

Technická univerzita v Liberci

Hospodářská fakulta

Hledání brzdového konceptu v České republice
The Quest for a Braking Concept in the Czech Republic

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Vojtěch Zákoucký

Vedoucí práce

Ing. RNDr. Pavel Šmíd, Ph.D.

Konzultant

Ing. Antonín Auger

Práce zhotoveno: 56
Práce předloženo: 38

1999

3. dubna 1999

Vojtěch Zákoucký

Technická univerzita v Liberci

Hospodářská fakulta

Obor

Podniková ekonomika

Hledání brzdového konceptu v České republice
The Quest for a Braking Concept in the Czech Republic

DP - PE - 990 - 44

Vojtěch Zákoucký

Vedoucí práce:

Doc. RNDr. Pavel Strnad, CSc.

Konzultant:

Francois Augnet

Počet stran: 50

Počet příloh: 38

8. ledna 1999

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

Hospodářská fakulta

Katedra marketingu

Školní rok 1998/99

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

pro

Vojtěcha Z á k o u c k é h o

obor č. 6268 -8 Podniková ekonomika

Vedoucí katedry Vám ve smyslu zákona č. 172/1990 Sb o vysokých školách a navazujících předpisů určuje tuto diplomovou práci:

Název tématu: Hledání servisního konceptu v ČR

Zásady pro vypracování:

1. Firma Lucas Varity - vstupní analýza.
2. Distribuce náhradních dílů.
3. Průzkum poptávky.
4. Návrh sítě.
5. Spolupráce v síti, podpora ze strany výrobce.
6. Závěr.

Hledání brzdového konceptu v České republice - The Analysis of a Brake Servicing Concept in the Czech Republic

Resumé:

Hlavní téma diplomové práce je analýza českého trhu oprav hydraulických brzdových systémů a na základě analýzy ukázat možnosti uplatnění firmy na trhu náhradních dílů.

Náplní práce je zkoumat současný stav na trhu oprav brzd, tj. sonduje chování zákazníků, služby, které jsou opravdu nabízeny a analyzuje příležitosti, z kterých vychází firma Lucas Varity při aplikaci svého konceptu Rychloservisu Lucas na českém trhu. Dále ukazuje historii, současnost a budoucnost tohoto konceptu - vytváření sítě rychloservisů, spolupráce v síti a podpora ze strany Lucas Varity. Práce zahrnuje marketingový výzkum, který byl proveden v termínu červenec - říjen 1997 mezi vzorkem 2539 motoristů a který sleduje chování motoristů jako zákazníků v opravách.

Na základě statistických zjištění práce podporuje rozvoj koncepce Rychloservisů Lucas.

The main subject of the dissertation is to analyse the Czech market of the hydraulic brake system service, and on the basis of this analyses, to highlight the possibilities of realization on the market of spare parts.

Dissertation investigates the present situation on the service market of car brakes, incl. the behaviour of the customers and the present services. Further, it includes the prospect for realization of Lucas Varity Fast Fit net on Czech market. Work also focuses on the history, the present situation, and the future of the Fast Fit concept and covers creating of the Fast Fit net, cooperation in the net itself and support from Lucas Varity. Dissertation includes the marketing research which was carried out among 2539 drivers in the period of July - October 1997. Research shows the customer behaviour in reality.

Thus this dissertation supports the development and realization of Lucas Varity Fast Fit net.

Obsah

1. Firma Lucas Varity - vstupní analýza	str. 7
2. Distribuce náhradních dílů	str. 17
2. 1. Prodejní sortiment	str. 18
2. 1. 1. Brzdové výrobky	str. 18
3. Průzkum trhu	str. 22
3. 1. Úvod	str. 22
3. 2. Úkol průzkumu	str. 23
3. 3. Určení motoristických potřeb	str. 24
3. 3. 1. Metodologie	str. 24
3. 3. 2. Výsledky	str. 24
3. 3. 2. 1. Shrnutí výsledků	str. 25
3. 3. 2. 2. Shrnutí úrovní provozoven	str. 27
3. 3. 2. 2. 1. Autoservis	str. 27
3. 3. 2. 2. 2. Autorizovaný servis	str. 27
3. 3. 2. 2. 3. Čerpací stanice	str. 28
3. 3. 2. 2. 4. Autocentrum	str. 28
3. 3. 2. 2. 5. Rychloservis	str. 29
3. 3. 2. 2. 6. Jiné autocentrum	str. 30
3. 3. 3. Profil motoristů, kteří opustili provozovnu nespokojeni	str. 30
3. 3. 4. Závěr	str. 31
3. 4. Určení opravdové nabídky	str. 31
3. 4. 1. Metodologie	str. 32
3. 4. 2. Výsledky	str. 33

4. Návrh sítě	str. 35
4. 1. Druhy provozoven	str. 35
4. 2. Rychloservisy v Evropě	str. 36
4. 3. Rychloservisy v České republice a jejich budování	str. 38
5. Podpora ze strany výrobce, spolupráce v síti	str. 43
5. 1. Kvalita výrobků	str. 43
5. 2. Široký sortiment	str. 44
5. 3. Podpora prodeje	str. 44
5. 3. 1. Oblast logistiky	str. 45
5. 3. 2. Výcvik	str. 46
5. 3. 3. Katalogy	str. 46
5. 3. 4. Technická podpora	str. 47
5. 3. 5. Obchodní podpora	str. 47
6. Závěr	str. 49
6. 1. Analýza příležitostí	str. 49
6. 2. Analýza ideálního konceptu	str. 50
6. 2. 1. Ideální koncept	str. 50
6. 2. 2. Přizpůsobení ideálnímu konceptu	str. 51
6. 3. Porovnání se západní Evropou	str. 53
6. 4. Shrnutí	str. 54
Doporučená literatura	str. 57
Seznam příloh	str. 59

1. Firma Lucas Varity - vstupní analýza

V září roku 1996 došlo ke spojení firem Lucas (Velká Británie - se sídlem v Birminghamu) a Varity (USA - se sídlem v Detroitu). Spojením firem Lucas a Varity a využitím jejich předností byla vytvořena špičková společnost. Lucas - globální skupina, která navrhuje, vyrábí a dodává moderní technologické systémy, výrobky a služby automobilovému a leteckému průmyslu po celém světě a Varity - celosvětový průmyslový výrobce a dodavatel v oblasti klíčových technologií v oblasti automobilových součástek a naftových motorů. Společně je Lucas Varity špičkovým dodavatelem výrobků v oblasti automobilových součástek, naftových motorů a zařízení pro letecký průmysl.

Spojení obou společností nabídlo novou příležitost změnit strukturu obou společností. V prvním kroku byla Lucas Varity rozdělena do sedmi hlavních divizí:

1.) **Brzdové systémy lehkých vozidel** (spojením Lucas Car Braking System a Varity Kelsey-Heyes vznikla divize Lucas Varity Light Braking System) - přední výrobce brzdových systémů pro osobní automobily;

2.) **Brzdové systémy těžkých vozidel** (spojením Lucas Heavy-Duty Braking System a Varity Dayton-Walther vznikla divize Lucas Varity Heavy Braking System) - přední výrobce brzdových systémů pro nákladní automobily;

3.) **Dieselové systémy** (vznikla z Lucas Diesel System) - výroba dieselového příslušenství (motory, vstřikovací čerpadla, trysky, atd.) - tato divize vznikla ze závodů v Evropě;

4.) **Dieselové motory** (vznikla z Varity Perkins) - výrobce světově proslulých naftových motorů Perkins - tato divize vznikla ze závodů v Severní Americe;

5.) **Elektrická a elektronická zařízení** (spojením Lucas Electrical and Electronical System a Varity Zecal) - přední výrobce elektronických, elektrických vedení, karosériových a elektrických systémů;

6.) **Aftermarket Operations** (spojením Lucas Aftermarket Operations, Varity Kelsey-Hayes Aftermarket Operations a Varity Dayton-Weather Aftermarket Operations vzniká Lucas Varity Aftermarket Operations) - distribuce náhradních dílů pro výrobky firmy;

7.) **Letecký průmysl** (Lucas Varity Aerospace) - dodává vysoce integrované systémy letecké kontroly, ovládání motorů, výroby a rozvodů elektrické energie, atd.;

V druhém kroku byla společnost od 1. září 1998 rozdělena následovně do dvou divizí. První divize, nazvaná Lucas Varity Automotive, zastřešuje veškerou výrobu pro automobilový průmysl. S této struktury byla vyjmuta divize Dieselové motory, která byla prodána firmě Catterpillar. Druhou divizí zůstává Lucas Varity Aerospace. Tato divize zastřešuje výrobu pro leteckou a kosmickou výrobu. V tomto směru společnost spolupracuje s americkou společností NASA.

V rámci těchto změn se firma přestěhovala z anglického Birminghamu do Spojených států a byla zapsána do obchodního rejstříků v Buffalu, New York. Tím došlo i ke změně místa obchodování s akcemi Lucas Varity, které se nyní obchodují na New Yorské burze.

Tato struktura umožňuje firmě Lucas Varity dále upevňovat svoji vedoucí pozici, ještě lépe konkurovat na světových trzích a sloužit svým současným i budoucím zákazníkům. Spojení obou firem bylo prospěšné z hlediska výrobního, geografického, technologického i z hlediska zákazníků. Spojením se firma zařadila

mezi 10 největších dodavatelů automobilových součástek na světě s obratem 2,7 miliardy liber.

Pro lepší zobrazení finanční situace společnosti je v následující tabulce zobrazena výsledovka za období od 30. 5. 1996 do 31. 1. 1997:

		bez mimořádných výdajů mil. liber	mimořádné výdaje mil. liber	celkem mil. liber
Tržby	z činnosti	1 939,20		1 939,20
	z pořízení	733,9		733,9
	celkem	2 673,10		2 673,10
Náklady na prodej		(2 502,40)		(2 502,40)
Výdaje na restrukturalizaci			(250,00)	(250,00)
Náklady na prodej celkem		(2 502,40)	(250,00)	(2 752,40)
Přebytek/schodek z obchod.		170,7	(250,00)	(79,30)
Podíl na zisku po odečtení ztrát ze související činnosti		4,7		4,7
Provozní zisk skupiny	z činnosti	118,2	(218,10)	(99,90)
	z pořízení	57,2	(31,90)	25,3
	celkem	175,4	(250,00)	(74,60)
Zisk po odečtení ztráty z prodeje a zrušení činnosti			(0,40)	(0,40)
Zisk po odečtení ztrát z likvidace investičního majetku			(3,80)	(3,80)
Zisk/(ztráta) z běžné činnosti bez úroků		175,4	(254,20)	(78,80)

Placené úroky minus přijaté	(31,90)		(31,90)
Zisk/(ztráta) před zdaněním	143,5	(254,20)	(110,70)
Daně			(56,10)

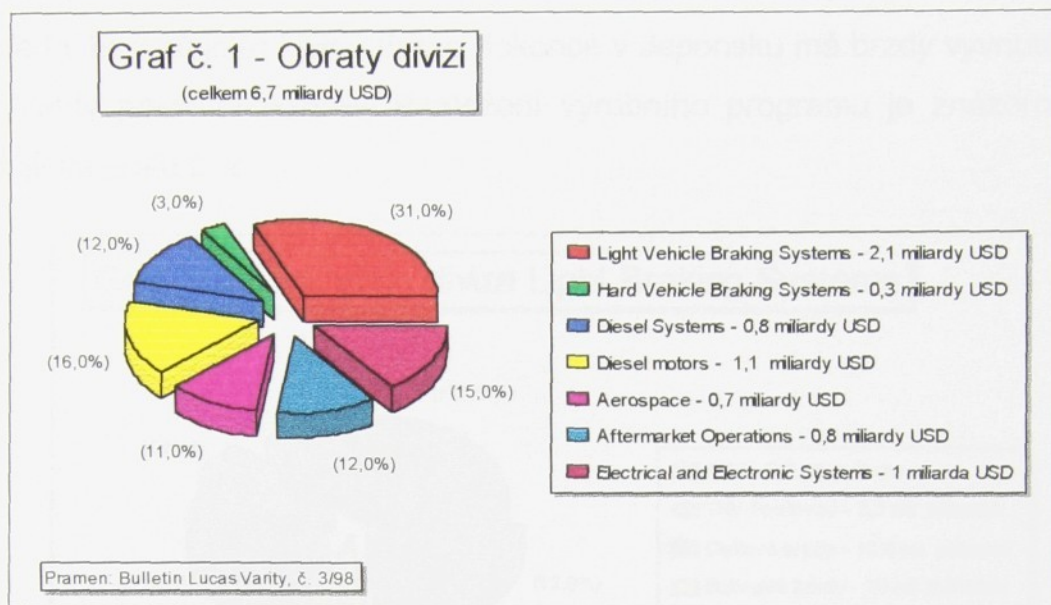
Zdroj: Financial Results of Lucas Varity, Dan Wilkerson, 1998

V následující tabulce je znázorněno hospodaření jednotlivých divizí:

Činnost	Tržby		
	Celkem	Mezi odvětvími	Odběratelé
	mil. liber	mil. liber	mil. liber
Brzdové systémy	834,2	44	790,2
Ostatní automob.	1 239,60	37,4	1 202,20
Diesel. motory	308,9		308,9
Letectví	343,6	0,5	343,1
Spol. činnosti / ostatní	28,7		28,7
	2 755,00	81,9	2 673,10

Činnost	Provozní zisk		
	Bez mimoř. výdajů	mimoř. výdaje	Celkem
	mil. liber	mil. liber	mil. liber
Brzdové systémy	58	(32,20)	25,8
Ostatní automob.	86,7	(88,60)	(1,90)
Diesel. motory	35	(15,00)	20
Letectví	28,5	(79,00)	(50,50)
Spol. činnosti / ostatní	(32,80)	(35,20)	(68,00)
	175,4	(250,00)	(74,60)

Obraty jednotlivých divizí jsou znázorněny na následujícím grafu č. 1:

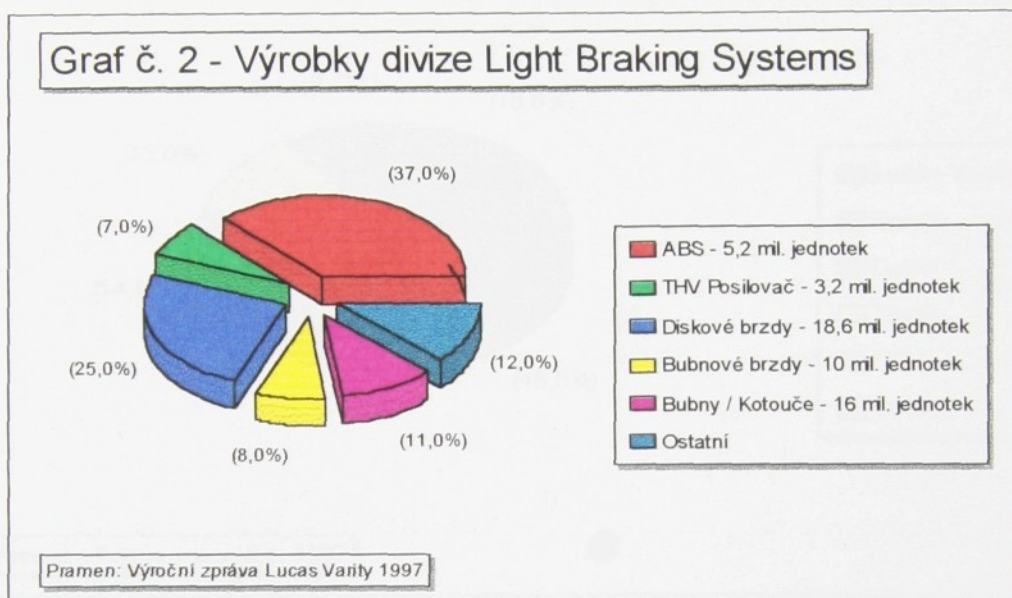


K 31. 1. 1998 firma zaměstnávala ve Velké Británii 26 829 zaměstnanců a ve zbývajících částech světa 30 230 zaměstnanců. Průměrný počet zaměstnanců za období 8 měsíců, do 31. 1. 1998 byl následující:

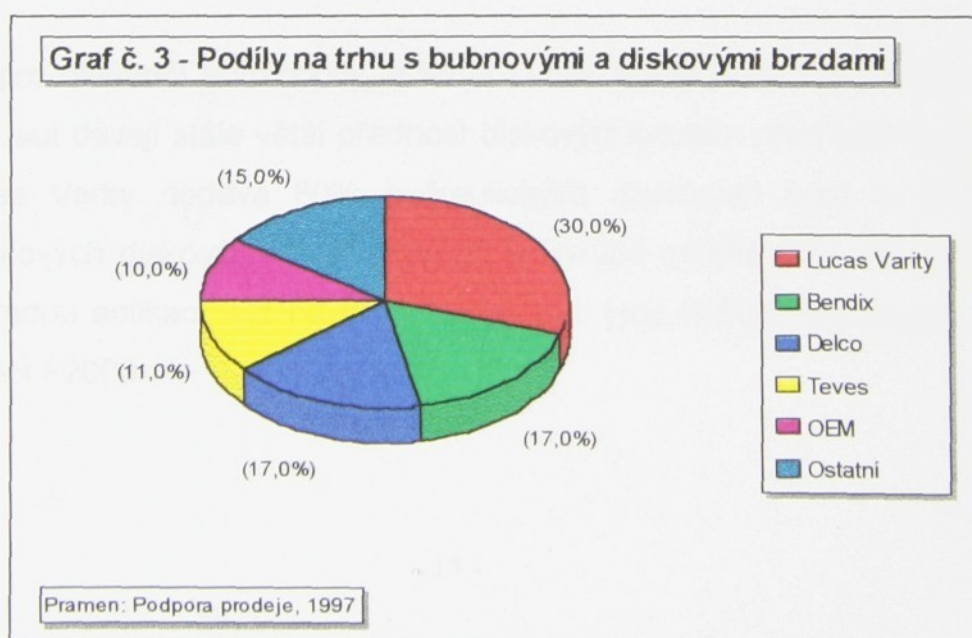
Brzdové systémy	-	10 561
Ostatní automob.	-	31 027
Dieselové motory	-	2 909
Letectví	-	7 950
Společná činnost	-	653
Celkem	-	53 100

Firma Lucas Vairity vstoupila na trh s díly pro brzdové systémy před více než 70. lety jako firma Girling Brzdy, později se stala firmou Lucas Girling a později nesly výrobky firmy název Lucas. Po fúzi firem Lucas a Vairity nesou název Lucas Vairity.

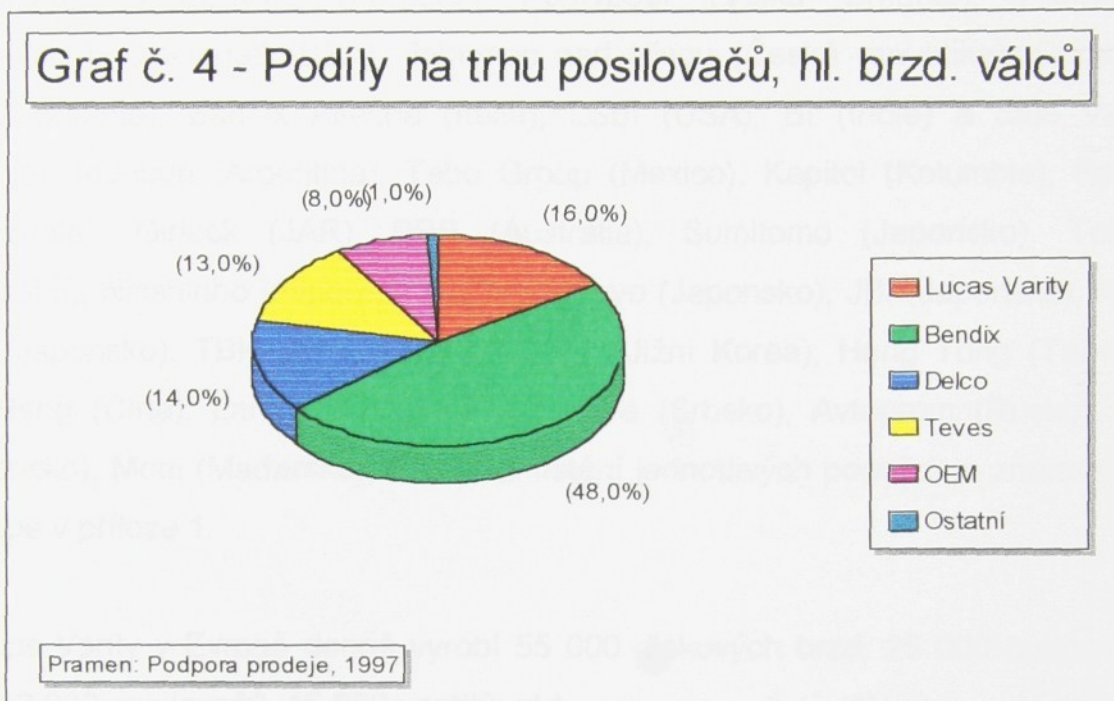
Dnes je firma Lucas Varity světovou firmou. Více než každý čtvrtý vyrobený automobil na světě je vybaven brzdovým příslušenstvím se značkou Lucas Varity. Například v Evropě je to každý třetí a dokonce v Japonsku má brzdy vyvinuté firmou Lucas Varity polovina vozidel. Rozložení výrobního programu je znázorněno na následujícím grafu č. 2:



Na trhu brzdových dílů, jako jsou bubnové a diskové brzdy firma dominuje. Jednotlivé podíly jsou vidět na grafu č. 3:



V oblasti posilovačů, hlavních brzdových válců a ventilů je Lucas Varity druhým největším světovým dodavatelem a výrobky jako posilovače typu GIRVAC získávají na trhu vysoký podíl. Tyto podíly lze vidět na následujícím grafu č. 4:



V oblasti ABS je podíl firmy Lucas Varity menší, ale jelikož firmy Mando (Jižní Korea) a Sumitomo (v Japonsku a USA) vyrábějí systémy Lucas v licenci, účast firmy Lucas Varity na trhu rychle roste.

