

RAPORT

WYZWANIA I TRENDY W BRANŻY WARSZTATÓW SAMOCHODOWYCH

PUBLIKACJA POWSTAŁA WE WSPÓŁPRACY Z REDAKCJĄ [MOTOFOCUS.PL](https://mtofocus.pl)



SPIS

treści

Wstęp.....	3
Analiza sytuacji rynkowej	4
Rynek warsztatów niezależnych	6
Analiza rynku europejskiego.....	9
Czynniki wpływające na wybór warsztatu... ..	12
Oczekiwania wobec warsztatu.....	17
Nowoczesny marketing serwisu samochodowego – w jaki sposób dotrzeć do nowych i utrzymać zaufanie stałych klientów?	21
Standardy i procedury obsługi klienta.....	22
Cross-selling usług i produktów.....	24
Eko podejście.....	25
Szkolenie specjalistów i inwestycja w park maszynowy	27
Ewolucja branży aftermarketowej	28



WSTĘP

Szanowni Państwo,

ostatnie lata w sektorze serwisów samochodowych były bardzo wymagające. Pandemia COVID-19 znacząco wpłynęła na funkcjonowanie wielu firm z branży serwisowej, w tym także dealerów i warsztatów. Globalny kryzys związany z przerwaniem łańcuchów dostaw, zmniejszona produkcja samochodów oraz trudności logistyczne spowodowały, że koszt zakupu nowego pojazdu znacznie wzrósł. Mocno wydłużył się także czas oczekiwania na niego. W dłuższej perspektywie tendencje te pozwalają przypuszczać, że najbliższe lata przełożą się na wzrost popularności napraw i remontowania samochodów.

Dziś przed branżą warsztatową pojawiają się kolejne wyzwania. Do najważniejszych z pewnością należą braki kadrowe i stale rosnące koszty prowadzenia działalności, które w dobie takich zmagania biznesowych jak wysoka inflacja czy trwająca wojna w Ukrainie, są jeszcze mocniej odczuwalne.

Niniejszy raport stanowi zbiór najważniejszych informacji, trendów rynkowych oraz treści poradnikowych dla warsztatów. Publikacja wskazuje przyzwyczajenia klientów, ich wybory, preferencje, jak też tendencje, które odzwierciedlają odejście od tradycyjnego modelu napraw samochodów na rzecz serwisów niezależnych, często zrzeszonych pod wspólnym szyldem.

Zapraszam do lektury.

Marta Ciesielska,

kierownik działu sieci serwisowych
Q Service Castrol



ANALIZA

sytuacji rynkowej

Pojazdy w Polsce stają się dobrem luksusowym. Według analiz rynkowych, sektor motoryzacyjny dochodzi do punktu, w którym **cenę zakupu nowych samochodów przestają być akceptowane przez klientów**. Przykładem może być segment B, w którym ubogo wyposażone auto przekracza próg 100 tys. zł.

We wrześniu 2022 r. średnia ważona cena sprzedaży nowego samochodu osobowego wyniosła 160 171 zł. To wzrost o 17,2%¹ względem tego samego miesiąca w roku poprzedzającym. W sumie w pierwszych trzech kwartałach 2022 zanotowano wzrost o **14,1%, co przełożyło się na kwotę 152 766 zł².**

Do tej pory można było zakładać, że czynniki takie jak: konflikt w Ukrainie, problemy z dostępnością podzespołów do pojazdów czy wysoka inflacja, w pewnym momencie przestaną oddziaływać na rynek, a ceny powrócą do okresu sprzed 2019 r. To jednak tak szybko nie nastąpi, co wynika z „MotoBarometru 2022”. To doroczny raport przygotowywany przez Exact Systems

na podstawie badania realizowanego wśród menedżerów pracujących w przemyśle samochodowym w 11 krajach Europy. To w nim przewiduje się, że **w ciągu najbliższych 12 miesięcy ceny nowych samochodów na polskim rynku mogą wzrosnąć nawet o 20%**³.

Dla polskiego klienta są to poziomy niemal nie do zaakceptowania. Mimo coraz wyższego wynagrodzenia (według danych Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) wzrost w ciągu roku o 14,5%⁴), na zakup nowego samochodu trzeba **przeznaczyć 34 miesięczne pensje⁵. To o trzy więcej niż w styczniu 2018 r.**

Coraz częściej wybieranym rozwiązaniem są pojazdy używane. Analizy rynkowe wykazują jednak, że również w tym sektorze sytuacja nie jest optymistyczna. Zgodnie z raportem AAA Auto w ostatnich latach branża mierzy się ze **spadkiem liczby ofert, co w efekcie przekłada się na coraz wyższe ceny pojazdów wystawianych** na sprzedaż. Statystyki wskazują, że w 2022 roku **liczba oferowanych samochodów**

¹ Adam Woźniak, *Auta drożeją w dramatycznym tempie. Na nowe Polacy wydają średnio 34 pensje*, dostęp online: <https://www.rp.pl/finanse/art37344981-auta-drozeja-w-dramatycznym-tempie-na-nowe-polacy-wydaja-srednio-34-pensje> [lipiec 2023 r.].

² PAP, „Rzeczpospolita”: *Na nowe auto wydajemy średnio 34 pensje*, Dostęp online: <https://www.portalsamorzadowy.pl/finanse/rzeczpospolita-na-nowe-auto-wydajemy-srednio-34-pensje,416014.html> [lipiec 2023 r.].

³ Exact Systems, *2022 MotoBarometr Nastroje w automotive w Europie*, Warszawa, 2022.

⁴ GUS, *Przeciętne zatrudnienie i wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw we wrześniu 2022 r.*, Warszawa, 2022.

⁵ Adam Woźniak, *Auta drożeją w dramatycznym tempie. Na nowe Polacy wydają średnio 34 pensje*, dostęp online: <https://www.rp.pl/finanse/art37344981-auta-drozeja-w-dramatycznym-tempie-na-nowe-polacy-wydaja-srednio-34-pensje> [lipiec 2023 r.].

używanych w Polsce spadła o 25 128 sztuk⁶. Dodatkowo, zgodnie z danymi Instytutu Badań Rynku Samochodowego Samar, w pierwszej połowie 2023 r. do naszego kraju **sprowadzono 385,4 tys. używanych samochodów z zagranicy – to o 4,4% mniej niż w analogicznym okresie 2022 r⁷.** Tendencje te mogą oznaczać, że w najbliższych latach potrzeby związane z **naprawą samochodów będą rosły.**

Na polskim rynku jest **ponad 22 tys. podmiotów oferujących usługi serwisowe⁸.** Na znaczeniu zyskują warsztaty zrzeszone w sieciach serwisowych, które oferują ujednolicone standardy i odznaczają się wysoką dbałością o klienta.

ponad

22
tys.

**podmiotów
oferujących
usługi
serwisowe**

⁶ Maciej Badowski, *Ceny samochodów używanych przebiły kolejną granicę. Ile zapłacimy za auto z drugiej ręki?*, dostęp online: <https://strefabiznesu.pl/ceny-samochodow-uzywanych-przebily-kolejna-granice-ile-zaplacimy-za-auto-z-drugiej-reki/ar/c3-17205673> [lipiec 2023 r.].

⁷ Marcin Kaźmierczak, *Ruch w komisach samochodowych jak na początku pandemii, a ceny używanych aut dużo wyższe*, dostęp online: <https://www.bankier.pl/moto/ruch-w-komisach-jak-na-poczatku-pandemii-a-ceny-uzywanych-aut-duzo-wyzsze-13668/> [lipiec 2023 r.].

⁸ Gipa Automotive Aftermarket intelligence, *Badanie profesjonalistów 2022*, s.16, Warszawa, 2022.

RYNEK

warsztatów niezależnych

W Polsce istnieją **22 123 aktywne warsztaty samochodowe, z czego ponad 93% stanowią niezależne serwisy (IAM)**⁹. Zgodnie z danymi udostępnianymi przez GiPA, **w latach 2016–2022 łączna liczba warsztatów samochodowych w naszym kraju zmniejszyła się z 25 239 do 22 123**¹⁰.

Obecnie rozróżniamy kilka rodzajów warsztatów, w zależności od oferowanych przez nie usług. W efekcie możemy podzielić je na:

- warsztaty niezależne,
- serwisy opon,
- auto centra,
- warsztaty blacharsko-lakiernicze.

ponad

22 tys.

aktywnych warsztatów samochodowych

⁹ Ibidem.

¹⁰ Ibidem.

Tabela 1. Populacja warsztatów samochodowych

Kanał	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Warsztaty niezależne	18 00	17 500	16 800	16 500	15 000	15 200	15 300
Serwis opon	3 500	3 600	3 650	3 700	3 200	3 200	3 150
Auto Centra	39	38	39	38	24	–	–
Warsztaty blacharsko-lakiernicze	2 100	2 100	2 200	2 250	2 150	2 200	2 180
Kanały IAM	23 639	23 238	22 689	22 488	20 374	20 600	20 630
ASO*	1 600	1 520	1 483	1 482	1 406	1 280	1 493
Kanały OES	1 600	1 520	1 483	1 482	1 406	1 280	1 493
Ogółem	25 239	24 758	24 172	23 970	21 780	21 880	22 123

* Liczba autoryzacji – jeden dealer może posiadać więcej niż 1 autoryzację
Źródło: GiPA

Mimo że w ostatnich siedmiu latach ogólna liczba warsztatów działających w Polsce zmniejszyła się, to w okresie **2021–2022 zaobserwowano odbicie tego trendu. Różnica jest zauważalna zwłaszcza wśród serwisów blacharsko-lakierniczych, niezależnych oraz Autoryzowanych Serwisów Obsługi (ASO).** Liczba tych ostatnich **na koniec 2022 r. wynosiła 1 493**, co było wynikiem **lepszym o 213 punktów względem roku 2021¹¹**.

ASO
w 2022

1 493

¹¹ GiPA Automotive Aftermarket intelligence, Badanie profesjonalistów 2022, s.18, Warszawa, 2022.

Trzy najliczniejsze pod względem punktów serwisowych sieci dealerskie to: **Skoda, Renault oraz Dacia**. Z kolei w gronie najistotniejszych graczy wśród sieci zrzeszających warsztaty niezależne w Polsce wymienić należy: **Q Service Castrol, Premio oraz Bosch Car Service**. W 2022 r. ich liczba wzrosła o 6% w porównaniu do 2021, co stanowi **ok. 23% ogółu warsztatów IAM**. Obecnie zakłada się, że już **1/3 wszystkich niezależnych warsztatów funkcjonujących na polskim rynku należy do sieci serwisowych**. To dowód na to, że to koncepcja działalności, która zyskuje na znaczeniu¹².

