

Internettet – en forkeret tryghed for kunderne og værkstederne

Thomas Krebs, direktør for SKAD, svarer her på debatindlægget i Motor-magasinet i mandags den 7. februar side 23 af Peter Michael Oxholm Zigler, *Autobutler.dk*.

Vi har modtaget

Jeg har nøje læst indlægget fra Autobutler, og man kan da heller ikke være uenig i, at tidene er hårde, og at der kræves visioner og udvikling for alle typer værksteder i autobranchen, både forhandlere og frie værksteder.

Men, når man nu fokuserer på at skulle sælge et internetkoncept, hvor kunderne bliver spundet ind i en falsk tryghed, så ser sagen helt anderledes ud.

Først og fremmest er spørgsmålet at stille, hvor mange autotekniske personer Autobutler har ansat, som kan vurdere definitionen af et udbud? Hvor mange gange er det ikke sket, at kunden havde en opfattelse af, hvad der var galt med bilen, og det viste sig at være noget helt andet, som værkstedet efter nøje gennemgang af bilen kunne konstatere?

At placere kundens vurdering omkring et opgavebehov på nettet, hvorefter værkstederne skal byde ind

på opgaven, må ses som at bevæge sig ud i ørkenen uden nogen form for navigation.

Der lægges ligeledes et stort ansvar på kundens tekniske indsigt, der kræves for at oprette en sag på autobutler.dk, og der lægges et stort ansvar ud til værkstedet, der skal sikre sig, at alle typer forbehold er gjort synlige ved et tilbud. Og kommer det så til stridigheder mellem kunde og værksted, så ender sagen typisk i tvister. Hvad var så det hele værd for kunden og for værkstedet? Hvilket ansvar bærer Autobutler ved sådan en problemstilling?

Fjern-diagnose

I takt med at biler indeholder mere avancerede datasystemer, som i princippet kan sammenlignes med en computer på fire hjul, så er sådan en "fjern-diagnose", som tilbydes via Autobutlers hjemmeside, et skud i tågen. Man bør aldrig stille en diagnose på patienter, man ikke har set personligt. Og hvordan skal en kunde vide, for at vurdere



Thomas Krebs: At placere kundens vurdering omkring et opgavebehov på nettet, hvorefter værkstederne skal byde ind på opgaven, må ses som at bevæge sig ud i ørkenen uden nogen form for navigation.

hvorfor en lampe blinker eller lyser, at motoren hakker, at der kommer lyde fra forskellige steder, og hvad for eksempel et 40.000 kilometers eftersyn omfatter?

På Autobutlers hjemmeside er der mulighed for at få råd og vejledning fra Forbrugerstyrelsen omkring et værkstedsbesøg. Ud over det kan man læse, hvordan man får lavet et helbredstjek. Man kan spørge sig om, hvor vidt de nævnte kilder for rådgivning og helbredet er de rigtige til at bedømme helheden i en problemstilling?

Vi ved jo alle sammen, hvad Forbrugerstyrelsen beskæftiger sig med, og hvilke kompetencer der findes på et synssted. At man der har store kompetencer på de områder, man arbejder med, er der ingen tvivl. Men at tro, at disse kilder for assistance kan pege nøjagtigt på et problem, er tvivlsomt.

Der er ingen tvivl om, at vi befinder os i en omskiftningsperiode, hvor nogle værksteder må lade livet og andre får lov til at leve videre. Vi kan også være enige i, at uddannelse inden for købmændskab, kundehåndtering og teknik samt personaleoptimering og ledelse spiller en meget vigtig rolle i den nuværende og fremtidige virksomhedsstruktur.

Internettet er også fremtidens kommunikationsmiddel og vil overtage mere og mere plads i det daglige liv. Men at skulle tro, at internettet kan overtage rollen som ekspert, kan diskuteres.

Ing. Thomas Krebs, direktør hos SKAD (Sammenslutningen af Køretøjsbyggere og Autooprettere i Danmark)

Et svar fra autobutler.dk til Thomas Krebs

Internettet - en platform for samarbejde mellem kunderne og værkstederne.

Vi har modtaget

Efter Thomas Krebs' nøje læsning af og tilhørende kritik af Autobutler.dk's indlæg om internettets muligheder for værkstederne, vil vi hos autobutler.dk gerne besvare de enkelte spørgsmål som SKAD-direktøren stiller.

Kan bilen flyve?

"Ved kunderne overhovedet hvad der er galt med deres biler? Hvad hvis der opstår en tvist? Bliver kunderne 'spundet ind i falsk tryghed?'"

Det underliggende spørgsmål er, om man kan formidle opgaver via internettet og en tjeneste som autobutler.dk?

Først og fremmest vil vi gerne aflyse en præmis for Thomas Krebs' fremstilling: Autobutler.dk mener på ingen måde, at 'internettet kan overtage rollen som ekspert', som han skriver. Vi mener, at internettet kan

være med til at skabe overblik og indsigt for kunden og skabe ny værdi for værkstederne. Vi vil jo heller ikke påstå, at en rejseportal som Momondo ved mere om at flyve en Boeing 747 end en pilot fra SAS. Blot at det er en central måde at få nogen rejsende med på flyet. For at komme ind i argumenterne vil vi gerne imødegå de teoretiske spørgsmål med konkrete fakta fra portalen. Så kan vi diskutere om bien kan flyve bagefter.

5250 opgaver

Autobutler.dk har været i luften i et halvt år og har på den tid formidlet over 5250 opgaver. På baggrund af de 5250 opgaver er der afgivet mere end 12.000 tilbud af de tilmeldte værksteder. Over 2300 af opgaverne har været serviceeftersyn. Omkring 750 har været tandremsskifte. Over 700 biler havde været til syn og skulle have udbedret helt kon-

krete fejl. Dertil har vi en række opgaver som monitoring af anhængertræk, skift af autoglas og rustbehandling med videre.