U brzd pro nákladní automobily je firma Lucas Varity ještě úspěšnější. Výrobci nákladních aut dávají stále větší přednost diskovým brzdám před bubnovými. Dnes firma Lucas Varity dodává 80% hydraulických diskových brzd a 56% všech vzduchotlakových diskových brzd. Celkově v Evropě ovládá 60% trhu nákladních vozidel s řadou aplikací, jež na trhu vedou, jako jsou IVECO Eurocargo, VOLVO FH12 a MAN F2000.

Díly Lucas Varity jsou vyráběny na každém světadílu, v 9 podnicích firmy, 3 partnerskými firmami a dále na základě 22 licenčních dohod. Celkově vyrábí brzdové komponenty fy Lucas Varity 65 podniků ve 22 zemích světa - Koblenz (Německo), Bouzonville (Francie), Pontypool (Velká Británie), Pamplona (Španělsko), Cincinnati (USA), Jablonec nad Nisou (Česká republika), Cumbran (Velká Británie), Bendix Altecna (Itálie), LSBI (USA), BI (Indie) a dále Varga (Brasílie), Indubun (Argentina), Tebo Group (Mexico), Kapitol (Kolumbie), Forum (Venezuela), Girlock (JAR), PBR (Australia), Sumitomo (Japonsko), Tohico (Japonsko), Nisshinbo (Japonsko), Nissin Kogyo (Japonsko), JBI (Japonsko), Aisin Seiki (Japonsko), TBK (Jižní Korea), Mando (Jižní Korea), Heng Tong (Taiwan), Hua Heng (Čína), Lang Fang (Čína), Zastava (Srbsko), Avtoprom (Rusko), Pal (Slovensko), Mom (Maďarsko), atd. Rozmístění jednotlivých podniků je znázorněno na mapě v příloze 1.

Lucas Varity v Evropě denně vyrobí 55 000 diskových brzd, 25 000 bubnových brzd, 10 000 posilovačů, 15 000 ventilů, atd.

Partneři a majitelé licencí nejvíce přispívají tomu, že jsou výrobky Lucas Varity montovány do nových vozidel. V Japonsku tak dodávají licenční firmy své výrobky všem největším výrobcům automobilů. Nové originální vybavení, osazené buď některými komponenty nebo brzdovým systémem Lucas mají vozidla většiny evropských výrobců vozidel, jako jsou:

Alfa Romeo (146/155)

BMW (řada 5/7)

Fiat (Bravo/Brava/Coupé)

Honda (Accord/Civic)

Mercedes (S class)

Opel (Corsa/Omega)

Audi (A8)

Citroen (ZX)

Ford (Escort/Fiesta/Mondeo/Scorpio)

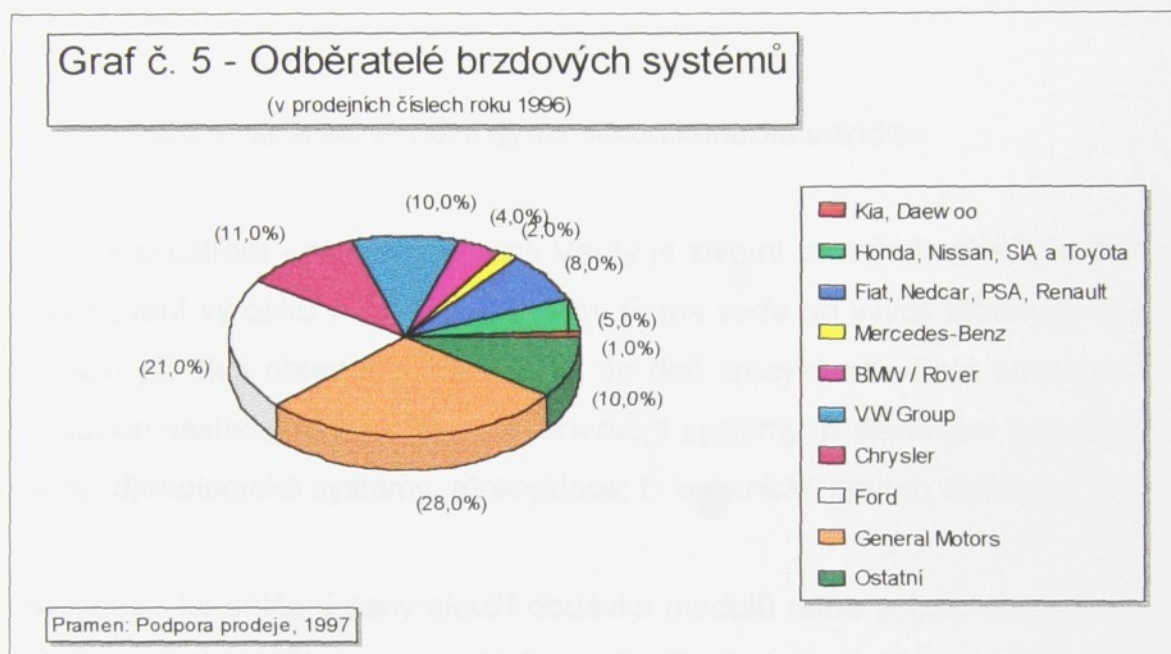
Lancia (Delta HPE)

Nissan (Micra, Primera)

Peugot (306/406/D80)

Renault (21/Clio/Laguna/Megane) Rover (200/400/600/MGF)
 Škoda (Felicia) Volvo (S4)
 VW (Golf/Sharan/Vento)

Rozložení dodávek jednotlivým odběratelům je znázorněno na grafu č. 5:



Firma Lucas Varity investuje k udržení své pozice více než 120 miliónů liber ročně, většinu do oblastí brzd na to, aby kvalita výrobní technologie, dokonalost výrobků a výkonnost nejen splnila požadavky zákazníka, ale aby je předčila. Technický rozvoj je založen na čtyřech faktorech:

1.) Bezpečnost - v této oblasti dojde ke čtyřem hlavním změnám:

a) brzdou dráhu v náhlé situaci může o 1/3 zkrátit revoluční elektronický systém, měřící reakce řidiče, jelikož testy ukázaly, že v náhlé situaci 70% řidičů

nevyužije plně možností brzd. Tento systém zabezpečuje také stabilitu a stopu vozidla při brždění.

b) úplná automatizace

c) elektronická kontrola, která bude součástí předních a zadních brzd nahradí lineární systémy.

d) vývoj ABS s radarem umožní dynamickou kontrolu vozidla

2.) Životní prostředí - pro firmu Lucas Varity je životní prostředí důležitým faktorem při navrhování výrobku ve všech směrech. Firma vede při vývoji brzdných systémů, které jsou při akci ohleduplnější a které se dají zrecyklovat. Celá strategie se dá zahrnout do následujících bodů: a) regenerační systémy; b) sledování funkcí; c) lehké systémy; d) ekologické systémy; e) recyklace; f) keramický povrch disků.

3.) Náklady - ke snížení ceny slouží dodávka modulů nebo submontáží. Toto se již využívá u firem VW (Škoda - zadní náprava) a Ford.

4.) Komfort brždění (pohodlí) - zavádění nových možností pro zlepšení komfortu brždění, např. senzory, které při stání ve svahu samy aktivují brzdy; propojení brzd s radarem, které umožní jet v určité vzdálenosti za vozidlem.

V následujících letech budou zaváděny nové aspekty do předních světových výrobků. Tyto aspekty jsou kontrola stability vozidla, brzdná účast, lehké systémy, ekologické systémy, inteligentní automatický pilot, brzdné lano a bezpečnostní brzdy.

To všechno se podílí na faktu, že brzdy firmy Lucas Varity zaujímají 1. místo nejen v Evropě, ale i na celém světě. Výroba brzd má nyní výrazný podíl na celkové výrobě podniků Lucas Varity a je jejím nejrychleji se rozvíjejícím sektorem. To firmě umožňuje stát se podstatným podílníkem na nezávislém trhu náhradních dílů.

2. Distribuce náhradních dílů

O komunikaci se zákazníkem a distribuci v oblasti náhradních dílů se stará jedna z divizí firmy - Lucas Aftermarket Operations (dále jen LAO). LAO je divize obchodně a technicky zodpovědná za celou problematiku brzdových výroků trhu náhradních dílů a zajišťuje distribuční síť ve 130 zemích světa. Hlavní distribuční střediska pro Evropu jsou v Neuwiedu (Německo), ve Fredley (Velká Británie) a v Le Blance Mesnil (Francie). Národní distribuční centra jsou dále ještě v Athénách (Řecko), v Miláně (Itálie), v Lisabonu (Portugalsko), v Madridu (Španělsko) a v Jablonci nad Nisou (Česká republika). Mimo Evropu jsou Národní distribuční centra také v Argentíně, Brasílii, Kanadě, Indii, Japonsku, Mexiku, Pakistánu, JAR, Turecku a USA.



V České republice byla k 26. 1. 1996 zaregistrována firma Lucas Autobrzdý v Jablonci nad Nisou. Jelikož strategií firmy Lucas je spokojenost zákazníků, bylo rozhodnuto o rozšíření divize Aftermarket Operations i v České republice. Smyslem tohoto rozhodnutí je zabezpečit pro uživatele všech značek dostupnost originálních

náhradních dílů. Vložené investice daly možnost vzniku moderního skladovacího prostoru pro prodej a distribuci originálních dílů pro veškeré světové značky automobilů. Český trh tak byl obohacen o další výrobky všech závodů Lucas jako např. elektropříslušenství, elektroniku a přístroje hydraulických brzdových systémů. V současné době zabezpečuje tento LAO Jablonec nad Nisou veškerou realizaci prodeje pro náhradní spotřebu, hlavně pro Škoda, a. a. s., ale i dalším zákazníkům.

2. 1. Prodejní sortiment

V současné době nabízí LAO v České republice brzdové výrobky, postupně dochází k rozšiřování sortimentu i o další výrobky náhradní spotřeby pro automobily.

2.1. 1. Brzdové výrobky

a) Třmeny

LucasVarity vyrábí rozsáhlý program originálního vybavení a má uzavřeny kontrakty originálního vybavení s hlavními výrobci vozidel zahrnující Audi, Fiat, Mercedes-Benz, Peugeot, Rover a BMW. Třmenový nebo hadicový program zahrnuje přes 500 položkových čísel zahrnujících všechny brzdové systémy. Všechny jednotky jsou dodávány v nejvyšší kvalitě.



b) Třecí materiály

Lucas Aftermarket Operations neustále aktualizuje třecí program. Firma poskytuje kompletní třecí balení pro všechny evropské a japonské modely obsahující destičky, čelisti a sady destiček a čelistí. Třecí materiály jsou neustále vylepšovány k dosažení optimálního brzdového provedení a pohodlí řidiče. V testovacím režimu vždy převyšují mezinárodní kvalitativní standardy (jako např. ECE R-90), LucasVarity je dobře připraven, na to, aby jejich výrobky odpovídaly současným a budoucím legislativním požadavkům. Veškeré brzdové třecí segmenty jsou opatřeny čísly WVA dohodnutými a platnými v Evropě. Třecí segmenty jsou tepelně upravovány speciálním postupem, aby se zlepšila účinnost brzdění, která je u nových třecích segmentů vždy nižší. Všude, kde se to jeví účelné, jsou předmontovány antirezonanční fólie proti pískání při brzdění. V každé sadě třecích segmentů je visačka na volant s cennými radami a pokyny pro řidiče. Třecí segmenty jsou podrobeny náročným zkouškám za účelem ověření kvalitativních parametrů třecích materiálů. Brzdové čelisti jsou v případě potřeby dodávány se všemi díly potřebnými pro ruční brzdu. Jak třecí segmenty pro kotoučové brzdy, tak brzdové čelisti jsou opatřeny značkou Lucas. Katalogy obsahují aktuální výkresy s rozměry třecích segmentů.



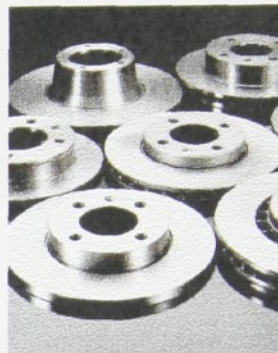
c) Superkity

Superkity Lucas se dodávají pro rychlou a snadnou opravu. Superkit obsahuje vše, co je potřeba pro opravu brzdového ústrojí, tj. sadu čelistí, dva válečky,

spojovací materiál a mazadla. Superkity mají velký úspěch v zemích, kde podíl ceny práce ku ceně materiálu je vysoký.

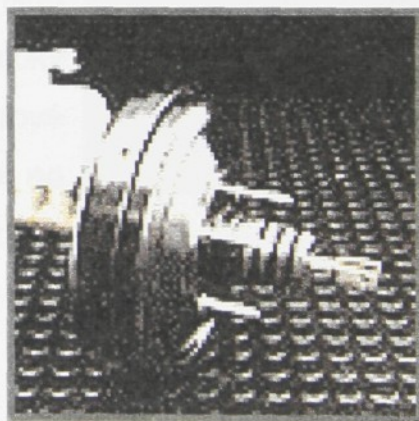
d) Kotouče a bubny

Celistvé a ventilované kotouče jsou schopné čelit originálním specifikacím vozidel. Všechny kotouče jsou označeny Lucas značkou, číslem dílu, kódem várky a povoleným minimem tloušťky pro jednodušší kontrolu během životnosti. Podrobné montážní návody jsou zajištěny a na veškeré kotouče je poskytována záruka po dobu 12 měsíců.



e) Hydraulika

Hlavní výrobci montují hydrauliku se značkou Lucas jako originální vybavení. V Evropě jsou to prestižní jména jako např. Audi, BMW, Ford, Mercedes-Benz, Rover, Volvo, Renault a Porsche. LucasVarity má rovněž vedoucí pozici na trhu pro japonská vozidla. Tato oblast zahrnuje hlavní válce, posilovače, brzdové válečky, spojkové hlavní válce, regulace tlaku zadní nápravy. Obojí standard a PCRV brzdové válce jsou součástí této skupiny. Válce jsou pozinkovány a veškeré písty jsou ošetřeny proti korozi. Galvanizace, gumové části a protiprašná čepička jsou označeny značkou Lucas. Nejnovější výrobní standardy společně s testovacími zkouškami garantují celkovou kvalitu.



f) Hadice

Všechny Lucas hadice jsou vyrobeny v kvalitě originálního vybavení a se specifikacemi požadovanými výrobcí vozidel. Díly jsou vyrobeny podle SAE J 1401 kvalitativních standardů a je na ně poskytována 12 měsíční záruka. Katalogy obsahují nákresy s podrobnými rozměry a technickými informacemi nápomoci k identifikaci výrobku.



g) Brzdová kapalina

Lucas brzdová kapalina je ideální univerzální výrobek. Řada DOT3, DOT4, DOT5.1, Bezpečnost + Formula a minerální olej umožňuje použití u veškerých vozidel a lehkých nákladních vozů. Jsou dodávány v kontejnerových velikostech, aby uspokojily všechny zákazníky. Dále jsou plně slučitelné s kapalinami dalších výrobců, mají vysoký bod varu a jsou chemicky a fyzicky stálé. Lucas brzdové kapaliny převyšují veškeré mezinárodní specifikace na provedení brzdové kapaliny a poskytují řidičům extra pocit bezpečí.



h) Brzdové čisticí

Lucas brzdové čisticí je dalším z produktů s univerzální použitím. Je to účinné rozpouštědlo určené k rychlému a účinnému čištění, aniž by poškodilo gumové komponenty. Pomáhá snižovat skřípání a vibraci. Je plněno do účinných aerosolů, které pracují ze všech úhlů. Rychle se odpařuje, neobsahuje CFC a není karcinogenní.

3. Průzkum trhu

3. 1. Úvod

Průzkum chování zákazníků při opravách brzd mi byl zadán v roce 1997 firmou Lucas Autobrzdý v Jablonci nad Nisou. Průzkum byl prováděn v termínu červenec - říjen 1997. Tento průzkum byl zařazen do systému celoevropského (byl též prováděn ve Francii, Velké Británii a ve Španělsku). K tomuto účelu byly vyčleněny finanční prostředky, aby bylo možno najmout několik studentů, kteří prováděli dotazování.

Průzkum byl prováděn v Praze a v okresech Liberec (město Liberec), Jablonec nad Nisou (města Jablonec nad Nisou, Tanvald a Železný Brod), Semily (města Semily, Turnov a Jilemnice a Jičín (města Jičín a Nová Paka). Náhodně bylo dotázáno 2539 motoristů. Tito motoristé byli zastavováni na frekventovaných místech (náměstí, hlavní třídy, parkoviště, atd.) a poté vyplňovali dotazník, který je uveden v příloze č. 3.

Základní myšlenkou tohoto průzkumu je analyzovat rozdíl mezi tím, co motoristé chtějí a tím co jim může být opravdu nabídnuto. Na tomto základě, LAO může udělat strategické rozhodnutí pro vybudování co nejlepší pozice pro svůj Brzdový koncept pro trh, který stále roste.

Z analýzy marketingového vzorku na českém trhu, který obsahuje řidiče, kteří si nechali opravit brzdy v posledních dvanácti měsících, je vidět, že autoservisy a autorizované servisy mají hlavní podíl na trhu brzdových oprav. Zákazníková loajalita je vysoká pouze u autoservisu, jelikož u ostatních druhů provozoven míra nespokojenosti je vysoká.

Při návštěvě různých servisních provozoven bylo zjištěno, že na českém trhu je mnoho servisů, kde jsou nabízeny profesionální služby. Tyto provozovny nabízejí zákazníkům profesionalismus a důvěru, krátkou čekací dobu a kvalitní služby. Existují i tací, kteří naopak nabízejí nekvalitní služby. Nicméně celková nabídka servisních provozoven je dobrá.

Ideální koncept je tvořen na základě požadavků zákazníků ve srovnání s nabídkou provozoven. Za základní charakteristiky ideálního konceptu jsou považovány důvěra v opravu, rychlá oprava a přijímací faktory.

Český trh je podobný západoevropskému trhu (Francie, Španělsko a Velká Británie), proto na našem trhu lze použít stejný koncept jako v Evropě pro rozvoj servisních sítí.

3. 2. Úkol průzkumu

Tento průzkum se snaží analyzovat přístup motoristických potřeb vzhledem k servisu brzd a identifikuje, jak může Lucas umístit svůj servisní koncept, aby uspokojil jejich potřeby. Analýza byla zhotovena pro Českou republiku.

Hlavními cíli bylo:

- zjistit chování zákazníků vzhledem k opravám brzd a jejich stupeň uspokojení z různých provozoven.
- zjistit služby, které jsou opravdu provozovnami nabízeny.
- analyzovat příležitosti.

3. 3. Určení motoristických potřeb

Zjistit, co zákazníci chtějí od provozovny v případě opravy brzd je první krok v rozvoji konceptu brzd. To nám pomůže zjistit, kde koncept umístit. Zde je též nutno zjistit, kde si nechávají motoristi brzdy opravovat a jak jsou spokojeni.

3. 3. 1. Metodologie

Vzorek je složen z 637 motoristů a reprezentuje pouze ty lidi, kteří si nechali opravit brzdy v posledních 12 měsících. Tento vzorek obsahuje též ty, kteří řídí služební automobil.

Informace použité pro konečné výsledky:

- : - kde si nechávají motoristé opravovat brzdy
- co si myslí a co upřednostňují od různých provozoven
- počet motoristů, kteří opustili provozovnu nespokojeni
- profil těchto motoristů
- důvod nespokojenosti
- volba při další návštěvě

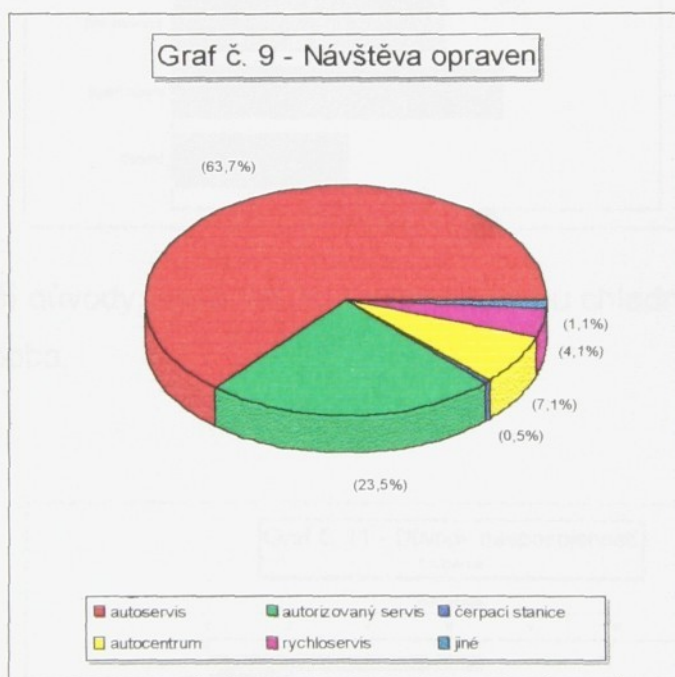
3. 3. 2. Výsledky

37.18% populace si opravila nebo si nechala opravit brzdy v posledních 12 měsících. 88.46% z tohoto vzorku řídilo vlastní auto nebo auto člena rodiny.

