



Hur du startar en mobil cykelverkstad

Goda råd från Bicycle Repairman i projektet Tur & Retur



Fler
kunder.
Service till
cykelturister.

Varför en mobil cykelverkstad?

Att starta en mobil cykelverkstad är ett sätt att utveckla sin affärsmodell och nå fler kunder som inte annars hade kommit till en fast verkstad. Det är också ett bra sätt att, framför allt i mindre tätorter och landsbygder, få fler att välja cykeln istället för bilen för korta sträckor. Genom projektet Tur & Retur fick Bicycle Repairman möjlighet att utveckla denna verksamhet i Fyrbodal och visa de positiva effekter det bidrar till.

En mobil cykelverkstad gynnar både lokalbefolkningen, delårsboende och turister. Ur ett turistiskt perspektiv är en mobil cykelverkstad en bra service till cykelturister, men också till anläggningar som tar emot cykelturister. En mobil cykelverkstad kan också vara en del i ett större utbud av bagagetransporter, cykeluthyrning och dylikt, vilket fungerar som ett smörjmedel för cykelturism.



Du avgör
själv
verksamhetens
storlek

Vad är en mobil cykelverkstad?

Den mobila cykelverkstaden Bicycle Repairman består av en skåpbil med släpkärra innehållandes en komplett verkstad. Med den tog man sig sedan runt i ett område under sommaren 2020 för att utföra enklare cykelservice. Formen går att både skala upp och ner – allt från att bära en verktygsväska till fots, använda en lådcykel med verkstaden i lådan, till en större investering med containrar på olika platser som man åker runt till.

Inom ramen för Bicycle Repairman erbjöds enklare service som omfattade ungefär 45 minuter till en kostnad av 500 kr per cykel.

Mer komplicerade reparationer löstes genom att de tog med cykeln till den fasta verkstaden, men då helst föregående av tidsbokning.

Bicycle Repairman har försökt att vara mycket lösningsfokuserade, men påpekar vikten av att tydligt informera kunden om vad den köper och vilken service som ingår.



Synlighet
och marknads-
föring viktiga
delar

Uppstartkostnader

Det krävs, som alltid när man startar en ny verksamhet, en del investeringar. I detta projektet valde Bicycle Repairman att lägga fokus på varumärke och synlighet, en attraktiv websida och bas kring sociala medier samt tillgång till en högkvalitativ och effektiv verkstadsutrustning. Notera att detta är en investering som gjorts för att både bygga upp ett varumärke och för att få en riktig kvalitetsverkstad avsedd för två mekaniker. Sammanhanget krävde också bil och släpkärra.

Här följer en summering av poster och kostnader.
Priserna är angivna exklusive moms

Släpkärra

- A) Flyttsläp från Thule.
 - B) Verkstadsinredning i kärran såsom verkstadsbänkar och förvaringshyllor.
- A) **35.000 kr**
B) **15.000 kr**



Sortiment
med de
vanligaste
tillbehören

Stripning av bil och släp

En större skåpbil av modell Nissan NV300 samt
släpkärra från Thule **20.000 kr**

Bil

På grund av hög initialkostnad är bilen hyrd.

Kostnad per mil inkl. drivmedel/skatt/försäkring 60 kr
640 mil a´ 60 kr **38 400 kr**

Cykelverktyg

Investeringar i en verkstad avsedd för två personer.

I denna post är även inräknat ett mindre sortiment av de
vanligaste tillbehören så som däck/slang/wire m m..... **50.000 kr**

Webbsida, logotyp, profilkläder..... 40.000 kr

Telefon, kassasystem från iZettle 15.000 kr

Annonskostnader,

reklammaterial, fotografering 65 000 kr

Totala uppstartkostnader, se nästa sida.



Lägre
initiala
kostnader med
hyrd bil

Totala uppstartkostnader

Totalkostnader av uppstartsinvesteringar
utifrån föregående sidors beräkning. **278.400** kr ex moms.

Utifrån behoven undersökte Bicycle Repairman noga vad som behövdes för att starta denna typ av verksamhet. Notera att bilen är hyrd och inte köpt, vilket håller nere kostnaderna kring den posten.

Under projektets gång fylldes sortimentet på och utökades med reservdelar anpassade för ändamålet.



Kommunikation och samverkan

Marknadsföringen av Bicycle Repairman var oerhört viktig för att nå ut till en bred skara. Allt från tryckt reklam i tidningar och magasin till flyers hos turistinformationer och samarbetspartners producerades.

Sociala medier var en stor dörröppnare via annonser i flertalet kanaler. Därifrån nådde den mesta informationen ut till kund. Tack vare många samarbetspartners, öppnades nya sociala kanaler upp. Där fanns människor som tidigare inte tagit sig till en fast verkstad och som nu fick upp ögonen för den mobila verkstaden.

Testet av den mobila verkstaden ägde rum i Orust kommun. Bicycle Repairman var aktiva på Facebook och gick med i de lokala handelsgrupperna samt i gruppen "Detta händer på Orust". På så sätt fick de ut information om att de fanns i närheten. Men "Buzz marketing", marknadsföring som förlitar sig på att nöjda kunder sprider budskapet vidare, var trots allt det som betydde mest.

Bicycle Repairman anser att det finns en stor möjlighet att, tillsammans med samarbetspartners, kommunicera verksamheten och på så sätt hitta synergier som gynnar alla parter.

Orust kommun har i projektet Tur & Retur, tillsammans med Fyrbodals kommunalförbund, varit projektägare och i den rollen stöttat med kommunikation och deltagit i event som "Hållbarhetsdag på Henåns torg".

Södra Bohuslän Turism, som lokal turistorganisation, har i projektet Tur & Retur varit leverantör till Fyrbodals kommunalförbund och Orust kommun. De i sin tur beställde tjänsten som LO Bikes tillhandahöll. Turistorganisationens medverkan blev för den mobila cykelverkstaden; en administrativ hubb, en kommunikativ part och en plattform för vidareutveckling av olika produkter. Bicycle Repairman fick också god kommunikation med näringslivet.

Viktigt att tänka på

Tydlighet mot slutkund – detta ingår i cykelservicen, detta betalar du för. Det finns ingen bättre reklam än en nöjd kund! Var tydlig med vad din kund kan förvänta sig och för en dialog kring arbetet som skall utföras.

Vi har sett bättre uppslutning av kunder om man finns **två dagar på samma plats**.

Försök hitta **bra platser där många cyklar finns** – en slags knutpunkter. Gärna i samverkan med någon lokal handlare som också kan hjälpa till att sprida information. Till exempel en mack, turistinformation eller lokal affär.

Bicycle Repairman har haft två mekaniker på plats och räknat med service av ca 10-15 cyklar per dag. Underlaget skiljer sig självklart åt beroende på var du tänkt att ha din verksamhet. Men räkna noga på vad du behöver i **intäkter per dag** för att få din verksamhet att rulla framåt.

Anpassa dig. Det går inte att säga för många gånger. Titta noga över din destination och vad det finns för möjligheter där du befinner dig. Även om du skapar en mobil verkstad i skärgården under sommartid som Bicycle Repairman, behöver du nödvändigtvis inte göra samma investeringar. Om din plan är att laga punkteringar centralt i en stad med högskola – bygg din egen hubb och utveckla vidare från det. Andemeningen i denna punkt är att du måste göra läxan, se över din situation där du är och anpassa din verksamhet därefter. Lycka till!



Ett projekt inom
Fyrbodals Kommunalförbund

Projektet finansieras av



Projektpartners:

