze może to być element, który spowoduje ogromną różnicę w jakości usług, a co za tym idzie w rentowności serwisu. ●