

Síla odhodlání

Důležitá je kvalita a nikoliv prezentace

Z předměstí Děčína vyjíždějí ke svým zákazníkům Vítězslav a Jakub Krausovi, táta a syn. Do mobilního pneuservisu se pustili před čtyřmi roky a od počátku byli přesvědčení, že jdou správnou cestou. Táta měl autodopravu a dobře věděl, co je pro něho dobré, když jde o pneumatiky. Když má poskytovat svým zákazníkům spolehlivé přepravní služby. Syn Jakub se pro tátův nápad nadchl a s razancí mládí se pustil do jeho realizace.

Napřed si jako jistotu nechal své původní zaměstnání a mobilnímu pneuservisu se věnoval po práci anebo o víkendech. Dnes už obchody jedou na plné obrátky a u obou šlo všechno ostatní stranou.

První Ford Transit, do kterého si veškerou technologickou zástavbu udělali sami, se brzy uká-



zal jako malý. V počátcích samozřejmě seděli a čekali, až zazvoní telefon a někdo bude něco chtít. Nebylo úplně jasné, jaká bude budoucí skladba zákazníků, a tak Krausovi byli technickým vybavením připraveni na každého zákazníka. Nejdříve roznesli po okolí tisíce letáků, protože se domnívali, že o tuto službu bude zájem mezi soukromou klientelou. Oba si mysleli, že bude dost těch, kteří mají doma více jak dvě auta a uvítají, že jim někdo během chvíle přezuje doma před sezonou všechna auta, aniž by někam museli. Z tisíců roznesených letáků tehdy zareagovala pouze jedna paní a z ní se za poslední čtyři roky stala věrná zákaznice, která už přezouvání jinak neřeší. Takže co se týká soukromé klientely s osobními vozidly, zde mají Krausovi ještě dost velký potenciál

trhu. Ten však potřebuje dospět do stavu, že takovou službu ocení. Tento typ zákazníků je ještě velmi konzervativní a domnívá se naivně, že v kamenném pneuservisu dostane jinou, lepší službu. Kamenných pneuservisů je v okolí spousta, a asi by nebylo jednoduché jim konkurovat. A tak v mobilním pneuservisu, který nyní vestavěli do nejdelší a nejvyšší varianty Transitu, vidí šance jak nabídnout zákazníkům jiný komfort služby. Jejich mobilní pneuservis se stroji Lincos je vybavený vším potřebným pro přezutí a vyvážení kol od 13 do 24 palců. Mají s sebou agregát, dva kompresory a zvedací zařízení. Na počátku přemýšleli, že by s ohledem na snížení prvotní investice nakoupili použité stroje, ale jejich cena a míra použití nebyly v takové relaci, aby to dávalo

smysl. Tak se rozhodli pro nákup nových strojů a udělali dobře.

Kromě klientely s osobními automobily Krausovi logicky oslovili také dopravní společnosti, stavební společnosti, kame-nolom a zemědělce v regionu. Výsledkem toho snažení bylo, že již po dvou letech fungování s mobilním pneuservisem naplnili svou kapacitu a poslední dva roky přinesly takové obchody, že jsou oba nad míru spokojeni. Za ty čtyři roky si vytvořili se svými zákazníky osobní kontakty a tak vyjíždějí i k zákazníkům, kteří jsou se svým vozovým parkem třeba 100 kilometrů daleko. Hlavními zákazníky jsou pro ně nyní kamiony. Samozřejmě přezouvají také dodávkové automobily ve firmách a služební osobní automobily vedení firem. Stálým zákazníkům neúčtují dopravu, ale pouze pracovní



výkon a materiál. Pokud se jezná o jednorázový výkon, pak se samozřejmě výjezd účtuje.

