



Как Битрикс24 помогает автосервису увеличить финансовые показатели

Гайд для руководителя





Автосервисы часто сталкиваются с проблемами: забытые заявки, потерянные клиенты, низкая конверсия и нехватка времени у менеджеров. В итоге теряется прибыль, а бизнес работает неэффективно.

CRM-система Битрикс24 помогает решить эти проблемы: автоматизирует работу, повышает средний чек и увеличивает повторные визиты. Разберем, как это работает на конкретных примерах.



Увеличение среднего чека

Автоматизация допродаж (Upsell и Cross-sell)

- CRM фиксирует историю обслуживания автомобиля и предлагает клиентам дополнительные услуги — например, замену тормозных колодок при плановом ТО.
- Встроенные триггеры напоминают менеджерам предлагать релевантные услуги.
- Внедрение преднастроенных скриптов продаж снижает вероятность отказа клиента от допусслуг.



Автосервис «АвтоПрофи» внедрил систему автоматических рекомендаций, что увеличило средний чек на 15% за счет предложений по замене фильтров и жидкостей. Например, если клиент записывается на замену масла, CRM предлагает добавить замену салонного и воздушного фильтров со скидкой. Также менеджеры начали получать напоминания о том, чтобы предложить антифриз или тормозную жидкость, что дополнительно повысило продажи расходников.

Персонализированные предложения

- Система сегментирует клиентов — по пробегу, марке авто, частоте визитов — и отправляет таргетированные предложения. Например, скидка на диагностику перед сезоном.
- Лояльные клиенты получают персональные скидки и бонусы.
- Возможность интеграции с системами SMS- и email-рассылок позволяет автоматизировать процесс взаимодействия с клиентами.



В Автосервисе «ТехМастер» настроили персонализированные email-рассылки с предложениями на основе истории посещений. Например, если клиент в прошлом году делал диагностику перед зимой, ему приходит письмо с напоминанием и специальной скидкой на аналогичную услугу в этом сезоне. Это увеличило повторные визиты на 20%. Дополнительно компания начала предлагать эксклюзивные скидки для постоянных клиентов, которые оформили подписку на уведомления, что привело к росту выручки.



Рост выручки на клиента (LTV)

Программа лояльности и автоматические уведомления

- CRM отправляет клиентам напоминания о необходимости замены масла, ТО и других работ.



Автосервис «АвтоМастер» внедрил систему автоматических напоминаний о необходимости регулярного обслуживания. Если клиент обслуживался более полугода назад, система отправляет напоминание с персональной скидкой на ТО. В результате 40% клиентов вернулись в сервис, что повысило общий доход на 18%.

Программа лояльности и автоматические уведомления

- Анализ клиентской базы позволяет отслеживать клиентов, которые давно не посещали сервис, используя такие критерии, как дата последнего визита, сумма предыдущих заказов и средняя частота посещений. Это позволяет определить наиболее вероятных клиентов для возврата и предложить им специальные акции.
- Система позволяет настроить автоматические цепочки писем или SMS, мотивирующих клиентов вернуться.



Автосервис «ТехАвто» запустил акцию «Вернись и получи диагностику в подарок». База данных CRM автоматически определяла клиентов, не обращавшихся более 6 месяцев, и отправляла им SMS и email с предложением бесплатной диагностики. Это позволило вернуть 30% таких клиентов. Дополнительно, компания протестировала акцию «Приведи друга и получи скидку», что помогло привлечь новых клиентов без значительных затрат на рекламу.



Увеличение конверсии лидов в клиентов

Автоматизированная воронка продаж

- CRM фиксирует все заявки из звонков, сайта и мессенджеров, не теряя ни одного обращения.
- Настроенные бизнес-процессы ускоряют обработку лидов и отправку коммерческих предложений.
- CRM позволяет автоматически распределять заявки между менеджерами, снижая нагрузку на операторов.



Автосервис «Мотор СТО» внедрил автоматизированную воронку продаж: когда клиент оставляет заявку на сайте, система автоматически создает задачу менеджеру, который получает напоминание о необходимости перезвонить. Это сократило среднее время ответа с 40 до 10 минут и повысило конверсию на 25%. Кроме того, внедрение автоматизированных скриптов продаж позволило упростить работу новых сотрудников, что ускорило процесс адаптации персонала.

Интеграция с телефонией и мессенджерами

- Быстрые ответы клиентам и фиксация всей истории общения повышают доверие и конверсию.
- Автоматические напоминания менеджерам о необходимости повторного контакта.
- Возможность интеграции с чат-ботами позволяет автоматизировать предварительные консультации.



Автосервис «АвтоДоктор» подключил WhatsApp и Telegram к CRM, чтобы все обращения попадали в единую систему. Теперь менеджеры могут сразу видеть историю общения с клиентом и оперативно отвечать. Это увеличило скорость обработки заявок на 30% и уменьшило количество потерянных клиентов. Внедрение чат-бота для предварительных консультаций сократило нагрузку на операторов на 20%.



Снижение отказов и пустых записей

Автоматические напоминания о визите

- CRM рассылает уведомления в мессенджеры, sms или email и за день до визита, уменьшая количество неявок.
- Клиенты могут подтвердить или перенести запись через удобные каналы.



Автосервис «ПремиумАвто» снизил число неявок на 40%, внедрив автоматические напоминания по SMS. Если клиент не подтверждает визит, система автоматически отправляет повторное сообщение и предлагает удобную кнопку для переноса даты. Это позволило лучше управлять расписанием и сократить простои.

Гибкое управление расписанием

- Удобный онлайн-запись и автоматическая балансировка загрузки мастеров увеличивают эффективность работы.
- Интеграция с системой учета запчастей помогает оперативно проверять наличие необходимых деталей.



Автосервис «Спецтехника» внедрил онлайн-запись через CRM с возможностью выбора мастера и времени. Это снизило нагрузку на администраторов, уменьшило количество пустых слотов в расписании и позволило увеличить загрузку сервиса на 25%.



Внедрение Битрикс24 помогает автосервисам не только автоматизировать работу, но и значительно повысить эффективность по сравнению с традиционными методами управления. В отличие от ручного ведения клиентской базы и бумажных записей, CRM автоматически собирает данные, отправляет напоминания и анализирует ключевые показатели, что приводит к увеличению среднего чека, конверсии и повторных продаж. Инструменты CRM улучшают клиентский опыт, помогают сократить издержки и делают бизнес более прибыльным.

Оптимизируйте клиентский сервис уже сегодня!

Начните повышать качество обслуживания клиентов

➔ [Оставить заявку на консультацию](#)



Наши контакты



bitrix24.it4pro.ru



bitrix24@it4pro.ru



[+7 499 350 36 20](tel:+74993503620)