



AFTERMARKET



#OFFICINEORIGINALI

CONSIGLI ORIGINALI PER AIUTARE IL TUO BUSINESS

SUGGERIMENTI UTILI
PER IL SUCCESSO DELLA
TUA OFFICINA



C O N T E N U T I

3

INTRODUZIONE

4

7 QUALITÀ DI LEADERSHIP
CHE AIUTANO
A RENDERE UN'OFFICINA DI
SUCCESSO

6

QUANDO DOVRESTE
PRENDERE
IN CONSIDERAZIONE
L'APERTURA DI UNA
SECONDA OFFICINA?

8

SUCCESSO DI
UN'OFFICINA: NON
SEGUITE SOLO LA VOSTRA
PASSIONE, FOCALIZZATEVI
SUI VOSTRI PUNTI
DI FORZA

10

8 MODI DI RISPARMIARE
SUI COSTI E AUMENTARE
I PROFITTI DELLA
VOSTRA OFFICINA

12

SEI MODI PER OTTENERE
I MASSIMI RISULTATI DAL
TEAM E RAFFORZARE IL
PROPRIO BUSINESS

15

CHE COSA VOGLIONO
DAL LAVORO LE VARIE
GENERAZIONI E COME
TRATTENERE I GIOCATORI
MIGLIORI

17

MANTENERE I MECCANICI
AGGIORNATI E FARE IN
MODO CHE I CLIENTI
RITORNINO

20

QUATTRO MODI PER
MANTENERE NEL TEAM
LA SERENITÀ
(E PRODUTTIVITÀ)



INTRODUZIONE

Questo eBook tratta un argomento che è sempre stato, e sempre sarà, fondamentale per le officine e per tutte le attività commerciali in genere: come raggiungere e mantenere il successo aziendale. Sono molti i fattori che condizionano il successo aziendale: dalle decisioni pratiche da prendere per gestire la propria attività agli aspetti più emotivi, legati a come affrontare il lavoro dal punto di vista mentale. E qui puoi trovare validi spunti e idee su questi ed altri argomenti.

Questo libro offre consigli utili per riconoscere, sviluppare e incoraggiare le caratteristiche di leadership, suggerimenti su come prendere la decisione giusta se stai pensando di aprire una seconda officina e molto altro ancora. Ogni cosa è collaudata e verificata. Noi conosciamo questo tipo di attività perché parliamo quotidianamente con installatori e titolari di officine; molti degli spunti che leggerai qui sono tratti proprio dalle conversazioni che abbiamo ascoltato o dai commenti che abbiamo letto. Qui puoi trovare davvero ottime idee. Dai un'occhiata, siamo certi che troverai più di una soluzione adatta a te.



7 QUALITÀ DI LEADERSHIP CHE AIUTANO A RENDERE UN'OFFICINA DI SUCCESSO

Molti titolari di un'officina di autoriparazione l'hanno aperta perché hanno la passione per le automobili, non perché sono esperti imprenditori. Ma man mano che l'attività cresce, arrivano a comprendere come gestire gli affari e diventano dei veri manager, grazie all'esperienza acquisita giorno per giorno.

Essere dei meccanici vi dà un vantaggio nel mondo degli affari perché vi insegna a risolvere i problemi. Sfruttate pienamente questa vostra abilità e potrete diventare dei perfetti team / business leader.

Qui trovate sette cose da fare durante il vostro lavoro quotidiano che avvantaggeranno sia voi che l'officina e vi aiuteranno a diventare un leader naturale.

1. Sporcatevi le mani

A volte pensiamo erroneamente ai leader come grandi visionari che hanno sempre idee sorprendenti da trasmettere agli altri per essere realizzate. In realtà, le grandi idee arrivano da persone di ogni livello. I migliori leader non sono dei 'geni'; sono dei 'costruttori' e dei 'facilitatori' che creano una cultura che comprende sia il duro lavoro che le idee. Per sviluppare questo tipo di cultura all'interno dell'officina è necessario dare un'impronta attraverso il proprio atteggiamento personale e le proprie azioni.





2. Credete in voi stessi

Un meccanico affronta e risolve sfide quotidianamente - ogni cliente che entra in officina (a meno che non venga per una revisione o un servizio di routine) ha qualche tipo di problema con il proprio veicolo. A volte le soluzioni sono semplici; spesso, tuttavia, sono problemi complessi che il cliente fatica a descrivere, come "Qualcosa che non va nel motore" o "Sento un rumore strano quando accelero."

Da meccanico quale siete, avete imparato che, in un modo o nell'altro, arriverete sempre alla soluzione del problema. Se mantenete questo atteggiamento, sarete considerati dei leader e se siete (o desiderate essere) dei responsabili di officina, potete applicare questo stesso tipo di approccio alle sfide riguardanti il business.

3. Rimanete focalizzati

È nella natura umana avere un po' di paura e di ansia quando le cose vanno male, ma i grandi leader sono coloro che mantengono la mente lucida anche quando le cose vanno male. Non è semplice ed è un'abilità che va acquisita e sulla quale dovete lavorare, ma è comunque un'abilità che può essere affinata e coltivata. Un modo per farlo è chiedersi, quando si affrontano delle sfide, quali sono le due cose principali da considerare prioritarie? Quindi decidete quale sia il modo migliore per organizzare la vostra squadra e risolvere il problema. Come disse una volta Steve Jobs, il co-fondatore di Apple: "Decidere cosa non fare è importante quanto decidere cosa fare." Di fronte a un problema, non perdetevi troppo tempo. Fate un respiro profondo. Concentratevi sull'unica cosa che potete fare immediatamente e che avrà il maggiore impatto. E quando ciò sarà fatto, applicate lo stesso metodo ancora e ancora fino a quando il problema non sarà risolto.

4. Create una buona squadra intorno a voi

Per quanto voi possiate avere talento come meccanici, per quanto voi siate bravi come leader, la vostra efficacia sarà sempre limitata se non avrete persone capaci intorno a voi. I grandi leader capiscono in quale ambito operano e sanno quale direzione deve prendere la loro azienda - questo consente loro di formare una squadra attorno a loro che punta sui punti di forza delle persone per una reciproca complementarietà. Forse avrete già sentito questa frase: 'L'insieme è maggiore della somma delle parti'.

5. Restate positivi

Non dovete iniziare ogni giornata lavorativa in officina con un discorso motivante e stimolante, ma un leader dovrebbe sempre cercare di essere positivo. Se siete i leader di una squadra, o se fate parte di una forza lavoro che vuole affinare le proprie capacità di leadership, dovrete cercare di motivare i vostri colleghi e mantenere alto il morale del personale - gli studi della Warwick University hanno dimostrato che le persone felici sono il 12% più produttive.

6. Delegate

La capacità di delegare efficacemente le attività alle persone giuste all'interno del vostro team garantirà che la vostra officina funzioni senza intoppi e, soprattutto, questo vi consentirà di avere più tempo da dedicare ad organizzare la vostra squadra in modo più efficace: dovrete evitare di impantanarvi in attività meno importanti. Ciò significa che dovrete considerare attentamente chi c'è nel vostro gruppo di lavoro - avete delle persone alle quali potete delegare in maniera efficace, se ciò fa parte della vostra strategia di reclutamento?

7. Comunicate efficacemente

Infine, per essere leader di successo, dovete essere in grado di comunicare chiaramente i vostri pensieri, le vostre idee e le vostre disposizioni - il vostro team non sarà in grado di seguirvi se non siete chiari su cosa state chiedendo loro di fare. Le persone capiscono meglio quando le prendete da parte e parlate con loro uno ad uno. Chiedete alla persona di confermarvi di aver compreso la richiesta, questo vi permetterà di essere sicuri che il compito assegnato è stato capito veramente.

Che siate già dei team leader o che vogliate diventarlo in futuro, c'è molto da guadagnare sviluppando qualità di leadership - sia per voi che per il vostro business.





QUANDO DOVRESTE PRENDERE IN CONSIDERAZIONE L'APERTURA DI UNA SECONDA OFFICINA?

Se state pensando di aprire una seconda officina, complimenti! Anche il solo fatto di pensarci significa che avete già lanciato e gestito con successo la vostra officina, costruito una base di clienti stabile e gestito bene le vostre finanze.

Per ripetere questo successo e portare avanti tutte queste esperienze positive, dovete essere sicuri che la vostra attività sia pronta per avere una seconda sede. Iniziate ponendovi le seguenti domande:

1. L'officina esistente è diventata troppo piccola per gestire i vostri clienti?
2. Esiste un mercato al di fuori della vostra attuale sede?
3. Avete abbastanza soldi per finanziare una nuova officina?
4. Il vostro stile di vita vi permette di investire ulteriore tempo per le cose che saranno necessarie?
5. La seconda sede della vostra officina aumenterà le entrate e i guadagni complessivi?

Se la risposta alla maggior parte di queste domande è "sì", allora questo potrebbe essere il momento giusto per aprire una seconda officina. Richiederà del tempo e del capitale, ma se pianificate tutto attentamente potrà essere un'iniziativa estremamente gratificante.

Scegliete la posizione giusta

Il fatto che ora la vostra officina stia prosperando significa che la prima volta avete scelto una buona posizione. Ripensate alle valutazioni che avete fatto allora e applicatele nuovamente. Elencate le potenziali ubicazioni, poi conducete una piccola ricerca di mercato per vedere quale tra queste ha le maggiori possibilità di successo. Questa ricerca di mercato può includere la ricerca dei dati demografici, la verifica sulla competitività dell'officina all'interno dell'area e parlare con la gente del luogo per chiedere come pensano che l'area sia servita e che cosa, semmai, vorrebbero avere in più.

Pensate da dove arriveranno i vostri nuovi clienti, ad esempio, ci sono nelle vicinanze strutture commerciali dove gli impiegati potrebbero avere problemi con l'auto e quindi approfittare di un'officina disponibile durante la giornata lavorativa?

Un'altra opzione potrebbe essere quella di rilevare un'attività di autoriparazione già esistente. Cercate di vedere se ci sono officine in vendita nella zona in cui desiderate espandervi: questa opzione potrebbe aiutarvi con l'attrezzatura iniziale e l'allestimento; dovrebbe anche darvi accesso a un portafoglio clienti già esistente e potenzialmente ad uno o più meccanici dipendenti che potreste mantenere a lavorare per voi.



Sviluppate un piano di marketing

Iniziate pubblicizzando la vostra nuova seconda officina tramite i social media, l'email marketing e gli altri canali di comunicazione. Pianificate una data di inaugurazione, magari con offerte e buoni sconto per incentivare la partecipazione, promuovetela anche sui social media. Preparate un'offerta di lancio per le persone che verranno da voi nella prima settimana o nel primo mese; è probabile che le offerte vengano condivise sui social media, motivo per cui le campagne di referral (passaparola) funzionano bene per le aziende (trovate maggiori informazioni nei nostri blog sul Digital Marketing, ad esempio "Come utilizzare i media digitali e sociali per creare un semplice programma di referral").

Create un business plan

Se necessario, modellate il piano per la vostra nuova officina su quello che avete creato per la vostra prima sede.

Per quanto voi siate sicuri di sapere come funzionano le cose, dovrete preparare comunque un business plan. Vi sarà d'aiuto in diversi modi, soprattutto perché i finanziatori e gli investitori vorranno vederlo; se è ben fatto, li incoraggerà a sostenervi. Il piano dovrebbe spiegare perché ritenete che l'officina soddisfi le esigenze dei consumatori (facendo riferimento alla vostra analisi di mercato), contenere un elenco di prodotti e servizi che intendete offrire e un piano marketing. Dovrebbe anche includere le esigenze di finanziamento e le proiezioni finanziarie per la nuova officina. Siate realistici - ad esempio, se la nuova officina dispone solo di due ponti, questo limiterà i vostri possibili introiti giornalieri.

Impostate la contabilità

Man mano che la vostra attività cresce tra l'una e l'altra officina, potreste incorrere in qualche errore.

Per evitarlo e per mantenere la correttezza, separate le entrate e le uscite tra le diverse sedi delle attività commerciali. Ciò vi consentirà anche di monitorare in maniera chiara il successo di entrambe le sedi, vedere quanto va bene ciascuna di esse e quanti investimenti richiede ciascuna di queste.

Proteggete il capitale

In qualità di titolare di un' officina di successo, saprete che per guadagnare soldi servono soldi. Lo stesso vale per la vostra seconda officina, anche se questa volta avrete più flessibilità dal punto di vista finanziario perché avete già un flusso costante di entrate dalla vostra prima officina.

Fate un elenco di tutte le spese e verificate di aver incluso anche i costi nascosti, come le tasse e i permessi. Considerate le spese di avviamento più i costi attuali. Se ritenete che le entrate da sole non copriranno le spese della vostra seconda officina, prendete in considerazione il ricorso a capitale esterno tramite un prestito per piccole imprese (è qui che entra in gioco un buon business plan), il crowdfunding o un prestito da amici e familiari.

Assumete dipendenti

È tempo di delegare (date un'occhiata al nostro blog '7 qualità di leadership che aiutano a rendere un'officina di successo' in Successo Aziendale). Per quanto voi possiate essere esperti e motivati, non potrete condurre efficacemente l'officina se cercate di essere in due posti contemporaneamente.

Potrebbe essere necessario prendere in considerazione l'assunzione di un responsabile che condivida i vostri valori e che terrà d'occhio le operazioni quotidiane nella nuova officina. Avrete certamente bisogno di assumere un team con l'esperienza e l'attitudine necessarie per rendere la seconda officina di successo.

Quindi, siete ancora dell'idea che è arrivato il momento di aprire una seconda officina? Potrebbe essere un momento emozionante e molto proficuo per voi e, avendo riflettuto bene sul tipo di problemi di cui sopra, non c'è alcun motivo per cui una seconda officina non dovrebbe essere un grande successo. Buona fortuna!





SUCCESSO DI UN'OFFICINA: NON SEGUITE SOLO LA VOSTRA PASSIONE, FOCALIZZATEVI SUI VOSTRI PUNTI DI FORZA

Se vi sentite poco soddisfatti del lavoro che state facendo, non accontentatevi. Ci sono cose che potete fare per aumentare la vostra soddisfazione senza rimescolare le carte e ripartire con la vostra officina o la vostra carriera. Non basta pensare solo alla vostra passione, ma considerate anche i vostri punti di forza (e anche i punti di forza del vostro team).

A volte finiamo per svolgere mansioni che non vorremmo fare: magari le specifiche attività non ci soddisfano, la squadra intorno a noi ha il morale basso, o siamo impegnati in un lavoro che spesso è difficile o dà risultati negativi.

Una cosa che potete fare è vedere se state lavorando sfruttando i vostri punti di forza, cioè fare quelle cose che siete bravi a fare e vi divertono. Se siete responsabili o titolari di un'officina, dovrete fare la stessa riflessione per tutto il vostro team. E' possibile migliorare le prestazioni aziendali complessive puntando più sui punti di forza individuali?

Concentrarvi sui vostri punti di forza aiuterà voi (e il vostro team) a sentirvi meglio e più energici. Gli studi riportati da Psychology Today hanno dimostrato che la forza di carattere è associata a una serie di comportamenti salutari che includono la conduzione di una vita attiva, perseguire attività piacevoli e mangiare bene. Può anche aiutarvi a sentirvi più soddisfatti della vostra vita. Gli studi hanno dimostrato che le persone che sono soddisfatte della propria vita sono dei buoni problem-solvers, ottengono migliori prestazioni lavorative, tendono ad essere più resistenti allo stress e godono di una maggiore salute fisica - sono tutte proprietà di valore inestimabile che tutto il personale della vostra officina dovrebbe avere.

Psychology Today ha anche pubblicato degli studi che dimostrano come sfruttando i vostri punti di forza vi rende più sicuri. Il fatto di conoscere i propri punti di forza e utilizzarli è stato associato a una migliore autoefficacia, autostima, auto-accettazione e fiducia in sé stessi. La conclusione è chiara: le persone si sentono più soddisfatte e trovano un significato più ampio al proprio lavoro quando puntano sui propri punti di forza. Il risultato per la vostra azienda è che le prestazioni dei dipendenti saranno ottimizzate e le riparazioni saranno effettuate con la massima efficienza e qualità.

“L’analisi di Gallup rivela che le persone che sfruttano giornalmente i propri punti di forza riferiscono di avere tre volte più probabilità di avere un’eccellente qualità di vita, di essere sei volte più propense a lavorare, di avere l’8% in più di produttività e il 15% di probabilità in meno di lasciare il lavoro.”



Ecco un elenco con alcuni esempi di punti di forza, quali sono i vostri e quali sono i punti di forza dei componenti del vostro team? Elencarli può essere di aiuto, magari per singola persona.

- **Passione per l'apprendimento** – sa sempre come fare e ama usare la tecnologia più avanzata
- **Insegnamento / mentoring** – può condividere in maniera semplice ed efficace la conoscenza con gli altri
- **Entusiasmo / affabilità** – sempre sorridente, ama lavorare con gli altri; bravissimo con i clienti
- **Affidabilità** – non delude mai nessuno, fa sempre quello che dice di voler fare
- **Creatività** – pensa costantemente a nuove idee e nuovi modi di fare le cose; risolve i problemi in modo innovativo
- **Calma** – mantiene la mente lucida e aiuta a tenere tutti e tutto sotto controllo; sistema le cose prima che si trasformino in problemi
- **Pianificazione** – ha una visione generale delle cose; sa come gestire efficacemente tempo e risorse
- **Versatilità** – adattabile e sempre felice di intraprendere nuovi compiti e fare cose nuove
- **Dedizione** – fa sempre il possibile per rispettare le scadenze, non si ferma finché non ha terminato il lavoro

Una volta redatto l'elenco dei punti di forza, rispetto a questi potrete assegnare compiti specifici. Potrebbero essere attività esistenti già svolte: sono le persone più adatte a svolgerle? Oppure potrebbero essere nuove mansioni che contribuiranno a migliorare la produttività della vostra officina e l'incremento dell'attività.

Per esempio, avete qualcuno nella vostra squadra che potrebbe essere un perfetto mentore? Se nessuno è già impegnato in questa attività, potrebbe venire assegnata nel ruolo di responsabile della formazione di apprendisti / nuovi meccanici. Questo potrebbe essere un buon metodo per motivare la persona - lo troverebbe gratificante - e il nuovo meccanico sarebbe in grado di apprendere inestimabili capacità. Allo stesso modo, uno dei vostri meccanici è un pianificatore nato - potrebbe aiutare a gestire il flusso di lavoro all'interno dell'officina? Oppure, uno dei vostri meccanici ha

una mente digitale o creativa e potrebbe aiutarvi a scrivere dei contenuti su un blog o gestire i vostri social media?

I manager che si concentrano sui punti di forza delle persone piuttosto che sulle loro debolezze (quando creano una squadra) spesso riportano prestazioni di squadra migliorate e di maggiore successo. Gli studi hanno rilevato che i leader che si concentrano sui punti di forza dei collaboratori ottengono il vantaggio di un minor livello di rotazione del personale, livelli più elevati di produttività, clienti più soddisfatti e maggiore profitto.

Non dimenticate che i punti di forza possono anche cambiare nel tempo. Ad esempio, molti titolari di officine aprono officine di riparazione auto perché amano le auto, non perché sono esperti di impresa. Tuttavia, con la crescita del successo aziendale, cresce anche la loro esperienza e capacità imprenditoriale.





8 MODI DI RISPARMIARE SUI COSTI E AUMENTARE I PROFITTI DELLA VOSTRA OFFICINA

Siete occupati tutti i giorni, ci sono sempre vetture sui ponti e l'agenda è piena. Ma ciò non significa necessariamente che la vostra officina di autoriparazione sia redditizia come dovrebbe essere. Proprio come i budget familiari, anche il budget di un'officina può sfuggire di mano mentre siete impegnati a lavorare, e una revisione delle spese potrebbe portare a scoprire diverse opportunità di risparmio e idee che amplieranno i vostri margini di profitto.

Ecco una lista di problemi e idee che potreste prendere in considerazione per assicurarvi di utilizzare il vostro budget e il vostro tempo prezioso in modo più efficace.

1. Programmate

Assicuratevi che la vostra programmazione conceda tempo sufficiente per svolgere gli interventi sui veicoli in modo approfondito. Potrete farlo monitorando il lavoro svolto in precedenza e misurando il numero di riparazioni che i vostri meccanici possono eseguire in un giorno, quindi pianificate di conseguenza. Essere più redditizi non significa cercare di aumentare il tempo e aggiungere più prenotazioni; se avete troppe prenotazioni, allora potrebbero capitare degli errori e potreste scoprire che i clienti non rimarranno soddisfatti, il che significa che il lavoro richiederà il doppio del tempo rispetto a quanto pianificato.

2. Ispezionate i veicoli

Aggiungete un po' di tempo ad ogni intervento in modo che il meccanico possa esaminare ogni veicolo per eventuali ulteriori problemi. Se ne emergono, potrete mostrare la diagnosi al cliente che spesso vi darà il via libera a effettuare la riparazione. In generale, i clienti non ritengono che vi stiate approfittando di loro con una "vendita aggiuntiva" per un servizio non necessario, soprattutto se la vostra reputazione risulta buona e affidabile (consultate il nostro blog Servizio Clienti sui "10 consigli per fidelizzare i clienti e farli tornare") e spesso considerano che l'intervento aggiuntivo effettuato in questa occasione permetterà loro di risparmiare tempo e denaro nel lungo periodo. È più facile ottenere del lavoro aggiuntivo quando avete già il veicolo sul ponte, quindi questo è un buon metodo per aumentare i profitti in un modo che soddisfa tutti.





3. Staccate le attrezzature

Secondo Energy Star, viene consumato fino al 75% dell'elettricità quando i dispositivi non vengono utilizzati. Staccate le spine/ciabatte quando non sono in uso e assicuratevi che tutto quanto è possibile sia spento al termine della giornata.

4. Utilizzate prodotti di qualità di primo impianto

Acquistate solamente prodotti di qualità di primo impianto che sono equivalenti a quelli originali. Con TRW Aftermarket potete offrire ai vostri clienti componenti che migliorano sicurezza e prestazioni, realizzati secondo gli standard di qualità di primo equipaggiamento. Un'installazione rapida ed efficace di ricambi della migliore qualità renderà i vostri clienti soddisfatti e contribuirà a consolidare la vostra reputazione di officina di qualità.

5. Attenzione ai costi di elettricità

Un costo enorme per qualunque negozio, in particolare un'officina di autoriparazione, è rappresentato dall'elettricità. Al giorno d'oggi quello della luce è un mercato competitivo, quindi annotarsi di rivedere i costi e confrontare i prezzi su un sito internet di confronto prezzi è una buona idea. Cercate le migliori offerte e potreste potenzialmente risparmiare centinaia, se non migliaia di euro.

6. Fatevi pubblicità

Con un po' di tempo e senza costi, potete aumentare i guadagni promuovendo la vostra officina sui social media. Essere presenti sui social media è un ottimo sistema per restare in contatto con i vostri clienti e ricordare loro che potrebbero aver bisogno

di tornare per un servizio o per riparare un fastidioso problema del loro veicolo. Se riuscite a creare una presenza sui social media che appaia casuale e coinvolgente, svilupperete qualcosa di molto prezioso - una relazione quotidiana tra i clienti e la vostra officina. La prossima volta che avranno bisogno di una riparazione, la prima officina a cui penseranno sarà la vostra. (Per ulteriori dettagli, date uno sguardo al blog Marketing Digitale "10 consigli su come creare e gestire il vostro social media marketing").

7. Proponetevi alle aziende locali

Se nella vostra programmazione scoprite che c'è spazio per ulteriore lavoro (o se potete aumentare l'area di lavoro e aggiungere altri meccanici e ponti) perché non rivolgersi alle aziende locali per promuovere i propri servizi? Potreste proporvi a un pubblico di persone che lavorano nella vostra zona, per le quali sarebbe molto comodo andare al lavoro, lasciare a voi il proprio veicolo durante la giornata e tornare a casa con il veicolo già riparato. Potreste offrire uno sconto di lancio ai nuovi clienti, o anche uno sconto fisso alle imprese della zona, il che potrebbe bastare per farli tornare da voi il più spesso possibile.

8. Diversificate

Prendete in considerazione la possibilità di offrire servizi di livello più alto come il restauro di auto d'epoca; o magari prendete in considerazione la possibilità di distinguervi dalla concorrenza diventando leader nella manutenzione dei veicoli ibridi ed elettrici. Il mondo dell'auto sta cambiando e i veicoli elettrici sono qui per restare. Negli anni a venire ne vedrete entrare

nella vostra officina un numero sempre maggiore. Guardate al futuro, per essere pronti fin da ora a fornire un servizio adeguato e cogliere l'opportunità di crearvi un solido giro d'affari con l'assistenza ai veicoli del futuro. (Date uno sguardo al blog Fornitura Componenti "Come i produttori di componenti per auto possono aiutarvi a prepararvi per il futuro" e alla nuova gamma di pastiglie freno per veicoli elettrici di TRW)..

Rivedendo il modo in cui utilizzate il vostro tempo e il vostro budget, potete fare economia e concepire idee che aumenteranno i profitti e vi aiuteranno a costruire un business di successo.





SEI MODI PER OTTENERE I MASSIMI RISULTATI DAL TEAM E RAFFORZARE IL PROPRIO BUSINESS

Un'officina di successo – o meglio, qualsiasi attività di successo – si fonda su personale efficiente e motivato. Analogamente, attività meno redditizie non sono in genere riuscite a massimizzare il potenziale delle loro risorse umane. Pertanto, come fa un buon responsabile di officina a ottenere il meglio dal proprio team?

1. Saper ascoltare

Ascoltate le opinioni del personale che lavora in officina. Accogliete le loro idee anche se non siete in grado di metterle tutte in atto. Spesso si dice che le migliori risorse sono quelle umane e pertanto si dovrebbe prestare attenzione alle opinioni e alle idee del vostro team. Inoltre, il personale che lavora con voi da più tempo ha una maggiore conoscenza dell'attività e anche le sue idee avranno maggiori probabilità di essere accolte. Adoperatevi in ogni modo per aiutare il team a sentirsi a proprio agio nel portare avanti le proprie idee ed esprimere le proprie opinioni in un ambiente aperto. Se le loro idee talvolta non sono organizzativamente appropriate, ricordate loro quali sono gli obiettivi e i traguardi aziendali ed essi non solo si sentiranno ascoltati e apprezzati, ma anche meglio equipaggiati per contribuire al raggiungimento dei risultati.

2. Incoraggiare il team

Quando emergono buone idee, incoraggiate il team a portare avanti le iniziative che ne conseguono. I collaboratori ai quali vengono date fiducia e responsabilità in genere si sentono più soddisfatti, lavorano sodo e sono molto più motivati quando sentono che stanno offrendo un contributo all'azienda e che questo merito viene loro riconosciuto.

3. Non smettere mai di fare coaching

Ogni azienda valida investe tempo e denaro nel proprio team. Offrite ai membri del team l'opportunità di acquisire nuove conoscenze che li prepareranno al futuro. Ciò è tanto più importante nel settore dell'autoriparazione, ora che ci sono veicoli ibridi ed elettrici per i quali è richiesto l'apprendimento di nuove competenze per mantenere la redditività nel mondo automobilistico del futuro.

“Secondo le analisi condotte da Gallup, le persone che ogni giorno sfruttano i propri punti di forza presentano il 15% in meno di probabilità di lasciare il posto di lavoro.”

4. Non lesinare gratificazioni e riconoscimenti

Un buon lavoro merita il giusto riconoscimento. Anche una semplice “pacca sulla spalla” può essere un ottimo metodo di motivazione. Fate in modo di riconoscere non soltanto esempi di lavoro eccellente svolto dai membri del vostro team, ma anche comportamenti; un dipendente su cui si può sempre fare affidamento perché capace di offrire un servizio affidabile alla clientela e supporto ai colleghi rappresenta un ottimo esempio per l'azienda e contribuisce a una gestione più efficiente dell'officina.





5. Instaurare un rapporto di fiducia e rispetto

Date il buon esempio, perché i team funzionano al meglio quando credono di essere guidati da un capo che merita la loro fiducia e il loro rispetto. Guadagnatevi la fiducia e il rispetto del vostro team e darete loro la forza di remare assieme quando i tempi si fanno duri. Inoltre si sentiranno ispirati ad abbracciare gli stessi valori. Ciò è utile per l'azienda perché in vostra assenza il team lavorerà in armonia, in un'atmosfera di aperta collaborazione e comunicazione. Un team che condivide gli stessi valori saprà inoltre guidare meglio la nave anche quando il capitano non è a bordo.

6. Socializzare con il team

Migliorare lo spirito di squadra e le prestazioni del team aiuta le persone a conoscersi meglio. Organizzate un incontro per tutti i dipendenti dell'officina almeno una volta all'anno, meglio se più spesso. È noto come l'interazione sociale tra i membri di un team unisca le persone. Gli eventi sociali trasformano i colleghi in amici e le aziende in una squadra e noterete che i collaboratori, preoccupandosi gli uni degli altri, si impegneranno a fondo per ottenere reciprocamente il meglio, a vantaggio loro, vostro, del cliente e dell'azienda.

Conclusione

Attraverso l'ascolto, l'incoraggiamento, il coaching, la gratificazione, il buon esempio e aiutando i dipendenti a conoscersi meglio, costruirete una squadra forte, che è felice, efficiente, appassionata e motivata.



SEI MODI PER OTTENERE I MASSIMI RISULTATI DAL TEAM E RAFFORZARE IL PROPRIO BUSINESS

01 - SAPER ASCOLTARE

Ascolta le opinioni del personale che lavora nella tua officina. Prendi in considerazione le idee che ti vengono proposte anche se non puoi metterle tutte in atto.



02 - INCORAGGIARE IL TEAM

Quando emergono buone idee, incoraggia i membri della tua squadra a realizzarle.



03 - NON SMETTERE MAI DI INSEGNARE

Ogni azienda valida investe tempo e denaro nel proprio team. Offri continuamente ai membri del tuo team l'opportunità di acquisire nuove conoscenze che li prepareranno al futuro.



04 - NON LESINARE GRATIFICAZIONI E RICONOSCIMENTI

Un buon lavoro merita il giusto riconoscimento. Anche una semplice "pacca sulla spalla" può essere un ottimo metodo di motivazione.



05 - INSTAURARE UN RAPPORTO DI FIDUCIA E RISPETTO

Dai sempre il buon esempio, perché un team dà il meglio di sé quando i suoi membri sanno di essere guidati da un capo che merita la loro fiducia e il loro rispetto.



06 - SOCIALIZZARE CON IL TEAM

Organizza un incontro per tutti i dipendenti dell'officina almeno una volta all'anno, meglio se più spesso. È straordinario come l'interazione sociale tra i membri di un team riesca a unire le persone.



“Secondo le analisi condotte da Gallup, per le persone che ogni giorno sfruttano i propri punti di forza la probabilità di lasciare il posto di lavoro diminuisce del 15%.”

CHE COSA VOGLIONO DAL LAVORO LE VARIE GENERAZIONI E COME TRATTENERE I GIOCATORI MIGLIORI

Il XX secolo è stato un'epoca di grandi cambiamenti. C'è stata la rivoluzione automobilistica, il boom economico del dopoguerra, i radicali cambiamenti culturali degli anni Sessanta e Settanta e, infine, la rivoluzione informatica. Tutto ciò ha influenzato e contribuito a creare le tre diverse generazioni che lavorano nelle officine di oggi. Ma chi sono queste persone e che cosa le muove?

GENERAZIONE Z (nati dal 1997 in poi)

Comportamenti tipici:

- Avvezzi all'uso della tecnologia
- Flessibili e adattabili
- Bravi a condividere competenze



La generazione di persone nate dopo i millennial, meglio nota come generazione Z – ora in adolescenza o appena ventenni – ha assistito al cambiamento tecnologico più rapido mai visto dall'uomo, vedendo una tecnologia promettente sostituirne un'altra a una velocità impressionante. Il riconoscere che poche cose durano a lungo ha dato loro la voglia di sperimentare.

La generazione Z ha quindi un atteggiamento nuovo nei confronti della formazione e del lavoro. Secondo un sondaggio condotto da Culture Coop, il 78% degli appartenenti alla generazione Z sostiene che ottenere un diploma di laurea quadriennale non ha più senso, economicamente parlando, e sono spuntate centinaia di programmi, da apprendistato a boot camp, che offrono un percorso alternativo.

I posti di lavoro stanno appena iniziando a sentire l'influenza della generazione Z. Essi possono non avere le competenze formali delle precedenti generazioni, ma possono essere in grado di insegnare a colleghi più maturi come apprendere rapidamente nuovi strumenti e nuove competenze, allo stesso modo in cui hanno fatto loro stessi nella loro vita.

MILLENNIAL

(nati nel periodo 1981-1996)

Comportamenti tipici:

- Avvezzi all'uso della tecnologia
- Apprezzano il lavoro flessibile
- Si preoccupano di offrire un contributo positivo



I millennial considerano il lavoro come un modo per fare la differenza nel mondo; pertanto, per loro, il loro impatto è importante, talvolta persino più del denaro. I millennial sentono inoltre una forte necessità di trovare il proprio lavoro interessante. In genere, non hanno ancora fatto acquisti importanti come case o macchine e, senza essere vincolati a un grosso mutuo, è meno probabile che rimangano a fare un lavoro che a loro non piace, non li rende felici o è in conflitto con i propri principi.

In quanto figli della rivoluzione informatica, i millennial sentono inoltre di non dover essere incatenati a un luogo nel posto di lavoro. Amano lavorare in modo flessibile e non disdegnano eventuali interferenze con la vita privata se questa è la contropartita. Sono felici di fondere la loro vita professionale con quella privata e così ottenere una vita integrata, più ampia.

I millennial sanno essere lavoratori estremamente onesti, ma considerano l'onestà come una via a doppio senso, che implica pretese dal datore di lavoro ma anche dal dipendente. Pertanto, se state cercando di attrarre e mantenere millennial nella vostra officina è importante che teniate conto del loro stile comunicativo, dei loro valori e di ciò che li motiva, in modo tale da riuscire a creare un ambiente di lavoro e un sistema di remunerazione su misura, che funzioni per entrambi.



GENERAZIONE X (nati nel periodo 1965-1980)

Comportamenti tipici:

- Indipendenza nei valori
- Buona capacità di risolvere i problemi
- Focalizzazione sui risultati, non sul processo



La generazione X è cresciuta in anni di cambiamenti sociali significativi per la società e la famiglia. Avendo spesso entrambi i genitori fuori al lavoro, sono stati i figli che hanno imparato come arrangiarsi da soli perché a casa non c'era nessuno dopo scuola. Ne consegue che i lavoratori della generazione X tendono a essere indipendenti e intraprendenti. A loro non piace essere microgestiti e sono focalizzati sui risultati e non sui processi; mettono in dubbio il fatto di fare le cose secondo un processo tradizionale se esiste un altro metodo per portare a termine un compito in modo più rapido, facile o conveniente.

In quanto manager, i lavoratori della generazione X tendono a non "mettere mano" ed evitano le riunioni, se possibile. Mentre i baby boomer faranno straordinari per guadagnare più soldi, i lavoratori della generazione X non ritengono di farsi strada con quella strategia; pertanto, fanno le ore richieste e poi vanno a casa. Quel che apprezzano di più è avere il tempo di fare ciò che vogliono.

Pertanto, se state cercando di attrarre e mantenere dei lavoratori della generazione X nella vostra officina, siate consapevoli di quanto sopra. I lavoratori della generazione

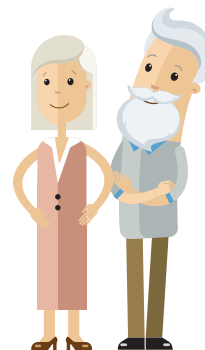
X sanno essere estremamente pragmatici e creativi nella risoluzione dei problemi, ma è più probabile che tengano la vita professionale separata da quella privata.

BABY BOOMER

(nati nel periodo 1946-1964)

Comportamenti tipici:

- Apprezzano l'orario 9-5 sul posto di lavoro
- Amano le riunioni
- Sono indipendenti e autonomi



I baby boomer sono cresciuti in un'epoca di prosperità senza precedenti per la classe lavoratrice. Molti di loro sono stati i primi nella loro famiglia ad andare all'università o a scuole commerciali e l'economia in espansione ha creato posti di lavoro che hanno ricoperto. Hanno raggiunto le tappe familiari dell'età adulta – lavoro, matrimonio, figli e acquisto di una casa – molto prima di quanto in genere i millennial facciano oggi.

I baby boomer sono diventati maggiorenni quando il successo economico si poteva ottenere con il duro lavoro. È molto più probabile che prendano in considerazione di fare straordinari e che rimangano fedeli a un'azienda per il cammino fatto con essa.

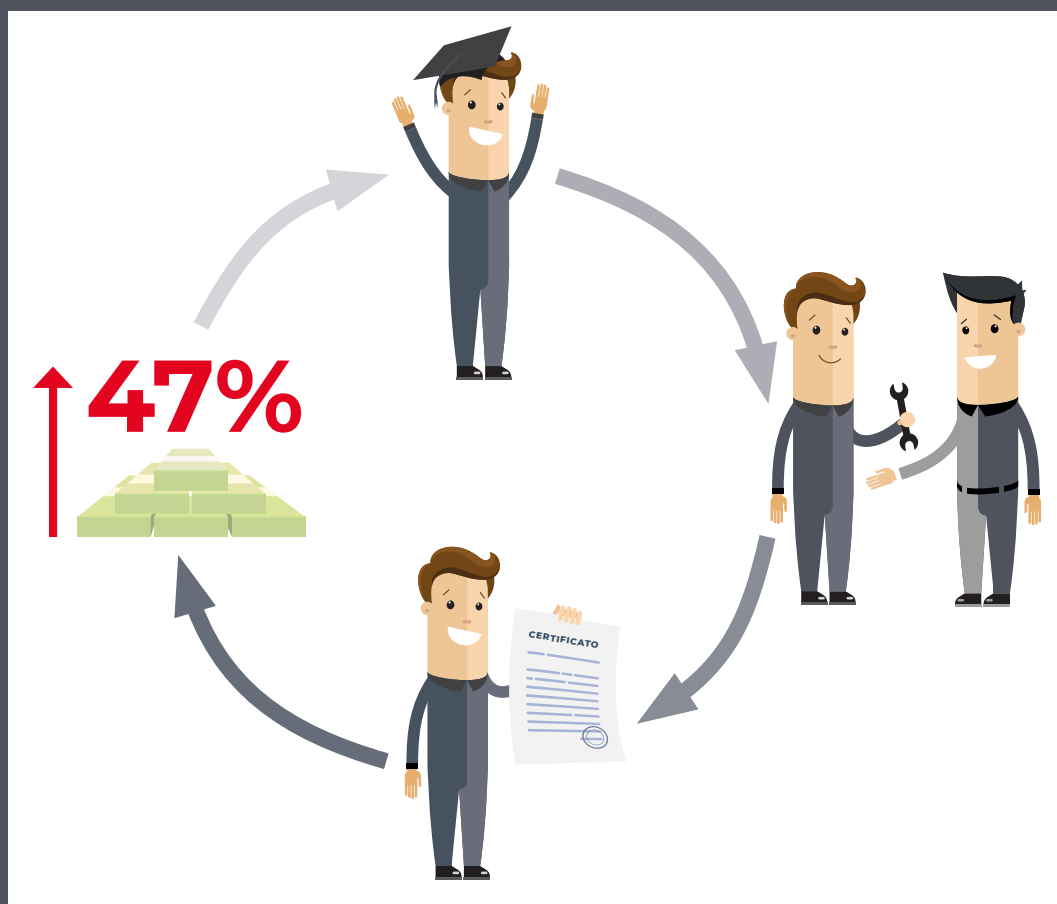
Inoltre sono indipendenti e autonomi, perché sono nati in un'epoca in cui l'approccio era quello per cui le cose rotte si potevano e si dovevano riparare. Sono cresciuti smontando oggetti e rimontandoli. Inoltre, poiché sono cresciuti lavorando tutto il giorno con i loro colleghi, comprendono e apprezzano

un ambiente di lavoro interattivo. I baby boomer amano le riunioni e sono contenti di lavorare assieme al resto del personale nello stesso edificio, pur lavorando in maniera indipendente.

Come potete vedere, le differenze nella visione del lavoro, della gestione (o dell'essere gestiti da altri) e di come lavorare differiscono enormemente tra baby boomer, generazione X, millennial e generazione Z; ciò avrà un impatto non solo su come vedono il lavoro ma anche su come considerano e interagiscono con gli altri membri del team. Qualche considerazione su come la vita ha forgiato queste generazioni vi aiuterà a comprendere quali sono le motivazioni delle diverse generazioni che compongono il vostro personale. Dopodiché potrete tentare di offrire loro il tipo di ambiente, remunerazione e supporto che vi consentirà di trattenerne i giocatori migliori.



MANTENERE I MECCANICI AGGIORNATI E FARE IN MODO CHE I CLIENTI RITORNINO



“Migliorare la strategia per la formazione nella tua azienda potrebbe incrementare i tuoi margini di guadagno del 47%.”

Fonte: Ripley Training.



MANTENERE I MECCANICI AGGIORNATI E FARE IN MODO CHE I CLIENTI RITORNINO

Ogni azienda deve investire tempo e denaro nella formazione del proprio team e ciò è tanto più importante nel settore dell'autoriparazione, ora che ci sono veicoli ibridi ed elettrici per i quali è richiesto l'apprendimento di nuove competenze per mantenere la propria redditività nel mondo automobilistico del futuro. Ora più che mai la formazione non è un optional. La formazione è una componente essenziale per conseguire qualità ed efficienza nella vostra officina.

“Migliorare la strategia per la formazione nella vostra azienda potrebbe incrementare i vostri margini di guadagno del 47%.”

Infatti, a prescindere dalla rivoluzione elettrica, la formazione è sempre stata la chiave per il successo nell'aftermarket automobilistico. In breve, la formazione tutela l'officina. Meccanici senza formazione potrebbero non comprendere appieno come svolgere il proprio lavoro, impiegare troppo tempo nel cercare un aiuto o fare il lavoro nel modo sbagliato, il che potrebbe nuocere alla reputazione dell'officina. Meccanici con una scarsa formazione potrebbero anche essere maggiormente esposti a infortuni, con possibili conseguenze di natura legale e, da ultimo, di riduzione del personale nel

caso in cui debbano assentarsi dal lavoro. Tutti questi fattori possono essere negativi per l'azienda, perché un lavoro fatto male o in ritardo può portare a clienti insoddisfatti che potrebbero non ritornare.

La formazione offre ai vostri meccanici l'opportunità di approfondire le loro conoscenze. Benché nulla possa prendere il posto dell'esperienza pratica, un background teorico approfondito rappresenta un enorme vantaggio, dal momento che i vostri meccanici sapranno non solo come risolvere i problemi, ma anche perché questi si sono verificati. La capacità di riconoscere schemi e cause è essenziale per una manutenzione preventiva e sicuramente migliorerà la reputazione della vostra officina, dal momento che i proprietari dei veicoli apprezzeranno il fatto che i vostri meccanici abbiano risolto preventivamente problemi ai loro veicoli prima che si verificassero.

Per scoprire in che modo il proprietario di un'autofficina raggiunge il successo commerciale, abbiamo incontrato Matthias Jendrossek, titolare di Jendrossek Autoteile GmbH, in Germania. Matthias ritiene che un elemento chiave del successo di un'azienda sia la formazione.

La società è stata fondata nel 1985 come impresa individuale e Matthias intende assicurarle un futuro duraturo, perciò guarda al domani con lungimiranza. Ad esempio, intende ampliare l'attività prestando assistenza alle flotte e ai veicoli elettrici,





per consentire a Jendrossek Autoteile GmbH di rispondere alle esigenze future dei clienti.

“Se il team ha una buona formazione”, sostiene Matthias, “e conosce le tecnologie più recenti, i clienti saranno soddisfatti e l’attività avrà successo”.

Ciascun meccanico della vostra officina ha competenze diverse e quasi tutti avranno, tra i tanti pregi, anche alcune debolezze. Se notate dei punti deboli all’interno del vostro team, fate in modo di affrontarli. Alcune carenze possono essere risolte internamente, chiedendo ai vostri meccanici più competenti e meglio istruiti di trasmettere le loro conoscenze a quelli che ne sono sprovvisti. Tuttavia, se vi sono delle carenze importanti nella formazione all’interno del team, dovrete valutare di iscrivere i meccanici a un programma di formazione specialistico.

La formazione migliorerà il livello di conoscenza vostro e del vostro team, aumentando le aree di competenza della vostra officina. Inoltre può rendere la vostra officina più efficiente riducendo i punti deboli. Le autofficine fanno affidamento sulla capacità dei meccanici di supportarsi e assistersi l’un l’altro al fine di portare a termine i compiti con successo e in modo efficiente. E poiché i vostri meccanici saranno formati per svolgere le loro mansioni secondo gli standard di settore, contribuiranno al successo dell’officina. Uno standard più elevato di meccanici formati e di tecnici esperti migliorerà il vostro servizio e contribuirà a portare più lavoro in officina.

La formazione può inoltre sbloccare nuove opportunità di business per la vostra officina, offrendovi le informazioni più recenti persino sui sistemi di veicoli più complessi. Poiché i veicoli stanno diventando sempre più tecnologicamente avanzati, può essere difficile mantenere aggiornate le competenze dei vostri meccanici senza fonti d’informazione affidabili e necessarie per effettuare le riparazioni dei veicoli. Ma grazie alla formazione professionale, ad esempio tramite ZF [pro]Tech, potrete aumentare la redditività, perché sarete in grado di accettare lavori che prima dovevate rifiutare visto che richiedono un livello più approfondito di conoscenza. Secondo i consulenti Ripley Training, migliorare la strategia per la formazione nella vostra azienda potrebbe incrementare i vostri margini di guadagno del 47%.

L’industria automobilistica sta evolvendo rapidamente e giorno dopo giorno vengono introdotte nuove tecnologie e nuovi sistemi. Ciascuno di essi porta con sé nuove sfide legate alla manutenzione e richiede alle officine di riparazione di soddisfare ulteriori requisiti. Pertanto, rimanere informati sulle ultime tendenze del settore è un must. La formazione continua è il solo modo per mantenere voi e la vostra squadra sempre aggiornati. In questo modo la vostra azienda potrà essere competitiva anche nel mondo aftermarket del futuro.

QUATTRO MODI PER MANTENERE LA SERENITÀ (E PRODUTTIVITÀ) NEL TEAM

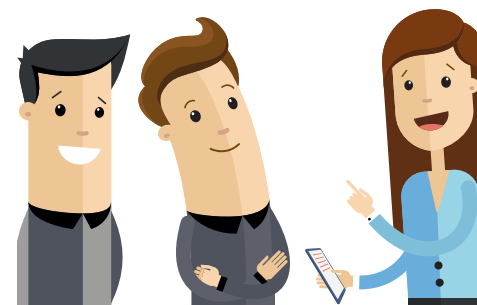
01 - RESPONSABILIZZA IL TUO TEAM

Fai in modo che i membri del tuo team si sentano orgogliosi e responsabili del loro lavoro: in tal modo, si dedicheranno con maggiore impegno al servizio che rendono al tuo cliente.



02 - INFORMA IL TUO TEAM

La condivisione delle informazioni aumenta la conoscenza e fa sentire i membri della tua squadra più apprezzati.



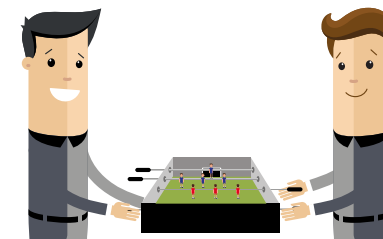
03 - NON NASCONDERE LE BRUTTE NOTIZIE

I dipendenti devono essere informati in modo diretto e rispettoso (e le dicerie sono in genere peggiori della realtà).



04 - CREA UN AMBIENTE DI LAVORO SERENO

Trova modi diversi per potenziare lo spirito di squadra, ad esempio puoi mettere a disposizione del personale un'area ricreativa. Il titolare di un'officina di nostra conoscenza ha fatto installare addirittura un ring per la boxe!



“Studi condotti dall’Università di Warwick mostrano che le persone soddisfatte sono il 12% più produttive.”



QUATTRO MODI PER MANTENERE LA SERENITÀ (E PRODUTTIVITÀ) NEL TEAM

Non esiste attività in grado di essere portata avanti senza persone. Dai CEO delle multinazionali ai manager di piccole e medie imprese, chiunque operi in azienda sa che fare in modo che la propria squadra si muova in armonia fa la differenza tra successo e insuccesso o, perlomeno, tra redditività elevata e un risultato economico insoddisfacente.

Esiste un'arte per motivare i dipendenti, in cui peraltro si cela un enorme vantaggio.

Tenendo in mente ciò, ecco alcuni consigli per responsabili di officina che vogliono fare in modo che i loro collaboratori continuino a sorridere e a dare il massimo.

Fornire ai membri del team il senso di "appartenenza"

I dipendenti devono sentirsi parte di un'azienda, non solo un gruppo di persone che vengono a lavorare qui. Accertatevi che il team sia orgoglioso e si senta responsabile di ciò che fa e che si preoccupi del servizio reso al cliente.

Un modo per ottenere questo risultato è che ciascun membro della squadra acquisisca familiarità con ogni area di attività dell'officina, consentendogli di esporre le proprie idee per un miglioramento dell'officina in generale e di prendere parte all'intero processo. Tutto ciò contribuisce a far sentire i membri del team più legati e come parte vera e propria dell'officina. Infatti, se siamo legati a qualcosa e la sentiamo "nostra", non vogliamo che vada male.

Mantenere il team informato

In quanto titolari dell'officina, in genere avete una prospettiva più chiara sul quadro aziendale generale rispetto ai vostri dipendenti: per questo motivo condividete le vostre opinioni, perché informare chi dipende da voi su cosa sta succedendo ripaga. Notizie di cui siete a conoscenza riguardo all'aftermarket automobilistico, alle sfide imminenti che dovranno essere affrontate o a nuovi prodotti all'orizzonte possono essere utili per il vostro team. La condivisione di informazioni aumenta la conoscenza, fa sentire i membri del vostro team apprezzati e rafforza tra i collaboratori la sensazione di rappresentare una parte importante dell'organizzazione, essendo stati coinvolti nel dibattito.

Anticipare le brutte notizie

Speriamo che le brutte notizie siano rare nella vostra azienda, ma in ogni azienda di tanto in tanto ce ne sono. A prescindere dal fatto che la notizia riguardi l'azienda nel suo complesso o un singolo individuo al suo interno, i dipendenti devono essere informati in modo diretto e rispettoso. Se scegliete di tenere le persone all'oscuro, forse per timore che non sappiano gestire le cattive notizie, potrebbero diffondersi dicerie e le dicerie in genere sono peggiori della realtà.

"Studi condotti dall'Università di Warwick mostrano che le persone soddisfatte sono il 12% in più produttive."

Creare un ambiente di lavoro sereno

Se avete applicato i metodi chiave di motivazione di cui sopra, facendo in modo che ciascun membro del team si senta parte rilevante dell'officina e veda riconosciuto il suo contributo, magari cercate idee più creative che possano migliorare lo spirito di squadra. Come abbiamo detto prima, siete riusciti a fare in modo che i dipendenti si sentano parte di un luogo, non solo un gruppo di persone che vengono qui a lavorare. Matthias Jendrossek, titolare della Jendrossek Autoteile GmbH in Germania, ha installato un ring per la boxe e realizzato un'area ricreativa a disposizione del team.

Diamo l'ultima parola a Matthias, con le sue considerazioni su come mantenere la serenità nel team per ottenere il successo dell'azienda. "Lontano dall'officina", dichiara Matthias, "ritrovo il mio equilibrio nella guida fuoristrada. Allo stesso modo la boxe aiuta a ritrovare equilibrio nel team. Il ring è stata un'idea di mio fratello, ma che io ho sostenuto ed è stato un grande successo perché siamo riusciti a coinvolgere davvero il team. In questi anni di gestione della Jendrossek Autoteile GmbH ho imparato che il lavoro di squadra è alla base dell'attività. La creazione di un ring per la boxe e di un'area ricreativa in un'officina può sembrare insolita", afferma Matthias, "ma se i nostri dipendenti sono soddisfatti, lo saranno anche i nostri clienti".



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

trwaftermarket.com/officineoriginali

Ci auguriamo che le idee che ti abbiamo proposto siano in grado di aiutarti a risolvere i problemi, a concentrarti sui tuoi punti di forza e a costruire un successo duraturo per la tua officina. Tieni questo libro a portata di mano per migliorare costantemente la tua attività. E continua a seguire #OFFICINEORIGINALI per scoprire utilissimi consigli e suggerimenti sempre nuovi su ulteriori argomenti che riguardano le officine, come il servizio clienti, il marketing digitale e molto altro ancora.