U zemědělských pneumatik vidí Krausovi ze svého pohledu jeden problém (nadneseně), a tím je životnost zemědělských pneumatik. Traktory a jejich přívěsná zařízení se přezouvají jednou za pět až osm let, takže v tomto segmentu trhu nelze očekávat takovou obměnu obutí. Většinou si zemědělci přivolají mobilní pneuservis ve chvíli, kdy u nějakého traktoru nebo pracovního stroje dojde k mechanickému poškození pneumatiky, a tu je potřeba vyměnit nebo opravit co nejrychleji na místě, aby zemědělec mohl pokračovat v práci. Vše je otázkou času. Také zemědělci jednoho dne zjistí, že pokud jde o servis pneumatik, pak jsou služby mobilního pneuservisu pro ně nejvýhodnější.

Kromě kamionů a zemědělců Krausovi přezouvají a opravují



pneumatiky těžké stavební techniky nebo techniky v lomech. Takové kolo má spolu s diskem kolikrát hmotnost téměř jedné tuny a jeho sundání a dopravení do servisu by za normálních okolností zabralo celý den práce. Krausovi u takových strojů nesundávají celé kolo, ale pouze pneumatiku. Většina takových disků je z jedné strany rozebíratelná, takže disk zůstane namontován na stroji, je demontován pouze límec disku a pomocí zvedacího zařízení je stažena pneumatika.

Stejně kuriózní a velmi efektivní přístup mají Krausovi i k nákladním pneumatikám,

které dělají ručně, za pomoci montovacích pák a klínů. Přezutí čtyř pneumatik zadní nápravy tahače jim trvá s jistotou do 40 minut, se sejmutím kol a namontováním zpět na vozidlo. Klidně prý se vsadí, že to udělají do půl hodiny, ale nechtěli by nikoho vyprovokovat k tomu, aby si o nich myslel, že se vytahují. Tak prý 40 minut na 4 nákladní kola je hodnota, kterou mohou garantovat.

Kdysi si jeden nový zákazník objednal jejich služby, aniž by se před tím kdykoliv setkali. Přijeli a dali se do práce holýma rukama. Zákazník stál vedle nich, nevěřícně kroutil hlavou a řekl:

„Kdybych věděl, že to děláte tímto způsobem, tak bych si vás nikdy neobjednal.“ V tomto případě však vydržel sledovat jejich práci až do konce, a od té doby je jejich stálým zákazníkem a nikde jinde nepřezouvá. Krausovi jsou přesvědčení o tom, že nákladní pneumatiku nikdo nepřezuje rychleji a kvalitněji, ani za pomoci jakéhokoliv stroje. Díky svým věrným zákazníkům týdně kolikrát tímto způsobem přezouvají kolem stovky pneumatik. V tuto chvíli pracují na nové webové stránce, jejíž součástí bude natočené video, které novým zákazníkům představí jejich způsob práce



a nevěřící přesvědčí. Každopádně je jisté, že ani otec, ani syn nepotřebují chodit do fitcentra, aby měli dostatek pohybu, při jejich práci navíc vždy na čerstvém vzduchu.

Co se týká typu zákazníka, tak v tuto chvíli mají dvě přibližně stejně velké skupiny zákazníků. Jedni nakupují pneumatiky sami na internetu a druzí očekávají spolu se službou přezutí také dodání pneumatik. Naprosto každý zákazník si nejdříve zjistí cenu dané pneumatiky na internetu, potom si nechá udělat cenovou nabídku od Krausových a následně se rozhodne. U některých zákazníků hraje roli 50 korun a na nabídku dodání pneumatik reagují: „Ale na internetu stejná pneumatika stojí“ Podle Krause otce je svobodnou vůlí každého, kde si co koupí, a odmítá dorovnávat internetovou cenu se slovy: „Lidé si vůbec neuvědomují, kolik k nízké ceně zaplatí za po-

sovné, resp. za dodání. Že musí pneumatiky někde přijmout, skladovat a dovézt do pneuservisu. Vůbec si neuvědomují, že někdo musí zlikvidovat jejich staré pneumatiky, a nepřemýšlejí o tom, jak budou řešit reklamace.“ A dále vypráví: „Přišel zákazník s pneumatikami z internetu, a když jsme ho přezuli, tak jsme mu naučtovali 30 Kč za likvidaci každé staré pneumatiky. Řekl, že je to drahé, že si pneumatiky odveze sám do sběrného dvora. Zanedlouho se vychytrale vrátil, že od něj chtějí 60 Kč za likvidaci jednoho kusu, ale to už v tu chvíli byla i naše cena. Vyzrál tedy sám nad sebou.“