– Przedstawiciele sieci serwisowych coraz mocniej wykorzystują szansę dotarcia do właścicieli warsztatów niezależnych. Te, jak wskazują statystyki stanowią zdecydowaną większość serwisów samochodowych w naszym kraju. Właściciele warsztatów niewątpliwie zauważają korzyści wynikające z przynależności do sieci serwisowych, zarówno pod względem dostępnej infrastruktury, rozwiązań technologicznych czy oferty dostawców, jak również działań marketingowych i wsparcia w komunikacji z klientem – komentuje Marek Garlicki, Dyrektor GiPA Polska.

Rosnące oczekiwania współczesnego odbiorcy wymagają od właścicieli serwisów samochodowych stałego podnoszenia standardów obsługi klienta oraz oferowanych usług. Sieci warsztatowe stanowią gwarancję otrzymania odpowiedniego wsparcia, zarówno w kontekście szerokiej oferty produktowej, jak również zaplecza technologicznego czy marketingowego. Oprócz możliwości współpracy ze sprawdzonymi i cenionymi dostawcami, którzy zapewniają serwisom samochodowym najlepsze technologie oraz systemy gwarancyjne, właściciele warsztatów samochodowych mogą liczyć



także na wsparcie w zakresie działań marketingowych, edukacji konsumentów, spójnej identyfikacji wizualnej czy szeroko zasięgowych działań reklamowych.

Szansą dla warsztatów jest także zyskujący na popularności tzw. „abonamentowy styl życia” – konsument coraz częściej nie kupuje samochodu na własność, ale go wynajmuje. W efekcie to nie kierowca decyduje, gdzie samochód jest naprawiany, tylko jego właściciel, np. firma leasingowa. Przynależność do sieci stwarza lepsze warunki do pozyskania także tego typu klientów.

– Wymagania rynkowe są wyzwaniem dla serwisów, zwłaszcza niezrzeszonych. Przynależność do sieci przynosi szereg korzyści i rozwiązań, których nie trzeba od nowa implementować. Są to na przykład obszary działalności związane z marketingiem czy edukacją konsumentów. Q Service Castrol dąży do jak najlepszej współpracy z klientem zarówno prywatnym, jak i działającym w ramach floty. Trend, w którym pojazd jest eksploatowany, a nie posiadany, stał się wyznacznikiem nowych standardów – komentuje Marta Ciesielska, kierownik działu sieci serwisowych Q Service Castrol.

¹² Ibidem.

ANALIZA

rynku europejskiego

W 2012 roku w Europie do wszystkich sieci serwisowych należało ok. 60 tys. zrzeszonych warsztatów. Dziś liczba ta zwiększyła się o 15 tys.¹³. Ponadto, w ciągu ostatnich 10 lat przybyło też działających sieci warsztatowych – pod tym względem zanotowano wzrost o 30%, a według prognoz ekspertów w kolejnych latach ich liczba nadal będzie rosła. Według Wolk After Sales Experts, obecnie europejskim liderem w tym obszarze jest Norwegia, w której do tego typu konceptów należy 88% wszystkich autoserwisów. W Niemczech, Francji, Włoszech oraz Szwecji ponad połowa serwisów zrzeszona jest w sieciach warsztatowych.¹⁴

Do największych i najbardziej popularnych sieci serwisowych działających w Europie należą: Eurorepar Car Service oraz Bosch Car Service. Na europejskim rynku istnieje także wiele firm związanych z konkretnymi markami samochodów. Zwiększa się również rola sieci zajmujących się naprawami i obsługą samochodów elektrycznych. W miarę wzrostu ich popularności na kontynencie, rozwija się infrastruktura serwisowa dostosowana do specyficznych potrzeb tych pojazdów.

Wspólnymi cechami większości sieci warsztatowych w Europie są wysoki standard obsługi

klienta i profesjonalne podejście do napraw. Firmy te często oferują gwarancję na wykonane usługi oraz korzystają z oryginalnych części zamiennych lub wysokiej jakości zamienników. Wiele z nich inwestuje w nowoczesne technologie i szkolenia personelu, aby być na bieżąco z najnowszymi trendami i innowacjami w branży motoryzacyjnej.

*– Castrol od kilku lat tworzy sieć warsztatów na całym świecie, wierząc, że klient szuka gwarancji standardu obsługi. Będąc globalną, rozpoznawalną marką, dajemy kierowcom pewność, że usługi realizowane w warsztatach z naszym logo będą najwyższej jakości. W tym celu prowadzimy audyty i certyfikację serwisów oraz zapewniamy gwarancję na silnik. Nie inaczej jest w Polsce, gdzie zdecydowaliśmy się połączyć siły z Inter Cars i warsztatami zrzeszonymi w ich strukturach, co zaowocowało stworzeniem profesjonalnej sieci pod wspólnym szyldem Q Service Castrol – twierdzi **Anna Wilczewska, Service and Maintenance Marketing Manager EMEA w firmie Castrol.***

¹³ Castrol, *Liczba serwisów samochodowych zrzeszonych w konceptach sieciowych wciąż rośnie. Co może zyskać warsztat samochodowy na współpracy?*, Dostęp online: <https://biznes.newseria.pl/biuro-prasowe/motoryzacja/liczba-serwisow,b1125594923> [lipiec 2023 r.].

¹⁴ Ibidem.

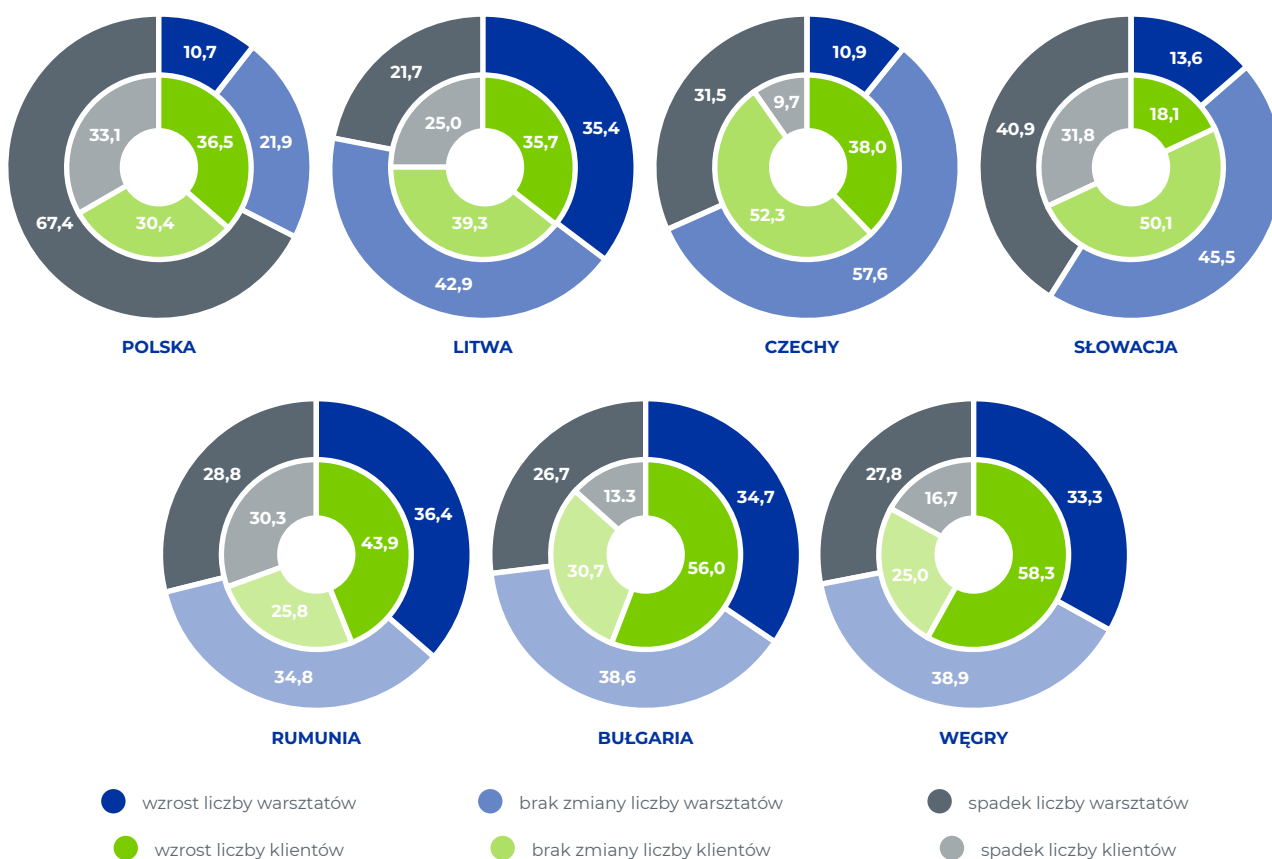
Jak zmieniać się będzie liczba warsztatów w Europie?

Redakcja MotoFocus.pl opublikowała wyniki badania¹⁵ przeprowadzonego wśród przedstawicieli europejskich serwisów, które pokazały, że **w większości państw odnotowuje się wzrost liczby klientów warsztatów samochodowych.**

Mimo to panuje przekonanie, że w przeciągu najbliższych 2 lat liczba serwisów samochodowych będzie spadać – uważa tak niemal 2/3 przedstawicieli polskich warsztatów. Sytuację w podobny sposób ocenili również Słowacy.

Nastroje związane z tym zjawiskiem są jeszcze mniej optymistyczne na Zachodzie. Przedstawiciele takich krajów jak Włochy oraz Wielka Brytania również odnotowują wzrost w zakresie liczby klientów. Nie mają jednak wątpliwości, że nadchodzące lata mogą być barierą nie do przeskokowania dla dużej części uczestników rynku napraw. W tych państwach średni wiek eksploatowanych pojazdów jest niższy niż w Centralnej i Wschodniej Europie. W związku z tym coraz większym wyzwaniem staje się dostęp do danych naprawczych lub konieczność znacznych inwestycji sprzętowych i szkoleniowych (np. dotyczących obsługi pojazdów elektrycznych czy hybrydowych).

