



Kuukausimaksullinen
autonpesu
mullistaa
pesutoiminnan
kannattavuuden

 *ProWash*

Kuukausimaksullisten palveluiden suosio kasvaa

Vaikka koneellista autonpesutoimintaa on harjoitettu jo 50 vuoden ajan, on se yhä monelta osin kehittymätöntä. Suurimmat kehityspanokset on aikojen kuluessa tehty automaation tason ja pesutuloksen tason parantamiseen. Se on toki tärkeää ja niiden asioiden pitää olla kunnossa, mutta samalla on unohdettu pesuasiakas ja miten hän kokee koneellisen autonpesun. Markkinointi ja maksumalleihin ei ole tullut juuri mitään kehitystä; kanta-asiakasjärjestelmät ovat leimattavan pesupassin tasolla ja suuri osa pesuista ostetaan kassalta. Kassalta saadaan tuloste, jossa oleva pin-koodi yritetään auton ikkunasta kurkottelemalla syöttää pesun asiakaspääteeseen, jotta pesuun päästään.

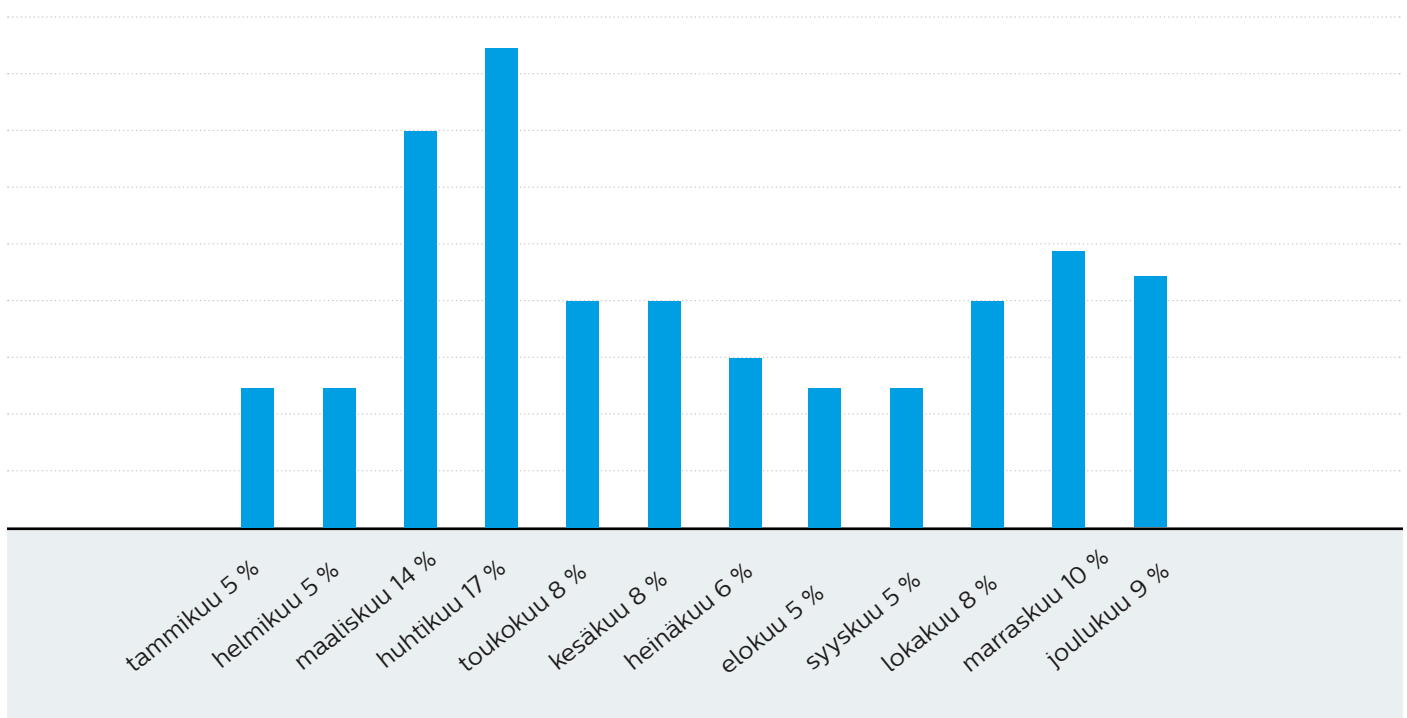
Samaan aikaan videovuokraamot ovat muuttuneet karkkikaupoiksi ja ”videot” vuokrataan nykyään netistä, yhä enenevässä määrin kuukausimaksulla. Miksikö? Koska kuluttajat nyt vain sattuvat siitä mallista enemmän pitävän ja koska malli on myyjälle tuottoisampaa.