Ekspertene er mekanikerne

Thomas Krebs spørger, om vi har eksperter siddende til at evaluere de indkomne udbud. Svaret er ja. Udover de opgaver vi selv sorterer fra, har vi over 260 dygtige mekanikere som dagligt ser opgaverne og melder ud, når der ønskes nærmere specificering af de konkrete udbud. Det er medlemsværkstederne på autobutler.dk.

Seriøse og kompetente værksteder, der kender værdien af en glad og tilfreds kunde. De er både fagfolk og forretningsfolk. Hvis opgaverne en sjælden gang alligevel er for dårligt beskrevet, kan mekanikeren springe dem over og byde på nogle af de andre opgaver. Der er nok at tage af.

Rammerne for aftalen

Med hensyn til råd fra Forbrugerstyrelsen spørger Krebs, hvordan dette kan

være en kilde til at påpege et nøjagtigt problem på bilen. Selvfølgelig kan det ikke det. Råd, som dem man får fra Forbrugerstyrelsen og FDM kan være med til at sikre rammerne om den aftale, kunde og værksted indgår. På den måde kan man sikre højere kundetilfredshed og færre misforståelser.

Kunderne på autobutler.dk modtager som oftest flere tilbud fra medlemsværkstederne. I gennemsnit 2,5 per oprettet opgave. Det betyder, at der foreligger et skriftligt tilbud, som bil ejerne kan sammenligne. Så forventningerne afstemt inden arbejdet går igang.

Det er måske netop derfor, vi endnu ikke har oplevet én eneste reel tvist mellem de tilmeldte værksteder og kunderne. Når vi kigger nedover de bruger-ratings som værkstederne får af kunderne igennem autobutler.dk, er der i hvert fald ingen tvivl om, at vi har med glade kunder at gøre. Når FDM betegner autobutler's værkstedsratings som et tiltag,

MOTOR•MAGASINET's Branchepanel

For at styrke sammenholdet og ikke mindst at sikre en optimal dialog i autobranchen har Motor-magasinet etableret dette branchepanel, bestående af førende brancheforeninger og organisationer.

Autobranchens Handels- og Industriforening (AUTIG)
v/formand Knud M. Sørensen
www.autig.dk, e-mail: autig@autig.dk

Auto & Miljø (tidligere Autobranchens BST)
v/formand Jean Nygaard
www.automiljo.dk, e-mail: info@automiljo.dk

Bremse- & Koblingsforeningen i Danmark (BKD)
(Foreningen nedlagt i oktober 2009, men fortsat aktivt netværk)
Kontaktperson Michael Bendtsen
www.bk-d.dk, e-mail: lyddaemper-central@mail.dk

Bilgenbrug Danmark
v/formand Hans-Ove Davidsen
e-mail: højbyautogen@mail.tele.dk

Centralforeningen af Autoreparatører i Danmark (CAD)
v/formand Poul Erik Christensen
www.cad.dk, e-mail: cad@cad.dk

Danmarks Automobilforhandler Forening (D.A.F.)
v/formand Knud Nielsen
www.daf.dk, e-mail: daf@daf.dk

Dansk Autogenbrug (DAG)
v/formand Bjarne Nielsen
www.autogenbrug.dk, e-mail: post@autogenbrug.dk

Dansk Autoglas
v/formand Villy Nielsen
www.danskautoglas.dk,
e-mail: danskautoglas@glarmesterlauget.dk

Dansk Bil Forhandler Union (DBFU)
v/formand Kai Lykke Jensen
www.dbfu.dk, e-mail: info@dbfu.dk

De Danske Bilimportører (DBI)
v/formand Preben Stenkjær
www.bilimp.dk, e-mail: dbi@bilimp.dk

Den Danske Bilbranche
v/formand Hans Vestergaard
www.bilbranchen.dk, e-mail: bil@di.dk

Dækimportørforeningen
v/formand Kenneth Saust
www.dakimportorforeningen.dk
email: kesau@mail.dk

Foreningen af Auto- og Industrielakere (FAI)
v/formand Poul Erik Christensen
www.fai.dk, e-mail: fai@fai.dk

Foreningen af Danske Cylinderservice Virksomheder
v/formand Lars Weide Olsen
www.cylinderservice.dk, e-mail: hoslgcy@post6.tele.dk

Metal Hovedstaden, Transportsekretariatet
v/brancheformand Jan Rasmussen
e-mail: 0800jar@danskmetal.dk

Sammenslutning af Køretøjsbyggere og Autooprettere i Danmark (SKAD)
v/formand Leif Hansen
www.skad.dk, e-mail: info@skad.dk

der er "seriøst, troværdigt og særdeles brugbart – dels for bilejerne i deres valg af værksted, men også i forhold til værkstedernes egen kvalitetskontrol", er det fordi, de har hovedet på sømme i forhold til hvad autobutler.dk's mål er:

- Vi skal gøre det mere overskueligt at være bil-ejer og give værkstederne adgang til de nye fordele, som nettet giver adgang til. Ekspertene, det er ikke os.

Det er værkstederne.

Hos autobutler.dk skal vi ikke være dommere over, hvorvidt bien kan flyve eller ej. Det må andre gøre. Men den er let, og det er kun gået opad siden. Hvis SKAD's mange dygtige medlemmer ønsker at være med - skal de være velkomne.

Af Peter Michael Oxholm Zigler, partner i autobutler.dk