

## IV. Profi Autószervez Konferencia

Ugyan, miért menjen el az autószervezes egy újabb „bevételnövelést, vevőszerzést ígérő” előadás-sorozatra?

A 2008-as válság kirobbanása után és az autószerelőket érintő 2009-es törvénymódosítások után nyilvánvalóvá vált, hogy a régi vállalkozásműködtető módszerek már nem elegendőek a megélhetéshez, ezért alapjaiban kell megújulni, hogy a jövőben is biztosan tudjanak működni a vállalkozások, és válságállóak legyenek, mert a válság úgy tűnik, inkább állandósult állapot, semmint átmeneti. Nagy Lászlónak, a Nagy Gépműhely tulajdonosának nem titkolt terve, hogy segít az autószerelőknek ebben a megújulásban, méghozzá nem kevesebbel, mint a Profi Autószervez Konferencia-sorozat létrehozásával.

– *László, mi volt az alap gondolat, ami elindította a Profi Autószervez Konferencia-sorozatot?*

– Harmadik generációs gépműhelyként mindig a minőséget tartotuk szem előtt, viszont az elmúlt években azt láttuk, hogy az autótulaj sokszor nem érti, miért kell ennyit az autójára költeni. Az oka az, hogy megkopott a járműfenntartó tevékenység, más néven szervizszolgáltatás hírneve, ami régen a „tisztos ipar” kategóriájába tartozott. Ezt a hírnevet szeretnénk visszaállítani, hogy újra megbecsült legyen ez a szektor. Ne legyen általános szokás az, hogy az ügyfél beleszól a javítás folyamatába, úgy, hogy az jelentősen befolyásolja a minőséget, aminek a felelősségét később a szervize akarja hárítani. Az ügyfél most csak anyagi oldalról nézi a javítást, nem tud különbséget tenni a minőségi munka és a kóklér között. Semmibe nézi azt a szakmai felszereltséget és felkészültséget, amit a tisztos iparosok felhalmoznak a cégükben. Ezt az alkalmazott is semmibe nézi, mert munkaidő után otthon dolgozik, konkurálva a saját cégével. Ekkor megszületett bennem az a gondolat, hogy el kell kezdeni valamit másképp csinálni, mert ha mindennap ugyanazt csinálod, akkor nem fog változni semmi.

– *Mi az, amit másképp csinált az elmúlt években?*

– A változtatáshoz először tanulni, majd az ismereteket a gyakorlatban alkalmazni kell. Magam részéről számos képzésen vettem részt, tanácsadók, coachok elméleteit fogadtam meg, majd tanácsaikat kipróbáltam a saját cégemen. Persze, hogy okoskodtak az autótulajok, hiszen eddig nem látták a szakmai hozzáértésünket, mi meg hagyjuk, hogy ő diktáljon, mert nem volt üzleti modellünk, ami segítségével ki tudtuk volna szűrni a rossz vevőt. Alapvetően ha bejött egy vevő a boltba, nem akartam, hogy elmenjen vásárlás nélkül, mert ilyenkor azt éreztem, hogy magamat fosztottam meg a munkától, így a haszontól. Amikor pedig mindenféle munkát elvállaltam, akkor meg azt láttam, hogy ugyan sok munkánk van, csak a profit elűnt. Mára az üzleti modellek, speciális menedzsment és marketing segítségével sikerült válságállóvá tenni a cégem, és bízom abban, hogy a negyedik generáció is tovább tudja vinni a családkunkban a Nagy Gépműhelyt. De visszatérve a konferenciára, látva a saját sikereinket, és tudván, hogy a mi legfőbb ügyfelünk az autószerelő, elhatároztam, hogy ezt a tudást megosztom velük, sőt segítem visszaállítani a szolgáltatás megbecsültségét. Segítek abban, hogy az

autószerelő véleményét, szakmáját elfogadják, és hajlandóak legyenek megfizetni azt a pénzt, amit a szerelő kér a minőségi munkáért. Ezek elsősorban olyan minimum 2-3 állásos autószervezek, akik a lehető legjobb minőségű munkát akarják biztosítani az autótulajnak és ebből tisztességesen meg akarnak élni.

– *A konferencia miben segíti a szervezőket?*

– Egyrészt ad szakmai információt, mindig felvetünk olyan szakmai problémákat, ami sokakat érint, illetve olyan problémákat, amelyekkel az autószerelők nem foglalkoznak, de a saját piackutatásaink szerint az autótulaj számára fontos tényező lenne. Másrészt, mivel senki más nem foglalkozik kifejezetten autószerelőkre szabott menedzsmenttel és marketinggel, mert nem látnak bele a szakmai sajátosságokba, ezért megmutatjuk, hogy üzleti szempontból hogyan lehet jobban működtetni a céget.

– *Milyen sajátosságokkal bír az iparág marketing és menedzsment szempontból?*

– Egy szervizvállalkozás komoly szakmai hátteret igényel műhelyszempontból és az ott dolgozók szempontjából. Egy autószervez bővítése nehéz, mert nehéz jó szakembert találni, illetve egy szakember betanítása hosszabb idő, mint egy fagyit áruló kislányé. Másik nehézség a géppark bővítése. Egy élelmiszerboltba betesznek néhány polcot, de az autószervezeknek gépeket, szerszámokat venni nem olcsó mulatság, ráadásul sok szerszám autószervezspecifikus, míg egy élelmiszerbolt polcára sokféle terméket rá lehet tenni, egy szerszámmal nem lehet mindent megjavítani. Mindezeket figyelembe kell venni, amikor a cég működését kell optimalizálni, nem beszélve az általános hibákról, amelyeket sok szervizes önkéntelenül elkövet.

