

Acoat Selected - sieć w której warto być

AkzoNobel organizuje konferencje dla dealerów, od blisko 20 lat. Tym razem ponad setka uczestników spotkała się w malowniczo położonym hotelu pod Gietrzwałdem, gdzie w otoczeniu warmińskich jezior dyskutowano o wyzwaniach, jakie stawia dziś przed branżą rynek napraw blacharsko-lakierniczych w Polsce.

Acoat Selected

AkzoNobel

Konferencje Acoat Selected, czyli biznesowe spotkania dedykowane dealerom związanym z marką Sikkens, którzy wyróżniają się najwyższymi standardami technologicznymi oraz jakością, są organizowane przez firmę AkzoNobel od blisko 20 lat. Grupa Acoat to nasi klienci premium w segmencie ASO, zdecydowana czołówka serwisów blacharsko-lakierniczych w Polsce. Istota spotkań Acoat Selected to zapewnienie dealerom wartości dodanej, a więc dostarczenie im wiedzy, narzędzi i rozwiązań, które zwiększą rentowność ich biznesów. Na konferencjach rozmawiamy głównie o wyzwaniach, jakie stawia przed nami wspólny rynek napraw lakierniczych, a także o dochodowości dealerskiego serwisu. Mniej o samej technologii napraw i produkcji, tę wiedzę przekazujemy na co dzień dealerskim lakiernikom – w ten sposób scharakteryzował wydarzenie Tomasz Loose, w AkzoNobel Polska dyrektor sprzedaży VR Premium na rynek Centralnej Europy i Rosję.

We wrześniowym dwudniowym evenie w hotelu Marina Club pod Gietrzwałdem wzięło udział ponad 100 reprezentantów firm dealerskich. Nasze spotkanie jest dedykowane nie tylko osobom zarządzającym działem napraw powypadkowych czy szerzej – obszarem posprzedażnym dealerstwa, ale również szefom całych stacji dealerskich oraz właścicielom. Powtórzę – skupiamy się na biznesie i zarządzaniu, nie na technice lakierniczej czy udoskonaleniach konkretnej linii lakierniczej – dodawał Tomasz Loose. Stąd bogata część merytoryczna konferen-



FOT.2 Jedną z prelekcji – poświęconą benchmarkowi – wygłosił przedstawiciel AkzoNobel Eligiusz Kobyłkiewicz

cji, podczas której wykłady uzupełniane są warsztatami w grupach.

NOWOŚCI Z BRANŻY

Po oficjalnym przywitaniu uczestników przez dyrektora sprzedaży VR Premium Polska w AkzoNobel Dariusza Walkowiaka, głos został przekazany prelegentom. Prezentacje rozpoczęły się od wystąpienia Piotra Paczusińskiego z firmy Audatex, który opowiedział o tendencjach panujących w obszarze kalkulacji szkód. Nie mogło przy tej okazji zabraknąć tematu numer jeden ostatnich miesięcy, czyli obniżenia cennika materiałów lakierniczych, jakiej dokonał niemiecki Instytut AZT.

Następnie wystąpił przedstawiciel AkzoNobel – Eligiusz Kobyłkiewicz, dyrektor ds. Usług Serwisowych VR Premium CE. Główny temat – projekt benchmarkowy realizowany z coraz większymi sukcesami wśród dealerskich serwisów lakierniczych. W czasie wystąpienia pokazano ciekawe dane porównawcze – oczywiście bez ujawniania nazw konkretnych dealerstw – z obszaru funkcjonowania warsztatu, między innymi: efektywność, produktywność, sprzedaż roboczogodzin na blacharza/lakiernika, średnią wartość napraw, udział lakiernika w naprawie itd. Całość oparta została na rzeczywistych wskaźnikach raportowanych przez ASO. Jesteśmy dla dealera part-

nerem biznesowym, a nie wyłącznie sprzedawcą lakieru, dlatego pomagamy klientom w rozwoju ich serwisów, choćby poprzez zestawienie poziomu wskaźników KPI, jakie osiągają, ze wskaźnikami konkurencji. Dzięki temu osoba zarządzająca blacharnią widzi, w jakim elemencie działania serwisu wybija się ponad średnią, a który element powinna poprawić – mówił po swoim wystąpieniu przedstawiciel firmy AkzoNobel. Jak już wspomniano, sporą część wiedzy teoretycznej przekazywanej na konferencji, rozwijano kolejnego dnia podczas praktycznych zajęć w podgrupach. Na warsztatach koncentrujemy się na tematach zgłaszanych nam przez dealerów bądź też wskazywanych na bazie spotkań z dealerami przez naszych przedstawicieli w terenie. Przykładowo, warsztat ma za zadanie – na podstawie wybranych wskaźników KPI – zdiagnozować problemy i wyzwania, z jakimi mierzy się analizowana blacharnia-lakiernia. Rozwiązania proponują sami uczestnicy – tłumaczył Eligiusz Kobyłkiewicz. Inny z warsztatów dotyczył najnowszych rozwiązań IT w funkcjonowaniu serwisu naprawczego.