Kompletní výsledky z marketingového průzkumu lze nalézt v Příloze 4. Na následujících stranách lze nalézt shrnutí těchto výsledků.

3. 3. 2. 1. Shrnutí výsledků

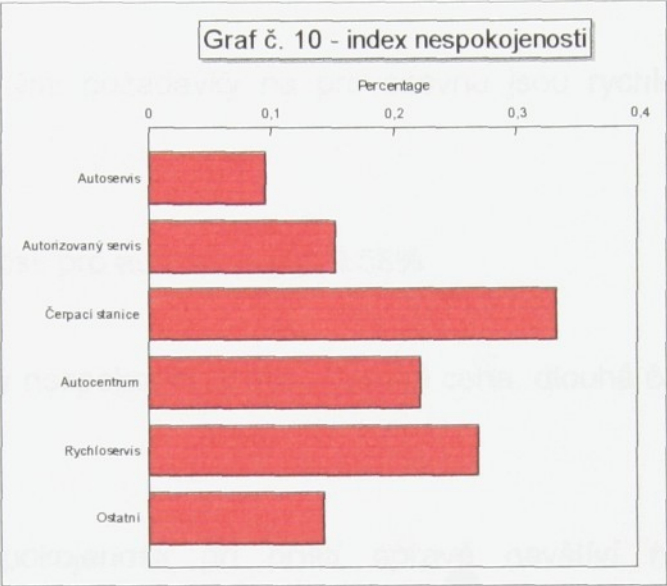
Nejpopulárnější provozovnou pro opravy brzd je autoservis (63.74%) následovaný autorizovaným servisem (23.55%). Rychloservis navštívilo 4.08% vzorku, kteří si nechali opravit brzdy. V Autocentru si nechalo opravit brzdy 7.06% řidičů.



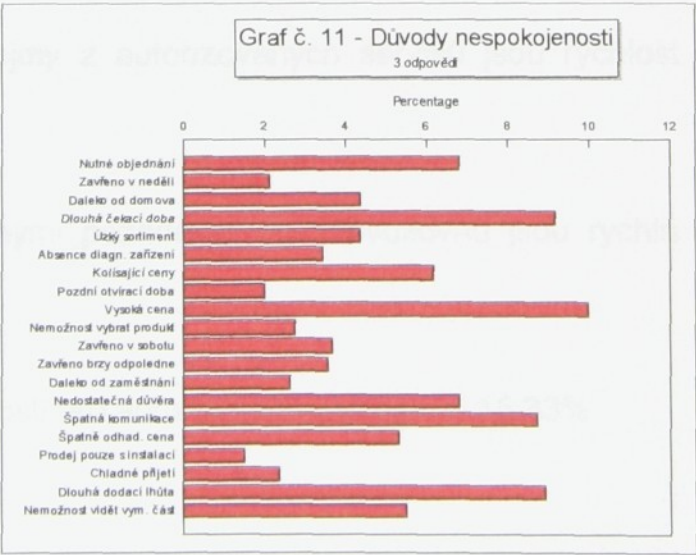
13.81% vzorku opustilo provozovnu nespokojeno. Z tohoto počtu nespokojených je vypočítáván index nespokojenosti, který vyjadřuje procento zákazníků, kteří odešli z provozovny nespokojeni. Autoservis má celkově nejmenší index nespokojenosti (9.58%). Rychloservisy mají největší index nespokojenosti (26.92%) následovány autocentry (22.22%) a ostatními autocentry (14.29%).

Autorizované servisy mají relativně vysoký index nespokojenosti (15.33%). Z grafu číslo 10 je vidět, že index nespokojenosti je nejvyšší u čerpací stanice, ale jelikož tuto provozovnu navštívili pouze tři respondenti, nebudu ji zahrnovat.

Všeobecně, zákazníci odcházejí nespokojeni z důvodu vysokých cen a příliš dlouhá



čekací doba. Další důvody, které nelze opomenout jsou chladné přijetí, špatná rada a dlouhá dodací doba.



3. 3. 2. 2. Shrnutí úrovní provozoven

3. 3. 2. 2. 1. Autoservis

- nejhlavnějšími dojmy z autoservisů jsou rychlost opravy, důvěra a dobré přijetí
- nejčastěji udávanými požadavky na provozovnu jsou rychlá oprava, důvěra a blízkost domova
- index nespokojenosti pro autoservisy je 9.58%
- nejčastější důvody nespokojenosti jsou vysoká cena, dlouhá čekací doba a dlouhá dodací doba
- v případě nespokojenosti při příští opravě navštíví navštěvují nejčastěji autorizovaný servis nebo jiný autoservis

3. 3. 2. 2. 2. Autorizovaný servis

- nejhlavnějšími dojmy z autorizovaných servisů jsou rychlost opravy, důvěra a dobré přijetí
- nejčastěji udávanými požadavky na provozovnu jsou rychlá oprava, důvěra a blízkost domova
- index nespokojenosti pro autorizované servisy je 15.33%

- nejčastější důvody nespokojenosti jsou vysoká cena, dlouhá čekací doba a dlouhá dodací doba

- v případě nespokojenosti při příští opravě navštíví navštěvují nejčastěji jiný autorizovaný servis nebo autoservis

3. 3. 2. 2. 3. Čerpací stanice

- nejhlavnějšími dojmy z čerpacích stanic jsou dobrá rada, důvěra a dobré přijetí

- nejčastěji udávanými požadavky na provozovnu jsou vřelé přijetí, důvěra a blízkost domova

- index nespokojenosti pro autoservisy je 33.33%

- nejčastější důvody nespokojenosti jsou vysoká cena a špatná rada

- v případě nespokojenosti při příští opravě navštíví navštěvují nejčastěji autorizovaný servis nebo jiné autocentrum

- hlavním nedostatkem je malé rozšíření na trhu

3. 3. 2. 2. 4. Autocentrum

- nejhlavnějšími dojmy z autocenter jsou rychlost opravy, důvěra a dobré přijetí

- nejčastěji udávanými požadavky na provozovnu jsou rychlá oprava, důvěra a dobrá rada

- index nespokojenosti pro autocentrum je 22.22%

- nejčastější důvody nespokojenosti jsou nutnost objednání, špatná rada a špatná předběžná cena

- v případě nespokojenosti při příští opravě navštíví navštěvují nejčastěji autoservis nebo jiné autocentrum

3. 3. 2. 2. 5. Rychloservis

- nejhlavnějšími dojmy z rychloservisů jsou rychlost opravy, důvěra a dobrá rada

- nejčastěji udávanými požadavky na provozovnu jsou rychlá oprava, bez čekání a bez objednání

- index nespokojenosti pro autoservisy je 26.92%

- nejčastější důvody nespokojenosti jsou špatná rada, nemožnost vidět vyměněné díly a úzký sortiment

- v případě nespokojenosti při příští opravě navštíví navštěvují nejčastěji autorizovaný servis nebo autoservis

3. 3. 2. 2. 6. Jiné autocentrum

- nejhlavnějšími dojmy z jiných autocenter jsou rychlost opravy, dobrá rada a dobré přijetí
- nejčastěji udávanými požadavky na provozovnu jsou vřelé přijetí, důvěra a blízkost domova
- index nespokojenosti pro autoservisy je 14.29%
- nejčastější důvody nespokojenosti jsou vysoká cena, nedostatek důvěry a špatná rada
- v případě nespokojenosti při příští opravě navštíví navštěvují nejčastěji autorizovaný servis nebo jiné autocentrum

3. 3. 3. Profil motoristů, kteří opustili provozovnu nespokojeni

Po analýze spokojenosti se nyní podíváme na profil motoristů, kteří opustili provozovnu nespokojeni. Tito reprezentují cílovou skupinu, o kterou se můžou zajímat ostatní druhy provozoven, jelikož tyto motoristé si budou hledat při další opravě novou provozovnu.

Grafy v příloze 5 ukazují nespokojené zákazníky a jejich profil je:

- stáří 25-60 let
- příjem 5000 až 20000 korun měsíčně
- bydliště ve městě s více než 100000 obyvateli

Jejich automobily jsou těchto charakteristik:

- starší než 3 roky
- mají najeto více než 50000 km
- průměrná roční kilometráž je 5000-50000 km

3. 3. 4. Závěr

Motoristé na českém trhu upřednostňují navštěvovat autoservisy a autorizované servisy. Tito řidiči požadují od provozoven rychlost opravy, blízkost domova a důvěrnost. Loajalita k síti autoservisů je vysoká. Autoservisy a autorizované servisy jsou vyhledávanými provozovnami těch, kteří odešli z předešlé provozovny nespokojeni. Tyto provozovny nabízejí motoristům nejvíce toho, co očekávají.

Zákazníci, kteří odešli z provozoven spokojeni jsou nejčastěji staří lidé, žijí ve městech, které mají méně než 100000 obyvatel a mají příjem méně než 10000 korun. Jejich automobily jsou starší než 15 let a jejich roční kilometráž v posledních 12 měsících je méně než 10000 km.

3. 4. Určení opravdové nabídky

Po identifikaci toho, co zákazníci hledají a jak jsou spokojeni, je nyní potřeba podívat na to, co provozovny opravdu nabízejí.

3. 4. 1. Metodologie

V okolí Prahy a regionu Jablonec nad Nisou jsem navštívil následující provozovny, abych zjistil jakou formou jsou zákazníkům nabízeny služby:

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| 1. Auto Jarov | (autorizovaný servis) |
| 2. Auto Štaiger | (autoservis) |
| 3. Auto Renault | (autorizovaný servis) |
| 4. NHK Car | (rychloservis) |
| 5. Autocentrum Dressler | (autocentrum) |
| 6. Astra | (autorizovaný servis) |

Na následujících stranách jsou sepsány typy otázek a jak byly zodpovězeny:

- umístění
- otevírací hodiny
- nutné objednání?
- recepce (velikost, občerstvení, TV, atd.)
- nabídka oprav brzd / reklama
- detailní faktura?
- počet pracovních míst
- vybavení?

- % oprav brzd

- kdo jsou Vaši zákazníci

- co zákazníci hledají u opravce? (cena, kvalita, atd.)

3. 4. 2. Výsledky

Auto Jarov

- dobré umístění a dobré otvírací hodiny
- dobré vybavení recepce, vřelé přijetí
- opravy brzd reprezentují více než 20% všech oprav
- o brzdách se lze dočíst v propagačních materiálech
- nutné objednání
- diagnostické zařízení Bosh
- 40 pracovních stání

Auto Štaiger

- dobré umístění ale krátká otvírací doba
- recepce pouze v kanceláři, vřelé přijetí
- opravy brzd reprezentují okolo 30% všech oprav
- nutné objednání
- dobré diagnostické vybavení
- 10 pracovních stání

Auto Renault

- dobré umístění a dobré otvírací hodiny
- špatná recepce
- opravy brzd reprezentují 40-50% všech oprav
- 8 pracovních stání
- reklama oprav brzd v regionálních novinách
- dobrá diagnostická zařízení
- nutné objednání

NHK Car

- výborné umístění a dobré otvírací hodiny
- špatná recepce, vřelé přijetí
- bez objednání
- opravy brzd reprezentují 35% všech oprav
- 15 pracovních stání

Autocentrum Dressler

- dobré umístění a dobré otvírací hodiny
- dobré zásobení
- vřelé přijetí, dobře vybavená recepce
- opravy brzd reprezentují 25% oprav
- 1 pracovní stání
- bez objednání

Astra

- dobré umístění a dobré otvírací hodiny
- vřelé přijetí
- dobře vybavená recepce
- opravy brzd reprezentují 30% oprav
- 4 pracovní stání
- nutné objednání

4. Návrh sítě

4. 1. Druhy provozoven

Na trhu s opravami automobilů existují následující druhy provozoven:

- a) Supermarket - opravy nabízejí jako přídatnou službu u supermarketů, které prodávají potraviny;
- b) Autocentrum - provozovna, kde je možno koupit náhradní díl i nechat si ho zamontovat;
- c) Rychloservis - provozovna, která se specializuje na rychlou opravu (výfuků, pneumatik, brzd, atd.) bez objednání;
- d) Značkový rychloservis - rychloservis, který je v nějaké síti uspořádanou pod značkou některého výrobce automobilů nebo dílů pro automobily;
- e) Prodejny náhradních dílů - provozovna, kde se náhradní díly pouze prodávají;

f) Autorizovaný servis - provozovna, která opravuje pouze jednu značku (např. Audi), většinou se nachází u prodejny automobilů;

g) Prodejci po telefonu - subjekty, které zprostředkovávají prodeje náhradních dílů po telefonu. V Evropě není příliš rozšířen, ale v Americe velice oblíbené;

h) Servis - tradiční provozovny, kde se opravují všechny druhy aut;

i) Mobilní opraváři - provozovny, které zajišťují opravy aut přímo v terénu (u nás "Žlutí andělé");

j) benzínové pumpy - přídatná služba poskytovaná motoristům.

4. 2. Rychloservisy v Evropě

U nás se po roce 1989 rychle rozšiřoval trh s opravami brzd. Na tento trh vstoupily soukromé firmy, které svojí činností se dají zařadit jako autorizované servisy, servisy a autocentra. Ostatní druhy provozoven se rozjíždějí pomaleji.

V Evropě se v současné době rychle rozvíjí system rychloservisů, které využívají vzhledem ke specializaci větší procento brzdsouprav. Tento sektor je důležitý, jelikož se rychle rozšiřuje po celé Evropě a

nabízí rychlejší růst potencionálního prodeje.

Příkladem těchto rychloservisů mohou být sítě

Speedy (Francie), Midas (Francie), Norauto

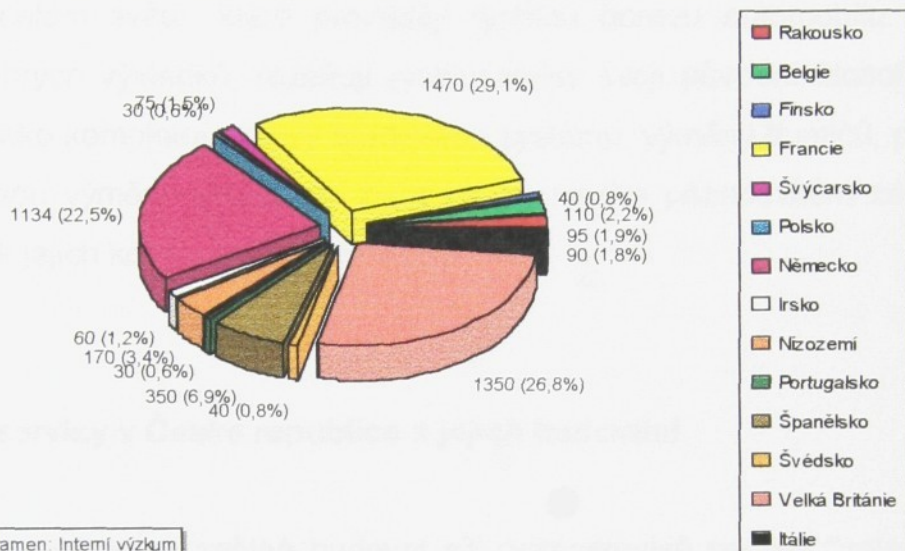
(Belgie) a Kwik-fit (Velká Británie). V těchto sítích se opravuje 65% z celkového počtu oprav brzd. Na následujících grafech (č. 6 a 7) jsou zobrazeny počty



rychloservisů v jednotlivých státech Evropy a v jednotlivých státech:

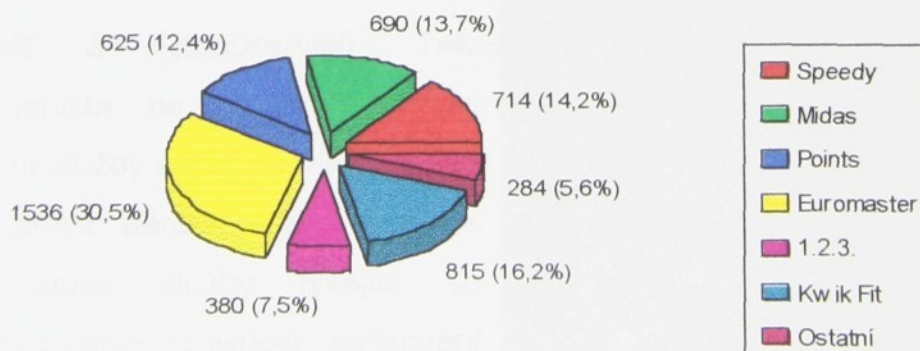
Graf č. 6 - Počty rychloservisů v jednotlivých státech Evropy

(celkový počet 5044)



Graf č. 7 - Počty rychloservisů v jednotlivých sítích

(Celkový obrát 44 miliónů liber)



storie rychloservisů se datuje do roku 1956. V USA Nate H. Sherman, vědom si exploze automobilového trhu a z toho důvodu i problému údržby automobilů speciálně na úrovni výměny výfuků přišel s nápadem "center", ve kterých by byly k dispozici všechny typy výfuků a kde by byly vyměněny bez předchozího objednání za méně než 30 minut. Tak se zrodily rychloservisy, které uspokojují kompletně velkou existující poptávku. Dnes po 30 letech zkušeností je otevřeno více jak 5000 "center" po celém světě, které provádějí rychlou opravu automobilu. Aby bylo dosaženo dobrých výsledků, rozšiřují rychloservisy svoji původní filosofii, nabízet nové služby jako kompletní opravy brzdového systému, výměny tlumičů, pneumatik, nebo okamžitou výměnu oleje a přizpůsobit se novým požadavkům zákazníků a dosáhnout tak jejich kompletní spokojenosti.

4. 3. Rychloservisy v České republice a jejich budování

V České republice se začíná budovat síť rychloservisů tzv. na "zelené louce". Firma Lucas se snaží vytvářet rychloservisy ve třech fázích:

1. fáze - spolupráce s jiným výrobcem, který vlastní síť jakýchkoliv opraven. Velmi zajímavou se jeví spolupráce s firmou Barum Continental, a. s., která vlastní v České republice síť 35 pneuservisů. Tato spolupráce vznikla na základě potřeby Barumu rozšířit služby svých servisů v rámci diversifikace aktivit. Barum servisy tak dnes neposkytují pouze služby týkající se pneumatik, ale i výměny destiček, seřizování geometrie kol, světel, výměnu tlumičů, atd. V



současné době již tyto servisy poskytují rychloservisní službu ve spolupráci s firmou Lucas Varity.

2. fáze - spolupráce s vlastními dealery, kteří mají chuť a možnost rozšířit své služby zákazníkům. Těchto dealerů je v České republice 32. Výhodou této spolupráce je fakt, že tito dealeři již mají vybavené sklady. Těchto skladů bude využito i ve 3. fázi, kdy majitelé rychloservisů, kteří nemají takové skladovací kapacity, se budou zásobit u dealerů, tj. nezávislé rychloservisy budou zásobovány s pomocí stávajících dealerů Lucas.

3. fáze - v rámci veletrhu AUTOTEC 97 byly rozeslány nabídky spolupráce majitelům 400 servisů a pneuservisů. Úspěšnost této akce byla 8%, jelikož na nabídku odpovědělo 32 zájemců. S těmito zájemci se dále bude spolupracovat při analýze možností v rámci jednotlivých subjektů.

Mezi zájemci o spolupráci a firmou Lucas Varity bude podepisována franchisingová smlouva.

Ve všech třech fázích bude přistupováno ke spolupráci stejně podle následujících pravidel:

- rychloservis bude provozovat majitel, za využití výrobků, dílů, know-how, a další podpory Lucasu s cílem propojit rychloservisy a vytvořit image odpovídající formátu celostátní sítě.

- Lucas poskytne Rychloservisu své know-how v oblasti oprav a údržby brzd, případně dalších součástí motorových vozidel, zahrnující, mimo jiné servisní postupy, diagnostické metody, doporučující informace ohledně nářadí, vybavení a technickou dokumentaci, nezbytnou k provádění příslušných servisních úkolů. Bude

též poskytnuta dokumentace, obsahující doporučenou cenu dílů pro spotřebitele, jakož i časové normy pro jednotlivé výkony a práce (příklady časových norem jsou v příloze č. 2).

- Lucas provede školení v oblasti technické a obchodní. Školení budou probíhat ve dvou fázích:

1a) úvodní školení pracovníků prodeje (seznámení s odbornou literaturou Lucas, tzn. obchodní katalogy, ceníky, plakáty)

1b) úvodní školení mechaniků (teorie brzd. systémů, principy a funkce nejčastěji používaných kotoučových a bubnových brzd, praktické ukázky údržby, atd.).

2) školení dodatečná - požadovaná Lucasem jako nutná pro zkvalitňování služeb poskytovaných Rychloservisem Lucas (o novinkách v sortimentu, o rozšiřování služeb, atd.)

- rychloservis musí provádět ve své činnosti následující opravy automobilů všech značek :

a) diagnostiku brzdového systému (stav třecích segmentů, brzd. segmentů, brzd. potrubí a hadic, těsnících prvků, atd.) včetně brzdové kapaliny (určení bodu varu kapaliny

b) údržbu brzdového systému a případnou výměnu brzd. kapaliny

c) výměnu třecích segmentů, brzdových kotoučů a brzd. čelistí

d) seřízení ruční brzdy

e) výměnu nebo opravu třmenů kotoučových brzd

f) výměnu hlavního tandemového válce včetně odvzdušnění brzd. systému

g) výměnu brzd. válečků včetně odvzdušnění brzd. systému

h) výměnu vratných pružin v zadním brzdovém ústrojí

i) výměnu nebo opravu brzdových bubnů.

j) služby se mohou rozšířit o výměnu tlumičů pérování nebo výfuků

- rychloservis musí vykonávat činnosti a poskytovat služby bez předchozích objednávek zákazníků v co nejkratší časové lhůtě odpovídající časové normě opravy +15% na jednu činnost. Jednotlivé časové normy jsou znázorněny v příloze 2.

