

Egyedül nem megy...



A Magneti Marelli név régről ismert, jól csengő név a magyar autójavítók körében. Korábban az autóvillamossági alkatrészek, gyújtógyertyák tették elsősorban ismertté, később egyre gyakrabban lehetett találkozni az autókban Magneti Marelli feliratú rendszerelemekkel, motorvezérlőkkel, más elektronikákkal is. A Magneti Marelli ma már az egyik legjelentősebb autóiipari rendszerbeszállító. Ha pedig az utazó Nyugat-Európát, kiemelten Olaszországot járta, bizonyára felfigyelt a „checkstar” szervizfeliratokra. Ez a szervizhálózat ma már a magyar szervizpiac eleme is, hiszen egy évvel ezelőtt nyitott meg az első Magneti Marelli checkstar szerviz Magyarországon, ennek apropóján készítettünk interjút Fischer Péterrel, a Magneti Marelli checkstar márkafüggetlen autószerelviz-hálózat magyarországi projektvezetőjével.



– A checkstar franchise szervizhálózat milyen számosságú, elterjedtségű a világon és hány magyar tagja van?

– A világon több mint 5000 checkstar szerviz van, elsősorban Európában, de még Dél-Amerikában is található belőlük. Az elmúlt egy évben 19 magyarországi szerviz csatlakozott a hálózathoz.

– Az autójavító franchise sok formája ismert, a checkstar hová sorolható?

– A Magneti Marelli checkstar hálózat franchise jelleggel működik, de nem mint teljes franchise. Ezt azt jelenti, hogy ami egységes a Magneti Marelli checkstar szervizekben az a műszaki háttér, felkészültség és kiszámíthatóság, valamint az arculat, a külső és részben a belső megjelenés. Magába az üzletmenetbe a Magneti Marelli nem kíván beleszólni, tehát bár a tagok egy családba tartoznak, szuverenitásuk maximálisan megmarad.

– Mi indokolja ma, hogy az autójavítók egy működésüket támogató szervezethez csatlakozzanak? Mivel érvelnek, amikor tagokat toboroznak?

– Egyre inkább igaz erre a szakmára is, hogy „egyedül nem megy...”. Hiába rendelkezik valaki 20–30 éves vagy akár még hosszabb idejű szakmai tapasztalattal, ha nincs naprakész információja, akkor egyre több olyan feladattal fog találkozni, amihez „hozá sem tud szólni”. Meglátásunk szerint egy szerviz sikeres működéséhez a szakmai ta-

pasztalat mellett legalább olyan súlya van a naprakész információknak. Vegyük például azt az egyszerűnek látszó példát (az ügyfél szemszögéből), amikor az ügyfél nem tudja az ablakot felhúzni, mondjuk mindezt egy max. 5 éves autóban. Abban az esetben ha nem „kurblis” megoldásról van szó, akkor egy – szakmailag kompetens – szerviz nem az ajtókárpit megbontásával kezdi a hiba feltárását, hanem egy megfelelő eszközzel csatlakozni próbál az autó központi, ill. az adott részegységvezérlő egységéhez. Jelen esetben nemcsak a megfelelő eszközön van a hangsúly, hanem azon is, hogy ezen „megfelelő” eszközök „tudják-e”, tehát az adatbázisukban szerepelnek az ehhez szükséges adatok. Persze mindenki hall rémtörténeteket meg pletykákat, hogy ilyen és ilyen adatbázishoz, információhoz, így és így lehet hozzájutni és persze ingyen, meg mindenkinek van valamilyen ismerőse ebben vagy abban a márkaszervizben aki segít... De mi van akkor, amikor ezek a források bedugulnak, az adott ismerős éppen beteg... Azon felül, hogy ez felvet némi jogi és etikai aggályokat is, aki erre alapozza a működését, az kizárólag kiszámíthatatlan szolgáltatást tud nyújtani ügyfeleinek, mert azt, hogy ő meg tudja-e szerezni az adott információt, az esetleges. Márpedig tudomásul kell venni, hogy ezen a piacon is erős verseny van! Tudom, hogy közhely, de nagyon

igaz, hogy a kiszámíthatóság az egyik legfontosabb üzleti érték. És az is, amit kevesen fogadnak el, hogy ez fontosabb az árnál is. Tehát összességében egy szerviznek ezeket a problémákat meg kell oldania (ha tetszik, ha nem), és ehhez általában egy jó választás valamely szervizhálózathoz történő csatlakozás. Természetesen ebből szép számmal van választási lehetőség, és mindenki saját ízlése szerint dönthet, de véleményünk szerint a legjobb megoldás, ha valaki valamely gyártói hálózathoz csatlakozik, hiszen az információkat ebben az esetben „elsőkézből” kapja. Gyártói hálózat lehet valamely autómárka (az biztos, hogy az adott márkáról ők tudnak a legtöbbet) vagy lehet valamely autóiipari rendszerszállító (ebből lényegesen szűkebb a kínálat), mint pl. a Magneti Marelli, egészen pontosan a Magneti Marelli checkstar hálózat, amely jellemzően a márkafüggetlenséget támogatja.

– Kik lettek a magyar hálózat tagjai?

– A szervizek között található olyan márkaszervizek, amelyek felismerték, hogy fontos nyitni a márkafüggetlen szolgáltatások nyújtása felé, és ami tán a legfontosabb, hogy azt is felismerték, hogy ehhez nem elég magukat márkafüggetlen szervizként hirdetni, hanem ehhez komoly – szakmai – háttérrel kell rendelkezniük; mellettük természetesen olyan márkafüggetlen szervizek is vannak a csapatban, amelyek ki akarnak emelked-

Frankfurt am Main
2012. szeptember 11–16.

ni a többiek közül és ezért választottak egy nemzetközi szervizhálózathoz történő csatlakozást. Tagjaink között egy másik szervizhálózatot is üdvözölhetünk, a Magyar Autóklub szervizhálózatát, amely elsősorban a Magneti Marelli műszaki hátterét tartotta a legvonzóbbnak a csatlakozáshoz.