Samoja trendejä on havaittavissa muillakin toimialoilla, esim. puhelinoperaattorit, hammaslääkärit, parturit jopa kaasuautojen kaasua myydään kiinteällä kuukausimaksulla. Näistä yleisin kuukausimaksullinen palvelu, joka lähes kaikille meillä on käytössä puhelinten datayhteydet. Autonpesussa ja datan siirrossa on yhtäläisyyksiä; alkuinvestointi on suuri, mutta datan siirron tai yhden pesun tuottaminen muuttuva kustannus ei ole suuri.

Autonpesu on toki vielä perinteisilläkin malleilla kannattavaa liiketoimintaa. Siitä huolimatta, että suuren osan aikaa pesuhalli on tyhjiään. Kuten tiedämme; harmaina päivinä, öisin ja kesällä pesuhallit ovat pääsääntöisesti tyhjiään. Harmaina päivinä ei pesusta haluta maksaa, kun kohta auto taas likaantuu uudelleen. Kesällä autoa pestään käsin kotona ja mökeillä ja yöaikaan pesuhallit ovat pääsääntöisesti kiinni.

Toisaalta, kun säätiedotus lupaa aurinkoisempaa jaksoa sadekelien jälkeen, on pesuhalleissa pitkät jonot. Kassa kilisee, mutta asiakkaat ovat tyytymättömiä, kun jonotukseen kuluu paljon aikaa.

Autonpesujen keskimääräinen jakauma kuukausittain:



Miten kuukausimaksullinen pesu toimii?

Sen käyttöönotto on todella helppoa. Pesuasiakas lataa älypuhelimensa Pesutili-sovelluksen. Asiakas avaa pesutilin antamalla sovelluksessa sähköpostiosoitteensa, kotipesulan, oman autonsa rekisterinumeron ja maksukorttinsa tiedot. Ensimmäinen kuukausimaksu veloitetaan maksukortilta ja pesupalvelun käyttö voi alkaa.

Pesuun ajaminen on vielä helpompaa. Kun asiakas haluaa pesuun, ajaa hän pesuhallin oven eteen, järjestelmä tunnistaa auton rekisteritunnuksen perusteella ja asiakkaan älypuhelin pyytää asiakasta valitsemaan pesuohjelman. Kun valinta on tehty, käynnistetään pesu puhelimen sovelluksesta. Pesukoneen ovi aukeaa ja pesuun voidaan ajaa.

Asiakkaan ei tarvitse nousta autosta pesun sisäänajossa, pesu käynnistetään omasta kännykästä ovia ja ikkunoita avaamatta ja kone pesee auton automaattisesti.

Joskus asiakastutkimuksissa olemme kysyneet, miten kuluttajat haluaisivat autonsa pestä. Tyypillinen vastaus on ollut: ”En haluaisi pestä sitä lainkaan, haluaisin että se vain tulisi puhtaaksi.”. Tällä mallilla ollaan jo melko lähellä haluttua tasoa.

Kuinka kannattava kuukausimaksullinen pesuasiakas on?