– *Milyen általános hibákat követnek el az autószervezek?*

– Az autószerveznek arra van szüksége, hogy maximális kapacitással működjön, mert nagyon drága a cég gépparkjának a bővítése, és nehéz jó szakembert találni. Minőségi munkát akar adni, de nem akarják megfizetni az ügyfelek. Hogy a maximális kapacitást biztosítsa, ragaszkodik az ügyfélhez és ad egy kis kedvezményt, hogy ne menjen el. Ugyan a munka megvan, de a profit szép lassan elűnik, ha a sok kis kedvezmény összeadódik. Nem beszélve arról, ha

rosszul hirdet, és nem jön elég munka, a szakembereket fizetni kell vagy leépít, és a jó szakembereket felveszi más, aki a munkaerővel együtt elviszi a jó megrendeléseket is. Valójában ez a helyzet nem a szerviztulajdonos hibája, egyszerűen az iskolában azt tanították neki, hogy más szempontokra figyeljen, így viszont a mai gazdasági helyzetben nem tud profitot termelni.

A megoldás, hogy nemcsak a kapacitás a lényeg, hanem a cég összes erőforrását optimálisan kell kihasználni. Az erőforrásba beletartozik minden, ami befolyásolja a bevételt: a géppark, alkalmazott, javak, amit vesz a pénzén, hogyan használja a kapcsolatait, milyen ügyfeleket gyűjt magának, milyen adatbázist épít az ügyfelekről. Ilyen komplexen egy általános marketing-tanácsadó nem tud megoldást nyújtani, mert nem ért hozzá, és jellemzően azt javasolja, hogy csinálj egy kampányt ilyen-olyan módon, ami pénzbe kerül és vagy hoz megrendelést vagy nem, azt pedig nem látja át, hogy a cég összes erőforrásában mennyi pénzszerző lehetőség lakozik anélkül, hogy költsékezni kezdenénk.

– Milyen megoldást nyújt a IV. Profi Autószerviz Konferencia a szervizek számára?

– A konferencia programját igyekszünk kompletten összeállítani, idén összel a következő témákra kívánunk megoldást, lehetőséget nyújtani: Hernádi Géza igazságügyi műszaki szakértő rávezet arra, hogy nézzük meg a javítómunkánkat műszaki szakértői szemmel, nézzük meg jogi oldalról is, melyik az a helyzet, ahol még egy jó szolgáltatással is milliókat bukhatunk ha nem tartjuk be a szabályokat. Pálincás Gábor elárulja a titkot, hogyan érd el, hogy minden ügy-

feled ajánljon? Hogy kell ezt úgy megvalósítani, hogy plusz bevételt hozzon? Nem arról az ajánlásról beszélünk, amikor a jött-ment ügynök szolgáltatását nem kértük, aki azt mondja ezek után, hogy adjunk 3 ajánlást, mi meg elküldtük őt az ellenségeinkhez, hanem arról, amikor az ismerős ajánl, hogy szuperül megcsináltad az autóját. Gyurka András menedzsmentszakértő több autószerviznek is segített már, neked is tud mutatni egy-két fogást vagy trükköt, amivel jobban ki tudod használni az erőforrásaidat anélkül, hogy pénzt nyomnál egy „őrült” kampányba.

Vendégünk lesz még Spindler Tibor, az AOE elnöke és egy meglepetés előadó (nem, nem László lesz). A meglepetés előadó olyan szakmai előadást tart, ami arra ad választ, amivel a szervizeknek foglalkozniuk kellene, de nem teszik.

Aki kipróbálja a konferencián elhangzó módszereket, tippet, az egészen biztosan hanyagolni fogja az korábban alkalmazott üzleti fogásokat, ami eddig nem hozott eredményt. Felnő, mint vállalkozó. Eddig szakmai vonalról figyelte a vállalkozását, mostantól megnézi üzleti vonalról is és így tudja pénztermelővé változtatni azt.

– Úgy tudom, az Autótechnika olvasóinak különleges ajánlattal kedveskedsz...

– Így van. A konferencia jegyára br. 16 500 Ft, amit elővételben 40%-os kedvezménnyel br. 9900 Ft-ért lehet megvenni október 20-ig, AOE-tagok pedig 50%-os kedvezményt kapnak október 20-ig, így ők br. 8250 Ft-ért vásárolhatnak jegyet.

**DE! Autótechnika-olvasók, figyelem!**



**NAGY GÉPMŰHELY**  
a motorspecialista

## A Nagy Gépműhely ajándéka az Autótechnika olvasóinak

Ha ön most az Autótechnika olvasójaként vásárol jegyet a **IV. Profi Autószerviz Konferenciára 2011. október 10-ig** és megadja a jelszót: **AUTÓTECHNIKA**, akkor Ön most,

**a kedvezményes belépőjegy mellé ajándékot kap postaköltség nélkül!**

AZ ALÁBBI AJÁNDÉKOK KÖZÜL VÁLASZTHAT:

- 1 db DVD a nagyszerű Motorfelújítás Bukatóiból, amit a Budapesti Műszaki Egyetemen már oktatnak. (következő előadás Nagy László vendégelőadásával 2011. október 10-én lesz), vagy
- 1 db DVD az Értékesítés Titkairól. (A postaköltséget átvállaljuk, az ajándékot teljesen ingyen veheti át!)

**A részvételi díj: 16 500 Ft.**

**Elővételben 40% kedvezménnyel 9900 Ft**

**AOE-tagoknak 50% kedvezmény 8250 Ft**

**Helyszín: Budapest, Benczúr Hotel (1068 Benczúr utca 35.)**

**Időpont: 2011. november 5.**

**Jegyet vásárolhat a [www.nagygepmuhely.hu](http://www.nagygepmuhely.hu) oldalon vagy a 00-36/30-297-2208 telefonszámon!**