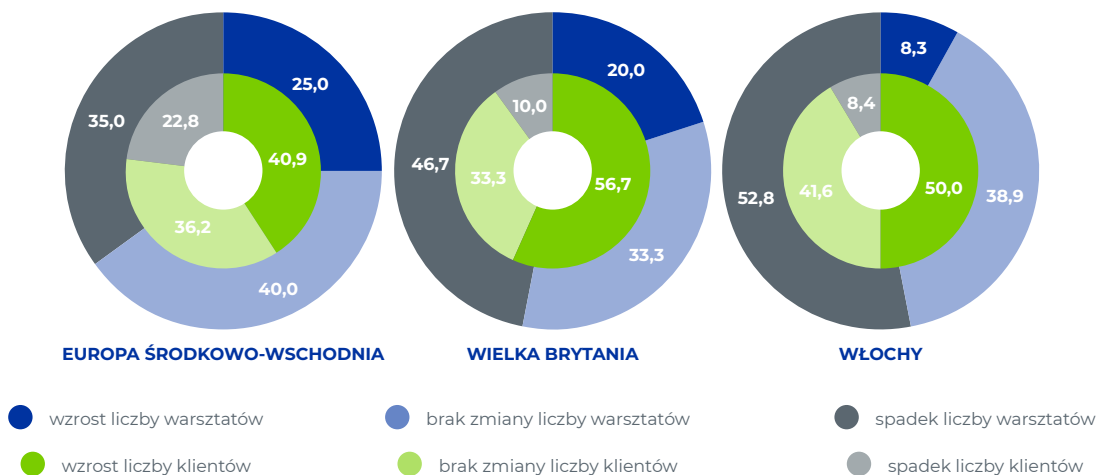
Wykres 1. Spodziewana liczba warsztatów samochodowych w najbliższych dwóch latach oraz zmiana liczby klientów w ciągu ostatniego roku



Źródło: MotoFocus.eu

¹⁵ MotoFocus.eu, Czy europejskie warsztaty często korzystają z używanych części samochodowych?, Dostęp online: <https://motofocus.pl/czesci-samochodowe/114936/czy-europejskie-warsztaty-czesto-korzystaja-z-uzywanych-czesci-samochodowych> [lipiec 2023 r.].

Wykres 2. Spodziewana liczba warsztatów samochodowych w najbliższych dwóch latach oraz zmiana liczby klientów w ciągu ostatniego roku



Źródło: MotoFocus.eu



CZYNNIKI

wpływające na wybór warsztatu

W Polsce samochód jest istotnym elementem majątku gospodarstwa domowego. Potwierdzają to wyniki badania zrealizowanego przez agencję badawczą Kantar Polska na zlecenie Q Service Castrol. **Aż 41% ankietowanych zgodziło się ze stwierdzeniem, że samochód jest dla nich bardzo ważny**, co przekłada się na troskę związaną z serwisem i jego potencjalnymi naprawami. Jednocześnie, badanie potwierdziło też, że jednym z głównych problemów rynku jest **brak zaufania do warsztatów samochodowych** – 49% badanych podkreśliło, że trudno jest znaleźć im odpowiedni serwis. **Znacząca większość zmotoryzowanych wybiera warsztat, biorąc pod uwagę wcześniejsze doświadczenia.** Były to deklaracje 62% ankietowanych¹⁶.

Przy wyborze serwisu, ważną rolę odgrywają polecenia. W pierwszej kolejności rozważane są punkty doceniane przez znajomych czy przyjaciół. Potwierdziły to odpowiedzi 45% respondentów.

Na znaczeniu zyskują też wyszukiwarki serwisowe, np. Motointegrator.com. Korzysta z nich już 7% ankietowanych – dokładnie tyle samo wskazań uzyskała wyszukiwarka Google¹⁷. Główną zaletą, która skłoniła respondentów do skorzystania z tego wariantu, była możliwość znalezienia warsztatu w dogodnej lokalizacji, zapoznania się z opiniami o serwisie oraz sprawdzenia godzin otwarcia punktu napraw.

Wykres 3. Sposób wyboru warsztatu samochodowego

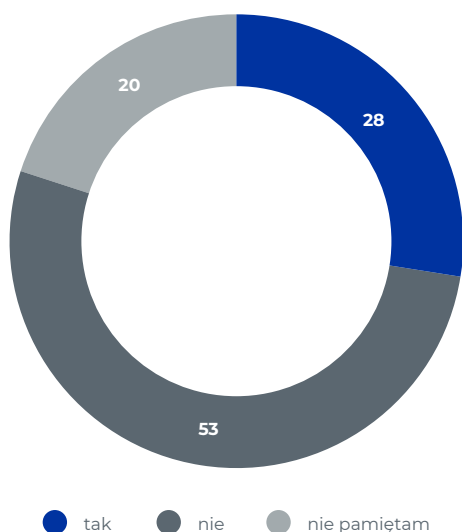


Dane w %, liczba badanych: 371

¹⁶ Kantar, *Badanie znajomości i wizerunku Q Service Castrol i Motointegrator*, Warszawa, 2022 r.

¹⁷ Ibidem.

Wykres 4. Korzystanie z wyszukiwarek warsztatów samochodowych



WIARYGODNOŚĆ WYSZUKIWAREK WARSZTATÓW

61% osób uważa, że wyszukiwarki warsztatów samochodowych to wiarygodne źródło informacji.

Dane w %, liczba badanych: 400

Wykres 5. Powody korzystania z wyszukiwarek warsztatów samochodowych



Dane w %, liczba badanych: 112

Potencjał tego narzędzia został zauważony także przez sieć Q Service Castrol, która współpracuje z platformą Motointegrator.com.

To wyszukiwarka warsztatów samochodowych, która umożliwi sprawdzenie zakresu usług

oferowanych przez konkretny warsztat należący do sieci, cennika oraz opinii innych klientów. Co więcej, platforma ta daje także możliwość umówienia naprawy swojego samochodu w dogodnym dla nas terminie.

Wykres. 6. Ważność cech wyszukiwarek warsztatów samochodowych

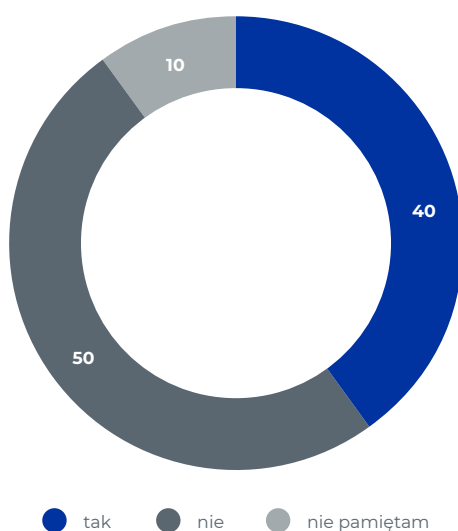


Dane w %, liczba badanych: 400

4 na 10 badanych deklaruje, że przed oddaniem auta do warsztatu szuka opinii na jego temat w Internecie. **Głównym źródłem wiedzy jest wyszukiwarka Google (60%). W drugiej kolejności badani odwiedzają natomiast fora (42%)¹⁸.**

Według klientów idealne miejsce do naprawy auta to takie, które daje gwarancję wykonanej usługi, podaje szacunkową kwotę naprawy przed jej wykonaniem, dotrzymuje umówionych terminów, informuje o etapach prac naprawczych i używa dobrych jakościowo części zamiennych.

Wykres 7. Szukanie opinii w internecie przed oddaniem auta do warsztatu samochodowego



Dane w %, liczba badanych: 400

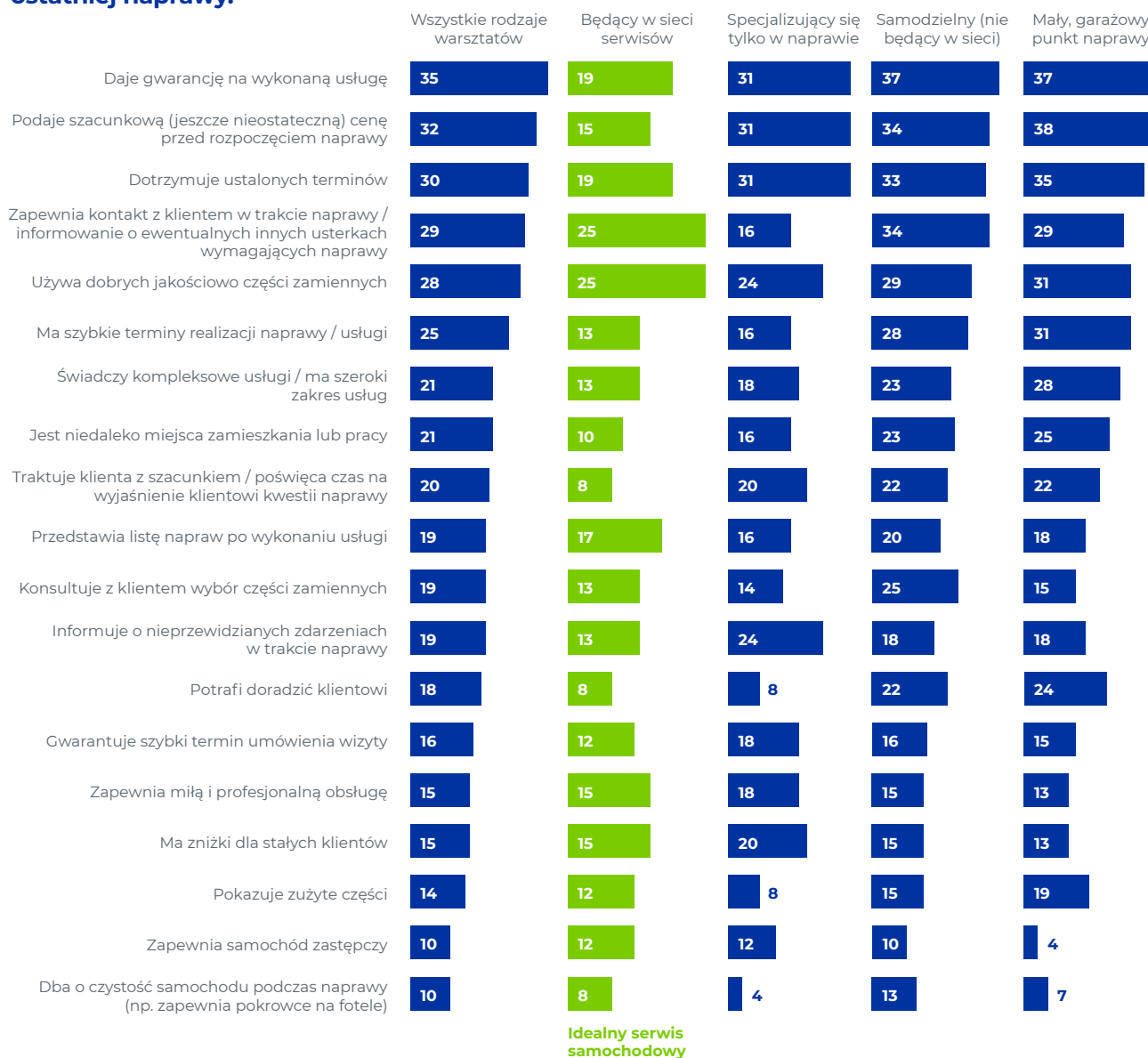
¹⁸ Ibidem.

