



Które warsztaty w okresie pandemii radzą sobie lepiej i dlaczego? Czy można zrekompensować straty spowodowane koronawirusem?

Wnioski z badania przeprowadzonego w kwietniu 2020 przez Moto Data sp. z o.o. na reprezentatywnej grupie warsztatów samochodowych.

Firma Moto Data Sp. z o.o. specjalizująca się w badaniach rynku motoryzacyjnego w Polsce i innych krajach Europy Centralnej i Wschodniej przeprowadziła w kwietniu 2020 roku badanie warsztatów samochodowych dotkniętych wpływem pandemii COVID-19. Badania w postaci bezpośrednich wywiadów przeprowadzone zostały z osobami decyzyjnymi w warsztatach samochodowych, od 14 do 22 kwietnia 2020. Próba warsztatów uwzględniała park samochodowy w regionach GUS oraz rozkład próby według przynależności warsztatu do sieci.

„To, że koronawirus ma wpływ na działanie większości przedsiębiorców jest oczywiste. Z naszych badań wynika, że średnia kwota strat poniesionych przez warsztaty do połowy kwietnia wynosi 23 800 zł. Natomiast ważne było dla nas aby wyraźnie pokazać, co może mieć wpływ na lepsze radzenie sobie warsztatów z pandemią” powiedział Tadeusz Kuncy Prezes Zarządu Moto Data sp. z o.o.

Przynależność warsztatu do sieci

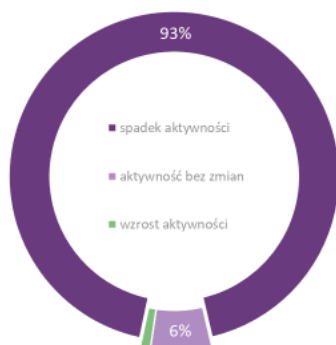
Z przeprowadzonego badania wyłania się wyraźny podział i inny wpływ pandemii na dwie grupy warsztatów: warsztaty zrzeszone w sieciach warsztatowych i warsztaty działające niezależnie.

Choć w obu grupach spadek był znaczący to jednak Warsztaty sieciowe odczuły mniejszy spadek aktywności (-37%) niż warsztaty nie należące do sieci (-42%)



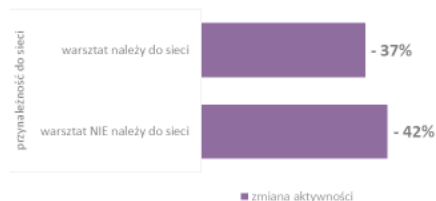
Zmiana aktywności (marzec 2020 vs marzec 2019)

Warsztaty nie należące do sieci deklarują większy spadek aktywności, niż warsztaty sieciowe



średni spadek aktywności warsztatów

-41%



:

Spadek aktywności naturalnie przekłada się na notowane obroty w tych dwóch grupach warsztatów. Jak pokazuje badanie straty finansowe wynikające z mniejszej aktywności są również znaczące. Przy średniej notowanej stracie na poziomie 23.800 PLN (w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego), warsztaty niezrzeszone w sieci poniosły większe straty bo w wysokości 25.100 PLN, podczas gdy te zrzeszone miały stratę „tylko „w wysokości 18.700 PLN.



