

10 способів збільшити дохід вашої СТО

дата публікації: 2020.05.04



Якщо ви ставите питання, як збільшити обсяги роботи та прибутки власної автомайстерні, то ви на вірному шляху до успіху. Тут є багато методів та інструментів, більшість з яких взаємопов'язана. Втім, переважно це речі, пов'язані з маркетингом.

Маркетингові стратегії для авторемонтних підприємств мають лише одну головну ціль – залучити більше клієнтів на ваше СТО! Отже ось вам 9 способів, як збільшити власні продажі.

Порада 1: будьте в інтернеті

Ми живемо в епоху інтернету, й у вас немає інших варіантів. Якщо вас немає в мережі, ви просто штучно обмежуєте власний бізнес. Для багатьох людей, особливо молодого покоління, якщо вас не можна знайти в інтернеті, ви насправді не існуєте. Тому витратьте трохи часу на створення хоча би найпростішого веб-сайту – це додасть статусу та впізнаваності вашому бізнесу. Для елементарних завдань можна використати безкоштовні версії основних конструкторів сайтів, на кшталт WordPress, Tilda або Wix. Ну, або найміть професійного веб-дизайнера, який все зробить сам.

Порада 2: налаштуйте ефективне SEO

Пошукова оптимізація, або SEO, - це практика поліпшення рейтингу вашого сайту в результатах пошуку. Наприклад, коли потенційний клієнт шукає "доступний ремонт автомобілів" в Google, на якій сторінці пошуку з'являється ваш сайт? Чи входить він до п'ятірки кращих результатів? Чи хоча б до ТОП-10?

Статистика стверджує, що 70% людей при пошуку в Google натискають на посилання на

першій сторінці. Іншими словами, веб-сайти, які мають більш високий рейтинг, швидше за інших отримують відвідувачів. Тому радимо дізнатися все про поліпшення вашої SEO-оптимізації.

Про SEO ми писали раніше – читайте матеріал «ТОП-5 порад для SEO у сфері продажу запчастин».



Порада 3: зв'язок з місцевими підприємствами

Малий бізнес має певні переваги перед великими корпораціями. Зокрема, більш легке створення взаємовигідних відносин з іншими місцевими підприємствами. Наприклад, ви можете укласти угоду, в якій клієнти вашого автосервісу можуть отримати знижку в місцевих ресторанах, і ці місцеві ресторани можуть повернути борг, рекламуючи ваш бізнес. Інша перевага полягає в тому, що ви заробите хорошу репутацію в місцевій громаді. Погляньте навкруги – можливо, у вас є можливість розширити свою мережу прямо зараз і десь поряд.

Порада 4: взаємодія у соцмережах

Окрім створення веб-сайту, вам, безумовно, варто розглянути можливість створення облікових записів у соціальних мережах для вашої СТО. Це можуть бути Instagram, Facebook, Twitter та інші соціальні медіа-платформи, про які ви чули.

Перша важлива причина, чому ви повинні бути у соцмережах – це абсолютно безкоштовна реєстрація. Що по суті означає безкоштовну рекламу. Безумовно, потрібні зусилля і навички, щоб домогтися успіху, але існують також платні рекламні опції, які можна використовувати для автоматизації повідомлень, таргетування конкретних аудиторій та оцінки ефективності кампанії. Друга значна причина, щоб потрапити в соціальні мережі, це величезні розміри аудиторії. Хоча ви, швидше за все, не будете намагатися зв'язатися зі всіма, суть у тому, що ви можете вплинути на потенційних клієнтів у звичній для них спільноті.

Більш детально про це ми писали в статтях «Цифровий автосервіс» та «Що СТО публікувати в соцмережах».

Порада 5: планування наступних візитів

Не дозволяйте поточним клієнтам «губитись». Коли хтось приїжджає на заміну оливи,

домовляйтесь про наступний плановий візит. Якщо хтось приїжджає, щоб заправити кондиціонер, переконайтеся, що повідомили клієнту, коли чекаєте його на чергову перевірку справності системи.