Wykres 8. Źródła wyszukiwanych opinii



Dane w %, liczba badanych: 159

Wykres 9. Badanie osób, które korzystały z danego rodzaju warsztatu samochodowego podczas ostatniej naprawy.



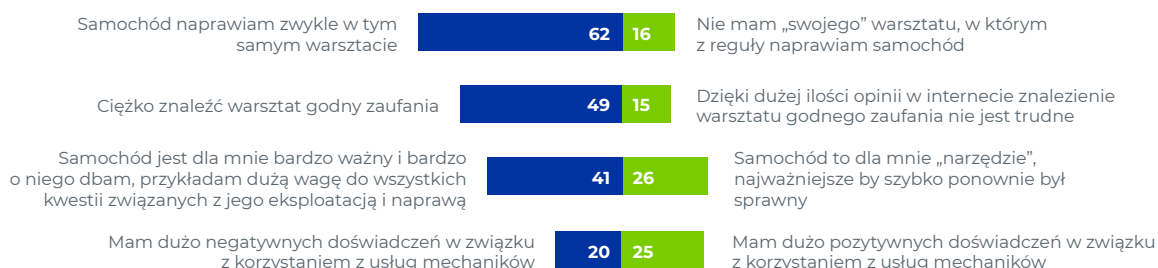
Dane w %, zaprezentowano wskazanie o wartości ≥ 10 p. p. dla wszystkich rodzajów warsztatów samochodowych

– Wybór warsztatu samochodowego jest jedną z ważniejszych decyzji podejmowanych przez klienta. Zła oznacza nie tylko niezadowolenie, ale także konieczność ponownej wizyty, która często wiąże się z dodatkowymi wydatkami. W dobie powszechnego dostępu do informacji, wyszukanie opinii na temat danego punktu nie stanowi wyzwania. Tym bardziej kluczowe jest dbanie o najlepsze zdanie klientów, ale i zapewnienie im wysokiej jakości oferowanych usług. W Q Service Castrol jesteśmy świadomi wyzwania, jakie przed nami stoją. Dla nas liczy się każdy, dlatego poszczególne naprawy czy usługi wykonujemy z należytą precyzją i najwyższą jakością. To niezbędne, by klienci do nas wracali i z zaufaniem powierzali swoje

pojazdy – komentuje Marta Ciesielska, kierownik działu sieci serwisowych Q Service Castrol.

Jak pokazały wyniki badania przeprowadzonego przez Kantar Polska, klienci warsztatów samochodowych są lojalni. Aż **62% badanych wskazało, że swój pojazd serwisuje zawsze w tym samym miejscu**¹⁹. Z kolei 49% ankietowanych stwierdziło, że raczej ciężko jest znaleźć warsztat godny zaufania. Dla klientów ważne jest, by serwis dawał gwarancję wykonanej usługi, podawał szacunkową kwotę naprawy przed jej wykonaniem, dotrzymywał umówionych terminów, informował o etapach prac naprawczych oraz używał dobrych jakościowo części zamiennych. Jeśli ten spełni powyższe warunki, istnieje szansa, że zyska lojalnych klientów.

Wykres 10. Badanie Kantar – kwestie związane z naprawą auta i wyborem warsztatu samochodowego.



Dane w %, liczba badanych: 400



¹⁹ Ibidem.

OCZEKIWANIA

wobec warsztatu

Badanie zrealizowane na zlecenie Q Service Castrol obejmowało także zmapowanie oczekiwań klientów względem obsługi w warsztatach samochodowych.

Wśród kluczowych czynników mających wpływ na wybór wymienić można: **odległość serwisu od miejsca zamieszkania, dotrzymywanie ustalonych terminów, profesjonalne doradztwo, określenie szacunkowych kosztów przed wykonaniem usługi, zapewnienie dobrego kontaktu z klientem czy kompleksowe świadczenie usług.** Istotna jest również transparentność, w tym np. pokazywanie zużytych części, zapewnienie samochodu zastępczego, konsultacje w sprawie części zamiennych oraz zniżki dla stałych klientów.

Coraz większe znaczenie mają także nowoczesne rozwiązania i udogodnienia. Dobrze widziana jest możliwość umawiania wizyt on-line, co w wielu przypadkach wymaga jedynie szybkiego wypełnienia formularza, bez konieczności dzwonienia na infolinię. Istotną rolę zaczynają odgrywać też aplikacje, które umożliwiają m.in. dostęp do historii serwisowania samochodu wraz z zaleceniami działań przy kolejnej wizycie.

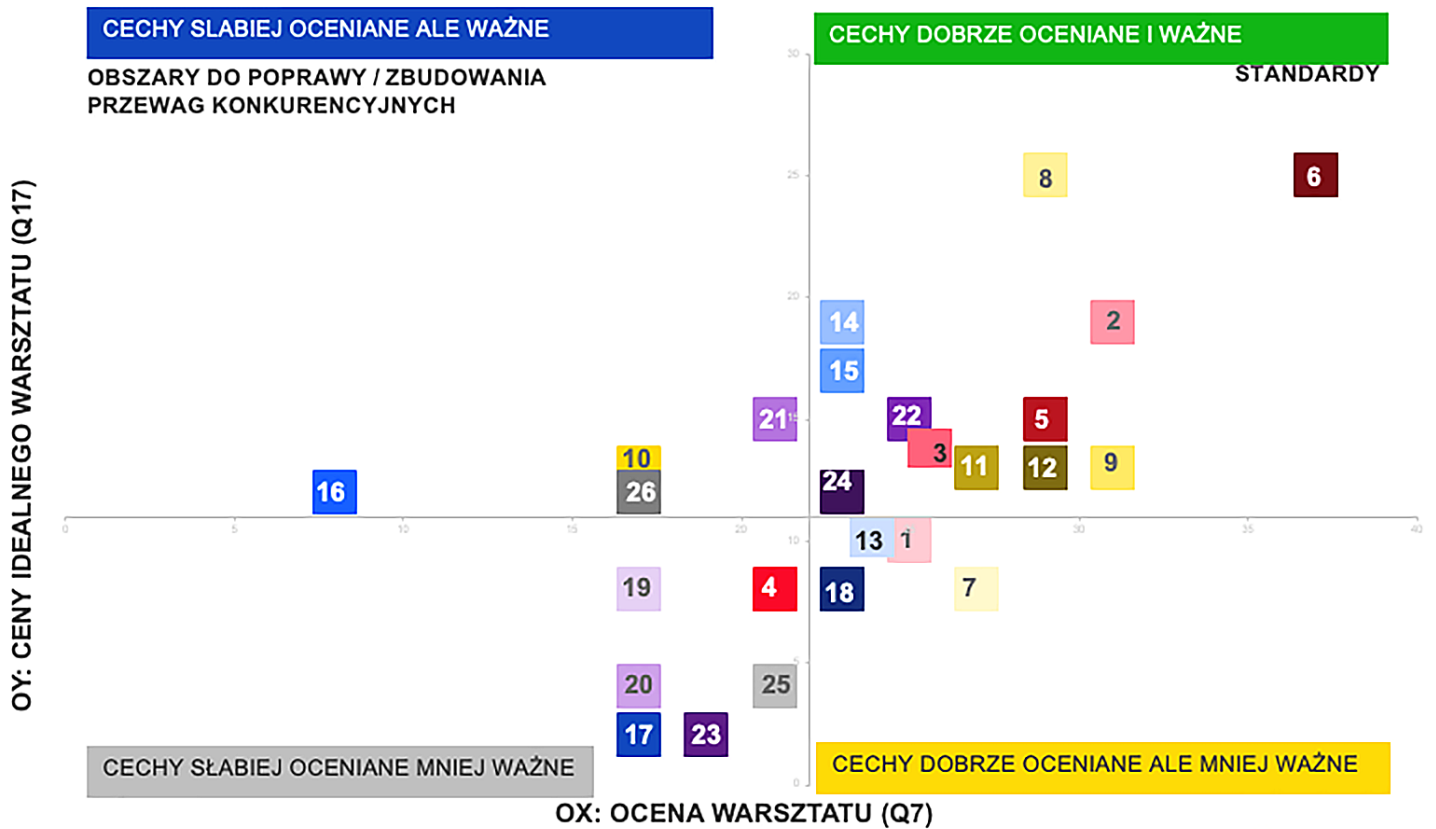
Innym czynnikiem, który przyciąga klientów, jest również **wygląd warsztatu.** Poza strefą przyjęć, gdzie już standardem jest kawa, herbata i wygodne fotele, należy pamiętać także o zadbanych i sprawnych narzędziach oraz postawić nacisk na elementy pozwalające zachować

czystość pojazdu. Mowa m.in. o specjalistycznych matach ochronnych zabezpieczających karoserię, foliach na siedzenia czy kierownicę oraz papierowych dywanikach.

Wraz z rozwojem motoryzacji konieczne jest też wdrażanie nowych umiejętności wśród pracowników oraz rozszerzanie oferty serwisowej. Kluczowe są szkolenia kadry w zakresie obsługi urządzeń diagnostycznych i serwisowania pojazdów, a także coraz ważniejsze, dotyczące uprawnień do obsługi pojazdów elektrycznych. Wynika to z faktu rosnącej liczby pojazdów zelektryfikowanych. Obecnie część nowych samochodów posiada układ wysokiego napięcia, który wymaga specjalnych uprawnień Bezpieczeństwa i Higieny Pracy (BHP).

W osiągnięciu wysokiego poziomu jakości serwisu istotne jest wsparcie profesjonalnej, zewnętrznej firmy, która prowadzi audyt. Cykliczny przegląd procedur oraz jakości, a także dbałość o detale (wykorzystywanie specjalistycznych narzędzi i procedur naprawczych zgodnych ze sztuką warsztatową) stanowi jeden z kluczowych elementów rynkowego sukcesu. W ramach certyfikacji przeprowadza się weryfikację procesów serwisowych i naprawczych pojazdów pod kątem zgodności z wymaganiami producenta lub importera.