Kun keräämme pesustatistiikkaan Suomessa toimivilta pesijöiltä, tiedämme että Suomessa pestään vuodessa noin 6.000.000 koneellista autonpesua. Kun Suomessa on noin 3.000.000 henkilö- ja pakettiautoa, se tarkoittaa, että keskimääräinen auto saa Suomessa noin 2 koneellista pesua per vuosi.

” Nyt kun kuukausimaksullisia asiakkaita on ollut jo muutaman vuoden ajan, **on vaikea löytää argumenttia, miksei kuukausimaksua ottaisi käyttöön.**

Jos pesun keskihinta olisi 20 € ja pesun muuttuva kustannus 5 € ja kun tiedetään että keskimääräinen pesuasiakas pesee autonsa 2 kertaa vuodessa, niin keskimääräinen kertapesuasiakas tuo myyntikatetta 30 € per vuosi.

Kokemus on osoittanut, että keskimääräinen kuukausimaksuasiakas pesee autonsa noin 3 kertaa kuukaudessa. Jos kuukausimaksuasiakas maksaisi pesuista 50 € per kk, niin keskimääräisen kuukausimaksuasiakas tuo myyntikatetta 420 € per vuosi.

Asiakkaan, joka ostaa pesunsa kertahinnoittelulla pitää pestä autonsa 28 kertaa vuodessa, jotta hän tuo yhtä paljon katetta kuin yksi kuukausimaksua maksava asiakas. Erittäin harva kertapesuasiakas pesee autoaan 28 kertaa vuodessa täydellä hinnalla.

Nyt kun kuukausimaksullisia asiakkaita on ollut jo muutaman vuoden ajan, on vaikea löytää argumenttia, miksei kuukausimaksua ottaisi käyttöön. Keskimäärin pesumäärät ovat pysyneet kohtuullisina, uusia asiakkaita tulee kuukausimaksullisen pesun piiriin koko ajan ja asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä palveluun.

Kuukausimaksulla maksavia asiakkaita on Suomessa nykyään jo yli 10.000. Tästä kasvavasta joukosta kannattaa ottaa oma osansa jo nyt.

Kuinka kuukausimaksullinen asiakas käyttäytyy?

Kuten aina, myös kuukausimaksullisissa asiakkaissa on eroja. Osa tekee sopimuksen säästääkseen rahaa; jos pesen paljon, säästän joka pesulla. Mutta omalla ajallakin on hintansa; autonpesu nyt ei kuitenkaan vielä-kään ole maailman mukavinta hommaa. Toisaalta kuluttajilla on mielikuva, että he pesevät autoon paljon useammin kuin mitä he oikeasti tekevät. Kuten pesutilastoista tiedetään, auto pestään keskimäärin 2 kertaa vuodessa. Kun kuluttajilta asiaa kysytään, he kertovat, että auto pestään 11 kertaa vuodessa ja niistä 4 pesua tehdään koneellisesti. Kuluttajat siis uskovat pesevänsä kaksi kertaa niin paljon kuin mitä oikeasti autoja pestään.

Kuinka monta kertaa yleensä peset tai pesetät autosi vuodessa?



Suurimmalle osalle asiakkaista rahan säästäminen ei kuitenkaan ole keskeinen asia; paljon tärkeämpää on pesun helppous. Pesu on vapaa, ajan suoraan pesukoneelle, käynnistän pesun ovia ja ikkunoita avaamalla, luen sähköposteja pesun aikana, haen take-away kahvin ja jatkan matkaa puhtaalla autolla.

Keskimäärin pesumäärät ovat pysyneet kohtuullisina, alle 3 pesussa per kuukausi. Toisaalta mitä enemmän asiakkaat käyvät, sitä parempi mahdollisuus heille on myydä muuta asiakaskäynnin aikana.

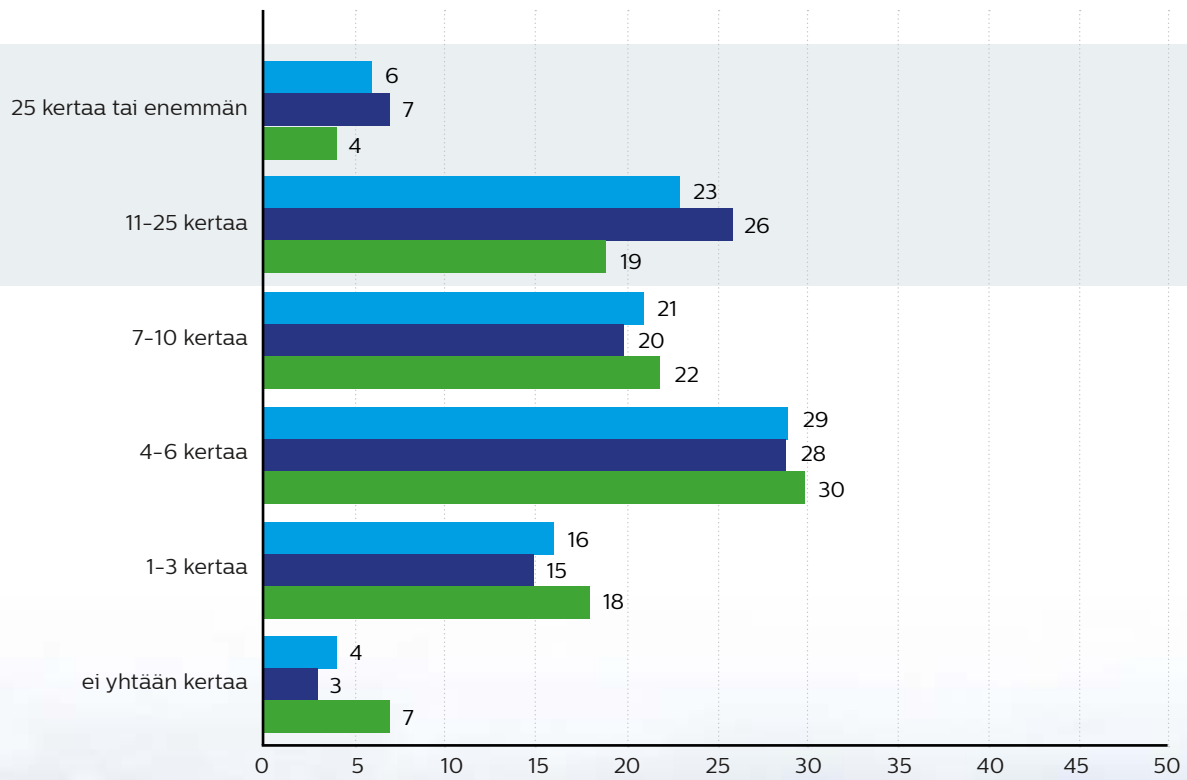
Toinen silmiinpistävä huomio kuukausimaksullisissa asiakkaissa on, että he eivät ole halukkaita jonottamaan. Ennenmin pesuja tullaan tekemään vaikka sadepäivänä, kuin että jonotetaan pesulaitteella. Tähän lienee kuitenkin ihan looginen selitys; kun yksittäisestä pesusta ei jouduta mitään maksamaan, ei haittaa, vaikka auto ei kiittäisikään enää seuraavana päivänä. Se on joka tapauksessa puhtaampi kuin aikaisemmin ja aina voi tulla uudelleen ilman erillistä veloitusta.

Jos tuntuu, että oma pesulaite on täynnä ruuhka-aikoina, voidaan kuukausimaksumallia ajatella myös vain sesonkiaikojen ulkopuolelle, esim. yöpesuun. Nykyisin on toimivia etävalvontamalleja, joilla yöpesujen turvallisuus voidaan taata, vaikka liikepaikka muuten ei olisi avoinna.

