

Firemní klientela je velmi náročná

Otázku, jak nejlépe a nejefektivněji vybrat značku osobních vozidel, která budou brázdit silnice ve firemních barvách a zajistit pro ně kvalitní poprodejní servis, jistě již řešil ne jeden manažer. Jitka Kubelková má na starosti prodej fleetových vozidel značky SEAT ve společnosti Import Volkswagen Group s.r.o. a pro RLN hovoří o nejdůležitějších požadavcích, nárocích a preferencích firemních zákazníků.

Český trh je z pohledu provozu firemních flotil osobních vozidel v mnohém specifický, a proto vyžaduje i specifický přístup automobilek, které o tento segment trhu usilují. Jak Vy osobně ze své pozice hodnotíte tuto skupinu zákazníků?

Tato skupina zákazníků je velmi náročná. Zákazníci obvykle požadují optimální poměr mezi cenou a užitnou hodnotou vozu, vysoké jsou také nároky na servis. Častým požadavkem bývá i možnost využití vozů pro soukromé účely. SEAT nabízí know-how, kvalitu a technologie největšího evropského výrobce automobilů koncernu Volkswagen v kombinaci s flexibilitou a perfektní znalostí potřeb českých zákazníků. Díky stabilní a zkušené prodejní a servisní síti (SEAT působí na českém trhu už dvacet let) dokáže profesionály, kteří umějí dobře počítat, určitě oslovit.

Nabídka osobních vozů všech kategorií je dnes na českém trhu obrovská, přesto značek používaných pro firemní flotily není mnoho. Podle čeho se fleetoví zákazníci rozhodují při volbě značky?

Fleetoví zákazníci oceňují hlavně spolehlivost, snadné intuitivní ovládání, nízké provozní náklady, kvalitní zákaznický servis a servisní síť. V dnešní době jsou neméně důležité i ekologické aspekty, atraktivní design, možnost odlišit se od ostatních.

SEAT využívá koncernový velkoodběratelský kon-



Jitka Kubelková, VIP and Fleet Sales, IVG s.r.o., divize SEAT

cept a může využít i možnosti zákazníkovi nabídnout celé portfolio od všech koncernových značek.

V poslední době je na našich silnicích vidět stále více vozů značky SEAT, včetně těch s více či méně nápadnými logy nejruznějších společností. Co způsobuje jejich rostoucí oblibu jako fleetových vozidel?

Značka SEAT má nejmladší cílovou skupinu. Průměrný věk zákazníků SEATu je 32 let, u nás je to



38 let. Proto jsme se na fleetové zákazníky nyní více zaměřili. Našimi benefity jsou široká nabídka modelů, variabilita, kvalita, servisní zázemí, reference, příslušnost k silné skupině výrobců osobních vozidel, koncernu Volkswagen a díky tomu i dobrá prodejnost ojetých vozů.

Co považujete za klíčové na strategii automobilky SEAT (společnosti IVG) v tomto segmentu?

Důležité je zákazníky přesvědčit, aby si vůz vyzkoušeli a potom jim nabídnout ostatní benefity jako jsou finanční nebo servisní služby. Ale není to jednoduché, zvláště když došlo v minulém roce k útlumu nákupů. Přesto může dnes SEAT svými produkty zákazníky oslovit. U vozů klade důraz na kvalitu, komfort, systematickou práci s klíčovými zákazníky, fleetové ceny a v neposlední řadě i na orientaci na ochranu životního prostředí.

Dnes více než kdykoliv předtím jsou vozy SEAT vnímány jako auta kvalitní, spolehlivá, výkonná, líbivá, s možností volby široké škály výbav a doplňků. Jak se vám daří zachovat jim jejich osobitý charakter a současně v maximální míře těžit z technologické jedinečnosti koncernu VW?

Celý koncern Volkswagen má v tomto ohledu jasně danou výrobní i obchodní strategii. Staví na symbióze špičkové techniky a originálního designu, tradice, použití nejmodernějších technologií, dále také na kvalitní pracovní síle a použitých materiálech.

Jaké jsou nároky vašich zákazníků na osobní přístup a řešení šitá na míru jejich konkrétních potřeb?

V nabídce pro naše zákazníky je samozřejmostí možnost kombinování více koncernových značek pro jednoho zákazníka, kvalitní zákaznický servis, promo akce, pružná reakce na měnící se potřeby a mnoho dalších benefitů. ■

RLN



Firemní vůz roku 2009 v Německu SEAT Exeo



SEAT Altea