Je pochopitelné, že cena dnes hraje velkou roli při výběru zboží a služeb. Stejně tak, jako existují velcí nadnárodní dopravci s obrovskými flotilami vozidel, existují i malí dopravci s dvěma či třemi kamiony, kteří jsou rádi, že přežívají. Pro ně

je fakticky nemožné, aby dali 100 000 Kč nebo více za přezutí celé soupravy na prémiové pneumatiky. Je to pro ně nemožné z toho důvodu, že tu hotovost v takové výši prostě nemají. A tyto podnikatelské subjekty jsou pro Krausovi jedním z významných segmentů zákazníků. Rozdíl je totiž v tom, jestli se pneumatika kutálí na kamionu z Čech do Španělska anebo jezdí po Čechách, po městech se spoustou zatáček, křižovatek a nakládacích a vykládacích míst. V tom případě dochází bez ohledu na to, zda je budgetová nebo prémiová, k jejímu většímu opotřebení. Pro tuto klientelu mají Krausovi připravené ruské a čínské pneumatiky, jejichž cena je v porovnání s prémiovým produktem mnohdy třetinová. Vítězslav Kraus říká: „S největší pravděpodobností bude ze zkušenosti i její životnost třetinová, ale právě celková cena přezutí soupravy je pro mnohé dopravce rozhodující. Oni vědí, že za stejné kilometry zaplatí stejnou cenu, jako kdyby si koupili například Michelin, ale nedisponují potřebnou hotovostí. Také svět dopravců je barevný a nemůžou být všichni velcí a silní. Tak je to v životě přece v pořádku a každý si najde to své. Nemáme v podstatě žádné reklamace, ani na ruské, ani na čínské pneumatiky. Musím upřímně říci, že ty ruské jsou skutečně robustní

konstrukce a vydrží hodně. Ty čínské, bez ohledu na značku, jsou subtilnější konstrukce, ale fungují také dobře.“

Stejně jako každý jiný obchodník s pneumatikami nebo pneuservis chtějí Krausovi garantovat svým zákazníkům kvalitu a spolehlivost a budovat dlouholetý vztah s důvěrou. Z toho důvodu mají čtyři vybrané dodavatele, a pokud tito nejsou schopni dodat zákazníkem žádanou pneumatiku, pak toto přenesou na zákazníka. Nechtějí riskovat, že by zákazníkovi dodali produkty od neověřeného dodavatele a byli tím, kdo nese odpovědnost za chyby druhých. „Nedodáme nic, za co nemůžeme ručit,“ doplňuje Jakub.

Jakub Kraus, jako mladší generace, vidí mnohdy tu faleš, na kterou si současný trh hraje: „Když přijedeme k zákazníkovi, který provozuje například flotilu čtyřiceti vozidel, a majitel firmu skutečně sám vede, pak záleží většinou jen na opravdu odvedené práci, na její rychlosti, ceně a kvalitě. Když jsme osloveni zákazníkem, kterého v tu chvíli zastupuje nějaký manažer a majitel je kdesi neviditelný, je více než samotná kvalita práce důležité, jak se odprezentujeme. Současný svět si zvykl na to, že prezentace je důležitější než samotný výsledek práce. Určitě je každý z nás konfrontován na každém kroku ve svém soukromém životě s tím, že realita je často jiná než to, co nás původně zaujalo. Zvykli jsme si na to, že jsme nabídkami podvádění a stali jsme se přirozeně v obchodním styku nedůvěřivými. Největší kus práce pro nás tedy je přesvědčit potenciální zákazníky nejen o našich profesionálních schopnostech, ale především o naší upřímnosti.“

S Vítězslavem a Jakubem Krausovými bylo příjemné povídání, protože bylo neustále cítit jejich odhodlání a vytrvalost. Děkuji za Váš čas. K

