

СЕРВИСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В АВТОСАЛОНАХ

Жерноклеева Диана Витальевна

студент, кафедра бизнеса в сфере услуг, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

Карицкая Ирина Михайловна

научный руководитель, канд. социол. наук, Новосибирский государственный университет экономики и управления, доцент кафедры бизнеса в сфере услуг, РФ, г. Новосибирск

Аннотация. В статье показаны проблемы сервиса в автосалонах, приведены рекомендации по развитию сервисного сопровождения в этой сфере; рассмотрен лучший автосалон г. Новосибирска.

Ключевые слова: сервис, автосалон, сервисное сопровождение, машины, авто, сервисная деятельность.

В современном мире с каждым днем растет число автомобилей, любителей и владельцев частного транспорта. Наличие персонального авто является нормой, многие семьи имеют даже не один автомобиль в семье, а персональный у каждого взрослого ее члена. Это не удивительно, не смотря на такие минусы передвижения на своем авто, как пробки, дорогое обслуживание авто и высокая стоимость топлива, это самый комфортный способ передвижения. Потому что общественный транспорт является не всегда возможным способом передвижения, такси дорогостоящее удовольствие, а на личном авто можно добраться до любого пункта назначения в любое удобное для вас время. Есть множество путей приобретения автомобиля, основными являются покупка через сайты и в автосалонах. Автосалоны - самый безопасный способ приобретения личного транспорта, так как при покупке автомобиля у частного лица можно наткнуться на ряд неприятностей, таких как:

- проблемы с документами автомобиля
- не правильное заполнение договора купли-продажи
- покупка авто с поломкой, скрытой продавцом
- встретить мошенников и потерять крупную сумму денежных средств

Это всего лишь часть того, что может с вами случиться. Стоит ли рисковать и искать неприятности? Скорее всего нет. Если вы не профессионал в этой сфере, то стоит обратиться в салон, где вас хорошо обслужат и помогут с выбором. Туда вы всегда сможете вернуться, при возникновении проблем. Именно поэтому и актуальна тема сервиса в автосалоне. Автосалонам необходимо обеспечить своим клиентам самые комфортные условия и наивысшей качество обслуживания, так как покупка автомобиля - дорогое удовольствие, компания, предоставляющая свои услуги, должна сделать все возможное со своей стороны, чтобы человек был доволен.

Так как авто - это покупка на долгое время, возникают следующие недоработки в сервисном сопровождении:

- сервисное сопровождение перед покупкой (рекомендация, консультация)

В этой области проблемой является информирование о предстоящих и действующих акциях, о способностях консультации, о выборе продукта.

-при покупке(оформление)

Тут проблемой может стать трудности с документами у покупателя, необходимость мягкого подхода, способность работников предприятия объяснить доступно все нюансы.

-после покупки (предоставление гарантийного срока)

Своевременно предоставить услуги по обслуживанию авто, предоставление необходимых деталей в кратчайшие сроки, а также возможное развитие дальнейших отношений компании с человеком. Именно с этим и может помочь качественный сервис, привлечение клиента хорошим обслуживанием обеспечит вам постоянного покупателя и хорошие отзывы и рекомендации. Целью данного исследования является: рассмотрев специфику современного сервиса в автосалонах, предложить рекомендации по улучшению качества сервисного обслуживания.

Задачами является:

-изучить теоретические данные сервисной деятельности

-сравнить сервис при продаже авто в различных компаниях и выявить залого хорошего сервиса в данной сфере

-выявить основные принципы хорошего сервиса

-сделать выводы о развитии сервиса при продаже авто

В настоящее время мы можем наблюдать на рынке такую ситуацию, как «диктатура» покупателя. Если еще десятилетия назад продавец господствовал на рынке и диктовал свои правила, то сейчас ситуация совсем иная. Это, естественно, касается и автобизнеса. Покупатель может свободно выбирать из множества предложений наиболее выгодное для него, а продавцам лишь остается быть конкурентоспособными и стараться повышать качество услуг сервиса, чтобы максимально привлекать внимание клиента на себя. Не смотря на то, что сервисная деятельность в современном мире развивается во всех областях очень быстро, становится все более качественной, в автосалонах, в связи со спецификой продаж продукта, покупка на долгий период, дела с услугами сервиса обстоят не так просто. Чтобы понять основную проблему, нужно знать что автосалон-организация, занимающаяся продажей автомобилей и запасных частей, оказывающая комплекс услуг, который обеспечивает использование, эксплуатацию, поддержание и восстановление работы автомобиля в течение всего «жизненного цикла».