- rychloservis je oprávněn poskytovat i jiné služby, avšak jejich poskytování nesmí jít na úkor rychlosti, kvality a rozsahu služeb při opravě brzd.

- rychloservis bude pro výkon činnosti a poskytování služeb označen jako Rychloservis Lucas a to průčelním logem a informační tabulí s údaji o poskytovaných službách. Tyto informační náležitosti propůjčí Lucas Rychloservisu. Celkový vzhled je nastíněn v Příloze č. 7.

- pokud rychloservis vlastní svá zásahová nebo odtahová vozidla, musí být označena Rychloservis Lucas.

- rychloservis bude na náklady majitele graficky upraven, označen a uspořádá své vnitřní prostory v souladu s požadavky Lucas. Na následujícím obrázku je zobrazen příklad podoby rychloservisu:

- rychloservis musí vlastnit:

a) servisní dílnu o velikosti minimálně 100 m² a dva stojanové zvedáky;

b) parkoviště

c) prodejnu a pult pro příjem zakázek - zde musí být zajištěno pohodlné čekání pro zákazníka (TV, video, časopisy, nápojový automat, atd.)

d) skladovací prostory s teplotním rozsahem 10-20 °C

- rychloservis (ani majitel) se nesmí nijakým způsobem prodávat nebo propagovat konkurenční výrobky bez souhlasu firmy Lucas Varity.
- Lucas, dle svého uvážení, a marketingové koncepce bude provádět celostátní reklamní kampaně a propagační akce, jejímž cílem bude zavedení služby Rychloservis Lucas do podvědomí motoristické veřejnosti v ČR.
- rychloservis je oprávněn provádět ve svém regionu reklamní činnost za využití tisku, prospektů, tiskovin, obchodní inzerce, atd.
- v rámci reklamní a propagační kampaně musí rychloservis každý rok zaplatit firmě Lucas 10 000 Kč. Z této částky bude 6 000 Kč použito na regionální kampaň rychloservisu a 4 000 Kč na celostátní reklamní kampaň.
- rychloservis bude počítačově propojen s firmou Lucas Varity.
- rychloservis musí dbát na to, aby měl na skladě všechny potřebné díly Lucas vždy v dostatečném množství k výkonu svých služeb.
- rychloservis musí být pojištěn proti škodě způsobené svou činností, jelikož je jedinným subjektem, který zodpovídá za škody
- rychloservis musí poskytovat záruku na své činnosti a služby na 6 měsíců nebo ujetí 20 000 km. Z této záruky jsou vyjmuty díly, které podléhají běžnému provoznímu opotřebení.

5. Podpora ze strany výrobce, spolupráce v síti

K úspěchu na trhu náhradních dílů je důležité, aby všechny vrstvy distribuční sítě měly zázemí a podporu výrobců prvotřídních náhradních dílů stejně jako výrobců originálních dílů. Stejně tak je důležité, aby dodavatel byl progresivní ve výrobní technologii, protože současné inovace budou zítra originálním vybavením a tudíž budou zajišťovat prodejnost. Dodavatel musí nabízet široký sortiment kvalitních dílů, prvotřídní podpůrné služby a reagovat na aktuální požadavky trhu.

Rozvržení trhu s náhradními díly je jiné než s originálními. Je strukturováno tak, že k úspěchu je nutná snaha celého řetězce, skládajícího se z důvěryhodného výrobce originálního vybavení, efektivní oblasti distributorů a aktivního prodejce. Účast firmy Lucas Varity je v tom, že nabízí kolekci, vycházející vstříc potřebám konkrétního prodejního místa. Kolekce obsahuje výrobky splňující úroveň očekávanou od původního vybavení výrobce - **kvalitní výrobky**, nejlepší výběr inovací, jež jsou na trhu - **široký sortiment** a soubor efektivních pomůcek s komerčními podklady - **podporu prodeje**. Hlavním úkolem firmy je překonat zákaznickovy představy.

5. 1. Kvalita výrobků

Všechny produkty splňují mezinárodní a místní normy (firma Lucas byla prvním výrobcem brzd v Evropě, která splnila normu ISO 9000). Třecí brzdové komponenty splňují normy EHK 90. Produkty firmy jsou testovány na standard, který vysoce převyšuje zákonné normy, aby je všechny stupně prodejního řetězce mohly s důvěrou prodávat.

5. 2. Široký sortiment

Originální vybavení celé škály součástek a dílů je doplněno kompletním programem pro vozidla, neosazená originálním vybavením firmy Lucas Varity. Tyto komponenty jsou vyrobeny podle stejných nároků na kvalitu. Při kombinaci s původním vybavením firmy Luca Varity pokrývají tyto podíly na trhu:

Destičky	-	95%	-	650 druhů
Čelisti	-	95%	-	340 druhů
Kotouče	-	98%	-	600 druhů
Bubny	-	90%	-	60 druhů
Brzdové válečky	-	95%	-	600 druhů
Hl. brzdové válce	-	90%	-	600 druhů
Třmeny	-	80%	-	500 druhů
Hadice	-	90%	-	800 druhů

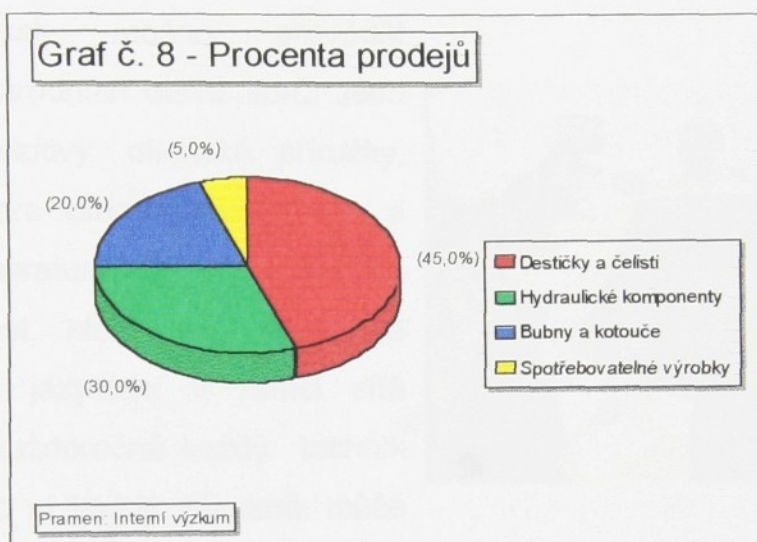
Firma Lucas Varity se dále zabývá neustálými inovacemi, aby po uvedení nového automobilu na trh byly do půl roku uvedeny také náhradní díly. Tím dává výhody jak zákazníkům, tak i distributorům. Firma klade důraz i na detaily, např. dodávání komponentů pro ulehčení práce, pozinkování - proti korozi, tvorba tzv. sad a supersad, které umožní rychlejší výměnu a úsporu peněz (obsahují vše potřebné).

5. 3. Podpora prodeje

Síla firmy je v poskytování služeb v oblasti logistiky, katalogů, výcviku, technických informací, v obchodní podpoře a zárukách.

5. 3. 1. Oblast logistiky

Na trhu náhradních dílů jsou po pneumatikách a výfucích opravy brzd zdrojem největšího zisku automobilového servisu. Podle statistik se 1/5 průměrného nákupu servisů týká brzdových komponentů. Procenta prodejů v Evropě jsou znázorněna na grafu č. 8:



Tato čísla jsou výsledkem průměrného servisu; tam, kde je připočtena cena práce, vzrůstá podíl hydraulických brzd. Opačně specializovaní opraváři nakupují větší množství kotoučů a destiček. Lze využít i dalších ukazatelů. Velmi užitečné mohou být přidružené statistiky a tabulky poskytované firmou Lucas varity, napomáhající vyhodnocení tržního potenciálu. Např. zhruba na každou 3 sadu prodaných destiček lze počítat s prodejem 1 sady čelistí, na každé 3 sady destiček lze počítat s prodejem 2 kotoučů, atd. Dále lze kalkulovat s životností výrobků - destičky = 2 roky; čelisti = 6 roků; kotouče = 5 roků; bubny = 10 roků; hydraulické díly = 5-6 roků; brzdová kapalina = 1-2 roky. Tyto statistiky zpracovává firma pro podporu svých zákazníků.

Další logistickou pomůckou je výměna elektronických dat, která umožňuje přímý styk s počítači firmy Lucas Varity přes Internet. Tímto je též umožněn přístup k nejnovějším technickým a komerčním informacím.

5. 3. 2. Výcvik

V hlavních distribučních místech je k dispozici mezinárodní technický výcvik. Výcvik je však možno provádět prostřednictvím národních distributorů. Jsou k dispozici diapozitivy, dílenské příručky, nástěnné grafy pro diagnostiku poruch a další technická literatura. K výcviku slouží i systém videokazet, které jsou téměř ve všech světových jazycích. V rámci sítě rychloservisů je každoročně každý technik proškolen. Toto si každý zákazník může zkontrolovat, jelikož každý mechanik musí mít vystavený doklad o školení.



5. 3. 3. Katalogy

K rychlé a přesné produkci mnohojazyčných, každoročně doplňovaných katalogů byla vybudována počítačová databáze. Používá se jí také při produkci speciálních katalogů pro trh. Katalogy pokrývají všechny druhy vozidel bez ohledu na originální vybavení a



obsahují odkazová data, rozměry, náhrady, podrobnosti identifikace, servisní řady, obsahy souprav a další informace. Pro lepší rozpoznání dílů jsou přikládány přílohy, kde jsou veškeré díly znázorněny ve skutečné velikosti. V současné době jsou katalogy vydávány pouze v papírové formě. Je však zaznamenáván trend k přechodu k počítačovým verzím, tj. k CD nosiči a k Internetu. Důvody k tomuto přechodu jsou:

1. finanční nákladnost tisku papírových katalogů
2. množství informací - papírové katalogy narůstají do velkých velikostí
3. rychlejší možnost inovací počítačových médií
4. levnější distribuce
5. celkový světový trend

5. 3. 4. Technická podpora

Technickou pomoc na každodenní bázi v České republice poskytuje Lucas Autobrzdý Aftermarket a v případě nutnosti mezinárodní služba zákazníkům v Neuwiedu (Německo) a Birminghamu (Velká Británie). Technická pomoc rychloservisům probíhá zdarma ve dvou třech stupních:

1. Poskytování technických příruček
2. Technická Hot - line - rady po telefonu
3. Návštěvy technických pracovníků.

5. 3. 5. Obchodní podpora

Firma se velice zajímá o prezentaci svých výrobků. Balení je navrženo tak, aby chránilo výrobek a profesionálním způsobem je předvádělo zákazníkovi, tj. výrobky

jsou baleny do pevných krabic s montážní instrukcí, které jsou přiloženy. Na krabicích jsou nalepeny štítky s informacemi, zahrnujícími číslo dílu, výrobní ikonu, čárkový kód, zemi původu a balící datumový kód. Ve vybraných oblastech jsou také nabídky maloobchodního a reklamního balení.



Firma také nabízí široký výběr nářadí pro všechny druhy brzdových systémů. Patří sem ruční nástroje, zařízení na kontrolu brzdové kapaliny, diagnostický měřič LASER 2000 ABC a výběr dílenského příslušenství (chránič blatníku, sedadel a volantu, nádrž na použitou brzdovou kapalinu, atd.)

Dále obchodní podpora obsahuje doporučení vybavení skladu (skladová doporučení), prodejní kampaně, propagační literaturu, návrhy na reklamu, firma dále zajišťuje rutinní překontrolování skladu a zvláštní skladové uspořádání.

K podpoře místních tržních příležitostí jsou k dispozici zvláštní ceny. Je ale třeba mít na paměti, že v tak bezpečnostně závažných oblastech, jako jsou brzdové systémy je základním kritériem firmy Lucas Varity kvalita a spolehlivý výkon výrobku. Tam kde je ohrožen život, není přijatelné nic menšího. Firma Lucas Varity se zavázala dodávat na trh vysokou kvalitu a produkty, které hodnotou za vydané peníze překonávají konkurenci. Současně vychází z potřeb místního trhu a požadavků na zisk ve všech vrstvách distribučního řetězce.

6. Závěr

6. 1. Analýza příležitostí

Z předešlých informací je zřejmé, že trh s opravami brzd je široký a ještě dále se bude rozšiřovat. K tomuto závěru mě vedou následující příznaky:

- 1.) prudce stoupají počty automobilů na našich silnicích;
- 2.) opravy brzd jsou čím dál náročnější, proto je automobilisté nechávají provádět v provozovnách;
- 3.) u nových aut si prodejci díky uznávání garancí zajišťují další opravy;
- 4.) postupně vzniká podvědomí, že brzdy by si měl motorista nechat prohlédnout každý rok z důvodu bezpečnosti;
- 5.) stát se snaží zákony zvyšovat bezpečnost provozu a tím i kontrolu vozidel, např. snižování rozpětí mezi jednotlivými kontrolami STK (tím se také zvyšuje počet oprav brzd).
- 6.) řidiči u nás se začínají chovat stejně jako v Západní Evropě.

Proto je pro LAO důležité, aby se mu jako distributorovi náhradních dílů podařilo umístit i na tomto trhu ve spolupráci s jinými subjekty.

6. 2. Analýza ideálního konceptu

Trh ukazuje, že existuje rozdíl mezi tím, co zákazníci chtějí a co od dodavatelů dostávají. Nyní musíme určit, co Lucas může dělat ve vztahu ke konceptu brzd.

6. 2. 1. Ideální koncept

Ačkoliv koncept je nabídnut, mělo by se včlenit, co motoristé chtějí od provozoven a vymýtit jejich nespokojenost. Můžeme tedy zhotovit ideální koncept na základě zákaznických požadavků k trhu. Proto kritéria, zapříčiňující nespokojenost jsou obzvláště důležité. Ačkoliv cena je důležitá pro motoristy, není možné garantovat nízkou cenu. Nejdůležitějším kritériem zůstává kvalita.

Základ

Důvěra v opravu

Rychlá oprava

Dobrá rada

Vřelé přijetí

Bez čekání

Předem odhadnutá cena

Není potřebné objednání

Centrální umístění

Dobré mít

Nízká cena

Široký sortiment

Diagnostika

Možnost vidět staré vyměněné díly

Dobrá otevírací doba

6. 2. 2. Přizpůsobení ideálnímu konceptu

Je zřejmé, že provozovny nejsou přizpůsobeny ideálnímu konceptu. Rozvoj konceptu bude potřebovat odstranit chyby dodavatelů, aby byla zajištěna spokojenost zákazníků.

Nedostatek důvěry / špatná rada

- úplné školení s certifikáty na stěnách
- vysvětlení zákazníkovi, jak brzdový systém funguje - použití modelů
- použití reklamy k zdůraznění kvalitní opravy
- čistota prostředí
- použití adekvátního vybavení umožňující kompletní opravu a textové zprávy z testovacího zařízení, kde je to možné
- dovolit zákazníkům vidět provedenou práci
- detailní faktura, názorně popsaná provedená práce a porada pro budoucnost

Chladné přijetí / zákazníci musí čekat

- neznalost zákazníků, že budou brzy obslouženi
- být slušný
- zajistit pěkné místa na čekání s časopisy
- nabídnout občerstvení
- TV/video obrazovka nabízející pořady o automobilech (bezpečnost, atd.)

Dlouhá dodací lhůta

- zajistit si kvalifikované pracovníky
- využít celé doby na opravu
- zajistit co nejrychlejší dodací lhůtu
- co nejlépe plánovat

Nutné objednání

- určit, který čas je nejlepší a kdy zaměstnat dalšího mechanika. V každém případě, jestliže oprava není provedena včas, dejte zákazníkovi vysvětlení, aby to zákazníka neodradilo

Není předem udaná cena

- používat cenové tabule
- mít dostupné informace - např. počítačový systém

Absence diagnostik

- zajistit správné vybavení a zaměstnance, kteří ho umí obsluhovat

Příliš vysoká cena

- mít ceny srovnatelné s konkurencí

Daleko od domova

- mít provozovnu v centru nějaké aglomerace, města, apod.

Úzký sortiment

- zajistit rozšíření, je-li taková poptávka

Nemožnost vidět vyměněné části

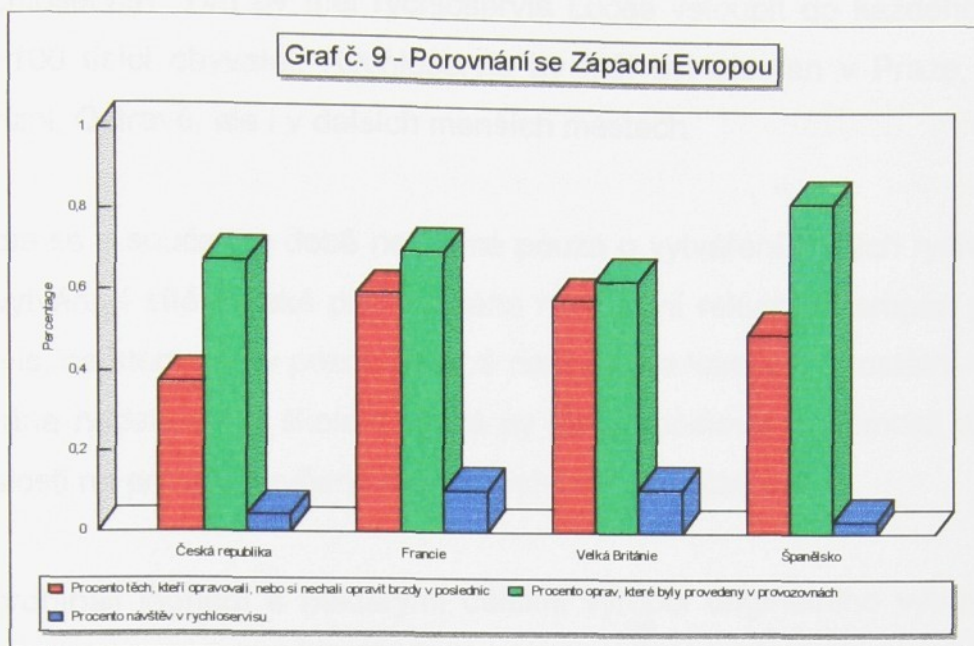
- nabídnout staré části zákazníkovi

Není stálá cena

- sjednotit pracovní náklady a ukázat tam, kde je může zákazník vidět

6. 3. Porovnání se Západní Evropou

Díky tomu, že se čeští automobilisté začínají chovat jako jejich kolegové v Západní Evropě, uvedu na závěr několik porovnávajících údajů z průzkumů ve Francii, Velké Británii a Španělsku. Podle mého názoru se výsledky dalšího průzkumu, který se bude provádět v termínu červenec - říjen 1999, začnou přibližovat Západní Evropě. Na grafu č. 9 je znázorněno porovnání návštěv rychloservisů se Západní Evropou.



6. 4. Shrnutí

Pro udržení podílu na trhu se zdá, že vydání se směrem k vytvoření sítě Rychloservisů bylo správné. Zájem o tuto síť projevují jak majitelé servisů, tak i zákazníci, kterým styl práce rychloservisu vyhovuje. Bez objednání, bez čekání, pod vlastní kontrolou je jim opraveno auto. Koncept rychloservisů se snaží zaujmout všechny zákazníky a snaží se převédcit ty, kteří byli s předchozí opravou nespokojeni (jak vyplývá s průzkumu), že by z Rychloservisu Lucas měli odcházet spokojeni. O to se mají starat vyškolení odborníci, oprava je prováděna v "kulturním prostředí, kde je o zákazníka komplexně postaráno. Ze stran majitelů servisů je vidět zájem z důvodu, jelikož začínají zjišťovat, že si lidé začínají kupovat spíše značkové věci, tj. při opravě nebo prodeji pod známou značkou se jim lépe prodává. V příloze 7. je uvedeny mapy s označenými rychloservisy v České republice a výhled zavádění na příští rok. Podle plánu firmy by v příštím roce mělo být otevřeno dalších 20 rychloservisů, na které byly vytvořeny zdroje v rozpočtu (tj. 10 tis. Kč na vývěsní stíty, 10 tis. Kč na omítku budovy a 40 tis. Kč na reklamní kampaň pro

každý rychloservis). Tím by měl rychloservis Lucas vstoupit do každého města s více než 100 tisíci obyvatel. Rychloservis by měl být otevřen v Praze, Ústí nad Labem, Plzni, Ostravě, ale i v dalších menších městech.

Ale firma se v současné době nezajímá pouze o vytváření nových rychloservisů. V rámci vytváření sítě je také připravována regionální reklamní kampaň pro každý rychloservis, na kterou by v pozdější době navazovala kampaň celostátní. Dále jsou připravována nadstavbová školení, která by měla doplňovat vědomosti mechaniků již v závislosti na prvních zkušenostech s rychloservisní činností.

Dále probíhají jednání s některými dalšími výrobci originálního vybavení i pro náhradní spotřeby o dodávkách dalších náhradních dílů. V tomto jsou velice nadějně jednání s firmou Bosal (výrobce tlumičů výfuků), která by ráda spolupracovala v zásobování rychloservisů. Dále jsou vedena jednání o zapojení do Spojkového programu Lucas, kdy by se začaly dodávat spojky (spojková obložení, přítlačné talíře a ložiska) jak pro zahraniční vozy, tak i pro vozy Škoda. Tyto spojky by byly francouzského původu a co je hlavní - ve velmi dobré kvalitě a za nízkou cenu. Tímto způsobem bude docházet k rozšiřování sortimentu, jelikož firemní vize rychloservisu je - Rychloservis Lucas - specialista na spodní části vozu (anglický překlad Underbody Specialist).