Poza wymienionymi tematami dealerzy obejrzeli prezentacje poświęcone między innymi: digitalizacji w serwisie blacharsko-lakierniczym (i jej wpływu na jakość oraz szybkość prac), stawce kosztowej w dziale napraw powypadkowych (co na nią wpływa, jak się zmienia), czy wreszcie – nowej odsłonie portalu Acoat Selected Plus. Każda prelekcja urozmaicana była serią pytań od publiczności, a co za tym idzie – dyskusją z wykładowcą. Na spotkaniach, które organizuje AkzoNobel, za każdym razem dowiaduje się czegoś nowego. Co roku poznaję rozwiązania pozwalające pracować naszym serwisom szybciej i wydajniej. Mogę się tylko cieszyć, że mamy za partnera firmę, która nie tylko dostarcza nam lakier, ale przykłada też należyłą wagę do wskaźników KPI w ob-

szarze blacharni-lakierni – mówił na gorąco Przemysław Celej, dyrektor posprzedaży w PGA Motors. Dla PGA usprawnienie procesu jest istotne o tyle, że grupa systematycznie zwiększa liczbę obsługiwanych aut, więc sprawna obsługa kolejki do serwisu staje się wyzwaniem nie mniejszym niż zabieganie o klienta (dość powiedzieć, że warszawska blacharnia PGA obsługuje dzisiaj aż 5 dealerstw). Zwiększanie wydajności lakierni to dla nas jeden z podstawowych celów. Wspomaga nam w tym system AutoFlow, a także benchmark, który przygotowuje AkzoNobel. Ten ostatni element daje nam szansę porównania wydajności zarówno w ramach PGA, jak i zestawienia tych wskaźników z rynkiem – dodawał Celej.

SZERSZE SPOJRZENIE

Z wyzwaniem obsługi dużej liczby klientów spotyka się również największa polska grupa dealerska. Nasz serwis blacharsko-lakierniczy w Wysogotowie, gdzie zatrudniamy 40 osób, pracuje już ma pełnych obrotach. Spotkania organizowane przez AkzoNobel są dla mnie okazją do wymiany poglądów i doświadczeń: między dealerami, regionami, markami. Oczywiście po to, aby się zainspirować, przenieść dobrą praktykę do swojej firmy, może coś podpowiedzieć innym. Pracując we własnym „ogródku”, człowiek nie widzi wszystkiego. Warto być na bieżąco, obserwować – mówił Artur Nafalski, kierownik działu blacharsko-lakierniczego w oddziale Grupy Krotoski-Cichy. To jedna z trzech blacharni grupy w aglomeracji poznańskiej. Trzecią, największą, otworzono we wrześniu w Komornikach.

Mimo że spotkanie Acoat Selected koncentruje się na tematyce blacharsko-lakierniczej, to wśród uczestników konferencji – na co zwracał uwagę Tomasz Loose – nie brakowało osób zarządzających całą stacją,

a nawet właścicieli. Obszar napraw powypadkowych często nie jest dla producentów samochodów priorytetem, więcej uwagi poświęcają oni – co w sumie naturalne – dystrybucji aut czy serwisowi mechanicznemu. Ja jednak od zawsze uważałem, że blacharnia-lakiernia to niezwykle ważny dział dealerstwa. I myślę, że to znaczenie będzie ciągle rosło. Stąd moja obecność. Liczę, że poznam odpowiedzi na wiele pytań i że porozmawiam o problemach, jakie dotyczą ten segment rynku – podkreślał Marek Romanowski, dealer Toyoty i Lexusa z Radomia, Kielc i Krakowa. Jako przykład podał kwestię nierównego traktowania autoryzowanych serwisów dealerskich i całej reszty rynku, choćby w zakresie wymagań stawianych przez instytucje ochrony środowiska. Obowiązki i koszty nakładane na nasze warsztaty – związane na przykład z użyciem zużytych materiałów – są bez porównania wyższe niż te, z jakimi spotykają się inne serwisy naprawcze, stanowiące przecież ponad 80 proc. działających w Polsce blacharni-lakierni – analizował Romanowski.

BUDOWANIE RELACJI

Poza zdobywaniem wiedzy spotkanie Acoat Selected służy też integracji środowiska. Stąd na evenie nie mogło zabraknąć – jak co roku – aktywności zespołowej, zadań „w terenie” oraz wieczornych atrakcji (tym razem, z uwagi na miejsce, kolacja upłynęła w szantowym klimacie). O tym, że takie eventy są branży potrzebne, najlepiej świadczy frekwencja po stronie dealerów, jak również satysfakcja wyjeżdżających uczestników. Acoat Selected to dla nas nieodczony element relacji z dealerami. Już teraz mogą ich zaprosić na konferencję w przyszłym roku. Miejsca i terminu jeszcze nie zdradzę, natomiast obiecuję, że zrobimy wszystko, aby nasi biznesowi partnerzy nie byli zawiedzeni – podsumował Tomasz Loose. ●



FOT.1 Wspólne zdjęcie uczestników konferencji Acoat Selected. W spotkaniu w Gietrzwałdzie wzięło udział ponad 100 przedstawicieli ASO