

Zápis:

Miesto: v hoteli Hubert, Gerlachov 302, 059 42 Vysoké Tatry

Termín akcie: 18.09.2009 o 9,30 hod – 19.09.2009

PROGRAM:

18.09.2009

- 9,30 – 10,00 hod. – prezentácia účastníkov + ubytovanie
- 10,05 – 10,10 hod. - otvorenie 3. ročníka Braistormingu
 - vedie Július Hron
- 10,00 – 13,30 hod. - Brainstorming vedie Július Hron a Ladislav Lelkes
 - prvá časť: **Ako prežiť krízu ekonomickú?**
 - Ekonomické vízie a predpoklady
 - Znižovanie nákladov
 - Kam až zájsť
 - Výmena skúseností
- 13,30 – 14,00 hod – obed
- 14,00 – 16,00 hod – Brainstorming vedie Július Hron a Ladislav Lelkes
 - druhá časť: **Vyjednávanie vzťahov v ekonomickej situácii**
 - Poisťovne
 - Leasingové spoločnosti
 - Banky
- 16,00 – 17,00 hod – Brainstorming vedie Július Hron a Mgr. Stanislav Pravda
 - tretia časť: **Legislatíva a vývoj**
 - EÚ
- 17,00 – 17,30 hod. – závery z Brainstormingu vedie Július Hron a Ladislav Lelkes

Prítomní podľa prezenčnej listiny.

Cieľ Brainstormingu:

Spoločne dôjsť k návodu ako prežiť ekonomickú krízu v predaji a servise vozidiel

K bodu číslo 1:

Ako prežiť krízu ekonomickú?

1. Aký dopad má kríza na naše spoločnosti?
2. Čo je potrebné riešiť v dnešnej dobe?
3. Z krátkodobého hľadiska? - ihneď
4. Z dlhodobého hľadiska? - nasledujúce roky

Rekapitulácia predchádzajúceho brainstormingu: Výkonný podpredseda Ladislav Lelkes zrekapituloval výsledky z predchádzajúceho Brainstormingu – príloha číslo 1

1. Aký dopad má kríza na naše spoločnosti?

Súčasný stav: príloha číslo 2

- predseda Július Hron a pán Ladislav Lelkes predstavili súčasnú situáciu v automobilovom priemysle SR ako aj vyhodnotenie šrotovného.

2. Čo je potrebné riešiť v dnešnej dobe?

Ciel': mať pod kontrolou výnosy a náklady

Cieľom témy bolo spoločne s členmi analyzovať náklady prevádzky a nájsť kľúč na tému ako mať pod kontrolou výkon práce a produktivitu ľudí.

Prítomní spolu zadefinovali:

Výnosy:

- Predaj vozidiel, nové a jazdené, ND
- Servis: záručný a pozáručný
- Služby: poistenie, leasing, požičovňa a pod.

Náklady:

- Optimalizácia nákladov
- Štruktúra nákladov
- Nutnosť nákladov

Produktivita servisu:

- Produktivita výkonov

Riziká v predaji:

- Pasivita
- Sklad vozidiel
- Sklad náhradných dielov
- Limity pohľadávok

Členovia CPA SR prezentovali najväčšie problémy, ktoré im zvyšujú náklady a tým im znižujú ich schopnosť konkurencie.

- štandardy a ich diskriminačný dopad na Slovenské autorizované servisy
- vzťah importérov k servisom
- cena NH v rámci garancie
- zmluva a obchodné podmienky
- priamy predaj importéra na konečného klienta
- skladba skladu ND
- dominantné postavenie importéra na trhu a zneužívanie jeho pozície

Výsledok:

- Návrh číslo 1:
 - o V rámci CPA SR vytvoriť kluby značiek. V prvej fáze to majú iniciovať členovia v spolupráci so sekretariátom.
 - o V prvej fáze by členovia týchto klubov nemuseli sa stať členmi CPA SR.

Úloha:

- zistiť či v rámci CECRY existuje klub predajcov SUZUKI
- spojiť pána Mašlonku predsedu KPC s predsedom klubu predajcov Citroen v CECRE
- členovia majú zadefinovať náklady, ktoré sú podľa ich názoru diskriminačné a znevýhodňujú ich konkurencieschopnosť v rámci Európskeho teritória
- CPA SR overiť náročnosť štandardov v iných krajinách a ich porovnanie s našimi
- Zaslať výsledky do CECRY

Členovia zdôraznili, že je citeľný pokles práce v servise. V štruktúre druhu zákazníkov je pokles obratu z opravy firemných vozidiel, ako aj úbytok poisťných udalostí.

Pán Hron analyzoval na základe skúsenosti z vlastnej firmy možnosti vysporiadania sa s krízou.