Rycina 1. Badanie oceny cech idealnego warsztatu samochodowego



- | | |
|----|---|
| 1 | Jest niedaleko miejsca zamieszkania lub pracy |
| 2 | Dotrzymuje ustalonych terminów |
| 3 | Zapewnia miłą i profesjonalną obsługę |
| 4 | Potrafi doradzić klientowi |
| 5 | Podaje szacunkową (jeszcze nieostateczną) cenę przed rozpoczęciem naprawy |
| 6 | Zapewnia kontakt z klientem w trakcie naprawy i informowanie o ewentualnych innych usterkach wymagających naprawy |
| 7 | Traktuje klient z szacunkiem i poświęca czas na wyjaśnienie klientowi kwestii naprawy |
| 8 | Używa dobrych jakościowo części zamiennych |
| 9 | Ma szybkie terminy realizacji naprawy i usługi |
| 10 | Konsultuje z klientem wybór części zamiennych |
| 11 | Świadczy kompleksowe usługi i ma szeroki zakres usług |
| 12 | Informuje o nieprzewidywanych zdarzeniach w trakcie naprawy |

- | | |
|----|--|
| 13 | Gwarantuje szybki termin umówienia wizyty |
| 14 | Daje gwarancję na wykonaną usługę |
| 15 | Przedstawia listę napraw po wykonaniu usługi |
| 16 | Pokazuje zużyte części |
| 17 | Istnieje długo na rynku |
| 18 | Dbą o czystość samochodu podczas naprawy (np. zapewnia pokrowce na fotele) |
| 19 | Ma duży parking i dużo miejsca do parkowania |
| 20 | Jest obecny w Google Maps |
| 21 | Ma zniżki dla stałych klientów |
| 22 | Przypomina o terminie przeglądu i wymian |
| 23 | Ma wygodny punkt obsługi/biuro obsługi z poczekalnią i kawą |
| 24 | Posiada stronę internetową |
| 25 | Ma dużo opinii w internecie |
| 26 | Zapewnia samochód zastępczy |

N=52

Zaprezentowano wskazanie, które dla pytania Q7 wynosiły ≥ 10 p. p. dla wszystkich rodzajów warsztatów samochodowych, liczba badanych: 52



Komentarz eksperta:

Aktualna sytuacja w naszym kraju, jak i w całej Europie zmusza przedsiębiorców do podejmowania różnych kroków mających na celu utrzymanie rentowności swoich biznesów. Nie inaczej jest w przypadku warsztatów samochodowych, które systematycznie podnoszą ceny oferowanych przez siebie usług. Jak wskazują dane MotoFocus.pl, do tej pory była to podwyżka od kilku do kilkunastu procent. Mimo to, warsztaty nie odczuły „odpływu” klientów. Zapotrzebowanie na usługi warsztatowe wciąż jest bardzo wysokie, rosną też jednak oczekiwania i potrzeby klientów. Dlatego pewnym jest, że branża serwisów samochodowych będzie się w najbliższym czasie dynamicznie zmieniać.

Alfred Franke, wieloletni prezes SDCM i osoba działająca w obronie interesów rynku aftermarketowego, MotoFocus.pl

CZĘŚĆ II

JAK SKUTECZNIE I WE WŁAŚCIWY
SPOSÓB ZARZĄDZAĆ SERWISEM
SAMOCHODOWYM?

MATERIAŁ POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY Z FIRMĄ [BETIS](#) ORAZ
REDAKCJĄ [MOTOFOCUS.PL](#)

NOWOCZESNY

marketing serwisu samochodowego – w jaki sposób dotrzeć do nowych i utrzymać zaufanie stałych klientów?

Dotychczas działania związane z pozyskiwaniem nowych klientów przez serwisy samochodowe w głównej mierze opierano **na poleceniach, reklamach w mediach tradycyjnych lub billboardach wielkoformatowych.**

Social media dały nowe możliwości udostępniania ofert, komentarzy czy opinii w świecie wirtualnym. W efekcie to właśnie ten sposób poszukiwania informacji stał się najpowszechniejszą opcją. Dotyczy to praktycznie każdego sektora, w tym również warsztatów samochodowych. Klienci przed wybraniem się do konkretnej lokalizacji (serwisu), analizują opinie i komentarze na portalach społecznościowych oraz forach internetowych. Dbłość o skuteczną komunikację i zadowolenie klienta są więc jeszcze mocniej pożądane niż wcześniej.

Wśród działań, o których muszą pamiętać właściciele warsztatów, wymienić można m.in. **stworzenie kompletnej i aktualnej wizytówki Google.** Prawidłowa wizytówka powinna być jak najbardziej aktualna i zawierać komplet informacji na temat firmy, w tym zdjęcia oraz dostępne najnowsze oferty danego serwisu samochodowego. Lokalizacja warsztatu powinna być także widoczna przez Google Maps oraz w innych popularnych nawigacjach, takich jak, np. Yanosik, Waze, NaviExpert czy Apple Maps.

Nie bez znaczenia jest również odpowiednio przygotowana **strona internetowa.** Powinna być przejrzysta, czytelna oraz posiadać najważniejsze informacje z punktu widzenia odbiorcy. Niezbędne jest także jej **skuteczne pozycjonowanie w sieci.** Na znaczeniu zyskuje też konieczność **stworzenia profili w mediach społecznościowych i ich regularnego prowadzenia.** Promocja warsztatu poprzez zdjęcia, filmy czy opis ciekawych napraw, będzie zwiększać jego popularność.



STANDARDY

i procedury obsługi klienta

Z raportu przygotowanego i opublikowanego przez portal MotoFocus.pl „Przemysł, handel i usługi w motoryzacji”²⁰ wynika, że wielu **managersów zarządzających warsztatami samochodowymi ma wciąż zbyt niską świadomość w zakresie konieczności podnoszenia standardów obsługi klienta**. Kierowcy wymagają od warsztatu profesjonalnej i jakościowej obsługi – m.in. możliwości skontaktowania się z nim za pomocą poczty elektronicznej.²¹ Tymczasem w wielu miejscach komunikacja mailowa na linii klient-warsztat wciąż nie funkcjonuje. Jak wskazują dane z raportu, w mniejszych miejscowościach ponad 44% warsztatów w ogóle nie kontaktuje się z klientami mailowo. Inaczej jest w dużych miastach, gdzie blisko 80% serwisów nie tylko zdaje sobie sprawę z takiej konieczności, ale także aktywnie pozyskuje w ten sposób klientów²².

Podobne wartości możemy zaobserwować analizując kwestie związane z **wręczaniem klientom kosztorysów planowanych prac przy samochodzie** – praktykę tę stosuje niespełna 50% warsztatów w aglomeracjach oraz ponad 40% serwisów w mniejszych miejscowościach.

Z raportu wynika także, że **ponad 40% warsztatów z mniejszych miejscowości oraz co**

czwarty warsztat znajdujący się w dużych aglomeracjach, nie przeprowadza badań satysfakcji klientów.

Dbłość o relacje z klientem

Konieczne jest **profesjonalne podejście do obsługi i serwisu**. Sieć Q Service Castrol kieruje się odgórnie ustalonymi standardami związanymi np. z dokładnym obejrzeniem samochodu przed wjazdem na stanowisko, zaznaczeniem ewentualnych nieprawidłowości na karcie zlecenia, jak też zabezpieczeniem własności klienta poprzez stosowanie pokrowców na fotele, folii na kierownicę czy hamulec ręczny. Wszystko po to, aby klient był spokojny o swój pojazd i miał świadomość, że zostawia go w dobrych rękach.

Nie można zapominać też o odpowiedniej komunikacji pomiędzy pracownikami a klientami. Na każdej płaszczyźnie powinna się ona odbywać w sposób profesjonalny.

Reklamacja nic nie zmienia

Klienci mają prawo do reklamacji usług serwisowych. **Osoby odpowiedzialne za procesowanie zgłoszeń reklamacyjnych powinny wyróżniać**

²⁰ Raport MotoFocus.pl i Santander, *Przemysł, handel i usługi w motoryzacji. Podsumowanie sytuacji po I kwartale 2023 roku i prognozy*, dostęp online: <https://old.motofocus.pl/media/file/2023/pdf/Raport-mf-i-santander-2023.pdf> [lipiec 2023 r.].

²¹ Ibidem.

²² Ibidem.

się profesjonalnym podejściem i wysoką kulturą osobistą. Należy podkreślić, że sposób podejścia do reklamacji świadczy o jakości obsługi klienta w serwisie. W celu osiągnięcia wysokiego poziomu usług oferowane są szkolenia, które często łączą aspekty skutecznej komunikacji i obsługi technicznej.

Jak robimy to w Q Service Castrol?

– W każdej nowej lokalizacji Q Service Castrol wdrożyliśmy i wdrażamy standaryzację procedur. Od lat przyzwyczajamy naszych klientów do najwyższej jakości usług oraz obsługi klienta. Pracownicy, którzy pozostają w bezpośrednim kontakcie z klientami, mają obowiązek znajomości dostępnych możliwości związanych z obsługą pojazdów gwarancyjnych bądź

pogwarancyjnych. Wiedzę na ten temat zdobywają m.in. przez PassThru, za pośrednictwem, którego uzyskiwany jest dostęp do m.in. danych technicznych, kart przeglądowych, historii napraw czy wpisu do elektronicznej książki serwisowej – przyznaje **Marta Ciesielska, kierownik sieci serwisowych Q Service Castrol.**

W warsztatach Q Service Castrol do obowiązków doradcy serwisowego należą m.in. odpowiednie wysłuchanie klienta i sprecyzowanie jego potrzeb. Po zanotowaniu wszystkich uwag i potencjalnego zakresu prac, konieczne jest dokonanie oględzin pojazdu. W trakcie naprawy, obsługa serwisu ma za zadanie sprawdzić także, jakie potencjalne działania będą konieczne do przeprowadzenia w najbliższym czasie i poinformowanie o tym klienta.



Zalecenia do procedury obsługi klienta:

- ▶ klient musi czuć się **wyjątkowo**,
- ▶ **zaangażowanie** ze strony serwisu w proces przyjęcia pojazdu,
- ▶ **wysłuchanie** klienta na temat potencjalnych usterek,
- ▶ **zabezpieczenie** pojazdu,
- ▶ **informowanie** klienta o postępie prac,
- ▶ **pozytywna rozmowa** niezależnie od poglądów klienta,
- ▶ przyjmowanie reklamacji w **profesjonalny** sposób – podejście proklienckie.

CROSS-SELLING

usług i produktów

Obecnie serwis samochodowy to nie tylko usługi związane z obsługą pojazdów. Warsztaty poszukują nowych możliwości poszerzenia swojej oferty. **Coraz częściej wraz z naprawami możliwy jest zakup podzespołów, akcesoriów czy dodatkowych usług.** Kierowcy jednak nie zawsze zdają sobie sprawę z dostępności tych rozwiązań, dlatego rolą doradców serwisowych jest poinformowanie o takich możliwościach.