Нагадайте своїм клієнтам, що технічне обслуговування автомобілів – це регулярний процес. Зрештою, ви надаєте послуги не тільки для того, щоб заробити гроші, але і для того, щоб гарантувати безпеку і спокій ваших клієнтів у дорозі.

Порада 6: співпрацюйте з платформами-агрегаторами

Існує чимало онлайн-сервісів, які агрегують інформацію про різні типи бізнесів. Це можуть бути як автосервісні портали, на кшталт vse-sto.com.ua, так і загальні сайти з пошуку інформації, де можна знайти детальні дані: контакти, графік роботи, перелік сервісів, орієнтовні ціни.

Також можна використовувати і більш специфічні та багатофункціональні сервіси, на кшталт Carbook чи Autobooking – тут ви можете отримувати безпосередньо «ліди» – тобто пости живих клієнтів, які хочуть записуватись на СТО зручно та онлайн.

Не втрачайте жодної можливості отримати нових клієнтів, яких можна потім перетворити на постійних відвідувачів.



Порада 7: створюйте реферальну систему винагороджень

Сарафанне радіо як і раніше є найкращою формою реклами в усьому світі, і 92% споживачів кажуть, що вони довіряють такій формі більше, ніж усім іншим. Хоча цей відсоток вражає, все одно цей процес можна стимулювати. Наприклад, запропонуйте клієнтам заповнити просту форму зі своїм ім'ям і номером телефону, і скажіть, що якщо хто-небудь приїде і згадає їх ім'я, то і новий клієнт і він отримають знижку або якусь безкоштовну послугу. Не забувайте, що ваше завдання – залучити більше клієнтів у вашу автомайстерню! А бонуси тут реально працюють.

Порада 8: заохочуйте клієнтів залишати відгуки

Існує безліч сайтів, які ви можете рекомендувати своїм клієнтам, коли справа доходить до зворотного зв'язку з будь-яким видом бізнесу.

Таким чином, навіть якщо ваші клієнти не дають рекомендації безпосередньо людям, яких вони знають, їхній позитивний відгук може підвищити популярність вашої автомайстерні. Підсумок – дайте вашим клієнтам стимул, щоб залишити кілька приємних відгуків.

Порада 9: станьте лідером думок

Забезпечення якісних послуг для клієнтів майже завжди є пріоритетом номер один. Але як нові клієнти можуть отримати точне уявлення про ваш досвід, перш ніж вони передадуть свій автомобіль у ваші руки? Один із способів, щоб утвердитися в якості лідера думки в галузі – надавати освітній контент. Це можуть бути пости в блогах, подкасти, відеоуроки, спілкування в соціальних мережах і багато іншого.

Залишаючись у курсі останніх тенденцій в області ремонту автомобілів, а також надаючи свій власний внесок чи беручи участь в дискусіях на галузеві теми, ви можете показати клієнтам, що маєте знання і професіоналізм, на які вони можуть і повинні покластися.

Порада 10: розробка унікального бренду

Немає такої речі, як «ідеальний» бренд. Є тільки те, що працює для вас, і те, що не працює. Один з кращих способів триматися подалі від конкурентів – це отримати натхнення від них же. Ми не пропонуємо вам прямо копіювати когось із них. Але ви не повинні витратити свій час, намагаючись „винайти колесо”. Візьміть деякі кращі аспекти, викиньте інші та переконайтеся, що ваш бренд є унікальним. Також використовуйте відгуки клієнтів, щоб зміцнити свій авторитет та привабливість у їхній очах.

На сайті розкажіть клієнтам, коли створили СТО і як довго працюєте в цій сфері взагалі. Виділіть переваги, які приносите своїм клієнтам за допомогою вашого сервісу: економія їхнього часу, надання душевного спокою і так далі.

Маркетингові стратегії для автомайстерень розробляються і використовуються з однієї причини: залучити більше клієнтів у вашу СТО! І ці десять методів вам реально в цьому допоможуть.

Євген Пащенко

"Сучасна Автомайстерня" № 1-2 (139) 2020

Джерело: