

# Õige koostööpartneriga toimib kõik nagu õlitatult

Tom Vahle

**Head kasumimäärad ja kindlalt teenitud raha on määrdeõli äri kaasnevad eelised. Paljud autotöökodad suhtuvad sellesse teemasse siiski suhteliselt ükskõikselt. Seejuures võib õige koostööpartner tööd ja raha teenimist oluliselt lihtsustada.**

**I**ga töökoja klient vajab õli. Olgu tänapäeval õli vahetusvälbad kui pikad tahes, ükski autojuht ei pääse sellest, et peab varem või hiljem laskma õli vahetada või ostma õli juurdevalamiseks. Töökojale on see tasuv ja kindel äri. See, kes teeb endale harjumuseks pakkuda oma kliendile kvaliteettooteid, võib mõistlikes kasumimäärades ja rahuloleva kliendi võitmises kindel olla. Ning seda eriti siis, kui ta klienti kompetentselt nõustab.

Õliäri on väga nüansirikas. Ammugi on möödas ajad, mil kõigile sobis 15W40 õli. Tänapäevased autod on nõudlikud. Kuigi õli on ikka veel määrdeaine (selles pole loomulikult midagi muutunud), ei sobi iga õli kõigile mootoritele. Viimaste aastatega on õli muutunud mootori osaks, konstruktsioonielemendiks, mis peab ka kuni 50 000 km pikkuste vahetusvälpade juures tegema oma tööd laitmatult esimesest päevast kuni viimaseni. Õli ei tohi alt vedada. Lähiminevikus on juurde tulnud nn *Low Ash* õlid, mis hoiavad ära tahmafiltrite ja ka katalüsaatorite enneaegse ülesütlemise. Siin tulebki kliendile selgitada, millele üks õli tänapäeval vastu peab pidama ning et pikkade õlivahetusvälpade puhul pole oluline, et kvaliteetsem õli maksab mõned eurod rohkem kui toode, mis ei tule oma ülesannetega piisavalt hästi toime.

Niivõrd pikkade õlivahetusvälpade tõttu ennustasid pessimistlikud valdkonnaspetsialistid veel hiljuti tulusa õliäri lõppu. Selle asemel on aga toimunud vastupidine areng. Lõpp on hoopis õlivahetustega koduses garaažis. Ranged keskkonnanõuded tegid sellele õigusega kiire lõpu. Pealegi on seda

tööd väga raske teha ilma tõstukita: põhjakaitse katab õli väljalaskekorki ja õlifilter on raskesti ligipääsetav. Õlivahetusest on saanud ülesanne töökodadele. Varem oli see muruniitumise ja auto poleerimise kõrval pereisade laupäevane töö.

Õliäri on muutunud nüansirikamaks, aga ka keerulisemaks. Paljude uute sõidukimudelite tõttu valitseb segadus just mittelepingulistest töökodades. Kas katan oma õlimargiga kõik sõidukitüübid, mis töökotta tulevad? Kas võin X õli valada Y autosse? Missugust õlisorti peaksin ostma varuga ja kui suures koguses? Esimesele küsimusele peaks oskama iga töökoja pidaja vastata ise. Tema teab kõige paremini, millised sõidukid ta töökoda harilikult külastavad. Teise küsimuse puhul toovad selgust üksikute määrdeainete litsentside nimekirjad. Kolmanda küsimuse puhul peaks töökoja juhataja täpselt kalkuleerima, kui suurt varu ta mõistlikuks peab. Igal juhul on aga otstarbekas kuulata mõnda õlide spetsialisti. Kõikidel mootoriõlide pakkujatel on olemas pädevad kontaktisikud, kes on meeleldi nõus võtma nõustamise ja kalkuleerimise enda peale. Keskne küsimus peab seejuures alati olema: millise õliga suudan oma piirkonnas ja oma klientide seas katta kõige enam sõidukeid? Sõelale jääb võib-olla kolm õli, mille tagavara töökojas alati olemas on. See on ülevaatlik kogus õli, mille omadusi iga töötaja tundma peaks, et suuta kliendiga arendada kompetentset vestlust koos nõustamise ja soovitamisega. Näitlikustamiseks oleme siinkohal välja toonud mõnede määrdeaine-pakkujate teenused ja põhirõhud.

