

Як напрацюватися і втратити клієнта за 10 днів?

дата публікації: 2025.06.30



Тяги стабілізатора, які клієнт почує і відчує вже через кілька тижнів після заміни? Або паливний фільтр, який може протікати або кородувати після першої зими? Не кажучи вже про гальмівні колодки, які дивно швидко зносилися (адже попередні проїхали вдвічі більше!). Датчик масової витрати повітря, який видає помилки ще в автосервісі перед монтажем, або елементи кузова, які ніяк не можна підігнати? Прикладів багато, і в багатьох випадках це повсякденне життя автوماйстерні. Однак це стосується тих автосервісів, які, іноді за наполяганням клієнтів, вирішують встановлювати деталі низької якості. Економія? Так, при покупці, але дуже швидко ця економія перетворюється на додаткові витрати, пов'язані з черговим візитом до автوماйстерні. І тоді програють усі.

Кожна рекламація - це додатковий час, витрачений на аналіз, іноді також на ремонт, який можна було б використати для наступних замовлень.

Поломка після використання дешевої деталі призводить до незадоволення клієнта, а негативні відгуки та скарги можуть відлякати нових потенційних клієнтів.

Часті скарги та ремонти, пов'язані з дефектними деталями, спричиняють порушення в плануванні робіт, що впливає на загальну продуктивність автوماйстерні.

Експерти відзначають тут просту залежність - чим нижча якість запчастини, тим більша ймовірність прискореного зносу даного елемента і необхідності його частішої заміни. Приклад? Наприклад, неякісні деталі підвіски. Скільки разів клієнти скаржилися на стукіт у підвісці і замінювали кульові опори, рульові тяги і наконечники, або навіть важелі і амортизатори? Це замкнуте коло у випадку дешевих компонентів і ризик, що водій звинувачуватиме не виробника запчастин, а механіка, який проводив обслуговування. Оскільки вже через кілька тижнів з'являються перші ознаки несправності, то легко звинуватити того, хто виконав послугу.

Шкода для іміджу і не тільки

Потенційна шкода для іміджу може бути дуже великою і її буде важко усунути. Негативні відгуки, залишені в Інтернеті (наприклад, на картах Google), можуть назавжди відлякати потенційних нових клієнтів. На жаль, боротися з негативними відгуками та коментаторами непросто. Може виявитися, що замість того, щоб керувати СТО, ви будете витрачати багато часу на моніторинг мережі та відповіді на негативні коментарі. А завзяті інтернет-користувачі можуть витратити багато часу на таку критику.

Як уникнути проблем? Заохочувати водіїв використовувати автокомпоненти вищої якості від відомих виробників. Але, звичайно, за хорошу якість доведеться заплатити більше. І не кожен клієнт готовий до більших витрат. Залишається тільки терпіння і просвіта.

Немає сенсу лякати клієнта, який в результаті може відмовитися від послуг вашої автомайстерні. У випадку таких недооцінюваних компонентів, як повітряні фільтри (багато хто вважає, що їх достатньо час від часу пропилососити) або оливні фільтри, може скластися враження, що багато водіїв просто не усвідомлюють наслідків помилок і економії.

«Навіщо переплачувати, якщо корпус і різьба оливного фільтра підходять від іншої моделі автомобіля?». Проблема в тому, що фільтрувальний елемент підбирається відповідно до конкретного двигуна. У разі помилки при підборі фільтра зростає ризик неправильної фільтрації (наприклад, ризик занадто великого опору потоку оливи) і виходу двигуна з ладу. Ще гірше, коли фільтр не має необхідних клапанів (або їхні робочі характеристики не відповідають даному двигуну – відмінності стосуються тиску).

Несподіванки можуть трапитися і з повітряними фільтрами. Якісні продукти повинні не тільки добре підходити до місця встановлення. Вони також повинні бути стійкими до деформації (після монтажу в важкодоступному місці швидко повертатися до правильної форми). Варто також порівняти кількість складок (тобто так звану щільність гармошки). Чим їх більше, тим вільніше циркулює повітря і фільтр демонструє має більшу поглинаючу здатність. А правильний потік повітря має особливе значення в осінньо-зимовий період, коли вікна легше потіють і частіше використовується кондиціонер. У разі неякісного замінника водій буде скаржитися на низьку ефективність вентиляції та довгий час очікування на видалення конденсату з поверхні вікон. І кого тоді він буде звинувачувати?

Які продукти обрати?

Перевірені, сертифіковані, від надійних виробників і постачальників. До речі, нагадаємо, що сертифікація не завжди гарантує, що дана деталь буде такою ж довговічною, як оригінал. Тому використовуються додаткові позначення:

O, OE (Original, Original Equipment) - оригінальні запчастини, що використовуються для первинного монтажу на заводі виробника або виготовлені за його специфікаціями. Вони продаються під маркою виробника автомобіля.

OEM, Q, OES (Original Equipment Manufacturer, Quality, Original Equipment Supplier) - запчастини від того самого виробника, що постачає їх для першого монтажу. Такі запчастини можуть не мати логотипу бренду авто, але за якістю повністю відповідають оригіналу.

OEQ (Original Equipment Quality) - деталі, виготовлені сторонніми виробниками, які не постачаються на завод автовиробника, але відповідають стандартам якості OE. Вони можуть бути виготовлені з інших матеріалів і за дещо іншою технологією, проте повинні відповідати

певним нормам, пройти випробування на якість і отримати відповідні сертифікати (наприклад, TÜV).

АМ (Aftermarket) - найдешевші аналоги, що відповідають мінімальним вимогам, але не завжди сертифіковані автовиробником. Їхня якість є загадкою, а використання пов'язане з ризиком. На жаль, використовуючи їх автосервіс ризикує грошима та часом клієнта, а також своєю репутацією.

Якість має значення

«Якість має значення» - це нова ініціатива провідних виробників автозапчастин, адресована механікам та власникам автосервісів. Кампанія була створена з метою їх підтримки у прийнятті свідомих рішень щодо вибору запчастин ОЕ якості. Вибір таких компонентів - це не тільки гарантія кращої довговічності та надійності ремонту, але й спосіб виділитися на тлі конкурентів. Задоволення клієнти, які повертаються до автомайстерень, де якість є пріоритетом, перетворюється на їхню довіру та лояльність.

Ініціатива «Якість має значення» була започаткована в 2022 році [Асоціацією ААМРАСТ](#) (Association of Automotive Manufacturers and Parts Suppliers), яка об'єднує понад 50 відомих виробників автомобільних деталей та комплектуючих. Місія кампанії полягає у підтримці автосервісів у прийнятті обґрунтованих рішень щодо вибору високоякісних компонентів.

Спочатку вона діяла лише в німецькомовних країнах Європейського Союзу, а з початку 2025 року стартувала і в Польщі. То ж можна очікувати, що незабаром вона працюватиме і в інших європейських країнах.

Джерело: