

MotoFocus.pl - dział badania rynku i opinii

MotoFocus.pl jest polską firmą badawczą specjalizującą się w badaniach rynku motoryzacyjnego. Już od blisko 10 lat przeprowadzamy badania marketingowe oraz sondaże opinii publicznej związane z rynkiem motoryzacyjnym. Tak mocna specjalizacja powoduje, iż nasze raporty i analizy uwzględniają wszystkie aspekty rynku przez co ich jakość spełnia najwyższe standardy.

- ciągle rozwijamy naszą ofertę, wprowadzając innowacyjne rozwiązania technologiczne
- do potrzeb naszych klientów podchodzimy indywidualnie
- działamy w zgodzie z etyką zawodową i najwyższymi standardami branży badawczej
- dokładamy wszelkich starań, aby współpraca z nami była miłym doświadczeniem interpersonalnym
- oferujemy klientom możliwość zakupu badań międzynarodowych

MotoFocus.pl - to nowoczesne rozwiązania w badaniach marketingowych

ZESPÓŁ

W MotoFocus.pl znajdują Państwo doświadczonych, kreatywnych, pełnych entuzjazmu i zaangażowania badaczy o nowatorskim podejściu do badań rynku i opinii. Nasi pracownicy łączą wiedzę z przygotowaniem marketingowym, socjologicznym i psychologicznym, dlatego też nawet najtrudniejsze problemy metodologiczne umieją przełożyć na zrozumiały język.

BADANIA SYNDYKATOWE

Badania syndykatowe to autorskie projekty MotoFocus.pl. Są to badania realizowane regularnie, co sprawia, iż posiadamy bardzo szeroką wiedzę na temat poszczególnych grup produktowych, warsztatów niezależnych, sieci warsztatowych. Dzięki temu mamy możliwość obserwowania trendów i zmian w badanych zagadnieniach. Raporty z badań syndykatowych, w przeciwieństwie do raportów ad hoc, nie są sprzedawane na wyłączność jednego klienta, przez co ich cena jest dostępniejsza, a zakres badania szerszy.

BADANIA AD HOC

MotoFocus.pl oferuje badania tzw. szyte na miarę i dostosowane do indywidualnych potrzeb każdego klienta. Zapewniamy współpracę z Państwem na każdym etapie procesu badawczego.

Nie ograniczamy się tylko do dostarczenia gotowych wyników badań, ale służymy również poradą ekspercką, przygotowujemy analizy oraz jesteśmy nastawieni na rozwiązywanie Państwa problemów.



WPROWADZENIE

□ CEL RAPORTU

Celem niniejszego raportu jest ukazanie zmian jakie zaszły przez ostatni rok w warsztatach i sklepach motoryzacyjnych. Miniony rok był trudny dla wielu przedsiębiorstw z powodu ogólnoswiatowego kryzysu, który dotęgnę również branżę motoryzacyjną. Nasz raport przedstawia skutki kryzysu oraz zmagania warsztatów i sklepów motoryzacyjnych z trudnościami związanymi z pogorszeniem się stanu gospodarki w kraju.

Zawarte w raporcie informacje z pewnością będą bardzo przydatne i pomocne zarówno w planowaniu działań sprzedażowych jak i marketingowych związanych zarówno z ofertą wyposażenia warsztatów, jak również części oferowanych przez dystrybutorów.

□ ZASTOSOWANIE RAPORTU

Raport skierowany jest do szerokiego grona odbiorców, począwszy od prezesów i dyrektorów firm, po osoby kierujące działami handlowymi, jak również do przedstawicieli handlowych odpowiedzialnych za sprzedaż.

□ METODOLOGIA BADANIA

Badanie ilościowe zostało przeprowadzone we wrześniu 2009 roku. Wywiady zostały zrealizowane przy pomocy ankiety drukowanej na grupie 1209 reprezentantów warsztatów samochodowych. Wszystkie przypadki głosowań nieobiektywnych zostały wyeliminowane.

Należy podkreślić, iż firma MotoFocus przeprowadziła podobne badanie w 2008 roku, dlatego możliwe jest porównywanie wyników w latach 2008 -2009, co powoduje, iż uzyskujemy pełen obraz zmian jakie zaszły w 2009 roku w warsztatach i sklepach motoryzacyjnych, a należy pamiętać, iż rok 2009 to czas ogólnoswiatowego kryzysu gospodarczego, który szczególnie mocno dotknął motoryzację. Czy zatem warsztaty w Polsce również odczuły skutki załamania gospodarczego ?

□ UŻYTE OKREŚLENIA

Zmienna niezależna - jej określona wartość bezpośrednio wpływa na wartość innych zmiennych

Zmienna zależna - jej wartość wynika bezpośrednio z kształtu zmian wartości innej zmiennej

Korelacja - współzależność pomiędzy dwiema zmiennymi. Zmiana wartości jednej ze skorelowanych zmiennych pociąga za sobą zmianę wartości drugiej

Warsztat IAM – independent aftermarket – warsztat niezależny

Warsztat OES – original equipment service – warsztat autoryzowany

Warsztat ze sklepem – warsztat niezależny wraz z punktem sprzedaży detalicznej części zamiennych

Wszystkie wskazania - oznacza wszystkie czynniki wskazane przez respondentów

Pierwsze wskazanie – najważniejsze kryterium dla respondenta



SPIS TREŚCI

1. STRUKTURA PRÓBY BADAWCZEJ

- 1.1 Struktura badanej próby wg zmiennej - rodzaj wykonywanej działalności
- 1.2 Struktura badanej próby wg zmiennej - forma organizacyjna
- 1.3 Struktura badanej próby wg zmiennej - zajmowane stanowisko
- 1.4 Struktura badanej próby wg zmiennej - przynależność do sieci warsztatowej

CZĘŚĆ I - WYPOSAŻENIE WARSZTATÓW

1. POWIERZCHNIA WARSZTATÓW

2. POSIADANIE BIURA OBSŁUGI KLIENTA

3. PARKING PRZED WARSZTATEM

3. 1 Rodzaj parkingu

3. 2 Pojemność parkingu

4. WYPOSAŻENIE WARSZTATÓW W STANOWISKA NAPRAWCZE

5. URZĄDZENIA ZNAJDUJĄCE SIĘ W WARSZTACIE

CZĘŚĆ II - FUNKCJONOWANIE WARSZTATÓW

1. ZAKRES ŚWIADCZONYCH USŁUG

1.1 Zakres świadczonych usług – porównanie do roku 2008

2. NAPRAWIANE MARKI SAMOCHODÓW - SPECJALIZACJA WARSZTATU

3. POSIADANIE SAMOCHODU ZASTĘPCZEGO DLA KLIENTÓW WARSZTATU

4. ODBIÓR I DOSTARCZANIE SAMOCHODÓW KLIENTÓW WARSZTATU

5. POSIADANIE MAGAZYNU CZĘŚCI ZAMIENNYCH

6. POWIERZCHNIA MAGAZYNU

7. WARTOŚĆ ZAPASÓW MAGAZYNOWYCH

8. ŚREDNIA ILOŚĆ KLIENTÓW W WARSZTACIE

9. ŚREDNI KOSZT ROBOCZOGODZINY



SPIS TREŚCI

- 10. ŚREDNI KOSZT ROBOCZOGODZINY A RODZAJ FIRMY
 - 10.1 Średni koszt roboczogodziny w warsztacie niezależnym – lata 2008/2009
 - 10.2 Średni koszt roboczogodziny w serwisie autoryzowanym (ASO) – lata 2008/2009
- 11. KOMPUTER W WARSZTACIE - ZAKRES KORZYSTANIA
- 12. RODZAJ WYKORZYSTYWANYCH KATALOGÓW
- 13. DLACZEGO WARTO PRZYSTĄPIĆ DO SIECI WARSZTATOWEJ?
- 14. FUNKCJONOWANIE NA RYNKU - OKRES PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI
- 15. GODZINY PRACY WARSZTATU
 - 15.1 Godziny otwarcia i zamknięcia warsztatu od poniedziałku do piątku
 - 15.2 Godziny otwarcia i zamknięcia warsztatu w soboty

CZĘŚĆ III - DOSTAWCY I ZAOPATRZENIE W CZĘŚCI

- 1. KRYTERIA WYBORU DOSTAWCY CZĘŚCI
- 2. CZYM SIĘ KIERUJESZ PRZY ZAKUPIE CZĘŚCI EKSPLOATACYJNYCH
- 3. CZYM SIĘ KIERUJESZ PRZY ZAKUPIE CZĘŚCI ZAAWANASOWANYCH TECHNICZNIE
- 4. GDZIE DOKONYWANE SĄ ZAKUPY CZĘŚCI
- 5. PROCENT ZAKUPÓW W POSZCZEGÓLNYCH KANAŁACH DYSTRYBUCJI
 - 5.1 Procent zakupów w poszczególnych kanałach dystrybucji w latach 2008 - 2009
- 6. CZĘSTOTLIWOŚĆ DOSTAW CZĘŚCI
 - 6.1 Częstotliwość zaopatrzenia a rodzaj działalności
- 7. ŚREDNI MIESIĘCZNY OBRÓT CZĘŚCIAMI ZAMIENNYMI
- 8. SPOSOBY ZAMAWIANIA CZĘŚCI
- 9. CZY KLIENT SAM DOSTARCZA CZĘŚCI DO WARSZTATU



SPIS TREŚCI

CZĘŚĆ IV - WARSZTATY W ASPEKTCIE LUDZKIM

1. MOTYWACJA DO ZAŁOŻENIA FIRMY
2. MOTYWACJA DO PRACY
3. ILOŚĆ ZATRUDNIONYCH PRACOWNIKÓW
 - 3.1 Ilość osób zatrudnionych a ilość klientów dziennie
4. STOSUNEK I METODY ZWIĘKSZANIA KWALIFIKACJI WŁASNYCH I PERSONELU
5. STOSUNEK DO PRACOWNIKÓW I ATMOSFERY W PRACY
 - 5.1 Stosunek do atmosfery w pracy
 - 5.2 Stosunek do pracowników
6. KLUCZ DO SUKCESU W PROWADZENIU WARSZTATU
7. KONKURENCJA POMIĘDZY WARSZTATAMI
8. PROBLEMY ZWIĄZANE Z WYKONYWANYM ZAWODEM
 - 8.1 Problemy związane z wykonywanym zawodem a zajmowane stanowisko
9. ZAINTERESOWANIE BEZPŁATNĄ POCZTĄ E-MAIL

WNIOSKI Z RAPORTU

KONTAKT

SPIS TABEL, WYKRESÓW I DIAGRAMÓW



ZASTRZEŻENIA

Poniższe opracowanie nie może być odsprzedane ani kopiowane w całości lub w części. Nie może być udostępniane publicznie ani wykorzystywane w celach zarobkowych bez uprzedniej pisemnej zgody firmy MotoFocus. Powyższe stwierdzenie jest zgodne z ustawą z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim (Dziennik Ustaw Nr 24, poz. 83 z późniejszymi zmianami). Wyjątkiem jest wykorzystywanie tych materiałów podczas szkoleń dla klientów (z zaznaczeniem źródła). Materiały zostały przygotowane z najwyższą starannością, zgodnie z najlepszą wiedzą. Wyrażone w raporcie opinie są naszą oceną wynikającą z uzyskanych wyników badań oraz z wieloletnich doświadczeń.



MotoFocus.pl

05-075 Warszawa
ul. Warszawska 55 lok 85

www.motofocus.pl



Odpowiedzi na dodatkowe pytania udzielą:

Alfred Franke

Dyrektor działu analiz rynku

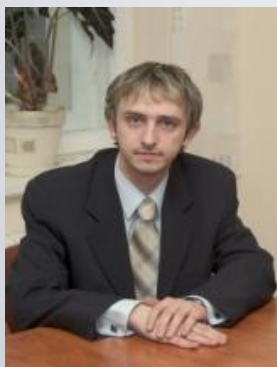
e-mail: alfred.franke@motofocus.pl
Tel. +48 607 670 977



Marcin Nowak

Dyrektor ds. badań rynku

e-mail: marcin.nowak@motofocus.pl
Tel. +48 609 186 810



Barbara Rogala

Specjalista ds. marketingu

e-mail: barbara.rogala@motofocus.pl
Tel. +48 609 186 819

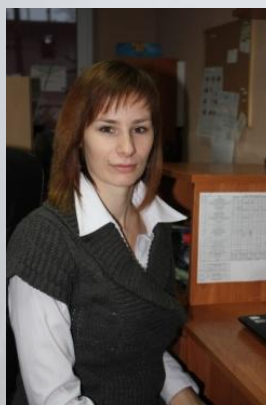


Tabela 1 Struktura próby badawczej wg przynależności do sieci – lata 2008/2009

Tabela 2 Ilość stanowisk znajdujących się w warsztacie

Tabela 3 Zakres świadczonych usług

Tabela 4 Powierzchnia magazynu – lata 2008/2009

Tabela 5 Wartość zapasów magazynowych - 2008/2009 r.

Tabela 6 Średnia ilość klientów dziennie

Tabela 7 Rodzaj wykorzystywanych Katalogów

Tabela 8 Dlaczego warto przystąpić do sieci warsztatowej?

Tabela 9 Godziny pracy warsztatu – od poniedziałku do piątku

Tabela 10 Godziny otwarcia warsztatu - soboty

Tabela 11 Godziny zamknięcia warsztatu - soboty

Tabela 12 Kryteria wyboru dostawcy części na przestrzeni lat 2008/2009

Tabela 13 Gdzie dokonywane są zakupy części?

Tabela 14 Procent zakupów w poszczególnych kanałach dystrybucji

Tabela 15 Procent zakupów w poszczególnych kanałach dystrybucji – lata 2008/2009

Tabela 16 Przybliżony miesięczny obrót częściami zamiennymi

Tabela 17 Sposoby zamawiania części

Tabela 18 Problemy związane z wykonywanym zawodem

SPIS DIAGRAMÓW

Diagram 1 Struktura próby badawczej wg rodzaju wykonywanej działalności

Diagram 2 Struktura próby wg zajmowanego stanowiska

Diagram 3 Czy posiadasz biuro obsługi klienta?

Diagram 4 Rodzaj parkingu przed warsztatem

Diagram 5 Pojemność parkingu

Diagram 6 Czy naprawiasz wszystkie marki samochodów?

Diagram 7 Czy posiadasz samochód zastępczy dla klientów warsztatu?

Diagram 8 Czy odbierasz i dostarczasz samochody klientów?

Diagram 9 Czy posiadasz magazyn części zamiennych?

Diagram 10 Średnia ilość klientów warsztatu

Diagram 11 Średni koszt roboczogodziny

Diagram 12 Średni koszt roboczogodziny a rodzaj firmy

Diagram 13 Rodzaj wykorzystywanych katalogów

Diagram 14 Czym się kierujesz przy zakupie części eksploatacyjnych?

Diagram 15 Czym się kierujesz przy zakupie części złożonych?

Diagram 16 Forma (częstotliwość) zaopatrzenia w części

Diagram 17 Czy klient sam dostarcza części do warsztatu?

Diagram 18 Motywacja do założenia firmy

Diagram 19 Motywacja do pracy

Diagram 20 Ilość zatrudnionych pracowników

Diagram 21 Stosunek do atmosfery w pracy

Diagram 22 Stosunek do pracowników

Diagram 23 Klucz do sukcesu w prowadzeniu warsztatu

Diagram 24 Problemy związane z w wykonywanym zawodem a zajmowane stanowisko

Diagram 25 czy jesteś zainteresowany/a bezpłatną pocztą e-mail?



SPIS WYKRESÓW

- Wykres 1 Struktura próby badawczej wg formy organizacyjnej*
- Wykres 2 Struktura próby badawczej wg formy organizacyjnej – lata 2008/2009*
- Wykres 3 Struktura próby wg przynależności do sieci warsztatowej – lata 2008/2009*
- Wykres 4 Powierzchnia warsztatów – 2009 r.*
- Wykres 5 Powierzchnia warsztatów – 2008 r.*
- Wykres 6 Wyposażenie warsztatów w stanowiska naprawcze*
- Wykres 7 Wyposażenie warsztatów w stanowiska naprawcze – rozkład do 3 stanowisk*
- Wykres 8 Urządzenia znajdujące się w warsztacie*
- Wykres 9 Zakres świadczonych usług*
- Wykres 10 Zakres świadczonych usług – odniesienie do 2008 roku*
- Wykres 11 Powierzchnia magazynu – porównanie z rokiem 2008*
- Wykres 12 Wartość zapasów magazynowych – na przestrzeni lat 2008/2009*
- Wykres 13 Średni koszt roboczogodziny w warsztacie niezależnym – lata 2008/2009*
- Wykres 14 Średni koszt roboczogodziny w serwisie autoryzowanym (ASO) – lata 2008/2009*
- Wykres 15 Zakres wykorzystywania komputera w warsztacie*
- Wykres 16 Powody, dla których warto przystąpić do sieci warsztatowej*
- Wykres 17 Okres prowadzenia działalności*
- Wykres 18 Godziny otwarcia warsztatu – od poniedziałku do piątku*
- Wykres 19 Godziny zamknięcia warsztatu – od poniedziałku do piątku*
- Wykres 20 Godziny otwarcia warsztatu – soboty*
- Wykres 21 Godziny zamknięcia warsztatu – soboty*
- Wykres 22 Kryteria wyboru dostawcy części*
- Wykres 23 Miejsce zakupu części*
- Wykres 24 Procent zakupów w poszczególnych kanałach dystrybucji*
- Wykres 25 Częstotliwość zaopatrzenia w latach 2008/2009*
- Wykres 26 Częstotliwość zaopatrzenia a rodzaj firmy – 2009 r.*
- Wykres 27 Częstotliwość zaopatrzenia a rodzaj firmy – 2008 r.*
- Wykres 28 Średni miesięczny obrót częściami zamiennymi*
- Wykres 29 Sposoby zamawiania części*
- Wykres 30 Ilość zatrudnionych pracowników a ilość klientów dziennie*
- Wykres 31 Stosunek i metody zwiększania kwalifikacji własnych i personelu*
- Wykres 32 Konkurencja między warsztatami*
- Wykres 33 Problemy związane z wykonywanym zawodem*

