

Mezinárodní výzkumný projekt chce připravit dealery automobilů a motocyklů pro budoucnost

Nové klíčové atributy vyžadují přehodnocení a trénink maloobchodníků

Projekt podporovaný Evropskou unií identifikoval budoucí výzvy, a s nimi spojené klíčové atributy obchodu s automobily a motocykly v Evropě, které pak byly porovnány s názory dealerů. Mezi odborníky a dealery byla zjištěna velká neshoda ve vnímání dané problematiky. Zatímco dealeři stále lpí na tradičním přístupu prodeje svých produktů, odborníci věří, že prodeje orientované na zákazníka a servis (např. zajišťování mobility zákazníků) ve spojení s profesionalizací managementu na úrovni dealerství bude úspěšnou metodou v budoucnosti. Tento přístup však vyžaduje nové dovednosti a schopnosti dealerů i jejich zaměstnanců. Na základě těchto zjištění jsou vypracovávány nové metody vzdělávání budoucích dealerů a jejich zaměstnanců, stejně jako vhodné výukové koncepty a pomůcky pro vysoké školy.

Průzkum provedený University of Applied Sciences ve Steyru je úzce spojen s partnerskými univerzitami v Anconě (Itálie), Gdaňsku (Polsko) a Mladé Boleslavi. Dále byla navázána spolupráce s firmami KTM-Sportmotorcycle AG, Škoda Auto a.s., a s vzdělávací společností Snap-On Business Solutions, ve snaze připravit automobilové a motocyklové dealery na budoucnost. Nejprve byl proveden průzkum mezi malými a středními podniky, který zahrnoval 21 odborníků, 152 automobilových a 63 motocyklových dealerů z Rakouska, České republiky, Německa, Itálie a Polska. Průzkum se týkal budoucích výzev a klíčových atributů obchodu s automobily a motocykly.

Nové výzvy pro výrobce a dealery

Automobilový průmysl se potýká s mnoha výzvami. Jak výrobce, tak dealer se musí potýkat s konkurencí více značek, online prodejem, omezenými možnostmi financování, stejně tak jako s problémem porozumění a využití zákaznických tužeb. Cílem je dostat se z pozice klasického prodejce produktu, do pozice poskytovatele služeb a řešení problémů zákazníků. Z tohoto důvodu hrají dealeři klíčovou roli při dosažení dobrých prodejních výsledků v automobilovém (a motocyklovém) průmyslu. Avšak dealeři si často nejsou vědomi dynamiky změn probíhajících na trhu, a proto často bojují s nedostatky v oblastech řízení a prodeje. Výsledky nedávného průzkumu mezi experty a dealery odhalily, že dealeři se málo zabývají budoucností.

Dealeři postrádají zaměření na zákazníky a budoucnost

Průzkum provedený mezi dealery v Rakousku, České republice, Německu, Itálii a Polsku odhalil, ve kterých oblastech vykazují dealerské pobočky potřebu dovedností svého personálu. Dealeři automobilů a motocyklů považují znalost svých produktů za nejdůležitější kvalifikaci svého prodejního personálu, následuje know-how a schopnost prodat nové a ojeté vozy. Až daleko v pozadí se umístily faktory, které jsou zaměřeny hlavně na produkt, následovány znalostí finančního managementu, marketingovými dovednostmi nebo využitím nových sociálních médií. I přes jemné rozdíly mezi jednotlivými zeměmi (např. italská dealeři jsou více zaměřeni na internetový obchod) mají dealeři v automobilovém a motocyklovém průmyslu tendenci držet se starých osvědčených koncepcí. Na rapidně se měnícím trhu se v budoucnu změni tato strategie v nevýhodu.

Odborníci říkají: zákazníci a zaměstnanci rozhodují v konkurenční soutěži

Odborníci automobilového průmyslu, výukové instituce, vysoké školy a média pozorují významné nedostatky v oblastech managementu jako je např. plánování, získávání nových zákazníků, řízení vztahů se zákazníky, schopnost pochopit a naplnit požadavky potřeb zákazníka, použití médií a orientace na vysokou úroveň služeb. Klíčová role bývá připisována zkušeným a motivovaným zákazníkům. Emoce, jako je např. šíření nadšení pro značku, se v budoucnu při prodeji ukážou jako klíčové. To vyžaduje nejenom znalosti odborné a o

produktech, ale hlavně výtečné komunikační schopnosti prodávajících, značnou motivaci a projevování zájmu o zákaznickovy potřeby.

Nové dovednosti vyžadují nové tréninkové a výukové koncepty

Na základě těchto postřehů je vytvořen online dotazník, který pomáhá dealerům odhalovat oblasti, na které by se mohly v budoucnu soustředit. Pro odhad vlastní úrovně je možno porovnat výsledky s průměry v daném odvětví a následně identifikovat oblasti s potenciálem pro zlepšení. Toto může být odrazovým můstkem pro vývoj tréninkových konceptů a výukových materiálů. Mezi těmito výukovými materiály jsou nejlépe hodnoceny ukázky best practice, případové studie, videomateriál a literatura. Kromě optimálního vzdělávání kvalifikovaných dealerů je úkolem projektu vytvořit výukový materiál a učební koncepce pro vysoké školy a jiná vzdělávací zařízení, která zajistí úspěchy v automobilovém (a motocyklovém) průmyslu výchovou vysoce kvalifikovaných prodejců. Online dotazník projektu bude k dispozici pravděpodobně od dubna 2013.

Webové stránky projektu: <http://www.new-distribution-skills.eu/>

Informace o projektu:

Projekt, jehož délka je plánována na tři roky, je spolufinancován Evropskou unií - EACEA (Education, Audiovisual & Culture Executive Agency) - a všechny výukové materiály jsou veřejně dostupné. Z dlouhodobého hlediska by projekt měl podpořit konkurenceschopnost a zachování stávajících pracovních pozic v distribuční síti.

Klíčové fáze projektu:

- Vypracování zevrubné analýzy, při které byly zjištěny rozdíly mezi dealery v Evropě, a nejdůležitější budoucí oblasti zájmu automobilových (a motocyklových) dealerů a absolventů vysokých škol, kteří by chtěli pracovat v automobilovém průmyslu.
- Vývoj širokého spektra praktických výukových materiálů určených pro vzdělávání v budoucích oblastech zájmu za využití nových druhů médií.
- Vypracování výukových konceptů a návrh vysokoškolského zaměření.
- Vývoj dotazníku s automatickým vyhodnocením pro dealery a studenty, za účelem identifikace jejich potenciálních slabin.
- Další rozvoj dotazníku s automatickým vyhodnocením tak, aby co nejlépe pomohl identifikovat nedostatkové oblasti dealerů a studentů, na základě čehož se mohou v nedostatkových oblastech zájmu dozdělat.
- Na závěr projektu bude uspořádána konference v Anconě, kde budou zveřejněny jeho výsledky. Budou také probíhat prezentace výukových institucí a dalších výzkumů souvisejících s tématem.

Partneři projektu jsou:

University of Applied Sciences Upper Austria, School of Management (Steyr, Rakousko)
Università Politecnica delle Marche (Ancona, Itálie)
ŠKODA AUTO Vysoká Škola (Mladá Boleslav, Česká republika)
University of Gdańsk (Gdańsk, Poland)
KTM-Sportmotorcycle AG (Mattighofen, Rakousko)
Snap-On Business Solutions (Reading, Velká Británie)

Pro více informací se prosím obraťte na: christian.stadlmann@fh-steyr.at