## Addinol

Aadressil [www.addinol.de](http://www.addinol.de) pakub ettevõtte kasutada elektroonilist Oil-Finderit, mis võimaldab tooteid otsida sõidukitüübi ja võtmenumbri alusel. Üles loetud pole mitte ainult mootoriõlid, vaid ka transmissiooniõlid, määrdeained roolile, piduritele ja rattalaagritele. Teenust täiustavad täitekogused ja tooteinfo. Lisaks pakub Addinol rohkesti tehnilisi materjale, tootelehti, brošüüre ja voldikuid lõpptarbijale. Koolitused, seminarid ja nõustamine rakendustehnika valdkonnas on Saksamaal Leunas tegutsevale ettevõttele iseenesestmõistetavad. Töökodadele pakutakse määrimiseadmeid. Ettevõtte pakub ka sisustuselemente ja dekoratsioonimaterjale poodidele.

## Castrol

Castrol tahab töökodasid aidata suurema kasumini nn „Vaba-töökoja-kontseptiga“. Selle kontsepti elementaarsed koostisosad on treeningprogramm ja praktiline elluviimine kohapeal ettevõttes. Ettevõtte täiendavateks eelisteks on muuhulgas finantsteenused, reklaammaterjalid ja valik töökojaseadmeid sõidukiosade hulgimüügi programmist. Väga tihe koostöö OEM-idega võimaldab Castrolil varustada töökodasid värske litsentsidega. Kampaaniad, näiteks asendusauto kampaania või ka 2010. aasta jalgpalli maailmameistrivõistluste sponsoreerimine, pakuvad töökodadele palju võimalusi suurendada veelgi seotust klientidega. Aadressil [www.castrol.com](http://www.castrol.com) leiate infot käimasolevate kampaaniate kohta ja

hulgaliselt vahendeid, mis lihtsustavad õli käitlemist ja igapäevast tööd.

### Fuchs

Saksamaal Mannheimis asuv Fuchs Europe Schmierstoffe GmbH on oma äris keskendunud autoesindustele ja -töökodadele. Üheks nende töö põhieesmärgiks on tekitada lõpptarbijas adekvaatne arusaam õlist ning selgitada erinevusi odava toote ja kvaliteettoote vahel. Seetõttu pakub Fuchs töökojatöötajatele koolitusi ja seminare, mis toimuvad nii Fuchsi akadeemias kui ka kohapeal töökojas. Koolituste keskseteks teemadeks on klientide poole pöördumine, müügitehnikad ja kompetentsuse arendamine. Internetilehelt [www.fuchs-oil.de](http://www.fuchs-oil.de) ei leia huvilised mitte ainult tähtsamaid fakte ettevõtte kohta,

vaid ka kasulikku abi igapäevaseks tööks.

### Liqui Moly

Ulmis tegutsevate määrdeaine-ekspertide tugevaks küljeks on üle 100 töötajaga müügimeeskond. Kuid see pole veel kõik. Liqui Moly teevad huvitavaks mitmed töökojakonseptid. Alates taaskasutatavatest konteineritest, õlikapist, müügiedendamisvahenditest ning koolitusest „Teenige raha Liqui Molyga“. Ettevõtte ei paku ainult koolitusi õli teemal, vaid ka muudel teemadel, nagu nt kliima või autoklaasi teemal. Suurt tähelepanu pöörab Ulmi ettevõtte müügiedendamismaterjalidele. Siin ulatub sortiment voldikutest kuni töökoja fassaadi uue kujunduseni. Internetileht [www.liqui-moly.de](http://www.liqui-moly.de) pakub rida praktilisi vahendeid ja väärtuslikku infot igapäevaseks äritegevuseks.

### Motul

Motul müüb oma tooteid ainult erikauplustes. Martin Klein, Motul Deutschland GmbH ärijuht tõdeb: „Ainult nii on garanteeritud, et spetsialist kompetentselt lõpptarbijat nõustab.“ Seda, et ustavus erikauplustele ja töökodadele end igati ära tasub, tõestas firma andmetel ka Wolk&Partner Car Consulti läbiviidud värske imago uurimus. Selle uurimuse kohaselt hinnatakse Motuli puhul kõrgelt nii tootekvaliteeti, kaubavalikut ja sortimenti, hinna ja kvaliteedi suhet kui ka kasumimäärasid, tarneaega ja -võimet ning ustavust erikauplustele ja töökodadele. Uurimusest selgus, et ka keskkonna- ja utiliseerimiskavade poolest on Motul tuntuim kaubamärk. Rohkem infot aadressil [www.motul.de](http://www.motul.de).

Tõlge artiklist „Mit dem richtigen Partner läuft's wie geschmiert“ (ilmunud Saksa autoajakirja **AMZ** eriväljaandes **Der freie Kfz-ServiceMarkt 2009**, lk 44–45)