Straty poniesione przez warsztat



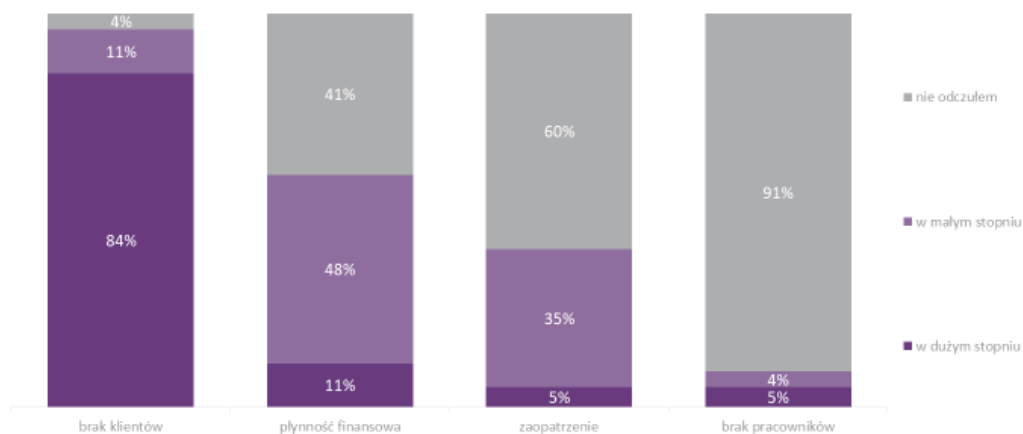
MotoData
Polska 2020

W kwietniu a więc na początku jeszcze pandemii i wynikających z niej ograniczeń „lockdown” najpoważniejszym wyzwaniem z jakim mierzyły się warsztaty był brak klientów. Choć jest to można powiedzieć jeszcze relatywnie krótki okres zmniejszonej aktywności gospodarczej to jednak płynność finansowa zajmuje już drugie miejsce. Z badań wynika, że zarówno zaopatrzenie w części jak i pracownicy nie stanowiły dla właścicieli warsztatów znaczącego czynnika negatywnie wpływającego na ich działalność



Problemy warsztatu

Czy w ciągu ostatniego miesiąca odczuł Pan problemy związane z...



MotoData
Polska 2020

Proaktywne działania warsztatów – nowe usługi

Wyzwania związane z koronawirusem w wielu gałęziach gospodarki, w szczególności usług, nie rzadko oznaczają tworzenie nowych modeli biznesowych lub nowych usług. Tam, gdzie to możliwe wiele firm przeszło na prace zdalną, tak gdzie nie jest możliwe wprowadzono szereg kroków zapewniających pracowników i klientów większe bezpieczeństwo. Również w naszej branży najlepiej radzą sobie warsztaty, które po krótkim okresie przestoju wybrały drogę aktywnego zmierzenia się z kryzysem. Jednym z pomysłów jest wprowadzenie do oferty dodatkowej usługi odbierania samochodu od klienta przez pracownika serwisu. W okresie badania aż 46 % warsztatów zrzeszonych w sieciach oferowało usługę door to door (wzrost o 8 punktów procentowych), w przypadku warsztatów niezrzeszonych było to odpowiednio 37% (przy wzroście o 5 punktów procentowych). „Otwartość na zmiany i szybkość dostosowania do nowych realiów wydają się jednymi z kluczowych czynników decydującymi o tym na ile boleśnie warsztat odczuje skutki spowolnienia gospodarki, niezalenie czy sieciowy czy niezrzeszony” podsumował Prezes Moto Data.



Odbieranie samochodu od klienta przez pracownika warsztatu (tzw. door-to-door)

Zwiększyła się liczba warsztatów oferujących usługę „door to door”



Kontakt w sprawie całościowego badania: www.motodata.com.pl

Kontakt dla mediów:

Monika Maciejewska

ImageMind, tel. (+48) 694 349 330

mail. monika.maciejewska@imagemind.pl

:

Moto Data Sp. z o.o. jest instytutem badawczym wyspecjalizowanym w badaniach rynku motoryzacyjnego. Od 2008 r. wspiera rynek wiedzą pozwalającą podejmować producentom samochodów oraz producentom i dystrybutorom części zamiennych lepsze decyzje biznesowe. Moto Data przeprowadza badania ilościowe i jakościowe dotyczące parku samochodowego, zachowań profesjonalistów na rynku wtórnym (aftermarket) oraz konsumentów na rynku posprzedażowym. Moto Data działa w krajach Europy Centralnej i Wschodniej, przeprowadzając badania w Polsce, Litwie, Łotwie, Estonii, Czechach, Słowacji, Rumunii, Bułgarii, Chorwacji, Ukrainie, Serbii i na Węgrzech. W ofercie firmy są gotowe badania jak i możliwości przeprowadzania badań na zlecenie, dostosowanych do profilu działalności i oczekiwań klientów. Więcej na : motodata.com.pl