Trendu zavádění rychloservisů si začínají všimnout v České republice i další výrobci náhradní spotřeby, proto se asi nebudeme divit, když do pěti let se zde bude nacházet několik sítí rychloservisů, jak je tomu v západní Evropě, popřípadě na český trh vstoupí některý zahraniční provozovatel, jak je tomu na příklad v Polsku. S pohledu firmy Lucas Varity je toto důvod, proč se snaží vytvořit rychle velkou síť, aby tak obsadila velký podíl na trhu a tím měla náskok před ostatními. Hlavním však zůstává vytvoření kvalitní sítě, na kterou se zákazník bude obracet s důvěrou.

Firma Lucas Varity bude pokračovat v rozvoji svého brzdového konceptu a expanzi do celé východní Evropy. V současné době zatím došlo pouze k rozšíření na Slovensko, kde se zdá projekt Rychloservisů velmi perspektivní. V současné době je v provozu rychloservis v Piešťanech a v příštím roce je v plánu vytvoření rychloservisu v Trenčíně a třech v Bratislavě. Mimo to bude probíhat kampaň na získání dalších zájemců, kterou provádí zástupce firmy na Slovensku, firma Eupart Bratislava. Jelikož myšlenka Rychloservisu Lucas pochází z České republiky, bude další expanze záviset na postavení Lucasu Autobrzd. Pokud dojde k převedení některých pravomocí z Německa (Neuwied) do Jablonce nad Nisou, expanze rychloservisů do východní Evropy bude pokračovat ještě rychleji.

Laická veřejnost si může prohlédnout koncept Rychloservisu Lucas na letošním Autotecu '99 v Brně. Zde bude dále prezentována nabídka na zapojení do této sítě. Vedle této nabídky budou na letošním Autoteku prezentovány veškeré aktivity Lucas Varity v České republice (brzdové systémy, tlumiče Kayaba, atd.)

Nicméně vždy je hlavní přilákat zákazníka a ten musí zjistit, že tato služba pod značkou Lucas je pro něho přínosem. Proto se každý může přesvědčit sám.....



Rychloservis v Hrádku nad Nisou

Doporučená literatura

Horáková, I.,: Marketing v současné světové praxi, Grada, Praha, 1992

Gross, Banting, Meredith, Ford: Business Marketing, Houghton Mifflin, 1993

Kotler, P.,: Marketing Management, Grada, Praha, 1998

Světlík, J.,: Marketing - cesta k trhu, EKKA, 1992

Raban, P.,: Obchodní zákoník, Eurounion s.r.o., Praha, 1997

Strangmulerová, M.,: Hospodářský almanach Česká republika 1998,
Compalmanach, Praha, 1997

Doc. RNDr Strnad, P.,: Rozhodující informace, Marketing Magazine, str. 12-14, 5/98,
Adore, Praha, 1998

Busta, M.,: Opravy brzd na úrovni, ÚAMK Auto Styl, str. 40, 10/98, ÚAMK, Praha

Vávra, J.,: Stavovská zodpovednosť, MOT – magazín pre motoristov, str.70, 3/98,
MOT, Bratislava, 1998

Hudec, P.,: Brzdové mechanizmy, MOT – magazín pre motoristov, str.73, 5/98, MOT,
Bratislava, 1998

Wilkerson, J.,: LVBS news, Lucas Varity Computer Network, Livonia, 1998

Shupe, B.,: Lucas Varsity Automotive Organizational Announcement, Lucas Varsity ,
Livonia, 1998

Wesley, L.,: The Development of a Brake Servicing Concept in France, Lucas
Varsity, 1996

Wesley, L.,: The Development of a Brake Servicing Concept in Spain, Lucas Varsity,
1996

Wesley, L.,: The Development of a Brake Servicing Concept in Great Britain, Lucas
Varsity, 1996

Prameny

Brake Light, Lucas Varsity, Livonia

In Touch, Lucas Varsity, Shirley

Bulletin Lucas Autobrzdy, Lucas Autobrzdy, Jablonec nad Nisou

Lucas Varsity Reference Library, Lucas Varsity, Livonia

Příručka Jakosti Lucas Autobrzdy, Lucas Autobrzdy, 1995

Lucas Varsity Vision, Lucas Varsity, Livonia, 1997

Dílenská příručka pro údržbu / provádění oprav - Brzdové systémy - XQF 103(CZ),
Lucas Autobrzdy, 1997

Lucas Varsity Annual Reports and Accounts 1997, Lucas Varsity, Livonia, 1997

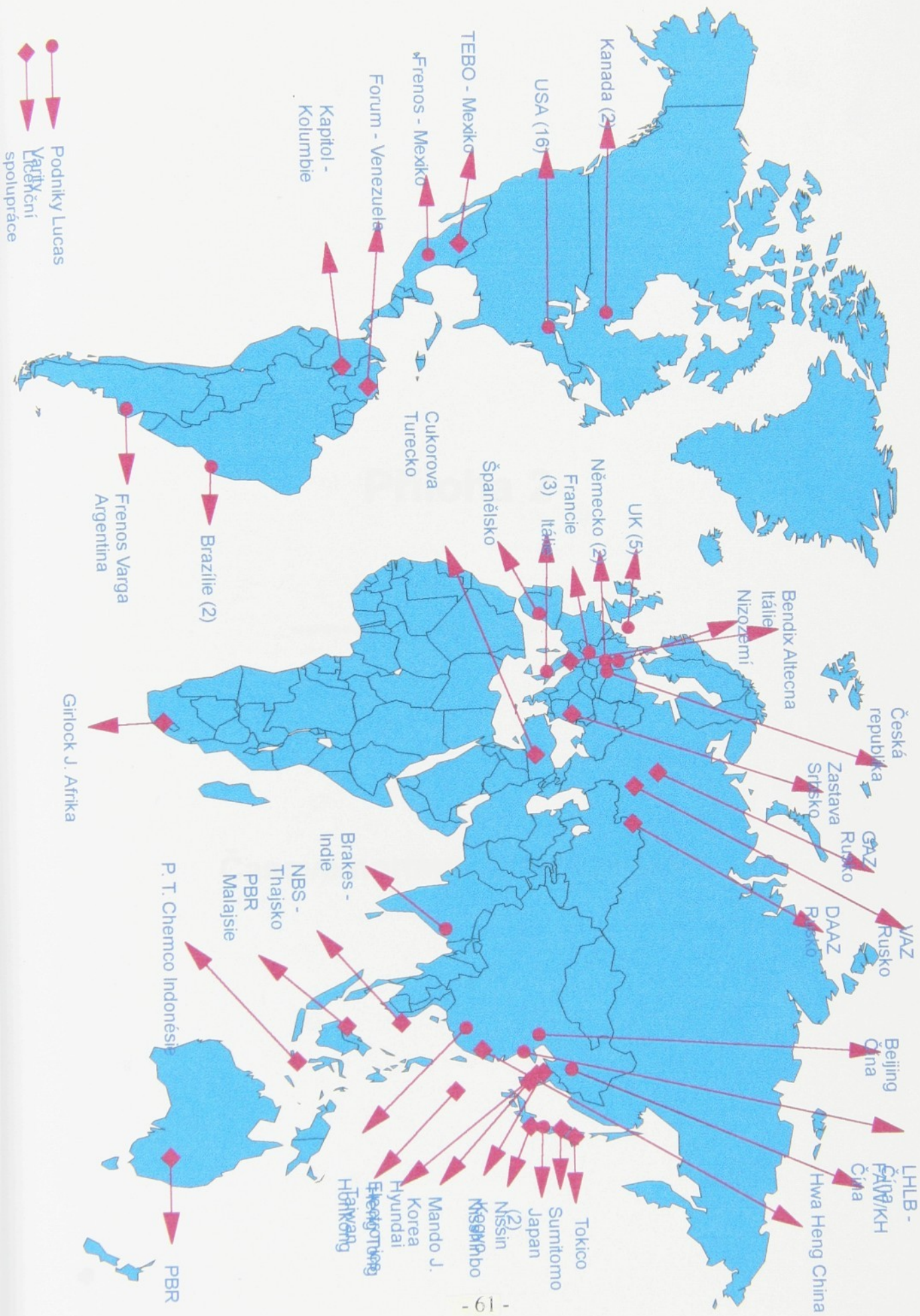
Seznam příloh:

Příloha č. 1.	Světová mapa
Příloha č. 2.	Časové normy rychloservisu
Příloha č. 3.	Dotazník
Příloha č. 4.	Výsledky marketingového výzkumu
Příloha č. 5.	Profil zákazníků, kteří odešli nespokojeni
Příloha č. 6.	Ideální vzhled rychloservisu
Příloha č. 7.	Mapy s umístěním Rychloservisů Lucas Servisy Barum, které jsou zapojeny do rychloservisní činnosti

Příloha 1



Světová mapa



Příloha 2

Časové normy v rychloservisu

	Výkon	Poznámka	Normohodiny
Přední náprava	přední kolo V-Z		0,1
	zadní kolo V-Z		0,1
	třecí segmenty kotoučové brzdy V-Z	včetně kontroly stavu brzd. kotoučů a hadic	0,6
	promazání brzd. pístů a vodících čepů	tuk Syntheso GLK pod prachovky	0,4
	třecí segmenty upravit - 1 kolo	sražení hrany třecího materiálu, ap.	0,1
	tímen s držákem kotoučové brzdy	bez odvzdušnění	0,3
	brzdový kotouč přední brzdy		0,3
	brzdový kotouč přední brzdy očistit		0,1
	brzdová trubka od hlavního válce k zadní nápravě - 1	bez odvzdušnění	0,4
	brzdová trubka od hlavního brzd. válce k přednímu kolu	bez odvzdušnění	0,2
	brzdová hadice přední	bez odvzdušnění	0,3
	brzdová hadice zadní	bez odvzdušnění	0,2
	brzdová trubka k zadnímu kolu	bez odvzdušnění	0,2
	posilovač brzd		1,2
	hadice podtlaku		0,2
	zpětný ventil hadice podtlaku		0,1
	tandemový hlavní brzdový válec	včetně odvzdušnění	1,3
	rozdělovací ventil	bez odvzdušnění	0,2
	vyrovnávací nádobka brzdové kapaliny	odčerpávání brzdové kapaliny provedeno	0,1
Zadní náprava	brzdový buben zadního kola		0,1
	brzdové čelisti jednoho zadního kola		0,7
	segment samostavu		0,3
	segment (páka) samostavu		0,6
	páka ruční brzdy zadního brzd. ústrojí		0,6
	rozpěrná páka zad. brzd. ústrojí		0,6
	štít se zadním brzdovým ústrojím	bez odvzdušnění	0,6
	lano ruční brzdy úplně 1 ks		0,5
Ostatní	brzdový váleček zadního kola	bez odvzdušnění	0,5
	brzdy odvzdušnit		0,5
	odvzdušnění jednoho brzdového okruhu		0,3
	seřízení ruční brzdy		0,1
	doplnění brzdové kapaliny		0,1
	odčerpání brzdové kapaliny z vyrovnávací nádržky		0,1
	přezkoušení bodu varu kapaliny		0,2
	zkontrolování těsnosti brzdového systému		0,1
	přeměření účinnosti brzd na válc. zkuš. stolici		0,2
	přeměření účinnosti ruční brzdy na válc. zkuš. stolici		0,1