В Новосибирске существует 94 автосалона в различных частях города, готовых предоставить услуги по продаже автомобиля. Среди автосалонов наивысшую оценку имеет **«Сибирские моторы - официальный дилерский центр NISSAN и INFINITI в Новосибирске»**

В своих отзывах клиенты данного салона выделяют следующие положительные стороны:

-высокая скорость обслуживания

-высококвалифицированные сотрудники, которые умеют правильно донести информацию даже не разбирающемуся в этой сфере человеку

-индивидуальный подход к каждому покупателю

-проведение акций

Но есть и некоторые негативные отклики о данном месте:

- проблемы с гарантийным сроком

- проблемы с коммуникацией у некоторых сотрудников

- отсутствие полной информации о авто, представленных к продаже

В связи с тем, что автомобили-дорогостоящее удовольствие, автосалоны не озабочены тем, чтобы удержать покупателей, так как один раз приобретя их товар, человек в дальнейшем становится клиентом этого салона. И, в связи с этим главной целью фирмы становится привлечение большого потока новых людей, потенциальных покупателей, а наработка базы постоянных клиентов уходит на задний план. Я считаю, что это не правильная стратегия, не подходящая современности. Нужно стремиться улучшить обслуживание в целом и находить индивидуальный подход к каждому человеку, который может стать клиентом. И не только привлекать внимание новых покупателей, но и удерживать их, нарабатывать свою базу лояльных клиентов. Потому что постоянные клиенты сделают успешным ваше предприятие. Это будет способствовать развитию и популяризации данного предприятия, поднимет ее среди конкурентов. Так как именно благодаря высокому качеству обслуживания, люди станут невольно продвигать компанию, будут в ней заинтересованы. Изучив работу автосалонов, можно предложить следующие **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ СЕРВИСНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ИХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ:**

1. Введение акций

Это может быть система бонусов, предоставление скидки на дальнейшие покупки, предоставление скидки при рекомендации салона друзьям и знакомым, а также любые другие предложения, которые будут привлекать клиентов и при этом не приносить убыток компании.

2. Создание зоны ожидания

Это может быть любой комфортный уголок, где может отдохнуть человек. Там ему могут предоставить бесплатные напитки, Wi-Fi, игровые приставки, ноутбуки. Так же будет очень привлекательным для покупателя создание детской зоны, где потенциальный покупатель может оставить своего ребенка на время оформления покупки, и при этом будет уверен его безопасности.

3. ДАЛЬНЕЙШЕЕ СЕРВИСНОЕ РАЗВИТИЕ СЕГМЕНТА лояльных покупателей

Компания может организовывать встречи для своих постоянных клиентов в неформальной обстановке. Так же это могут быть различные подарки для автомобиля, сертификаты на покупку, а также «карта постоянного клиента», дающая определённые преимущества. Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод услуги автосалона - как деятельность по изменению качества объекта, как трудовая деятельность, результаты которой выражаются в полезном эффекте, удовлетворяющем какие-либо потребности клиента с целью получения самых высоких показателей качества услуг является перспективным направлением социальной деятельности. Многообразие услуг автосалонов способно удовлетворить запросы большого числа потребителей, а наличие большого числа предприятий, включающих весь комплекс услуг, создает обширную базу для повышения качества услуг с целью привлечения и удержания клиентов.

Список литературы:

1. Бубнова И. Ю. Перспективы предоставления услуг предприятиями автосервиса: учебное пособие / И. Ю. Бубнова. Тольятти: Поволжского государственного университета сервиса, 2009 г. 102 с.

2. Махичев В.П. Обзор рынка автомобилей: социологическое исследование / В. П. Махичев, Санкт-Петербург: Гортис, 2014 98 с.
3. Николаева А.М. Маркетинг товаров и услуг: учебник / А. М. Николаева. Москва: Деловая литература, 2011. 461 с.
4. Огородников И. Конференция DealerUP от 08.02.2017. Бизнесжурнал «Движок» [Электронный ресурс] : режим доступа www.dvizhok.ru 35. Бизнес- план автосалона // Бизнес-журнал ЖАЖДА. 2017 г. № 7.
5. Дром.ру [Электронный ресурс]: Режим доступа: www.novosibirsk.drom.ru