Mikä on kuukausimaksullisia pesun potentiaali?

Kun kuluttajilta kysytään kuinka usein he autonsa pesevät, vastaa lähes 30% asiakkaista pesevänsä autonsa yli 10 kertaa vuodessa. He ovat kaikki potentiaalisia kuukausimaksun asiakkaita. Kun kuluttajilta on kysytty, tekisivätkö he kuukausimaksusopimuksen, jos sellainen olisi mahdollista, ilmoittaa 20% autoilijoista haluavansa tehdä sopimuksen ja pääkohderyhmissä, uusilla autoilla ajavat hyvätuloiset kaupunkilaiset lähestyttään 30% potentiaalia.

Kuinka monta kertaa yleensä peset tai pesetät autosi vuodessa?

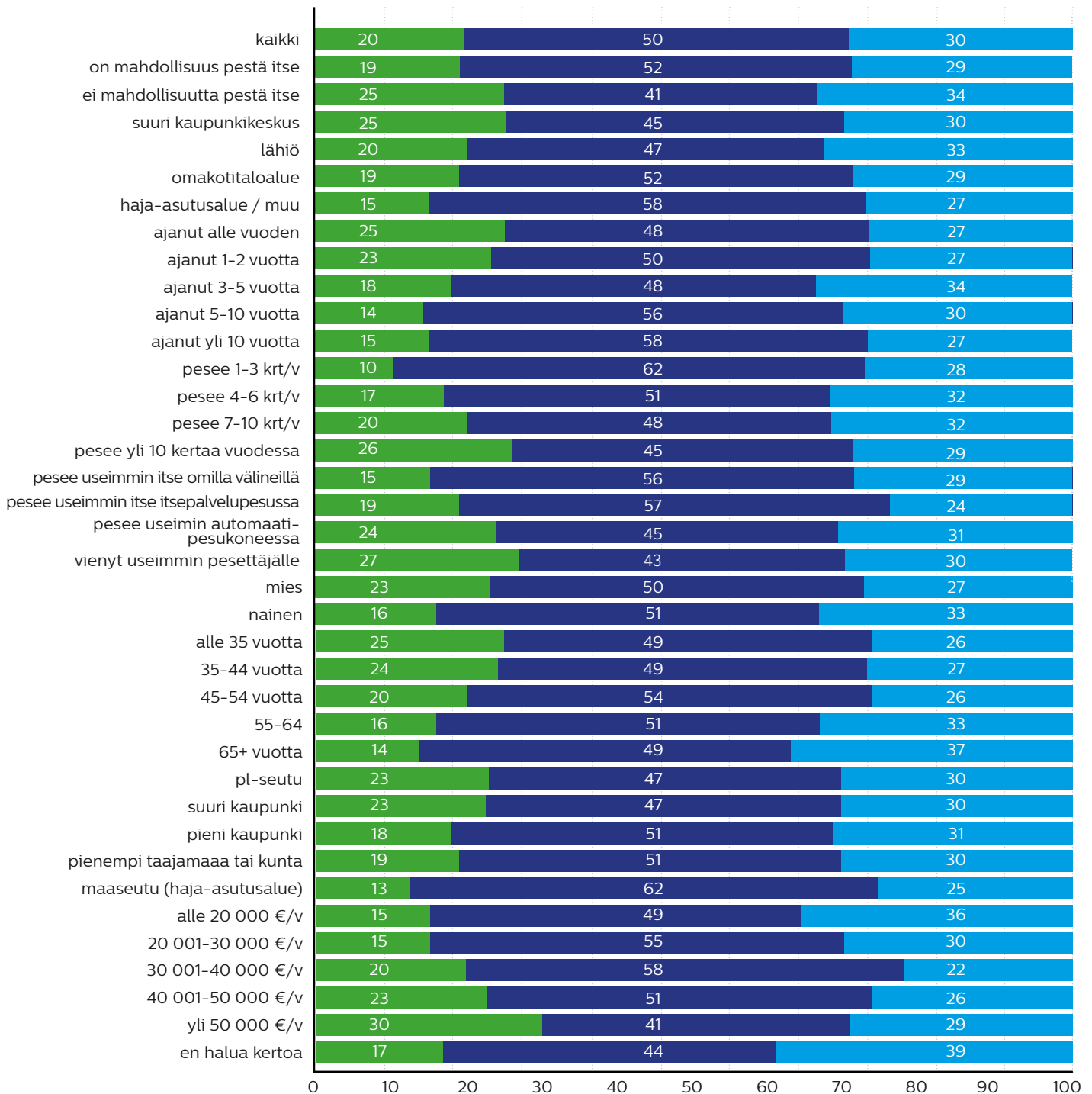


© Think If Laboratories Oy 2011

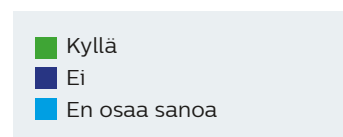
■ Kaikki vastaajat (=1230)
■ Mies (n=683)
■ Nainen (n=547)



Kiinnostaisiko sinua tehdä autollesi ”Pese niin paljon kun haluat” sopimus kiinteällä kuukausisummalla?



© Think If Laboratories Oy 2011



Jos 8.000 pesua pesevän liikepaikan parhaista asiakkaista (pesevät keskimäärin 10 konepesua per vuosi 20 € keskihinnalla) 100 saadaan kuukausimaksullisen pesun asiakkaaksi, kasvaa liikepaikan pesumäärä 2600 pesulla (33%), verollinen myynti 40.000 € (25%) ja verollinen myyntikate 27.000 € (23%). Tämä laskelma perustuu vain liikepaikan nykyisiin asiakkaisiin. Nyt kun kuukausimaksullinen pesu on vielä uutta, saa sen avulla myös asiakkaita käännetyksi kilpailevilta liikepaikoilta ja sitomaan asiakkaat omaan liikepaikkaan.

Katso mitä Pesutili tarkoittaa liikepaikkasi kannattavuudelle. Tässä laskelmaesimerkki siitä paljonko kuukausimaksullinen pesu tuo lisätuottoja liikepaikalle eri sopimusmäärillä (sillä oletuksella, että kaikki ovat uusia asiakkaita). Ensimmäisessä laskentataulukossa on kuukausimaksullinen malli tuotu asiakkaille 24/7 periaatteella. Kuluina on huomioitu pesun muuttuva kustannus, järjestelmän kustannukset ja aukioloaikojen ulkopuolisen valvonnan kustannus. Tulostaikutus on merkittävä.

BUDJETTILASKELMA PESUTILI 24/7

Lisätuotto eri sopimusmäärillä (hinnat ilman arvonlisäveroa)

Sopimusmäärä 24/7 sopimus	50	100	150	200	250
Keskihinta (käytössä 24/7)	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €	45,00 €
Sopimusmäärä Yöpesusopimus	25	50	75	100	125
Keskihinta (käytössä vain 20-08 aikana)	34,00 €	34,00 €	34,00 €	34,00 €	34,00 €
Laskentajakso, kk	12	12	12	12	12
Keskipesuja per kk	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Myyntipalkkio-% (Maksuliikenne + provisio)	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %
Järjestelmän kuukausimaksu	345 €	345 €	345 €	345 €	345 €
Pesumäärä yhteensä pa	2 700	5 400	8 100	10 800	13 500
Pesun keskikulu: vesi, sähkö, pesuaine, huolto	4,0 €	4,0 €	4,0 €	4,0 €	4,0 €

