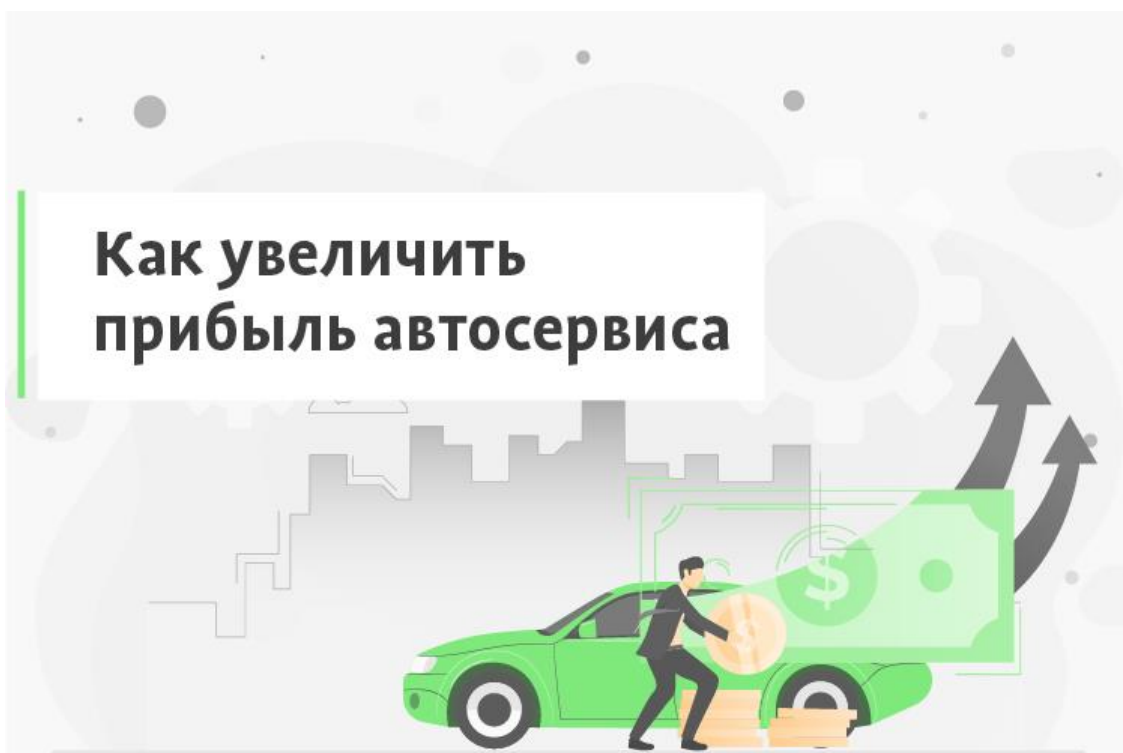


Как увеличить прибыль автосервиса

Вопрос о том, как увеличить прибыль автосервиса, волнует огромное количество владельцев такого рода бизнеса. Деятельность специфическая те инструменты, которые могут быть эффективными в розничной торговле или производстве товаров массового потребления могут не работать. В статье мы рассмотрим способы, которые позволяют сделать такой бизнес максимально прибыльным и опишем средств, при помощи которых их можно воплотить. Это эффективные меры, которые помогут быстро прийти к успеху.



Как сделать деятельность автосервиса более прибыльной

Положительная динамика прибыли автосервиса – прямое следствие увеличения базы клиентов. Такого эффекта принято добиваться несколькими способами. Два самых распространенных:

- Снижение цен и предложение выгодных финансовых предложений, которые в конечном итоге могут привести только к незначительному увеличению прибыли автосервиса.
- Расширение спектра услуг, например, возможность быстро и недорого устранить царапины.

- Снижение расходов. Это достаточно скользкий путь, который в итоге может привести к серьезному ухудшению уровня сервиса, что, в конце концов, приведет к несению убытков.
- Увеличение спроса, за счет роста популярности отдельно взятого автосервиса.

Остановимся подробнее на том, как сделать предприятие более востребованным и обеспечить привлечение клиентов в автосервис на обслуживание в достаточном количестве в определенном сегменте рынка.

Даже предприятие с хорошим спектром услуг и с грамотно проработанной стратегией развития может легко затеряться среди конкурентов, если информация о нем не достигнет сознания своего конечного потребителя. Чтобы такого не случилось, важно позаботиться о качественной маркетинговой компании. Хорошо проработанная программа посредством взаимодействия разных инструментов позволит обеспечить максимальное внимание к деятельности организации, а, соответственно, и привлечения клиентов в автосервис. Для этого важно правильно оценивать целевую аудиторию и понимать степень влияния тех или иных рекламных приемов на покупательское поведение.