– *Mit ad a checkstar a partnerszervezeteknek?*

– A Magneti Marelli a checkstar szervezete számára elsősorban naprakész szakmai kompetenciát: felkészültséget, hozzáértést nyújt, ami a Magneti Marelli szervizberendezések használatában, a Magneti Marelli által támogatott szervizinformációs adatbázisokban, ill. az általuk fejlesztett oktatásokban, képzésekben nyilvánul meg, és természetesen egy ilyen rendszer elválaszthatatlan részét képező HOT-LINE szolgáltatásban. És mindehhez egy igazi „olaszos életérzéssel” átítatott vonzó megjelenést nyújt szervezete számára.

– *Egy év nem sok idő, de talán már az első tapasztalatok összegezhetőek, melyek ezek?*

– Az első év tapasztalatai elsősorban pozitívak, annak ellenére, hogy az elsődleges feladatunk a háttér kiszámítható működésének biztosítása volt, és viszonylag keveset tudtunk foglalkozni „piaci” munkával. Két fontos dolgot emelnék ki, amit sikerként éltünk meg. Ez egyik, hogy a Magneti Marellinél sikerült elérni, hogy a magyar piac kiemelt szerepet kapjon, és azt gondolom, hogy ez jelen pillanatban az árakban is jól tükröződik. A másik, hogy az első évben tartott oktatásainkról, képzéseinkről jellemzően pozitív visszajelzéseket

kaptunk. Szakmailag úgy gondolom, hogy igenis pozitív, ha egy olyan cég, mint a Magneti Marelli, amely meghatározó szerepet tölt be a jelenlegi autóipari fejlesztésekben, saját javítástechnológiát jelenít meg a piacon és teszi elérhetővé a magyar szervezetek számára. Ez egyértelműen a magyar javítóipar fejlődéséhez és egy európai szolgáltatáskultúra kialakításához tesz hozzá.

– *Tudjuk, hogy nem rózsás a hazai szervizpiac helyzete. Miként vélekednek arról, hogy mi a megmaradás receptje?*

– Magyarországon az elmúlt években csökkent a szervezetek száma, de jelenleg is sokkal több autószervez van, mint amit a piac mérete indokolna, tehát ez a folyamat nem fog megállni. Szintén közhely, de csak a versenyképes vállalkozások fognak megmaradni, és kérem, higgyék el, hogy ez nem elsősorban árversenyt jelent. Egy kiszámíthatatlan, rossz szolgáltatást, félmegoldást olcsón sem akar senki megvenni! Tehát nem marad más, mint az előre menekülés. Ez fejlesztést, beruházást jelent, ami tudjuk, hogy a jelenlegi gazdasági környezetben nem egy egyszerű feladat. Ebben tud a Magneti Marelli checkstar koncepció segítségét adni, természetesen a maga kipróbált eszközrendszerével és szerviztámogató szolgáltatásaival.

– *Köszönöm a beszélgetést! Minden, ami a szakma erejét, remélt nyereséges fejlődését segíti, üdvözlendő. Kívánjuk, hogy a checkstar javítóipari hálózat elfoglalja méltó helyét a hazai szervizpiacon!*

DR. NAGYSZOKOLYAI IVÁN

Egy kis Magneti Marelli-történelem

1891: Ercole Marelli megalapította saját nevével jegyzett cégét, ami elektromos eszközöket és -motorokat gyártott.

1919-ben a Fiat céggel közösen alapították a Fabbrica Italiana Magneti Marelli céget, ahol mágneses és elektromos eszközök gyártásával foglalkoztak.

1929-ben kezdték a járművekben alkalmazott akkumulátorok gyártását, egy évre rá pedig megalapították a Radiomarelli márkanevet, és rádiókkal, televíziókkal is foglalkoztak.

1935-ben indult a gyújtógyertya-üzletág, amelynek a cég a sikerét köszönheti.

1967-ben a Fiat felvásárolta a Magneti Marelli cég egészét.

1979-ben Marelli Autronica néven alapított közös vállalatot a Fiat, a Magneti Marelli és a Weber, hogy a gyújtás- és tüzelőanyag-ellátás rendszerének elektromos vezérlését tanulmányozzák.

1987-ben egy ipari csoporttá alakult át, ami magába foglalta a Weber, Veglia Borletti, Carello, Siem, Solex és Jaeger vállalatokat is.

2000-ben sorozatgyártásba került a műholdas navigációs rendszerük (Alfa Romeo 147).

2005-ben nagy szerkezeti átalakuláson esett át a cég, az új vezetőség fontosnak tartotta az elektromos rendszerek és cserealkatrészek értékesítésének területét beépíteni a fő üzleti stratégiák közé.

2007-ben ők voltak az elsők, akik tömeggyártásban készítettek Full-LED lámpákat (Audi R8).

Új impulzusok sorozatban: Isten hozta az Automechanika szakvásáron!

Az Automechanika a gépjárműipar meghajtó motorja. Itt - más vásárokat meghaladó mértékben - minden az autóalkatrészek, műhelyek és benzinkutak berendezései, az IT és management, a gépkocsi mosás, az alkatrészek és a tuning újdonságai és trendjei körül forog. Élje át a legújabb innovációkat, szerezzen előnyt az információkból 2012. szeptember 11–16. között Frankfurt am Mainban!

www.automechanika.com
www.fhconsult.hu
jbenko@fhconsult.hu
Tel.: 325 - 5330