Predaj vozidiel: v rámci portfólia služieb zákazníkom

Predaj vozidiel a maržový systém:

- | | |
|-----------------|------------|
| a. Samotné auto | 1-5 % |
| b. Poistenie | 10 -15 % |
| c. Doplnky | 10 až 30 % |
| d. Leasing | 1 % |

Cieľom je dohliadnuť na ľudí, aby v rámci predaja prezentovali celé portfólia služieb. Prehodnotiť systém predaja poisťiek – skúsiť v rámci značky vytvoriť alianciu pre predaj.

Návrh ako nastaviť systém u predajcov:

- | | |
|------------------------|-----------------|
| a. Databáza informácií | počet za týždeň |
| b. Telefonovanie | 10 |
| c. Stretnutia | 3 |
| d. Ponuky | 3 |
| e. Kontrahované | 1 |
| f. Odovzdávané | 1 |

V servise:

- g. Databáza – akcia
- h. Preventívne prehliadky pred zimou
- i. Pick up servis
- j. Aktívny príjem
- k. STK
- l. Požičovňa

Náklady firmy, ktoré sa postupne rozoberali:

1. Mzdy: 30 až 50 % z nákladov spoločnosti
2. Odpisy
3. Leasing – finančné náklady
4. Energie
5. Služby
 - a. Telefón
 - b. Školenia
 - c. Software
 - d. ISO
6. Marketing
7. Rezerva
8. Nájom
9. Pohľadávky

Návrh: zorganizovať seminár na tému náklady a ich udržanie pre vedúcich pracovníkov a ekonómov
Hlasovanie:

Za návrh: 18
Proti: 4
Zdržali sa: 5

Poobede:

Téma číslo 3: Legislatíva a vývoj

Problematika Importérov bola jednou s nosných poobedňajších bodov.

Problémy s importérmi:

- štandardy a znižovanie konkurencie schopnosti
- zneužívanie dominantnej pozície
- problematika s predpisovaním počtu pracovníkov
- dodržiavanie podmienok a zmluvy
- jednostranné stanovené podmienky
- obchodné podmienky a ich distribúcia

Predseda CPA SR informoval o situácii s legislatívou BER 1400/2002. Predpokladá sa, že súčasná bloková výnimka bude predĺžená o dva roky, Multibranding bude zachovaný. Po tomto období bude legislatíva rozdelená na legislatívu ovplyvňujúcu predaj a distribúciu vozidiel a legislatívu ovplyvňujúcu servis a predaj, distribúciu ND.

Členovia CPA SR prejavili záujem o spoluprácu pri rokovaní o nových zmluvách.

Návrh 1 k tomuto bodu:

CPA SR vytvorí so svojou právnou kanceláriou univerzálnu zmluvu podľa novej legislatívy. K tomuto má slúžiť vytvorenie nového fondu v rámci CPA SR ktorý to bude financovať. Pripraviť rozpočet aj samotný návrh 10/2009.

Hlasovanie:

Za návrh: 18
Proti: 4
Zdržali sa: 5

Návrh 2 k tomuto bodu:

CPA SR zorganizovať seminár na tému Bloková výnimka a zmluvy. Termín október 2010.

Hlasovanie:

Za návrh: 18
Proti: 4
Zdržali sa: 5

2. čierna práca – členovia sa vyjadrili, že veľkým problémom je čierna práca

Predseda CPA SR predstavil čo to vlastne je čierna práca. Je potrebné chápať z pohľadu zákazníkov čo to je čierny servis a aký je rozdiel medzi ním a normálnymi servismi. Zároveň je potrebné predstaviť verejnosti rozdiely medzi:

Rozdiel medzi čiernou a šedou dielňou.

V rámci propagácie CPA SR vytvoriť propagačnú mediálnu kampaň s heslom Nieje nám jedno ako mi opravili auto.

Úloha: spraviť piár rozhovory a pripraviť kampaň s rozpočtom.

Prepojiť kampaň so Zelenou vlnou – projektom štátu.

3. kapacita dielne

- pán Lelkes predstavil prítomným vzorce na výpočet kapacity dielne ako aj výpočet produktivity
- pán Lelkes predstavil prítomným vzorec na výpočet pomeru výrobných a nevýrobných pracovníkov

Pán Hron predstavil ich pomer vo firme:

4 mechanici = 1 technik

8 mechanikov = 2 technici = 1 asistentka

16 mechanikov = 1 vedúci

Návrh: CPA SR zorganizuje seminár na danú tému:

Za: 30

Proti: 0

Zdržalo sa: 0

Ku každému bodu pripraviť dotazník pre ostatných členov.

Vypracoval: Mgr. Pravda Stanislav

Overil: Ing. Pavol Lauko