Do zadań wzorcowego warsztatu należy także przekonanie klientów do dodatkowych działań serwisowych, które mogą pomóc właścicielom samochodów usprawnić eksploatację pojazdów lub wydłużyć żywotność poszczególnych podzespołów, m.in. silnika, skrzyni biegów, sprężarki klimatyzacji, turbosprężarki, itd. To trudne, ponieważ w dobie wysokiej inflacji klienci rezygnują z „dodatków”.

Dobłą praktyką jest tzw. „check lista” uwzględniająca, m.in. weryfikację poziomu płynu hamulcowego, sprawności akumulatora czy wycieraczek. Na życzenie klienta można dokonać oceny stanu systemów pojazdu poprzez, np.

odczyt pamięci kodów błędów i analizę podstawowych parametrów. W ten sposób definiujemy dodatkową płaszczyznę sprzedażową oraz identyfikujemy usterki, z których klient nie zdawał sobie sprawy na etapie przyjęcia pojazdu do warsztatu.

Kolejnym ważnym aspektem jest **rzetelna i transparentna rozmowa z klientem**, niezależnie od etapu prac (w momencie przyjęcia, zaraz po pierwszej weryfikacji, w trakcie naprawy czy po jej zakończeniu). Jeżeli zauważone są jakiegokolwiek nieprawidłowości, to klient powinien być o nich informowany. Wśród coraz częściej praktykowanych rozwiązań jest m.in. dokumentacja wideo, do której klient ma dostęp. Na tej podstawie organoleptycznie może ocenić skalę istniejących usterek oraz potrzebę interwencji – czyli dodatkowej czynności serwisowej.

Podczas rozmowy z klientem niewątpliwym atutem jest **wskazanie obecnie trwających promocji**, w ramach których zostanie wykonany odpowiedni zakres prac. W efekcie nie sprzedajemy usługi, a dajemy wartość dla klienta.

Jak postępować z klientem w ramach działań dodatkowych:

- ▶ **NIE** namawiać,
- ▶ **NIE** wywierać presji,
- ▶ **BYĆ** otwartym dla klienta,
- ▶ **BYĆ** transparentnym w przypadku obsługiwanego pojazdu,
- ▶ **OFEROWAĆ** usługi dodatkowe – jednak komunikować to jako wartość dodaną,
- ▶ **CENA** jest **KLUCZOWA**, dlatego trzeba oferować rozwiązania dostosowane do klienta.



EKO

podejście

Serwisy samochodowe muszą dostosowywać się do panujących wymagań prawnych. Jedną z głównych zasad jest dbałość o środowisko naturalne. W warsztacie powstają odpady różnego typu.



Odpady stałe w postaci:

- zużytych (wyeksploatowanych lub uszkodzonych) elementów metalowych, szklanych i z tworzyw sztucznych,
- różnego rodzaju opakowań, metalowych, szklanych oraz z tworzyw sztucznych, po płynach eksploatacyjnych, olejach, smarach i rozpuszczalnikach,
- wiórów, pyłów i opiłków powstających przy ścieraniu i obróbce mechanicznej,
- zużytych opon i niesprawnych akumulatorów.



Odpady płynne:

- przepracowane (zużyte) płyny eksploatacyjne (smary, płyny chłodnicze i hamulcowe) oraz paliwa,
- przepracowane oleje,
- rozpuszczalniki i środki czyszczące części i podzespoły.



Emisje gazów i pyłów do powietrza, czyli:

- gazy powstające podczas prac spawalniczych oraz testów silników spalinowych (tlenki węgla, węglowodory i tlenki azotu),
- gazy powstające podczas przeładunku paliw,
- lotne związki organiczne, które uwalniają się podczas procesów związanych z nakładaniem powłok lakierniczych,
- pyły z kotłów do ogrzewania.



Przepisy prawne

Jednoznacznie określają postępowanie w zakresie ochrony środowiska przy prowadzeniu działalności usługowej związanej z eksploatacją, obsługą i naprawą pojazdów mechanicznych. Zgodnie z tymi regulacjami warsztat samochodowy zobligowany jest do²³:

- zapobiegania powstawaniu odpadów, ograniczając jednocześnie ich ilość,
- zapewnienia odzysku odpadów, w przypadku, gdy nie uda się zapobiec ich powstawaniu,
- zagwarantowania unieszkodliwiania odpadów, jeśli nie uda się zapobiec ich powstawaniu ani poddać odzyskowi.

²³ Ustawa z dnia 14 grudnia 2012 r. o odpadach (Dz.U. 2013 poz. 21).

Serwisy zgodnie z przepisami muszą uzyskać pozwolenie na wytwarzanie odpadów wraz z opracowanym planem ich zagospodarowania. W niektórych sytuacjach osobno wymagane jest też uzyskanie pozwolenia na uwalnianie gazów i pyłów do powietrza. Co-rocennie muszą być sporządzane zbiorcze zestawienia, które następnie trafiają do właściwych organów. Wszelkie uchybienia wykryte przez kontrole stosownych urzędów mogą mieć poważne konsekwencje finansowe.

*– Bio Service to platforma online, która pozwala sprawnie zorganizować odbiór odpadów warsztatowych za pośrednictwem firm posiadających odpowiednie uprawnienia oraz zasoby. Do odpadów należą m.in.: opony, akumulatory, oleje i płyny eksploatacyjne, filtry paliwowe oraz powietrza, opakowania po substancjach niebezpiecznych, sorbenty, materiały filtracyjne oraz tkaniny do wycierania. Poprawny recykling i utylizacja odpadów zapobiegają zagrożeniu środowiska, ludzi i zwierząt – komentuje **Wojciech Kopacz, Bio Service Project Manager.***

Korzystając z **programu Bio Service** warsztaty samochodowe mogą liczyć na kompleksowy odbiór odpadów, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Wszystkie otrzymane z serwisów zużyte części, płyny, opony czy akumulatory są przekazywane do profesjonalnej utylizacji bądź recyklingu.

Serwisy zrzeszone w sieci Q Service Castrol mają dostęp do tej platformy. Dzięki niej mogą także wygodnie zarządzać formalnościami związanymi z gospodarką odpadami, jak również zautomatyzować proces wypełniania Kart Przekazania Odpadu. W ofercie znajdują się również świadczenia pakietowe w zakresie obsługi systemu Bazy Danych Odpadowych (BDO – Baza danych o produktach i opakowaniach oraz o gospodarce odpadami): aktualizacja bazy oraz możliwość skorzystania z porad specjalistów w zakresie prawa ochrony środowiska. Eksperti pomagają także poprawnie wypełnić obowiązkowe raporty roczne oraz sprawozdania, takie jak: raport Krajowego Ośrodka Bilansowania i Zarządzania Emisjami (KOBiZE)²⁴ czy sprawozdania w obszarze F-GAZÓW i SZWO (substancje zubożające warstwę ozonową)²⁵.

*– Klienci naprawiający swoje pojazdy w warsztatach, które przystąpiły do programu Bio Service, mogą w znaczący sposób zminimalizować swój wpływ na środowisko. Ekologiczne rozwiązania stanowią zaś ważny czynnik dla osób, które dbają o nie na co dzień i prowadzą bardziej ekologiczny styl życia. Tacy klienci chętniej skorzystają z usług danego warsztatu, jeśli będą mieli świadomość, że wybrany przez nich serwis dba o jak najlepsze standardy pracy, działania, użytkowania i utylizacji zużytych części pojazdów – komentuje **Wojciech Kopacz, Bio Service Project Manager.***

²⁴ Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami, *Informacja o obowiązku składania raportu dotyczącego poziomu działalności*, dostęp online: <https://www.kobize.pl/pl/file/dostosowanie-przydzialu/id/160/informacja-o-obowiazku-skladania-raportu-dotyczacego-poziomu-dzialalnosci> [sierpień 2023 r.].

²⁵ Ministerstwo Klimatu i Środowiska, *Sprawozdania w zakresie F-GAZÓW i SZWO do BDS*, dostęp online: <https://www.gov.pl/web/klimat/sprawozdania-w-zakresie-f-gazw-i-szwo-do-bds> [sierpień 2023 r.].

SZKOLENIE

specjalistów i inwestycja w park maszynowy

Rozwój technologii, konieczność adaptacji do zmieniających się przepisów, zmiany demograficzne w sferze pracowników i starzejący się park maszynowy to tylko niektóre z problemów, wymagających obecnie szczególnej uwagi.

Do serwisów coraz częściej trafiają nowoczesne, zaawansowane technologicznie samochody. **Wyzwaniem staje się także rosnąca popularność pojazdów elektrycznych i hybrydowych**, które wymagają od mechaników nowych umiejętności i wiedzy oraz zaplecza technicznego spełniającego określone normy bezpieczeństwa.

W tym kontekście niezbędne stają się szkolenia dla pracowników serwisów. Mimo faktu, że zmieniające się przepisy w Europie oraz nowe wymagania dotyczące obowiązkowych uprawnień (np. 2S, 3S wg DGUV 209 093), nie zostały jeszcze wprowadzone w Polsce, nie zwalnia to pracodawców z odpowiedzialności za dopuszczenie do pracy osób bez odpowiednich kompetencji i umiejętności.

Wiele serwisów nie dysponuje też odpowiednim wyposażeniem do naprawiania pojazdów z napędem elektrycznym bądź hybrydowym. **Starzejące się urządzenia w warsztatach wymagają nie tylko kosztownych inwestycji związanych z wymianą podzespołów. Pracownicy powinni zdobywać nowe umiejętności, które pomogą im w obsłudze nowoczesnego sprzętu.**



EWOLUCJA

branży aftermarketowej

Zatwierdzone rozporządzenie unijne dotyczące zakazu sprzedaży nowych samochodów osobowych i dostawczych do 3,5-tony z silnikiem spalinowym od 2035 r., przyczyni się do przyspieszenia zmian w strukturze napędowej pojazdów. **Według Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Samochodów (ACEA), przez pierwsze trzy kwartały 2022 r. w państwach członkowskich Unii Europejskiej zarejestrowano ok. 406 tys. nowych, całkowicie elektrycznych (BEV) samochodów osobowych.** Jest to o 28% więcej niż w analogicznym okresie roku 2021²⁶.

Na terenie Europy największym rynkiem e-mobility są Niemcy. To właśnie w tym kraju od stycznia do września 2022 r. zarejestrowano ponad 273 tys. pojazdów w pełni elektrycznych. **Kolejne miejsca** (uwzględniając wyłącznie państwa członkowskie UE) **zajął Francja (62 tys.), Szwecja (37 tys.), Niderlandy (27 tys.) oraz Włochy (13 tys.)**²⁷.

Wśród europejskich liderów sektora elektromobilności nie można pominąć Norwegii i Wielkiej Brytanii. Zarejestrowano w nich odpowiednio

58 tys. i 91 tys. nowych, osobowych samochodów w pełni elektrycznych²⁸.