Příloha 3

~~~~~

### Dotazník



Vlastníte auto? ano / ne

Nechal jste si v posledních 12 měsících opravit brzdy? ano / ne

Pohlaví: muž / žena

Věk dotazovaného: 18-25 / 25-30 / 30-40 / 40-50 / 50-60 / 60 a více

Hrubý příjem dotazovaného: méně než 5tis / 5-10tis / 10-20tis / 20-50tis / 50tis a více

Zaměstnání: student/důchodce/podnikatel/dělník/úředník/zemědělec

Bydliště: vesnice/městys/město -do 15tis-do 25tis-do 50tis  
-do 100tis-nad 100tis

Řídíte: vlastní auto / auto člena rodiny / služební

Věk automobilu: 1-3 roky / 3-5 let / 5-10 let / 10-15 let / 15 let a starší

Stav tachometru: do 20tis / 20-50tis / 50-75tis / 75-100tis / více než 100tis

Roční kilometráž: do 5tis / 5-10tis / 10-15tis / 15-20tis / 20-50tis /  
50tis a více

Používáte palivo: benzín / diesel

Jakým způsobem jste si nechal opravit brzdy? sám / s něčí pomocí / v autoopravně

Kolik stála oprava brzd? do 1000 / 1-2tis / 2-5tis / 5-10tis / 10-20tis /  
více než 20tis

Jaký byl předmět opravy? brzdové kotouče / destičky / brzdové čelisti /  
brzdová kapalina

Druh opravny: autoservis / autorizovaný servis / čerpací stanice /  
autocentrum / rychloservis / a jiné

|                |                             |          |
|----------------|-----------------------------|----------|
| Image opravny: | možnost vidět vyměněné díly | ano / ne |
|                | nejlevnější                 | ano / ne |
|                | důvěra                      | ano / ne |
|                | dobrá otevírací doba        | ano / ne |
|                | předem odhadnutá cena       | ano / ne |
|                | dobrá rada                  | ano / ne |
|                | příliš vysoká cena          | ano / ne |
|                | rychlost opravy             | ano / ne |
|                | vřelé přijetí               | ano / ne |
|                | záruka                      | ano / ne |

Priority při výběru (3 odpovědi):

- Možnost vybrání produktu
- Možnost vidět vyměněné díly
- Diagnostika
- Blízkost domova
- Blízkost ze zaměstnání
- Předem odhadnutá cena
- Otevřeno v sobotu
- Rychlost opravy
- Vřelé přijetí
- Dobrá rada
- Nízká cena
- Bez objednání
- Bez čekání
- Důvěra



Otevřeno pozdě večer

Otevřeno v neděli

Prodej bez instalace

Široký sortiment

Stálá cena

Otevřeno brzy ráno

Byli jste s opravou spokojeni

ano / ne

Důvody nespokojenosti (3 odpovědi):

Nutné objednání

Zavřeno v neděli

Daleko od domova

Dlouhá čekací doba

Úzký sortiment

Absence diagn. zařízení

Kolísající ceny

Pozdní otevírací doba

Vysoká cena

Nemožnost vybrat produkt

Zavřeno v sobotu

Zavřeno brzy odpoledne

Daleko od zaměstnání

Nedostatečná důvěra

Špatná komunikace

Špatně odhad. cena

Prodej pouze s instalací

Chladné přijetí

Dlouhá dodací lhůta

Nemožnost vidět vym. část

V případě další opravy navštívíte stejnou opravnu?

ano / ne

Jestliže ne, kterou jinou zvolíte? autoservis / autorizovaný servis / čerpací stanice /  
autocentrum / rychloservis / a jiné

## Příloha 4

Výsledky z marketingového výzkumu

Červenec - říjen 2002

str. 68-70



## Příloha 4

### Výsledky z marketingového výzkumu

Červenec-Říjen 1997

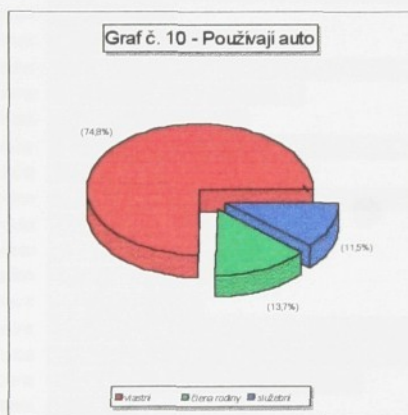
2539 Motoristů

## Vstupní data

**37.18% (944) z celkového vzorku si nechalo opravit brzdy nebo si opravili v posledních 12 měsících.**

Z tohoto vzorku:

- 74.79% (706) řídí svůj vlastní automobil
- 13.67% (129) řídí automobil člena rodiny
- 11.55% (109) řídí služební automobil



- 26.59% (251) si automobil opravovali sami
- 5.83% (55) automobil opravovali s něčí pomocí
- 67.48% (637) si nechali opravit automobil v autoopravně

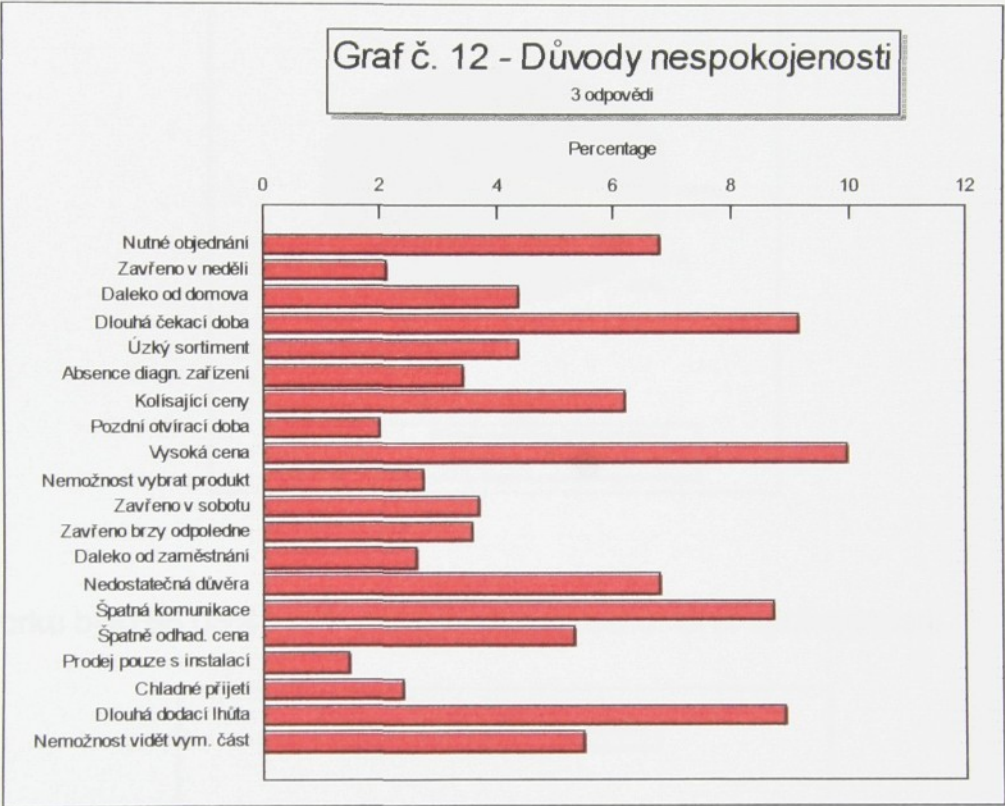
Z tohoto vzorku

- 63.74% (236) byly vyměněny brzdové kotouče
- 80.19% (757) byly vyměněny destičky
- 27.67% (261) byly vyměněny čelisti
- 42.27% (399) byla vyměněna brzdová kapalina
- 4.34% (41) byly provedeny jiné operace na brzdách



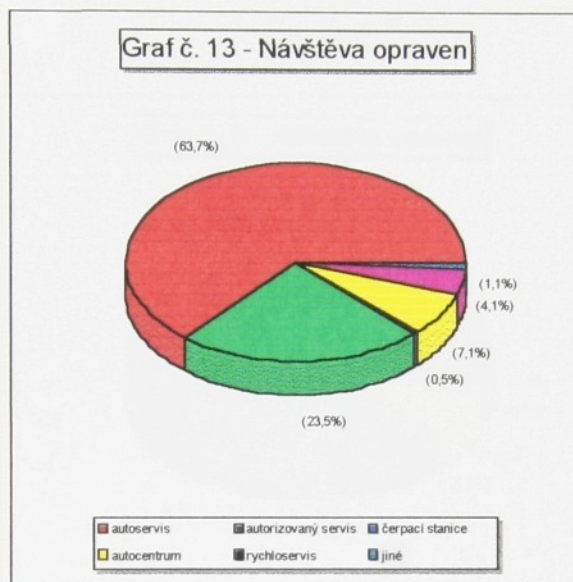
Pozn. Většina motoristů využila více operací.

13.81% (88) z těch, kteří si nechali opravit automobil v autoopravně nebylo spokojeno. Uvádějí tyto důvody:

