

COM O APOIO:



TEMA 1

GERIR A OFICINA COMO EMPRESA

Nesta edição da revista PÓS-VENDA, iniciamos uma série de 12 artigos (um em cada edição) sobre GESTÃO OFICINAL. Nestas 12 edições não vamos dizer aos responsáveis oficinais como se repara um carro, ou como se efetua um diagnóstico, ou como se realiza uma repintura. Entendemos que muitas das oficinas que existem em Portugal têm suficiente competência técnica para poder resolver qualquer manutenção ou reparação e, por isso, a abordagem que daremos neste especial GESTÃO OFICINAL será muito mais do ponto de vista da oficina como empresa e não tanto como oficina de reparação e manutenção de automóveis.

Existe em Portugal um grande deficit de gestão nas oficinas independentes, mas isso não quer dizer que não sejam boas oficinas, podem é não ser oficinas lucrativas.

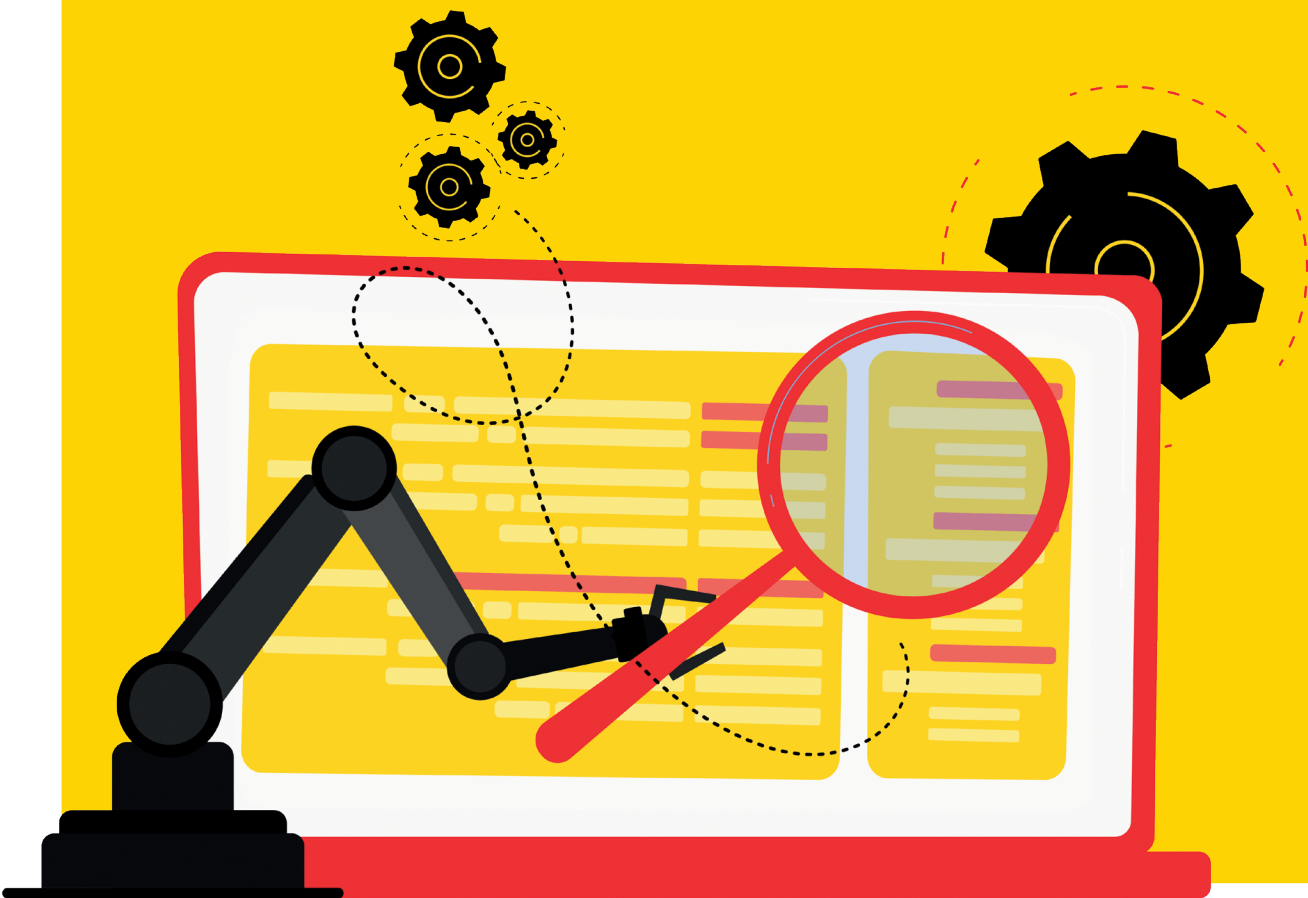
Não existe ninguém que tenha uma oficina para dar prejuízo. O objetivo de qualquer oficina, antes de atender o cliente ou de reparar carros, é ganhar dinheiro, que é precisamente o mesmo objetivo que qualquer empresa tem, seja ela uma oficina, seja um cabeleireiro ou uma padaria.

Ao longo das próximas 12 edições da revista PÓS-VENDA poderá seguir algumas das dicas que lhes vamos dando, o que por si só, não é a certeza de nada, pois cada oficina é uma ofi-

cina diferente das restantes, mas é a garantia de que se seguir algumas destas dicas estará seguramente mais próximo de ganhar mais dinheiro na sua organização.

Por tudo o que foi dito antes, o primeiro tema que escolhemos chama-se GERIR COMO EMPRESA, que nos permite olhar para a sua oficina como empresa e não apenas como oficina de automóveis.

Qualquer dono de uma oficina por certo que achará que estará sempre a tentar fazer o melhor para a sua empresa, mas neste tema não entra a boa vontade, mas sim algumas dicas que, como dissemos, poderão ser úteis para o sucesso presente e futuro da sua oficina. ●



1 FREQUENTE UM CURSO DE GESTÃO OFICINAL

Pode parecer estranho que numa altura em que estamos a dinamizar este especial sobre temas de GESTÃO OFICINAL, que a primeira dica que lhe damos é precisamente aquela que tem tudo a ver com as dicas que aqui lhes vamos deixar. Por certo que já frequentou muitos cursos técnicos e técnico-comerciais, mas quantas vezes já lhe passou pela cabeça frequentar um curso de gestão para empresas, nomeadamente, de gestão oficial?

Neste tipo de cursos, desenvolvidos por diversas entidades com

especialização na área oficial, passará a ter ao alcance uma série de informação de gestão, que o ajudará muito a compreender se está de facto a ganhar dinheiro ou como poderá ganhar ainda mais.

Entenda a presença num curso destes como um investimento e não como um custo e rapidamente se irá aperceber das vantagens que o mesmo trará para o seu negócio. A seguir damos-lhe alguns exemplos do que por lá se pode aprender.

2 TORNE O SEU CONTABILISTA UM PRECIOSO ALIADO DA EMPRESA

Percebemos que muitas vezes não tem tempo sequer para despachar o carro daquele cliente, quanto mais para estar preocupado com a gestão efetiva da sua oficina. Incremente a relação profissional com o contabilista da sua oficina e estabeleça reuniões periódicas (mensais ou trimestrais) de modo a estar a par da saúde económico / financeira da empresa. Acompanhar periodicamente a evolução da sua oficina, permitir-lhe-á tomar conta da realidade da sua empresa. Acredite que tornando esta prática num hábito, depois não mais passará sem que periodicamente queira saber efetivamente como está a sua oficina.

3 CONTRATE UM PROFISSIONAL "NÃO-MECÂNICO"

A grande maioria das oficinas independentes que existem em Portugal têm entre 3 e 5 funcionários, e muitas delas nem isso!!

Quer isto dizer que o dono da oficina, para além de ser dono, é também chefe de oficina, mecânico, rececionista e ainda trata dos recebimentos e pagamentos e faz todo o secretariado. Um bom mecânico deve estar a fazer aquilo que melhor sabe fazer, que é arranjar carros. É nessa atividade que o mecânico é rentável e é dessa atividade que aca-

ba por ganhar o seu dinheiro. Ao contratar um "não mecânico" para ajudar no escritório, o mecânico vai ter mais tempo e fazer mais serviços. Quer dizer que, com mais serviço efetuado, rapidamente vai gerar margem para pagar a um funcionário para tratar de toda a burocracia.

4 ORGANIZAÇÃO

A organização oficial não deve ser uma opção, mas sim uma convicção. É difícil organizar uma oficina, mas quando se dinamizam métodos para a manter organizada acabamos por ficar viciados na organização.

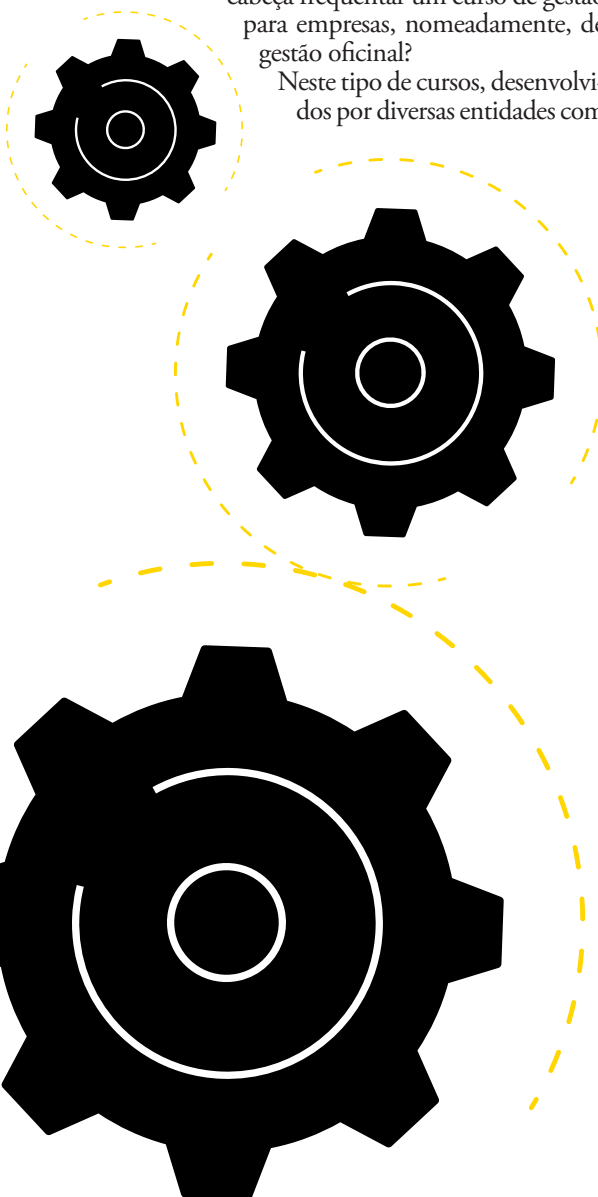
A organização na oficina incide em todos os aspetos da oficina e vão desde o posto de trabalho, a colocação da ferramenta, às peças, aos procedimentos de atendimento, à limpeza, aos procedimentos de reparação, etc.

As vantagens de uma oficina organizada são as seguintes:

- aumento da rentabilidade do trabalho;
- redução do tempo por serviço;
- Aumento da segurança no trabalho;
- Redução de custos;
- Melhor ambiente no trabalho;
- Equipa mais motivada;
- Melhor controlo do serviço;

5 OS "DADOS" SÃO OURO

As informações que recolhem dos nossos clientes, no momento da intervenção que é efetuada ao carro, são fundamentais para no futuro man-



COM O APOIO:



ter a relação com esse mesmo cliente. Recolha toda a informação possível sobre o seu cliente bem como sobre o seu carro e a utilização que o cliente faz do mesmo.

Esses mesmos dados, desde que convenientemente trabalhados permitem que uma oficina siga o rasto do seu cliente (nomeadamente do seu carro) e assim potenciar no futuro mais visitas à oficina.

Diz-se que os dados são os petróleo do futuro, e isso tem a ver com conhecimento. Os dados permitem exatamente isso, conhecer melhor o cliente e, com isso, estabelecer uma relação duradoura com o mesmo.

6º CONSULTOR DO CLIENTE

A grande maioria dos automobilistas não percebe rigorosamente nada de automóveis. Sempre que se deslocam a uma oficina vão desconfiados que provavelmente podem vir a ser incorretamente esclarecidos. Mais do que mecânico, rececionista ou outra coisa qualquer, seja o consultor do cliente. O que faz o consultor do cliente? Em primeiro lugar tem que ter paciência para ouvir o cliente, falar com ele e ficar com a certeza de que fica na posse de todas as informações que o cliente pretendia transmitir.

Depois, reportará para o cliente, durante a manutenção / reparação, as informações pertinentes para que ele saiba e tenha conhecimento daquilo que a oficina está a fazer no seu automóvel. O cliente sente-se envolvido e isso traduz-se em mais confiança. Quando o cliente for buscar o seu automóvel à oficina, explique, ao detalhe, tudo aquilo que foi realizado e tudo aquilo que poderá vir a ser feito no futuro.

7º TRABALHAR A PARES

Está provado que em muitas operações oficinais dois mecânicos con-

seguem efetuar a manutenção de um veículo em menos de metade do tempo do que fosse realizada apenas por um mecânico. Muitos mecânicos não gostam de partilhar o trabalho, mas o trabalho em grupo e partilhado é na maioria das vezes muito mais rentável para a oficina.

Logicamente que essa gestão tem que ser feita caso a caso, e está dependente do número de mecânicos numa oficina.

8º ESPECIALIZAÇÃO

Equacione a especialização na sua oficina. Muitas oficinas seguiram o caminho da especialização e não existe registo de que se tenham arrependido. Querer fazer tudo para todo o tipo de carros não é possível a nenhuma oficina, pois isso exigia meios técnicos infundáveis e um investimento enorme. A especialização por marca ou grupo, ou por tipologia de serviço é cada vez mais comum nas oficinas de mecânica.

9ª IMPORTÂNCIA DA IMAGEM

Se pertencer a alguma rede oficial minimamente estruturada, parte desta questão poderá estar resolvida. A imagem que uma oficina projeta para o exterior pode dizer muito sobre a sua organização.

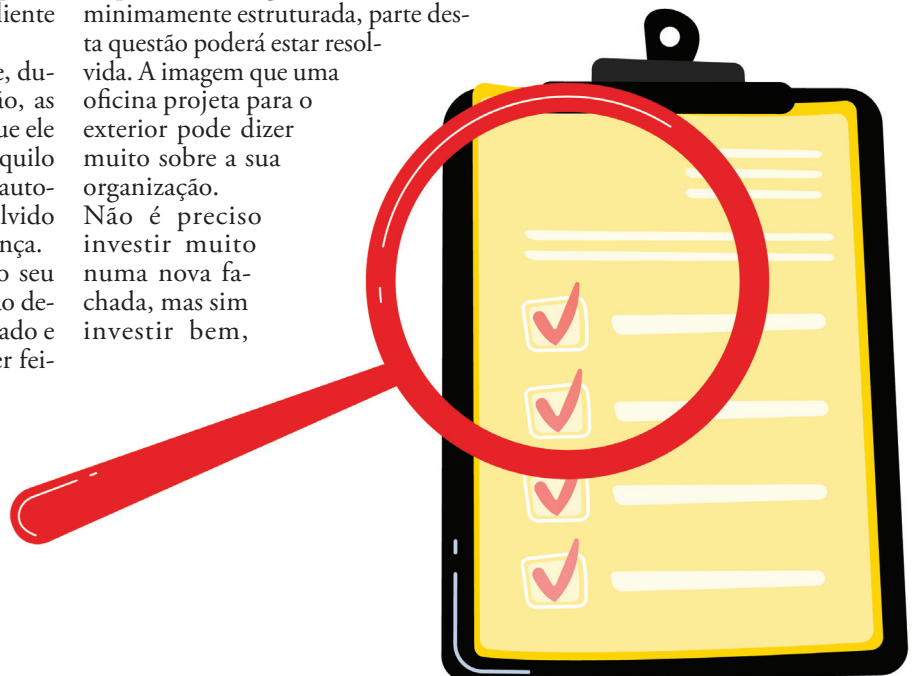
Não é preciso investir muito numa nova fachada, mas sim investir bem,

isto é, ter uma imagem exterior limpa e lavada, onde conste o nome da oficina e todos os serviços onde a oficina é especializada.

Muito importante: não deixe carros “acumulados” na frente da sua oficina, nomeadamente aqueles que estão algum tempo à espera de reparação ou manutenção, pois isso transmite desorganização para o cliente.

10º SUSTENTABILIDADE

Esta palavra pode parecer muito moderna e atual, mas muitas oficinas já tem política de sustentabilidade dentro das suas portas. A forma como gere os resíduos (e numa oficina são mesmo muitos) indica o respeito que a oficina tem pelo meio ambiente. O cliente está cada vez mais sensibilizado para as questões da sustentabilidade assim como, por exemplo, as empresas que fabricam as peças e, de uma forma geral, toda a indústria que está associado ao pós-venda. Aproveite bem esta oportunidade, que se irá tornar cada vez mais importante no futuro, e não se esqueça de informar os clientes de que é uma empresa sustentável.



TAREFAS DE UM BOM GESTOR OFICINAL

1. Respeitar e confiar na sua equipa:

Manter o respeito, ética e reconhecimento junto da sua equipa. A sua equipa é a sua “cara”.

2. Saber ouvir e orientar:

Ouvir atentamente as sugestões e questões da sua equipa para poder analisar as informações e transmitir de forma transparente as melhores orientações em busca dos resultados desejados.

3. Ter empatia:

Entender a sua equipa, os seus valores pessoais, dificuldades e triunfos existentes e contribuir para o crescimento de todos.

4. Ser motivado:

Ser resistente à frustração, saber persistir nos objetivos e ideais traçados.

5. Saber dar e receber feedback:

Dar feedback de forma a contribuir para o desenvolvimento da sua equipa e também deve ser tolerante e humilde para ouvir o feedback, o qual poderá conter comentários que nem sempre são agradáveis.

6. Saber motivar a atingir os resultados:

Estar ciente de que os objetivos são muito desafiadores e desta forma ter um dom de comunicação para motivar a sua equipa e dar o exemplo em busca de metas.

7. Ser inovador:

Procurar novas formas de realizar as tarefas existentes para que permaneçam atrativas e proporcionem maior satisfação durante o trabalho de todos os envolvidos.

8. Ser flexível:

Saber quando “apertar” e “soltar” o “nó”. Precisa ser respeitado e não temido. Deve saber lidar com a autoridade que possui, porém mantendo o seu respeito com a equipa.

9. Ser um bom estratega:

Planear as ações do dia, semana e mês, identificar as dificuldades encontradas pela sua equipa, ações realizadas e alternativas para obter maior resultado em menos tempo e com mais qualidade.

10. Saber delegar:

Distribuir as tarefas de forma consistente e segura. Deve saber delegar e confiar na sua equipa e naqueles que assumiram as responsabilidades que delegou.