Również w Polsce zauważa się wzrost zainteresowania pojazdami w pełni elektrycznymi (BEV) i hybrydowymi typu plug-in (PHEV). Ponad trzykrotnie, w trakcie zaledwie dwóch lat, powiększyła się flota samochodów z napędem elektrycznym. W tej kwestii znacząco zmieniają się też preferencje klientów. **W trakcie sześciu lat z 12% do 42,4% wzrosła liczba Polaków zainteresowanych zakupem samochodu z napędem elektrycznym** – wynika z Barometru Nowej Mobilności przygotowanego przez Polskie Stowarzyszenie Paliw Alternatywnych²⁹.

– Elektryfikacja branży motoryzacyjnej stanowi jedno z najważniejszych wyzwań najbliższych lat, także z punktu widzenia warsztatów naprawczych. Właściciele serwisów samochodowych już teraz starają się o pozyskanie pracowników z właściwymi uprawnieniami do pracy z komponentami zelektryfikowanymi bądź szkolenia w tym zakresie. Dobrym punktem odniesienia jest rynek niemiecki, gdzie wśród sieciowych

²⁶ Parlament Europejski, *Fit for 55: zero CO₂ emissions for new cars and vans in 2035*, dostęp online: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20230210IPR74715/fit-for-55-zero-co2-emissions-for-new-cars-and-vans-in-2035>, [sierpień 2023 r.].

²⁷ ACEA, *In 2022, registrations of new battery electric vehicles (BEVs) continued to grow, despite the overall decline of the EU car market*, dostęp online: <https://www.acea.auto/fuel-pc/fuel-types-of-new-cars-battery-electric-12-1-hybrid-22-6-and-petrol-36-4-market-share-full-year-2022/> [sierpień 2023 r.].

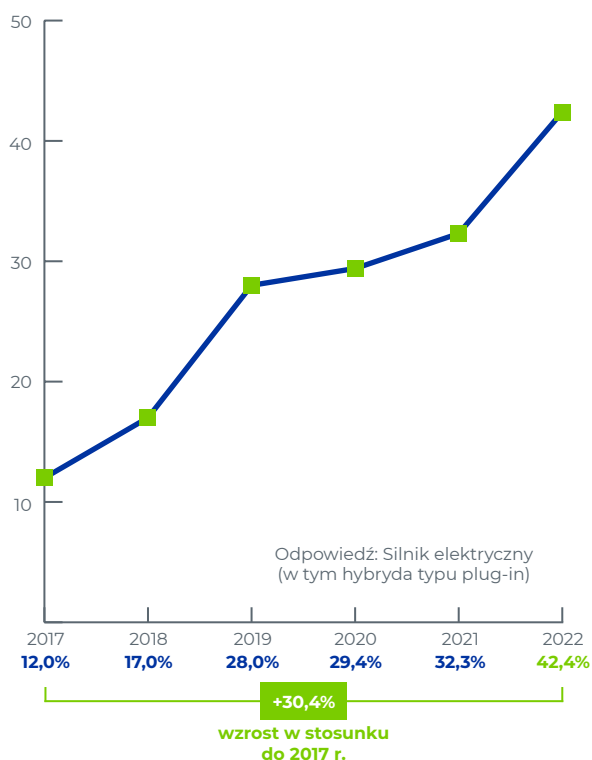
²⁸ Ibidem.

²⁹ Polskie Stowarzyszenie Paliw Alternatywnych, *Barometr Nowej Mobilności 2022/23*. Dostęp online: https://pspa.com.pl/wp-content/uploads/2023/01/PSPA_Barometr_Nowej_Mobilnosci_2022_Raport.pdf [sierpień 2023 r.].

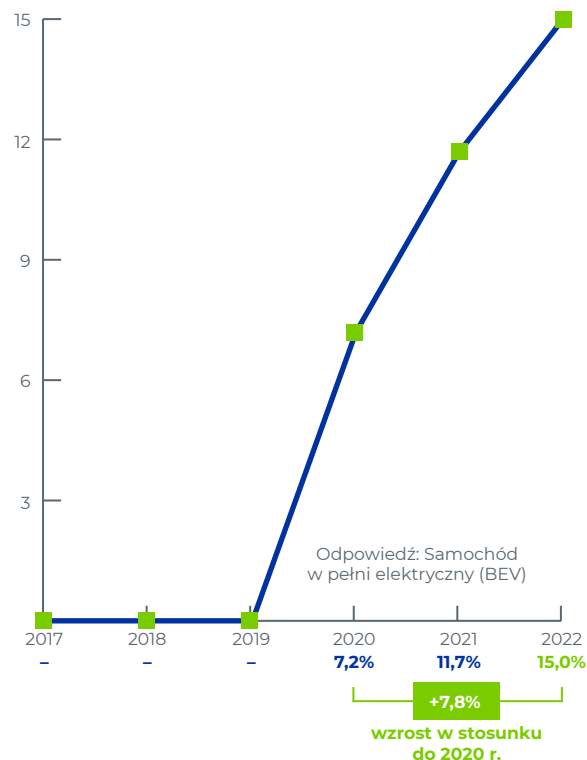
warsztatów niezależnych już ponad połowa oferuje usługi dla pojazdów zelektryfikowanych. Reagowanie na potrzeby klientów

z odpowiednim wyprzedzeniem czasowym gwarantuje sukces warsztatu – podsumowuje **Marek Garlicki, Dyrektor CiPA Polska**.

Wykres 11. Jaki rodzaj napędu rozważasz w samochodzie, który planujesz kupić?



Wykres 12. Jaki rodzaj napędu rozważasz w samochodzie, który planujesz kupić?



Globalny rozwój elektromobilności coraz bardziej przyspiesza, co oznacza olbrzymie wyzwanie dla całego łańcucha dostaw oraz gospodarki Unii Europejskiej. W 2021 r. liczba nowo zarejestrowanych samochodów z napędem elektrycznym wyniosła 6,6 mln, a ich udział oscylował około 9%. Dla porównania, w 2015 r. sprzedano 351 tys. EV, zaś w 2010 r. – 7,3 tys³⁰. **Z prognoz Międzynarodowej Agencji Energetycznej (IEA) w 2030 r. więcej niż co trzeci samochód sprzedawany na świecie będzie wyposażony w napęd elektryczny.** Analizy ekspertów wykazują, że wraz z koniecznością przejścia na elektromobilność, istnieje szansa, że do niemal 6% w ciągu kolejnych trzech dekad może wzrosnąć udział tej branży w PKB Polski. Dużo w tej kwestii zależy jednak od podejścia władz oraz wsparcia transformacji sektora³¹.

Rozwijający się sektor elektromobilności to znacząca szansa dla Polski. Przemysł motoryzacyjny

jest obecnie jednym z filarów gospodarki naszego kraju i odpowiada za 8% PKB oraz za ok. 13,5% wartości eksportu. Motorem napędowym branży są dostawcy części. Polska zajmuje 10. miejsce na liście największych eksporterów podzespołów na świecie z wartością eksportu 12,3 mld dolarów. Ponadto, w 2021 r. w Polsce wyprodukowano 439,1 tys. pojazdów ogółem. Zatrudnienie w przemyśle motoryzacyjnym i branżach powiązanych wynosi ok. 400 tys. osób. Pasuje to Polskę na trzeciej pozycji w Unii Europejskiej³².

W ramach działań wspierających elektromobilność, konieczna jest również transformacja pracownicza. Raport Boston Consulting Group (BCG) i Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych (PSPA) „Jak elektromobilność zmieni rynek pracy w Polsce. Zielone sektory przyszłości” zawiera scenariusze skutków transformacji sektora transportu w Polsce na rynku pracy do 2030 r. **Bez podjęcia dodatkowych**

Rycina 2. Jak elektromobilność zmieni rynek pracy w Polsce? Trzy scenariusze zmian.

Liczby z 2030 r.	Wielkość produkcji	Wielkość sprzedaży	Flota BEV	Ładowanie publiczne	Ładowanie prywatne	Wpływ netto na rynek pracy
Scenariusz pesymistyczny	604 000	584 000	751 000	95 000	450 000	▶ -17 000
Scenariusz bazowy						
Scenariusz umiarkowany	621 000	604 000	905 000	95 000	543 000	▶ -5 000
Scenariusz ambitny	660 000	626 000	1 023 000	95 000	110 000	▶ +6 000

Realizacja pozytywnych scenariuszy możliwa dzięki wdrożeniu działań skoncentrowanych na wspieraniu sprzedaży i produkcji pojazdów elektrycznych.

- ▶ Przemysł motoryzacyjny musi mieć zapewnione warunki do zwiększenia atrakcyjności floty samochodów elektrycznych względem pojazdów spalinowych poprzez obniżenie ich ceny.
- ▶ Brane pokrewne muszą zapewnić niezbędną infrastrukturę, w tym wystarczającą liczbę stacji ładowania.
- ▶ Administracja publiczna może przyspieszyć ten proces wprowadzając przepisy stymulujące rozbudowę infrastruktury ogólnodostępnej oraz wdrażając zachęty finansowe, które ułatwiają instalację ładowarek prywatnych.

Źródło: BCG

³⁰ IEA, Global EV Outlook 2023, dostęp online: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2023> [sierpień 2023 r.].

³¹ IEA, *Electric cars fend off supply challenges to more than double global sales*, dostęp online: <https://www.iea.org/commentaries/electric-cars-fend-off-supply-challenges-to-more-than-double-global-sales> [sierpień 2023 r.].

³² Polskie Stowarzyszenie Paliw Alternatywnych, *Wpływ elektromobilności na rozwój gospodarczy w Polsce*, dostęp online: https://pspa.com.pl/wp-content/uploads/2022/11/PSPA_Wplyw_elektromobilnosc_i_na_rozwoj_gospodarczy_Polski_Raport-2.pdf [sierpień 2023 r.].

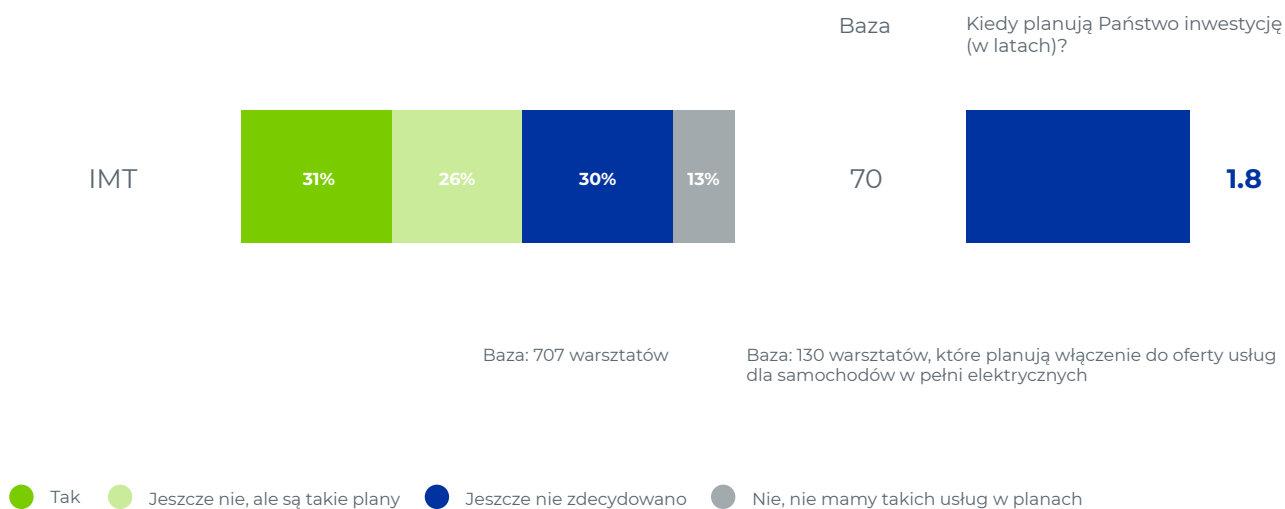
działań na rzecz rozwoju sektora elektromobilności przez administrację publiczną, autorzy opracowania spodziewają się, że do roku 2030 w branżach pozostanie 380 tys. miejsc pracy. Oznacza to spadek o 17 tys. stanowisk, czyli o ponad 4% względem 2020 r. Do redukcji zatrudnienia przyczyni się zmniejszenie produkcji w branży motoryzacyjnej (o 1 tys. miejsc pracy), offshoring (o 25 tys. miejsc pracy) i wzrost wydajności produkcyjnej, związany z cyfryzacją i autonomizacją (o 28 tys. miejsc pracy).³³

Aby wyjść naprzeciw nieuchronnym zmianom, firmy działające w branży motoryzacyjnej i sektorach pokrewnych mogą opracowywać strategiczne plany zatrudnienia, obejmujące mapowanie umiejętności i zaawansowane modele podaży i popytu. Wnioski z tych opracowań ułatwią działania w zakresie podnoszenia i zmiany kwalifikacji obecnych pracowników na dużą skalę.

Dodatkowo, przedsiębiorstwa powinny opracować nowe strategie rekrutacji i utrzymania pracowników, które pozwolą im zatrzymać na konkurencyjnym rynku osoby najbardziej utalentowane i najlepiej dopasowane do zmian. Niezbędne jest również wdrożenie instrumentów sprzyjających doksztalcaniu się pracowników. Nieustanne podnoszenie kwalifikacji z własnej inicjatywy powinno stać się również standardem wśród osób zatrudnionych w branży motoryzacyjnej.

Wykwalifikowanie kadry pracowniczej stanowi jeden z głównych elementów związanych z transformacją napędową. Zgodnie z dostępnymi danymi, np. w Wielkiej Brytanii, serwisy już teraz oferują możliwość naprawy zelektryfikowanych pojazdów. Jednak w głównej mierze takie usługi dotyczą serwisów dealerskich (78%) oraz serwisów sieciowych (42%). Znaczący wzrost oferowanych usług dla tego typu pojazdów przewiduje się na przestrzeni 1,5–2 lat³⁴

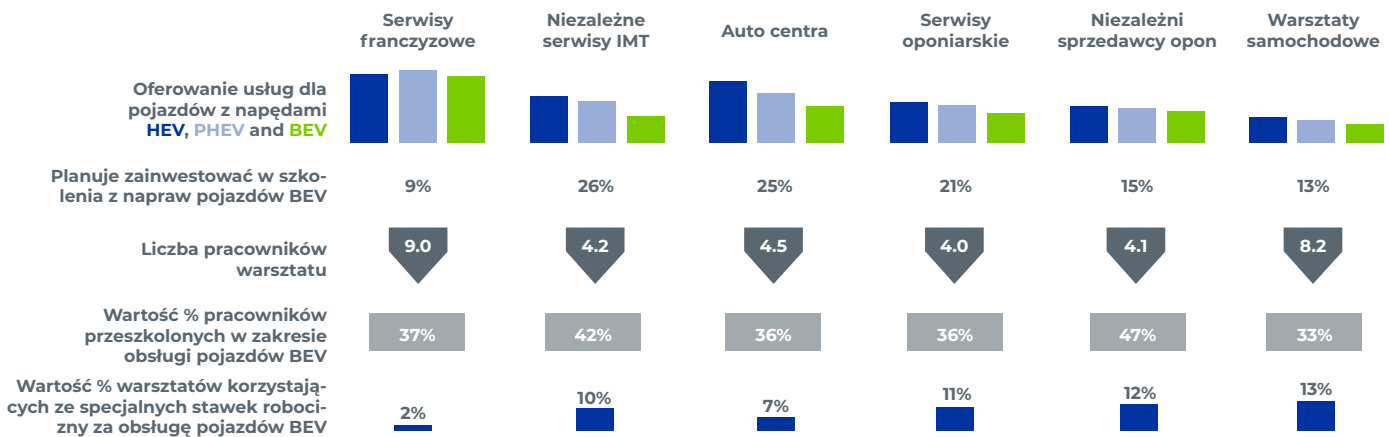
Rycina 3. Czy w Państwa ofercie znajdują się usługi dla samochodów w pełni elektrycznych (BEV)?



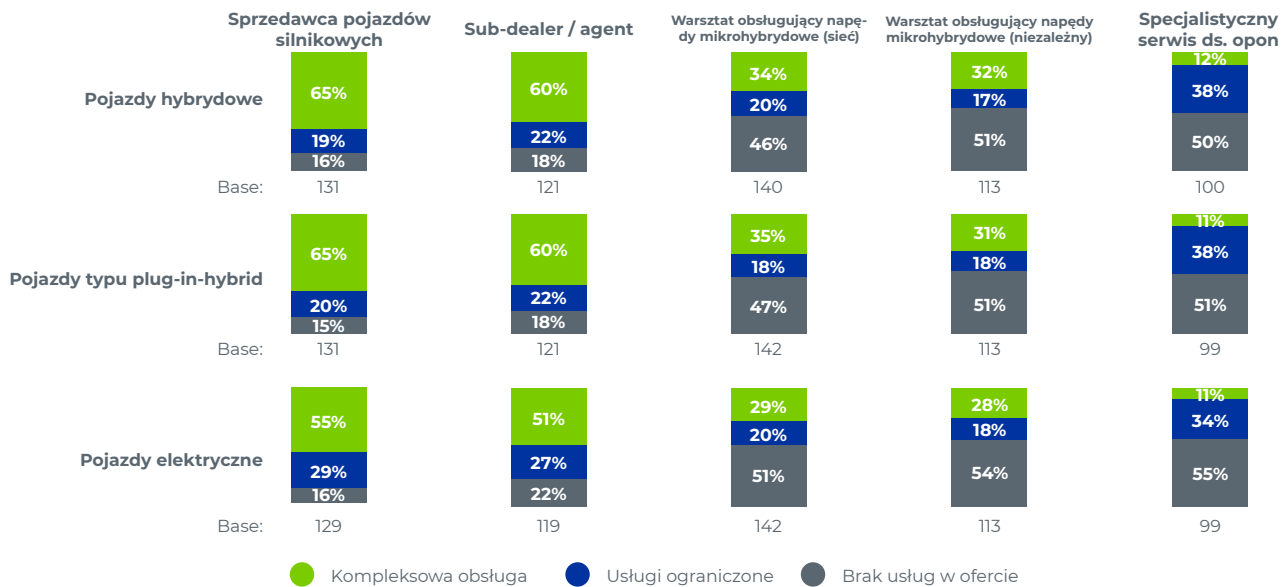
³³ Boston Consultin Group (BCG) i PSPA, *Jak elektromobilność zmieni rynek pracy w Polsce?*, dostęp online: https://pspa.com.pl/wp-content/uploads/2021/10/PSPA_Jak_elektromobilnosc_zmieni_rynek_pracy_w_Polsce_Raport_PL.pdf [sierpień 2023 r.].

³⁴ GiPA, *Repairers Survey report – Great Britain*, Październik, 2021.

Rycina 4.



Rycina 5.



Wraz z ofertą skierowaną do właścicieli samochodów elektrycznych w tym kraju wzrasta też liczba pracowników wykształconych w zakresie ich obsługi. Takie przygotowanie mają już 37% pracowników serwisów franczyzowych, 42% serwisów niezależnych (IMT) oraz 36% auto centrów. Co ciekawe, najbardziej przystosowanym w tym obszarze sektorem są serwisy oponiarskie.

Już 47% pracowników jest przygotowanych do obsługi pojazdów w pełni elektrycznych³⁵.

W Niemczech – jednym z najbardziej rozwiniętych elektromobilnie rynków – sytuacja jest bardziej zdywersyfikowana. Najwięcej usług dla pojazdów elektrycznych jest oferowanych w autoryzowanych serwisach i w sieciach serwisowych³⁶.

³⁵ Ibidem.

³⁶ GiPA, *Repairers Survey report – Germany*, Październik, 2021.



Podsumowanie: komentarz eksperta

Aktualna sytuacja na rynku warsztatów samochodowych wiąże się z wieloma wyzwaniami: brakuje wykwalifikowanych pracowników, konieczne są wysokie inwestycje w sprzęt i nowoczesne szkolenia kadry. Nie brakuje jednak klientów.

Mimo tego, szacuje się, że liczba warsztatów samochodowych będzie spadać. Przyczyn tego zjawiska należy szukać w dynamicznych zmianach zachodzących w branży motoryzacyjnej, m.in. coraz bardziej zaawansowanych technologicznie pojazdach, a co za tym idzie – konieczności inwestowania w nowe sprzęty i wykwalifikowaną kadrę specjalistów.

Eksperti prognozują też, że część warsztatów postawi na węższą specjalizację i zacznie kierować swoją ofertą do wybranej grupy klientów, np. korzystających z pojazdów konkretnych marek motoryzacyjnych.

Bez względu na model, na który zdecydują się poszczególne serwisy, managerowie nie powinni zapominać o stałym podnoszeniu jakości świadczonych usług oraz profesjonalnej obsłudze klientów. Wysokie standardy pozwolą zapewnić nie tylko zainteresowanie klientów, ale także wpłyną na większe zainteresowanie potencjalnych pracowników oraz wesprą w procesie budowania solidnej pozycji w branży.

Alfred Franke, MotoFocus.pl