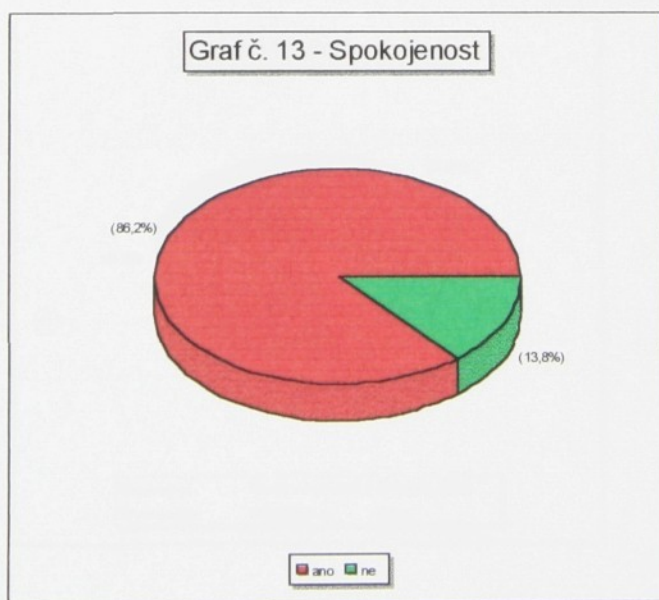


## Vzorek: Všichni motoristé, kteří si nechali opravit brzdy v posledních 12 měsících (637)

V následujícím grafu je vydět využití různých servisních zařízení:



Z tohoto vzorku bylo 86.03% (548) motoristů spokojeno. Graf spokojenosti:

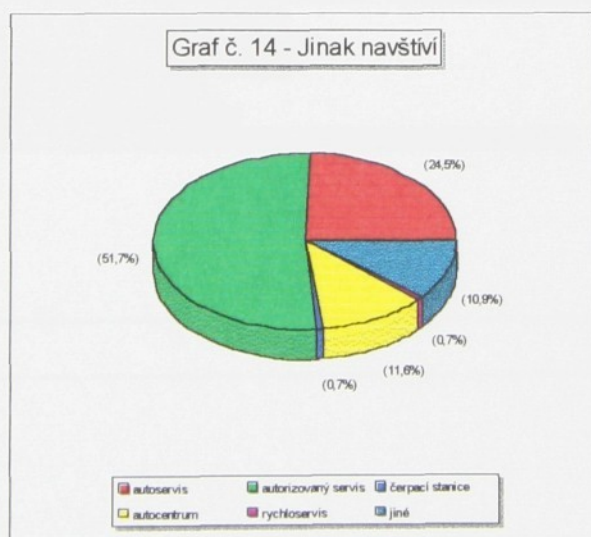
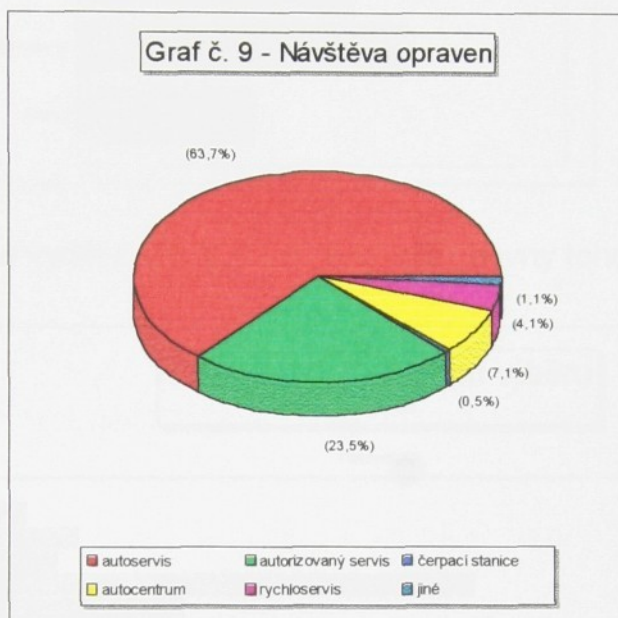


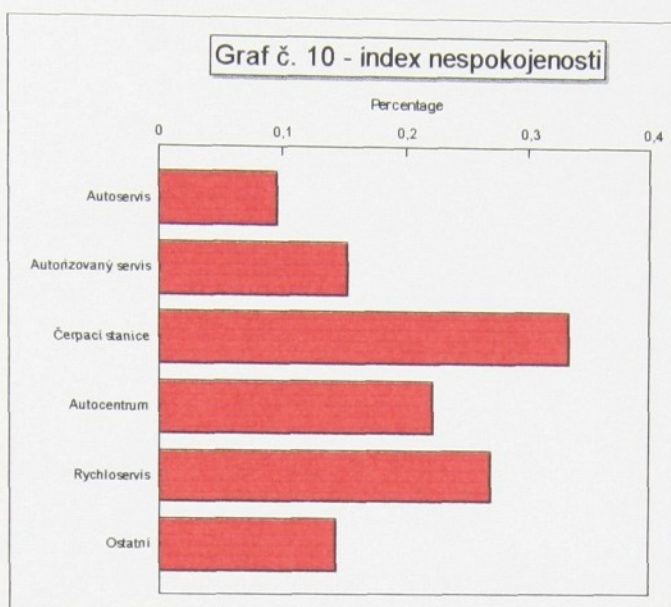


Ze vzorku vyplývá:

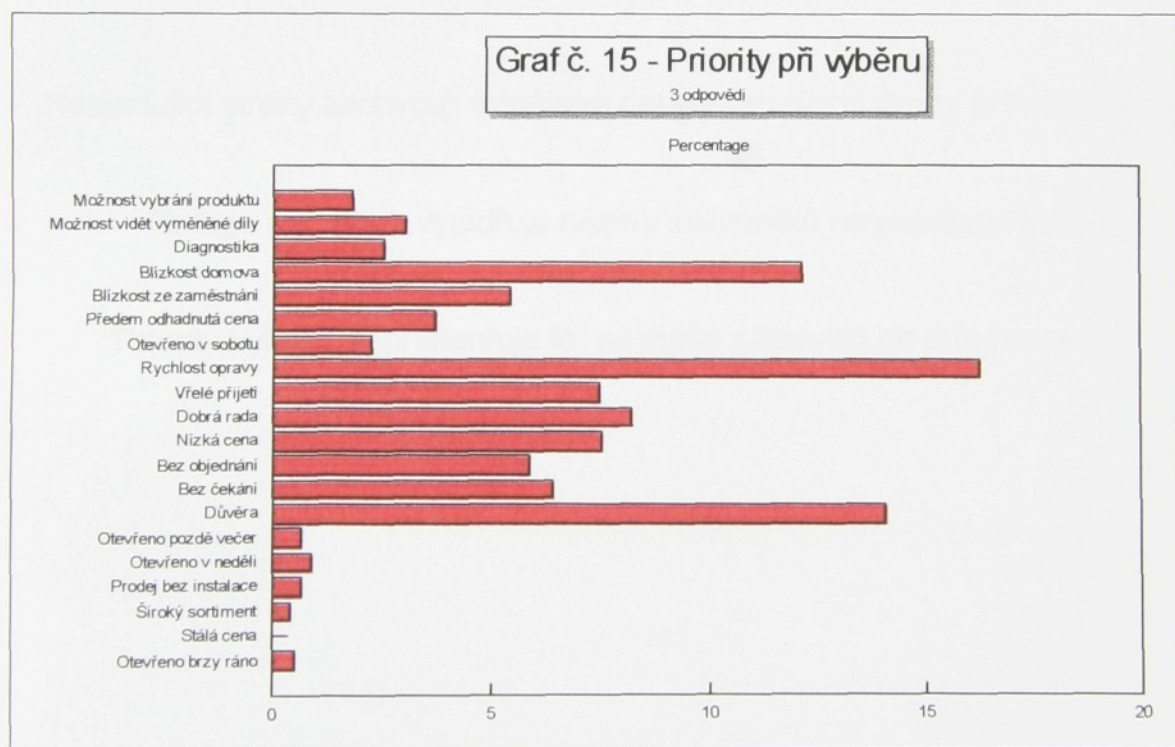
-76.61% (488), že v případě další opravy navštíví znova stejnou provozovnu.

-23.08% (147) uvedlo, že zvolí jinou provozovnu. V grafu jsou uvedeny předpokládané příští volby těchto nespokojených:





V následujícím grafu jsou vyjádřeny priority při výběru provozovny tohoto vzorku:





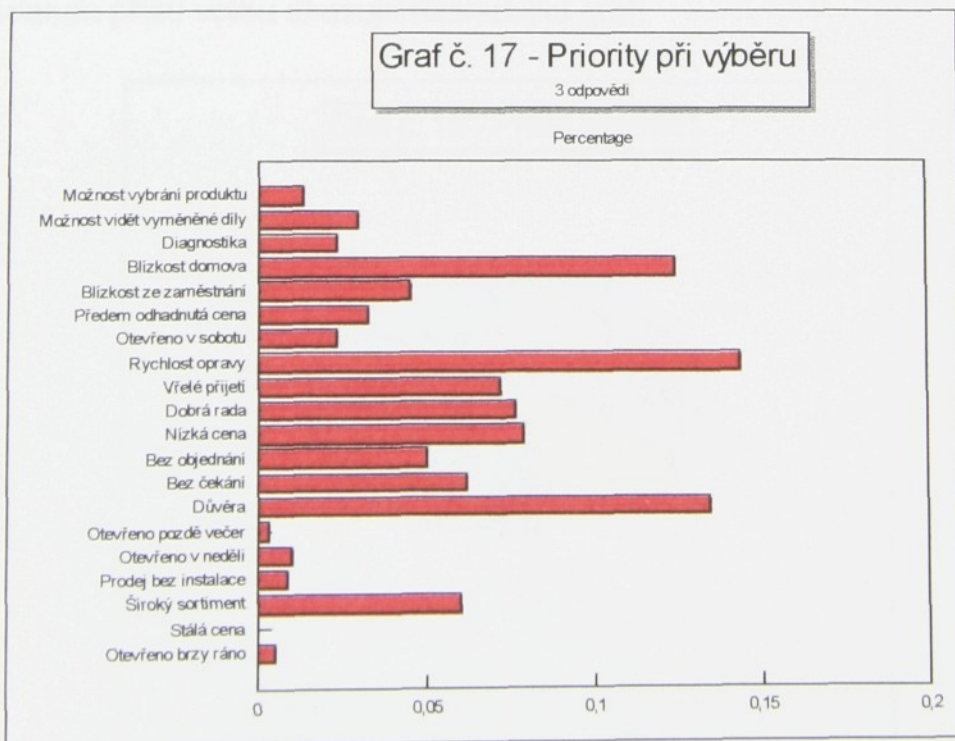
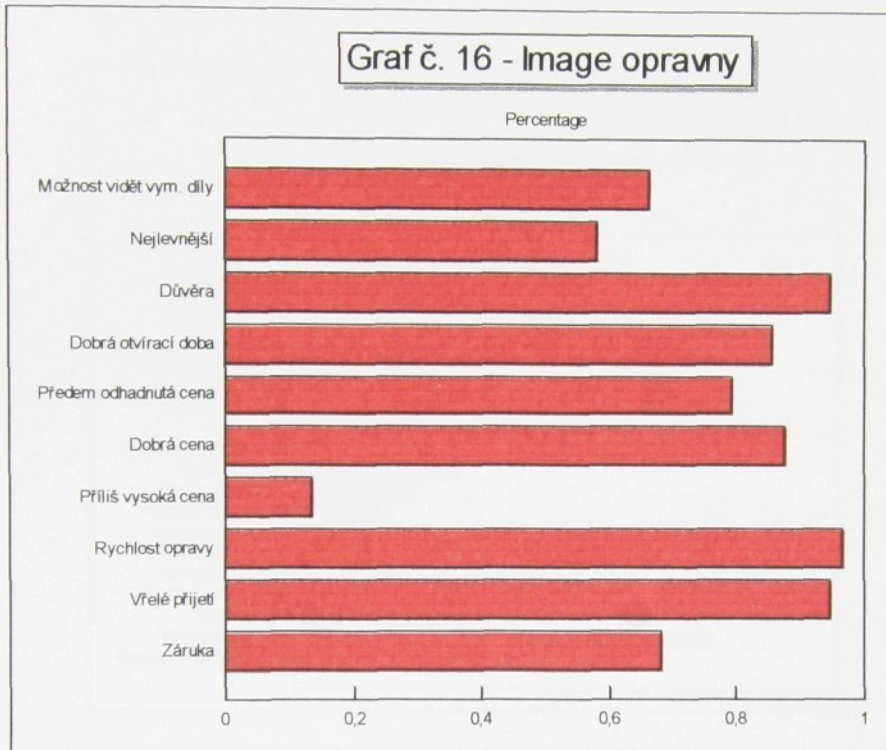
Následující strany zachycují oddělené detaily pro různé druhy provozoven.

"Image opravny" vyjadřuje názory zákazníků na provozovnu

"Priority výběru" reprezentuje to, co chtějí zákazníci od provozovny

# Autoservis

Autoservis navštívilo 63.74% (406) vzorku.



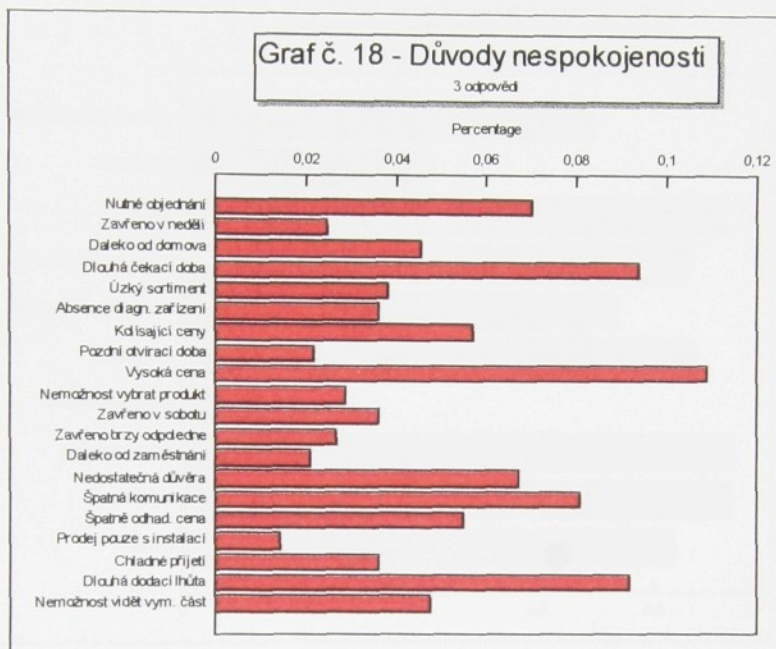


# Autoservis

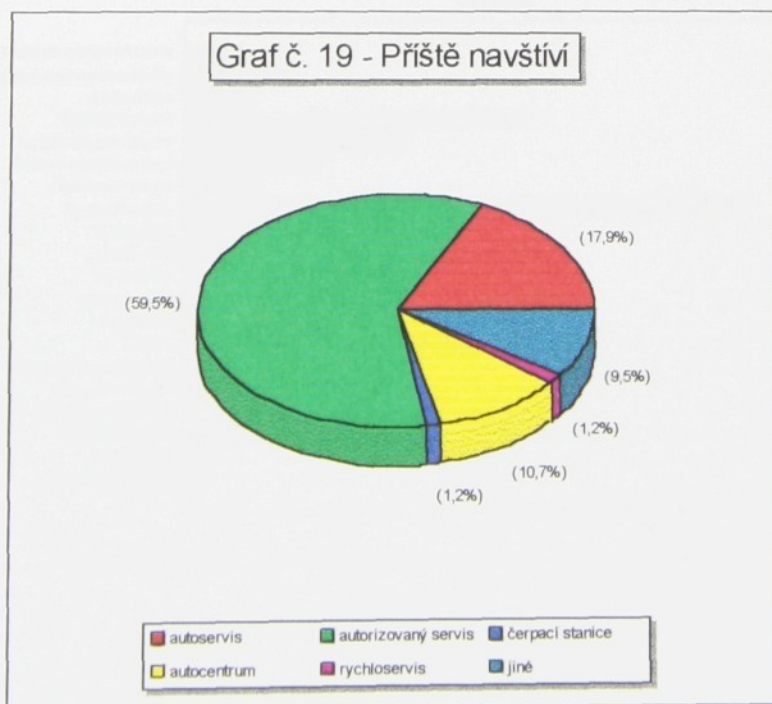
406 navštívilo autoservis

39 zákazníků odešlo nespokojeno

Koeficient nespokojenosti je 9.58%.

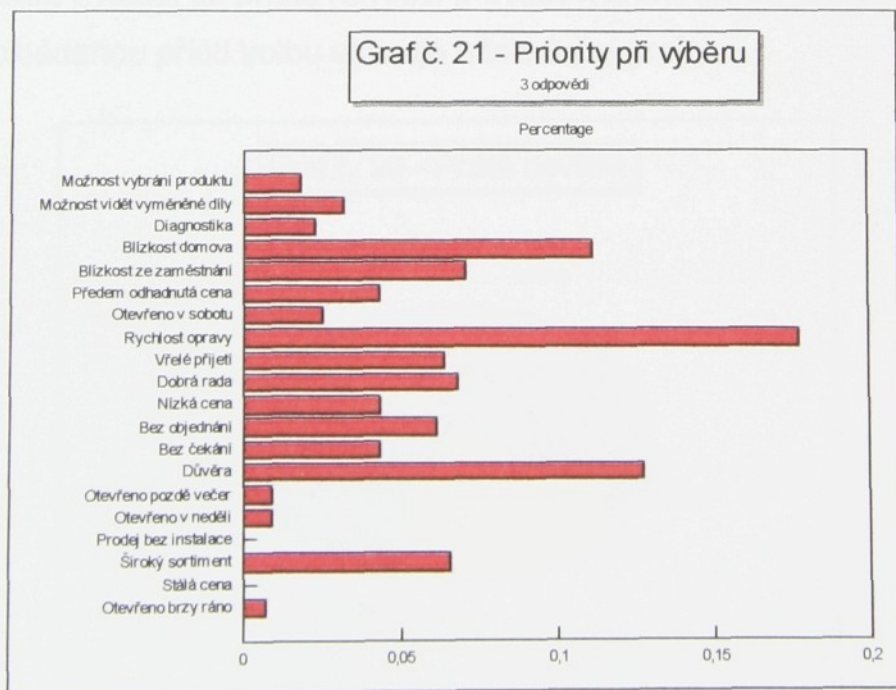
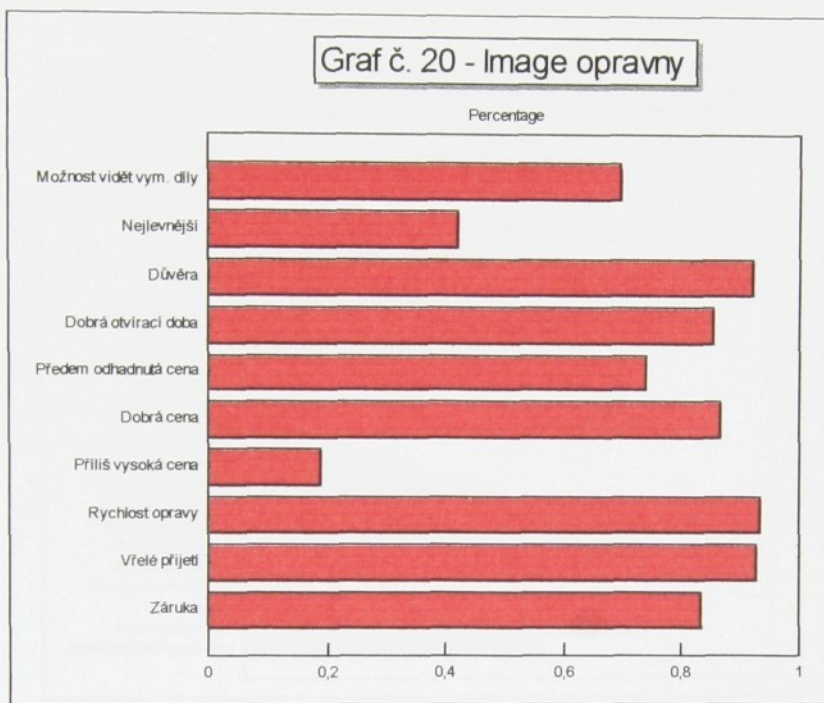


322 zákazníků uvedlo, že příště navštíví provozovnu znova. 88 uvedlo opak. Jejich předpokládanou příští volbu ukazuje následující graf:



# Autorizovaný servis

Autorizovaný servis navštívilo 23.55% (150) vzorku.



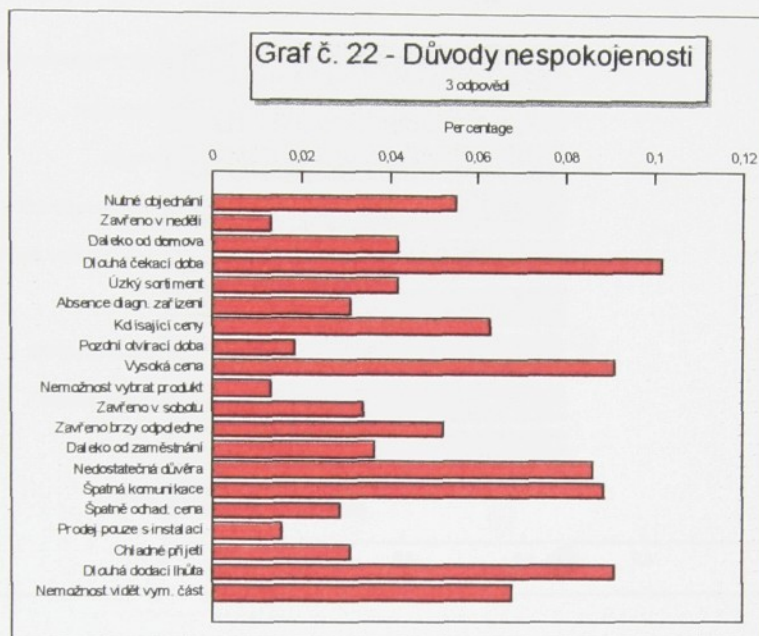


## Autorizovaný servis

150 respondentů navštívilo autorizovaný servis

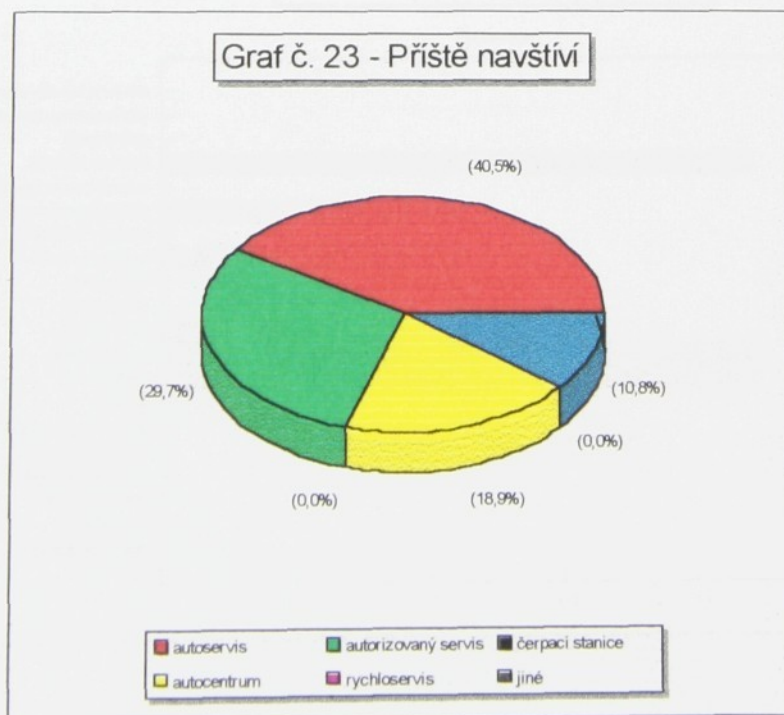
23 zákazníků odešlo nespokojeno

Koeficient nespokojenosti je 15.23%.



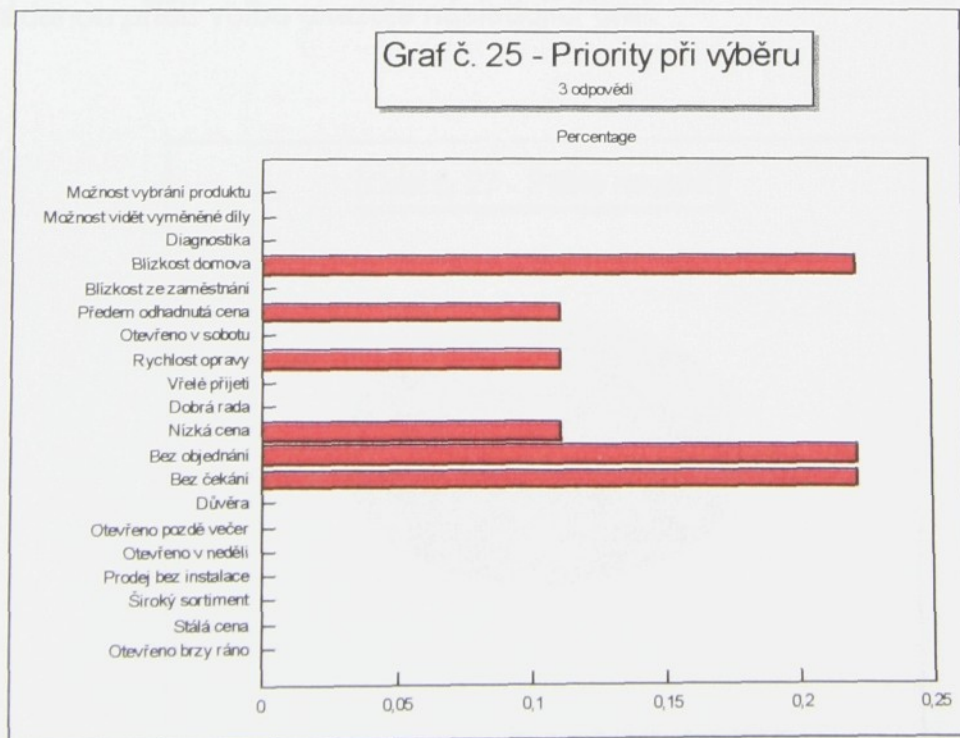
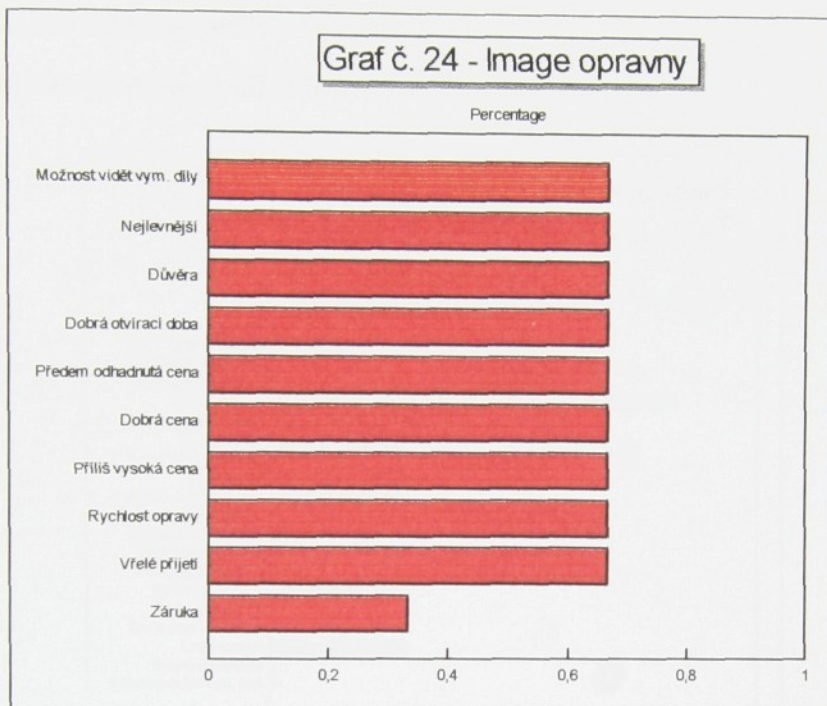
113 respondentů uvedlo, že příště navštíví provozovnu znova. 37 uvedlo opak.

Jejich předpokládanou příští volbu ukazuje následující graf:



# Čerpací stanice

Čerpací stanici navštívilo 0.47% (3) vzorku.



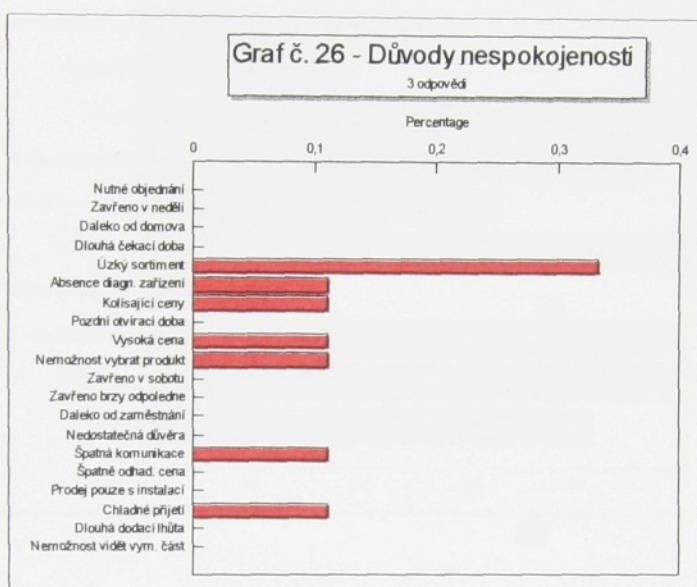


# Čerpací stanice

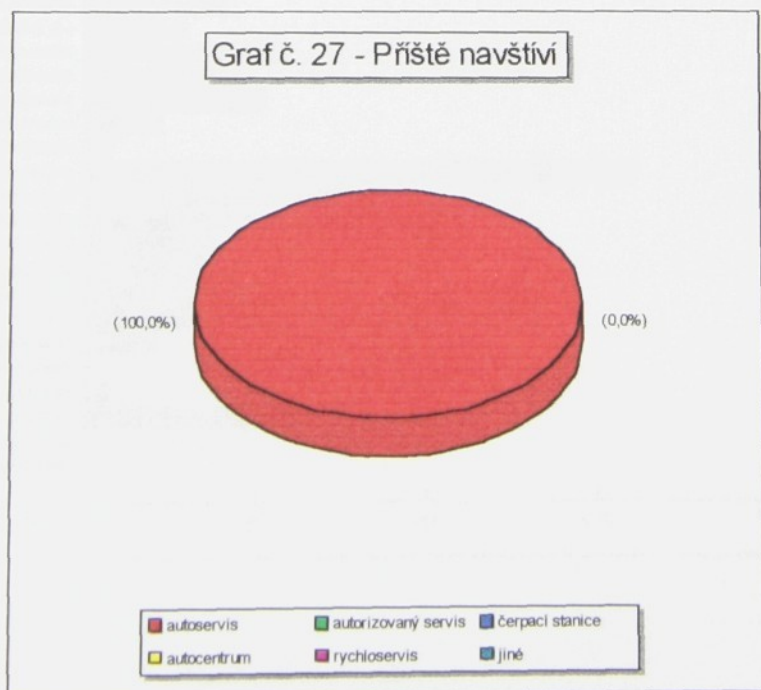
3 respondenti navštívili čerpací stanici

1 zákazník odešel nespokojen

Koeficient nespokojenosti je 33.3%.

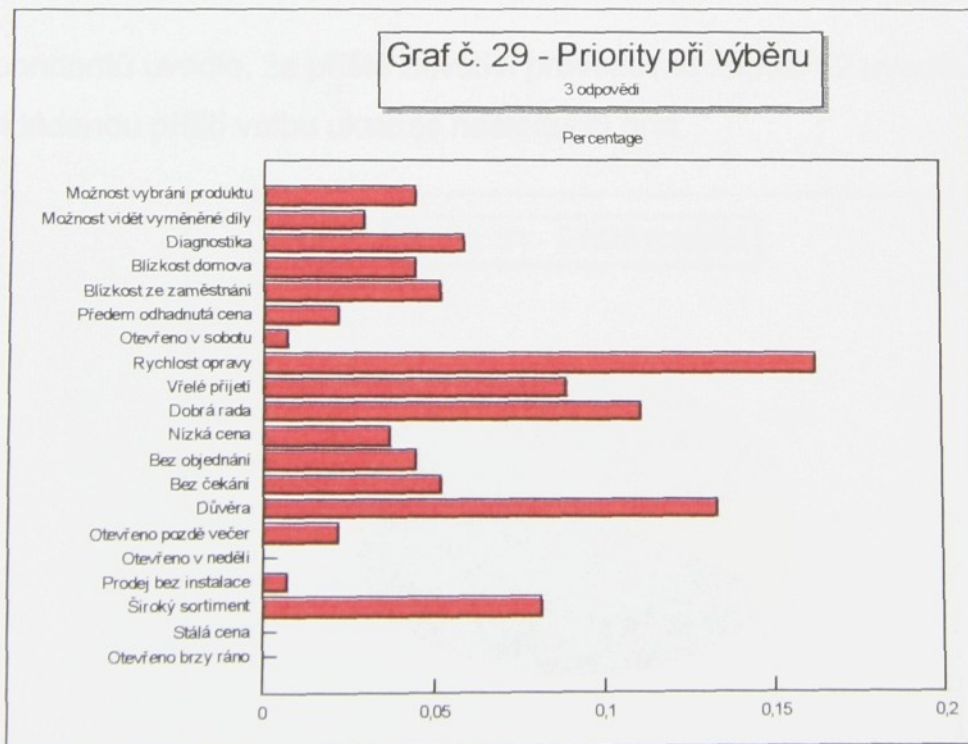


1 respondent uvedl, že příště navštíví provozovnu znova. 2 uvedli opak. Jejich předpokládanou příští volbu ukazuje následující graf:



# Autocentrum

Autocentrum navštívilo 7.06% (45) vzorku.



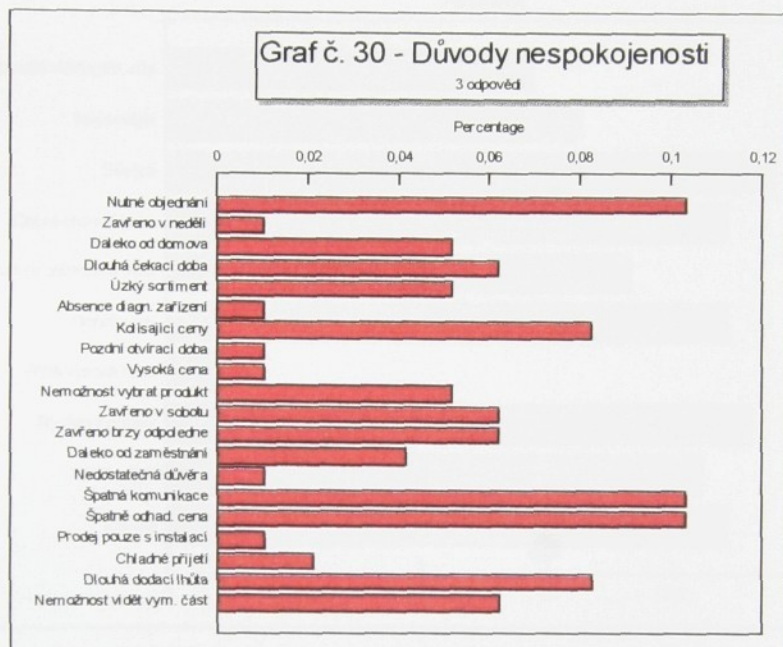


# Autocentrum

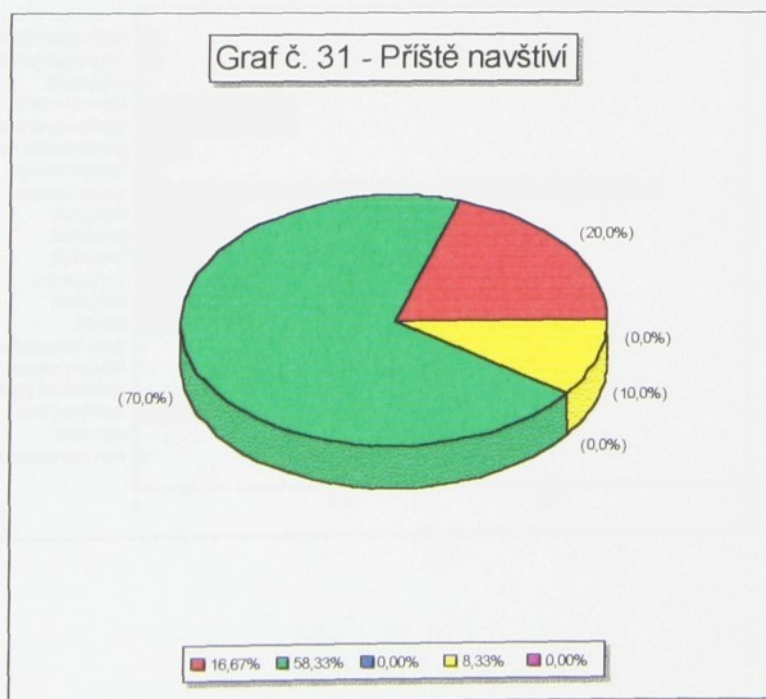
45 respondentů navštívilo autocentrum

10 zákazníků odešlo nespokojeno

Koeficient nespokojenosti je 22.22%.

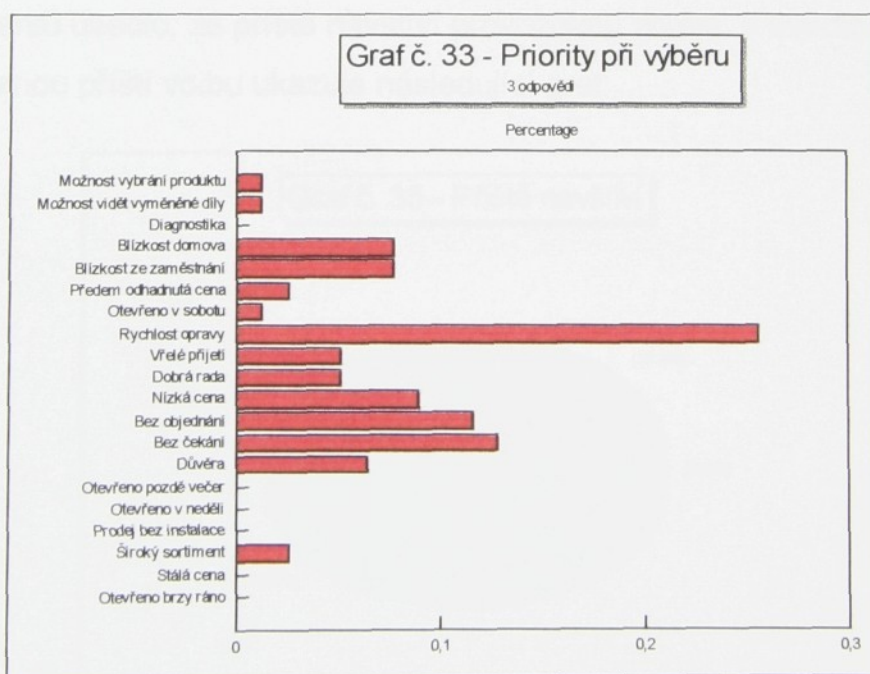
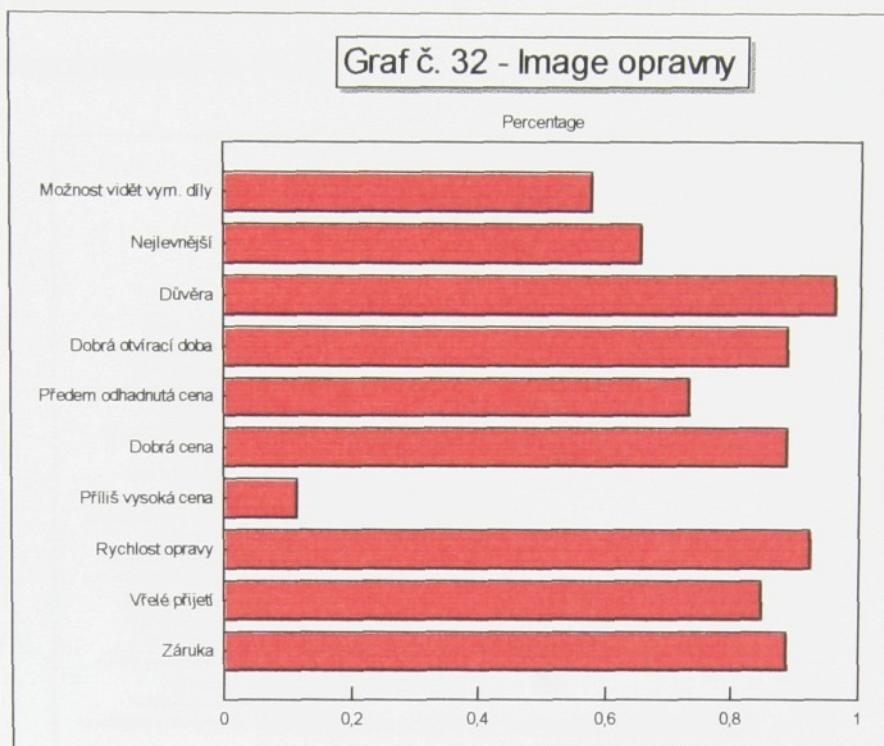


33 respondentů uvedlo, že příště navštíví provozovnu znova. 12 uvedlo opak. Jejich předpokládanou příští volbu ukazuje následující graf:



# Rychloservis

Rychloservis navštívilo 4.08% (26) vzorku.



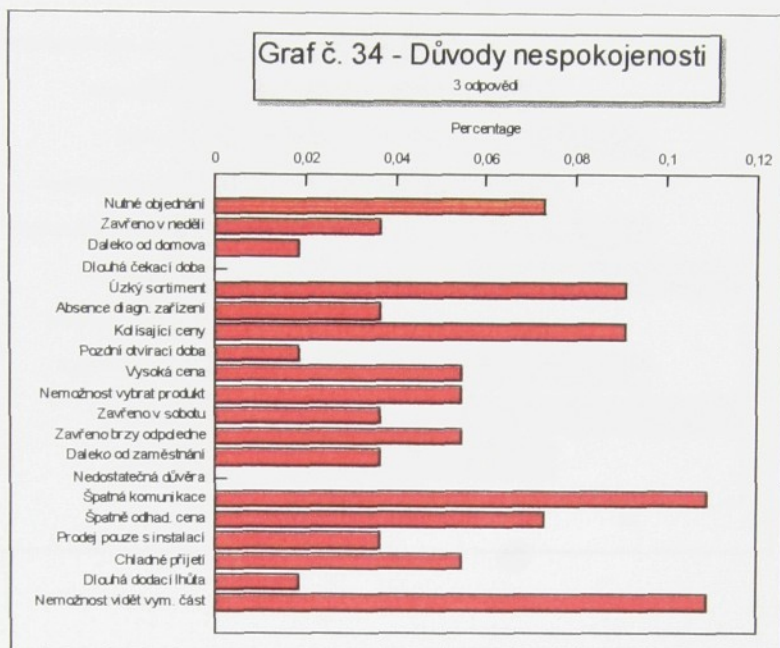


# Rychloservis

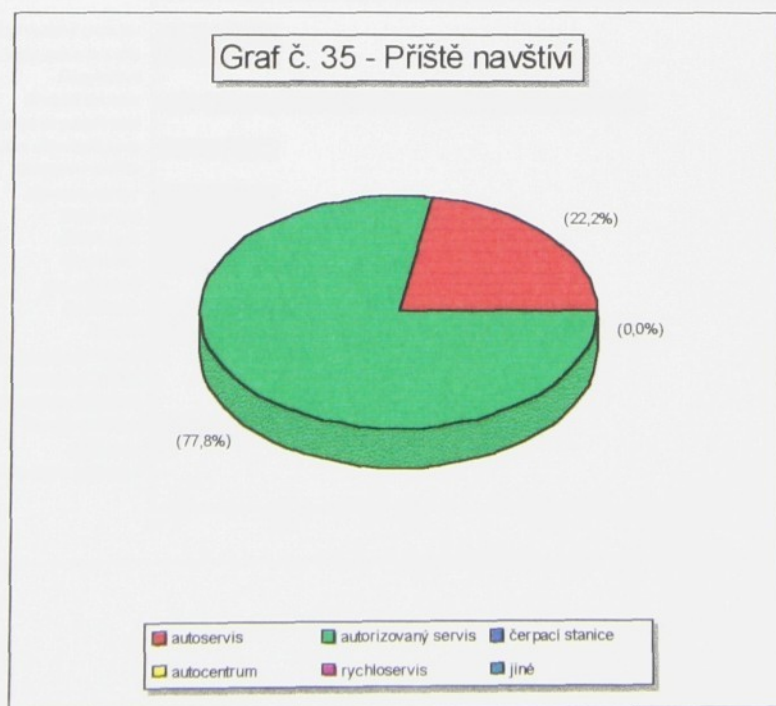
26 respondentů navštívilo rychloservis

7 zákazníků odešlo nespokojeno

Koeficient nespokojenosti je 26.92%.

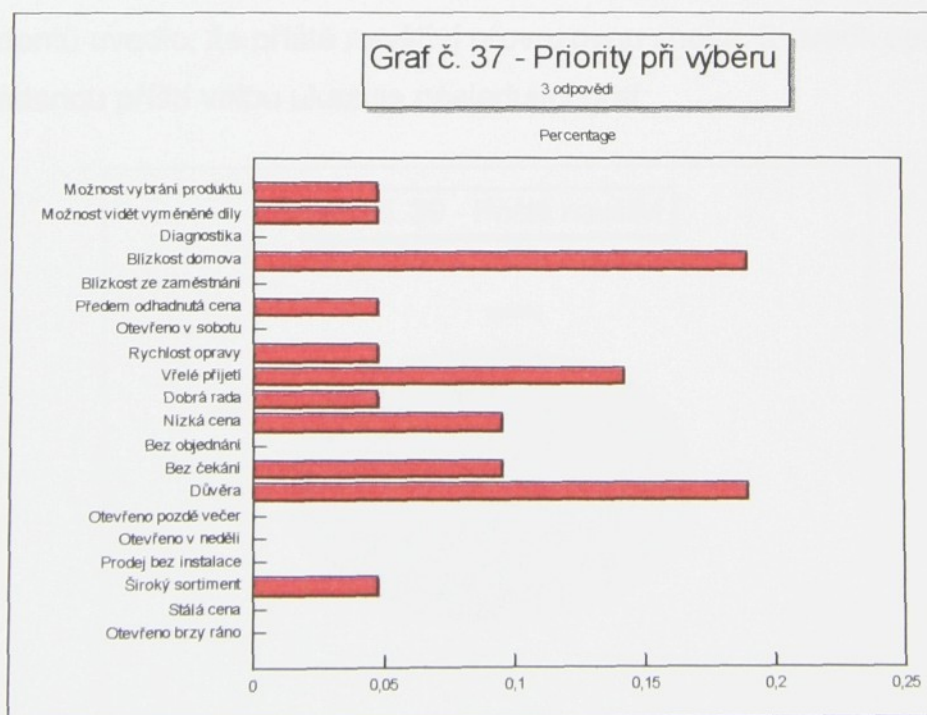
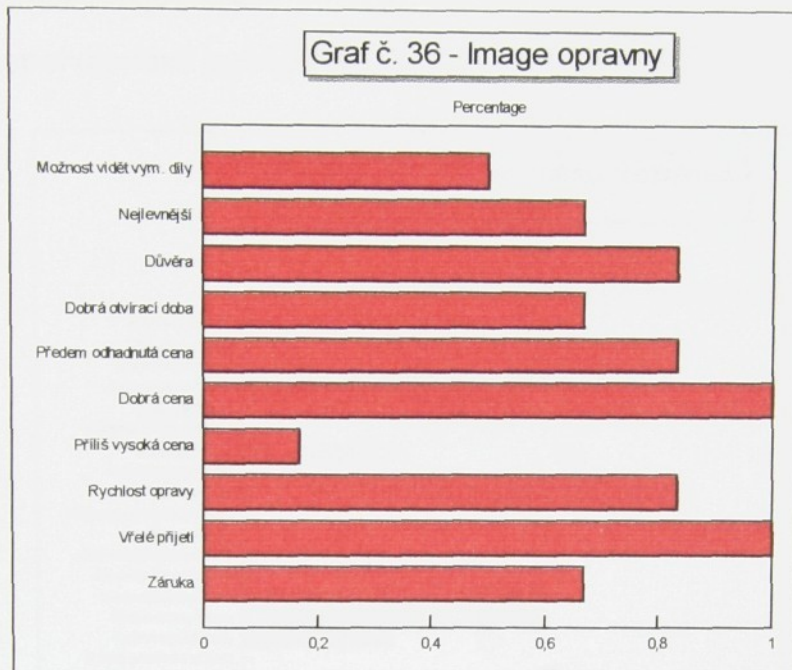


17 respondentů uvedlo, že příště navštíví provozovnu znova. 9 uvedlo opak. Jejich předpokládanou příští volbu ukazuje následující graf:



# Ostatní provozovny

Ostatní provozovny navštívilo 1.10% (7) vzorku.



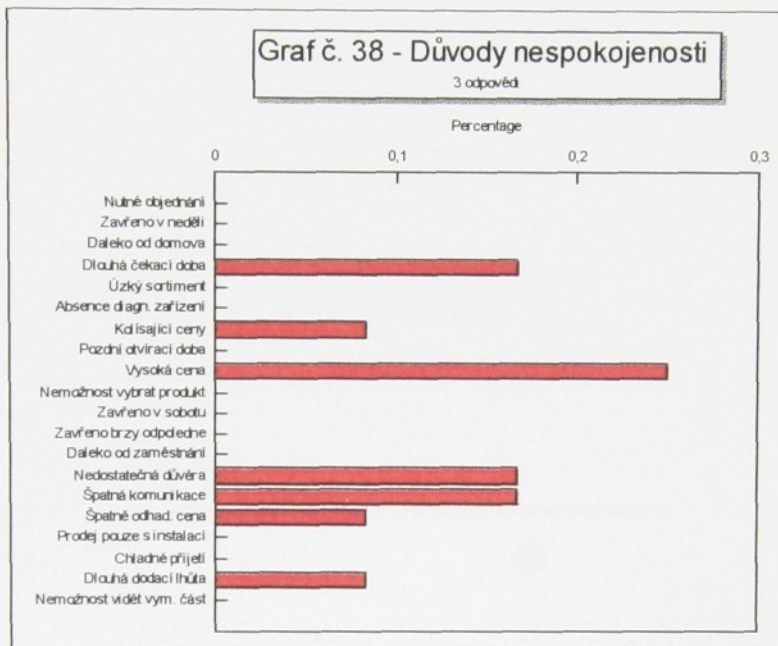


## Ostatní provozovny

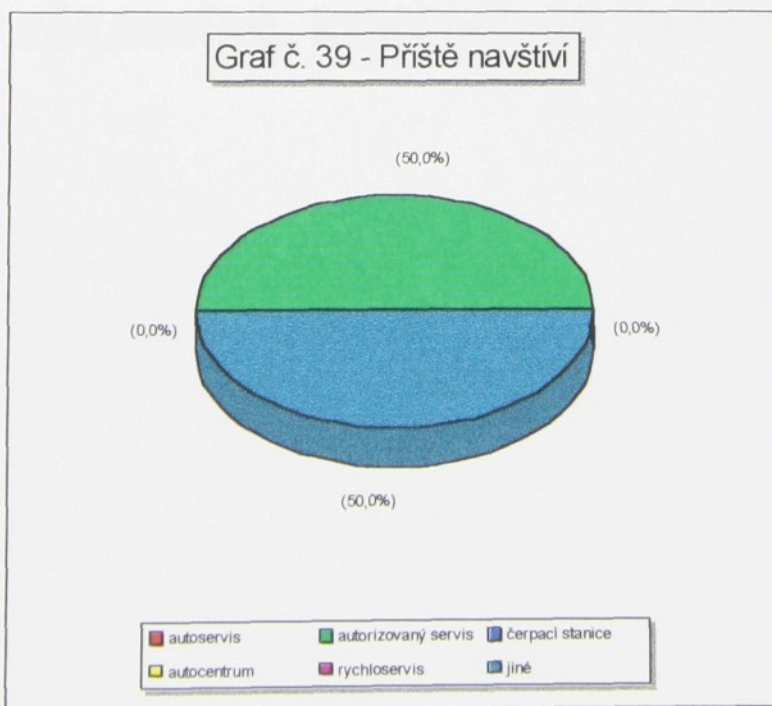
7 respondentů navštívilo autoservis

1 zákazník odešel nespokojen

Koeficient nespokojenosti je 14.29%.



5 respondentů uvedlo, že příště navštíví provozovnu znova. 2 uvedli opak. Jejich předpokládanou příští volbu ukazuje následující graf:



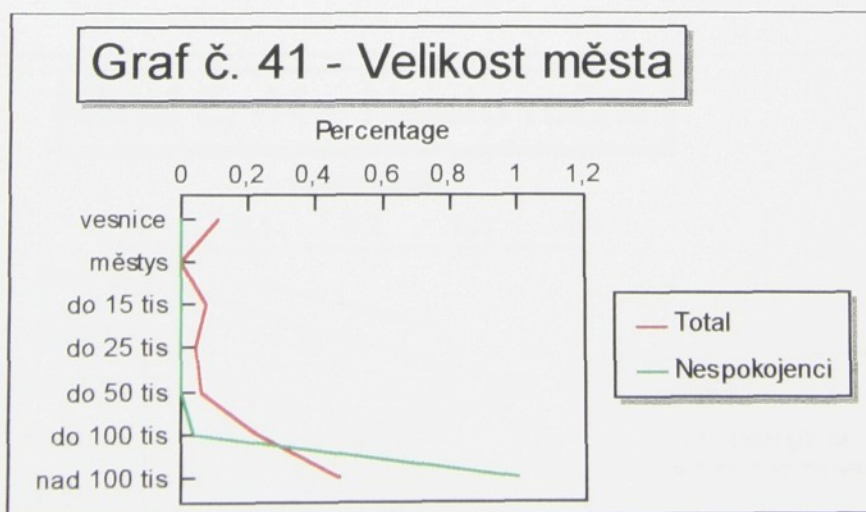
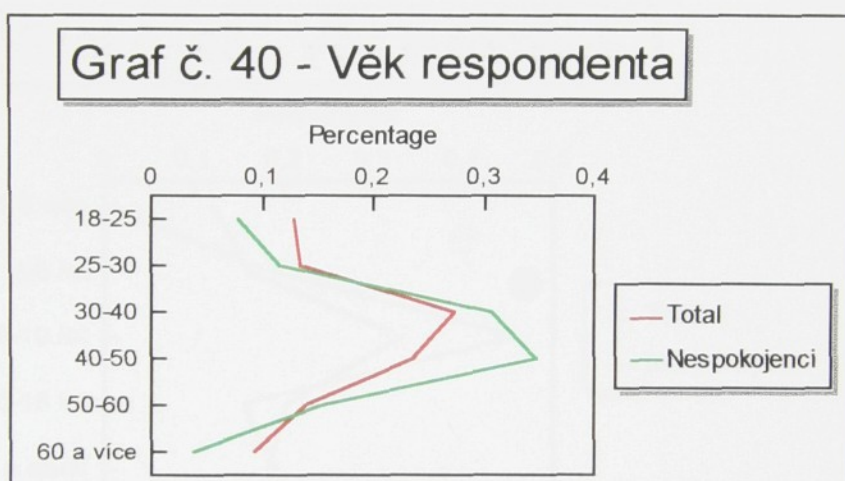
## Příloha 5