LIKEVAIHTO	37 200	74 400	111 600	148 800	186 000
Myyntiin oikaisuerät: Myyntipalkkio	-2 604	-5 208	-7 812	-10 416	-13 020
LIKETOIMINNAN TUOTOT YHTEENSÄ	34 596	69 192	103 788	138 384	172 980
Aineet ja tarvikkeet: pesukustannus	-10 800	-21 600	-32 400	-43 200	-54 000
MYYNTIKATE	23 796	47 592	71 388	95 184	118 980
Kiinteät kulut					
Järjestelmän kuukausimaksut	-4 140	-4 140	-4 140	-4 140	-4 140
Valvonta / vartiointi	-4 500	-4 500	-4 500	-4 500	-4 500
KÄYTTÖKATE	15 156	38 952	62 748	86 544	110 340

Jos nykyisellä toimintamallilla prime-aikoina pesulan kapasiteetti on täydessä käytössä, voidaan Pesutili ottaa käyttöön vain yöpesuasiakkaille. Tässä laskelmassa kuukausimaksullinen malli on asiakkaiden käytössä vain niinä aikoina, kun pesula on hiljainen (illat, yöt ja aikaiset aamut). Kuluina on huomioitu pesun muuttuva kustannus, järjestelmän kustannukset ja aukioloaikojen ulkopuolisen valvonnan kustannus. Myös tällä mallilla lisätuotot ovat merkittäviä.

BUDJETTILASKELMA PESUTILI YÖ

Lisätuotto eri sopimusmäärillä (hinnat ilman arvonlisäveroa)

Sopimusmäärä	50	100	150	200	250
Keskihinta (käytössä vain 20-08 aikana)	34,00 €	34,00 €	34,00 €	34,00 €	34,00 €
Laskentajakso, kk	12	12	12	12	12
Keskipesuja per kk	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Myyntipalkkio-% (Maksuliikenne + provisio)	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %
Järjestelmän kuukausimaksu	345 €	345 €	345 €	345 €	345 €
Pesumäärä yhteensä pa	1 800	3 600	5 400	7 200	9 000
Pesun keskikulu: vesi, sähkö, pesuaine, huolto	4,0 €	4,0 €	4,0 €	4,0 €	4,0 €

LIKEVAIHTO	20 400	40 800	61 200	81 600	102 000
Myyntin oikaisuerät: Myyntipalkkio	-1 428	-2 856	-4 284	-5 712	-7 140
LIIKETOIMINNAN TUOTOT YHTEENSÄ	18 972	37 944	56 916	75 888	94 860
Aineet ja tarvikkeet: pesukustannus	-7 200	-14 400	-21 600	-28 800	-36 000
MYYNTIKATE	11 772	23 544	-21 600	47 088	58 860
Kiinteät kulut					
Järjestelmän kuukausimaksut	-4 140	-4 140	-4 140	-4 140	-4 140
Valvonta / vartiointi	-4 500	-4 500	-4 500	-4 500	-4 500
KÄYTTÖKATE	3 132	14 904	26 676	38 448	50 220

Mitä muuta kuukausimaksullinen pesu tuo pesuliiketoimintaan?

Perinteisesti pesun myynti (kassa tai maksupääte) ja tuotanto (pesulaite) sijaitsevat samassa paikassa. Kuukausimaksullinen pesu Pesutiliapplikaation avulla muuttaa tämän paradigman. Pesusopimuksia voidaan tehdä asiakaskäynneillä asiakkaan luona, sopimuksia voidaan tehdä messuilla tai muissa massatapahtumissa. Pesupaikan ei tarvitse enää sijaita parhaassa risteyksessä, vaan se voi sijaita sivukadullakin, kunhan se muuten vain on kuluttajien normaalireitien varrella.

Pesutili mahdollistaa pesujen myymisen, ei vain rahastamista.

Soita, niin kerromme
lisää Prowash-konseptista.

09 3508 1090

Lue lisää Prowash-konseptista.
prowash.fi