Какие маркетинговые инструменты стоит рассматривать для продвижения автосервиса

Скидки. Это популярный маркетинговый ход, который наиболее эффективно воздействует на поведение покупателя. Это отличная возможность познакомить потенциального клиента со спектром предоставляемых в конкретном автосервисе услуг и показать уровень их предоставления.

Акции автосервисов для привлечения клиентов. Такой инструмент требует грамотного использования. Неправильно организованная компания может не только не принести желаемые результаты, но и посеять сомнения относительно качества акционных услуг.

Раскрутка сайта. Это один из самых эффективных способов налаживания близкого контакта с потенциальным потребителем. Практически вся целевая аудитория автосервисов — это активные пользователи интернета, которые большинство своих запросов направляют именно во Всемирную Сеть. Хорошо проработанный сайт позволит будущему клиенту иметь постоянный доступ:

- К прайсу услуг с их подробным описанием.
- К данным о режиме работы организации.
- К контактной информации.

Также возможно использовать дополнительную опцию в виде возможности задать интересующий вопрос в онлайн-режиме. Портал компании — это рекламная площадка, которая в своем постоянном виде доступна в течение 24 часов.

Стоимость такого вида раскрутки, в зависимости от региона может включать в себя:

- Разработка дизайна сайта и стиля подачи информации.
- SEO-продвижение в разных поисковых системах с учетом их особенностей.
- Ведение групп в соцсетях в рамках SMM-раскрутки.
- Баннерная и контекстная реклама.
- Позиция в сервисах геолокации.
- Активное участие в обсуждении популярных вопросов автомобилистов на тематических форумах.

Воронка продаж – на какие уровни стоит обратить внимание

[Воронка продаж](#) представляет собой систему, необходимую для преодоления пути от первого контакта с потенциальным клиентом до момента совершения покупки. Для автосервиса важны следующие уровни:

- Посещение сайта компании.
- Обращение посредством телефонных звонков.
- Совершение продажи.

Ошибочно считать, что для увеличения прибыльности деятельности посредством роста спроса внимания требуют только верхние уровни воронки, непосредственно отвечающие за внимание потенциального покупателя к услугам автосервиса. Действительно, если сайт компании станет более посещаемым и звонков будет больше, конверсия увеличится примерно пропорционально. Однако грамотный маркетолог сможет разработать стратегию, в которой будут предусмотрены методы повышения эффективности каждого уровня в отдельности. Это даст синергетический эффект, результатом которого и станет улучшение эффективности деятельности.

Стоимость услуг профессионального маркетолога

Как и любой другой вид деятельности, реклама не терпит дилетантского подхода. Профессиональный рекламщик сможет подобрать вариант под определенный бюджет, который будет максимально действенным. Стоимость услуг будет зависеть от комплекса мер, предложенных в рамках выполнения маркетинговой стратегии, а также от степени участия самой маркетинговой компании в процессе ее реализации.

Эффективность продвижения компании на рынке зависит от правильно разработанной маркетинговой стратегии и комплексности использования ее инструментов. Так, направляя усилия лишь на организацию акций и скидок, можно потерять и ту долю целевой аудитории, которая отдает предпочтение качеству сервиса, а уделяя внимание лишь информационной атаке, можно упустить из виду

фактор соответствия ожидания покупателя и реального уровня предоставляемых услуг. Именно поэтому маркетинговое продвижение и поиск клиентов для автосервиса должно быть выверенным и комплексным. Чтобы не ошибиться в выборе, лучше обращаться к профессионалам: [частному интернет маркетологу или агентству](#) — решать Вам!

Об авторе



- Интернет-маркетолог / E-commerce эксперт
- Консультант в ЦРПП при правительстве Санкт-Петербурга
- Внешний эксперт по онлайн программам в АО «Корпорация Развития»
- Преподаватель курсов и индивидуальных программ по онлайн маркетингу
- E-commerce бизнес-тренер в федеральных и международных компаниях
- Опыт работы более 12 лет, 70+ российских и иностранных проектов
- Сертифицированный специалист по многим направлениям
- Автор статей для ведущих бизнес изданий

[Подробнее об авторе](#)

[Портфолио](#)

Закажите бесплатную [консультацию](#)

и узнайте, как продвигать ваш бизнес эффективнее.