~~~~~

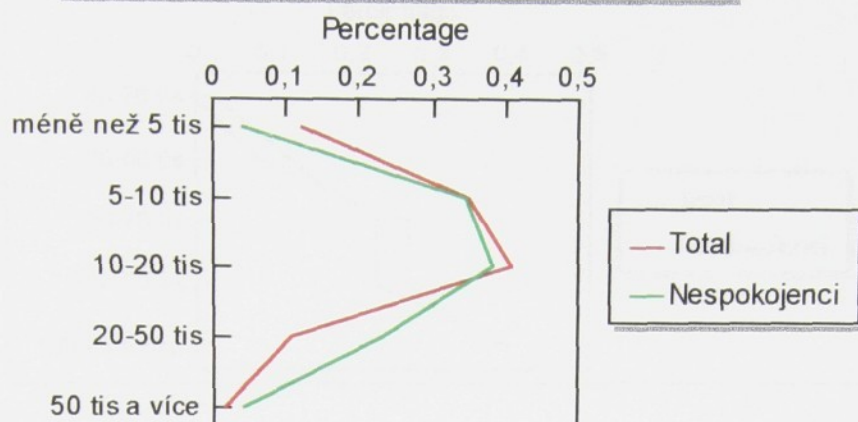
Profil zákazníků, kteří odešli nespokojeni

Profil zákazníků, kteří opustili provozovnu nespokojeni

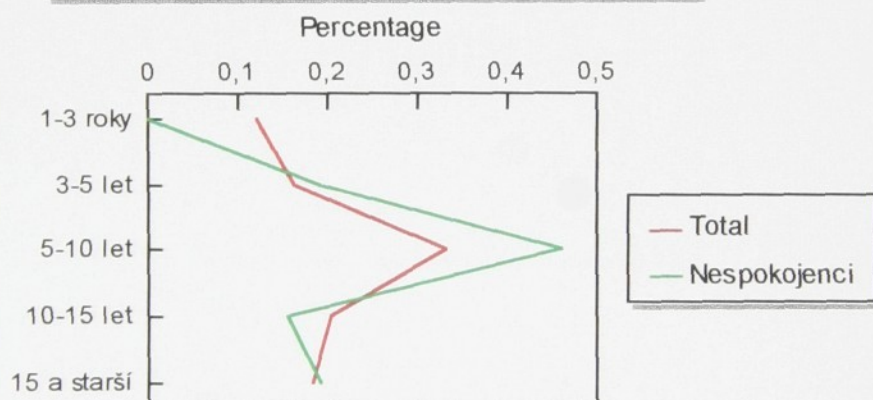
Grafy na následujících 3 stranách ukazují profil zákazníků, kteří opustili provozovnu nespokojeni. Grafy obsahují dvě křivky, které se vzájemně porovnávají. První křivka je "Total", která zachycuje celý vzorek z průzkumu. Druhá křivka - "nespokojenci" zachycuje ty, kteří opustili provozovnu nespokojeni. Kde je křivka "nespokojenci" větší než křivka "total", to jsou dominantní charakteristiky těch, kteří opustili provozovnu nespokojeni a kteří mohou být cílem zájmu ostatních provozoven. Na tyto zákazníky může být zacílena reklamní kampaň.



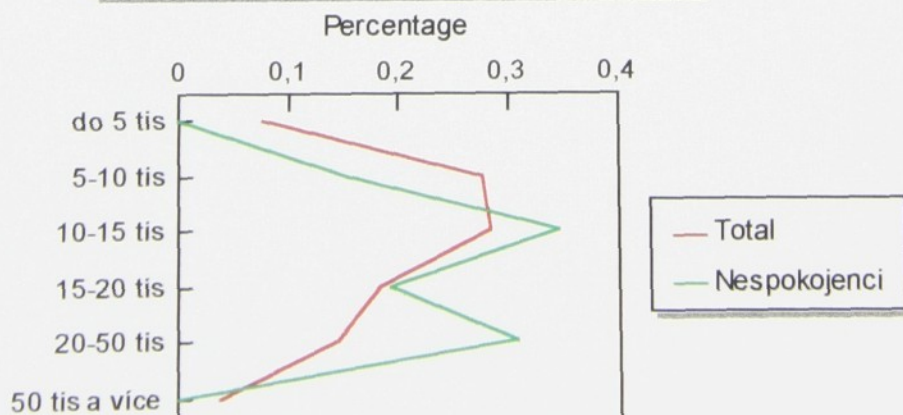
Graf č. 42 - Měsíční příjem



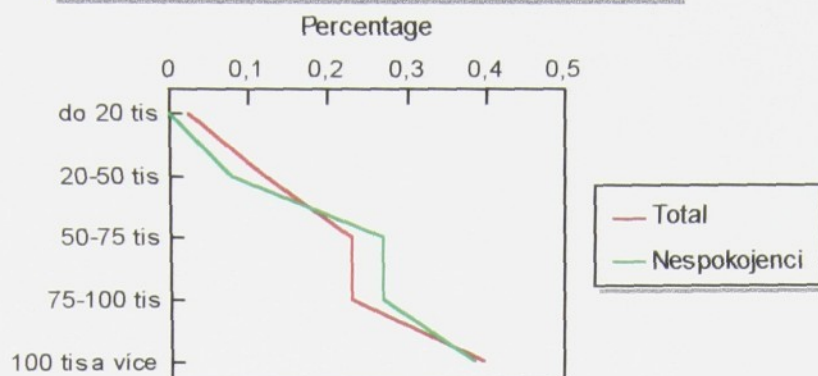
Graf č. 43 - Věk automobilu



Graf č. 44 - Najeto ročně



Graf č. 45 - Stav tachometru



Příloha 6



Ideální vzhled rychloservisu



Příloha 7

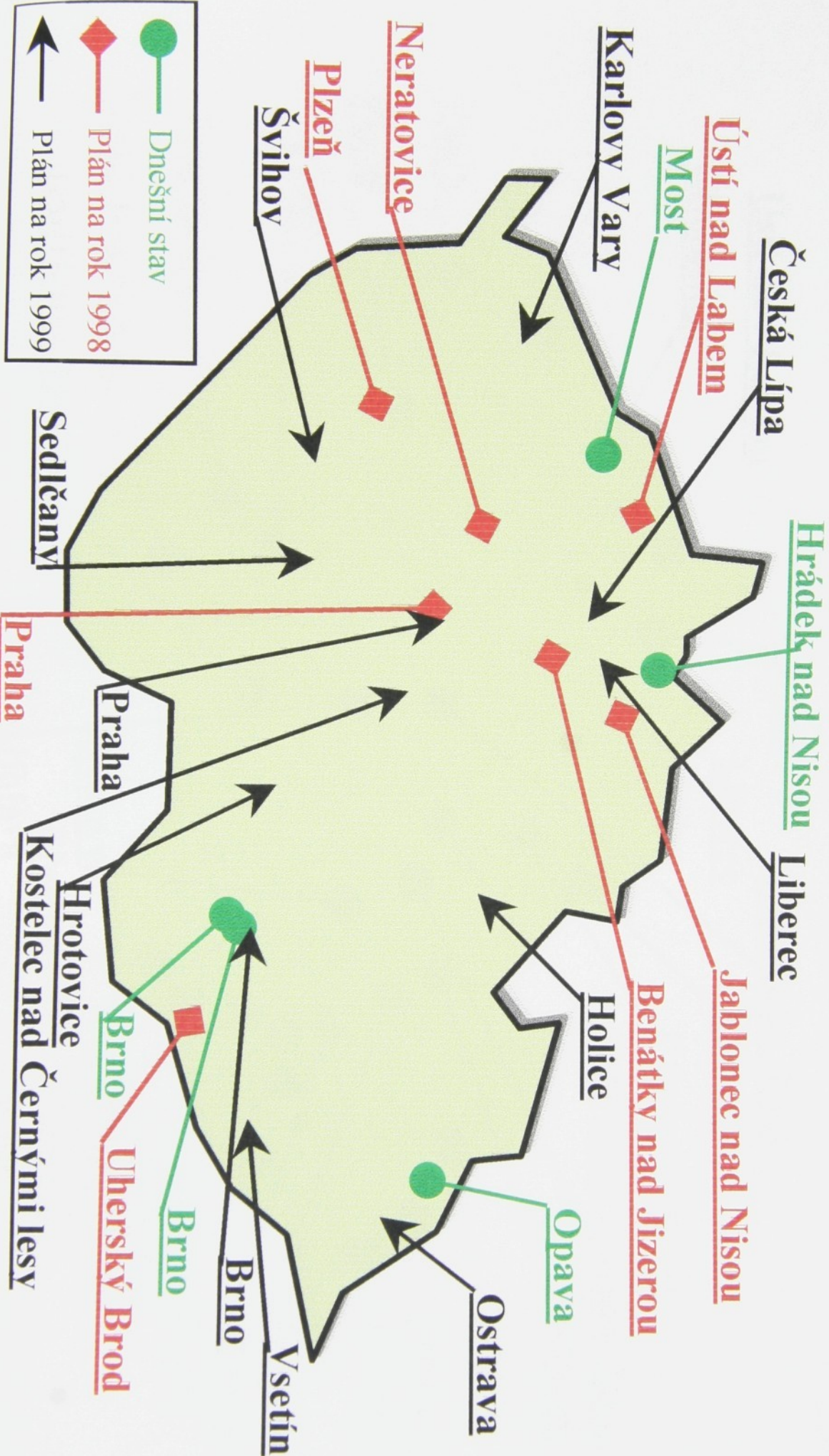


**Mapy s umístěním rychloservisů v ČR
Servisy Barum, které jsou zapojeny do
rychloservisní činnosti**

Lucas



Rychloservis



Barum

Rychloservis

