

ZOBACZ ŚWIAT W INNYM ŚWIETLE



NOWA GAMA ŻARÓWEK



www.hella.pl
hella.polska

Technology with Vision



Autonaprawa

www.e-autonaprawa.pl

Adres redakcji:

ul. Parkowa 25
51-616 Wrocław
tel. 71 715 77 95
faks 71 348 81 50
autonaprawa@technotransfer.pl
www.technotransfer.pl

Numer rachunku bankowego:
03 1140 2004 0000 3102 5467 9483

Redaktor naczelny:

Jan Wajdzik
j.wajdzik@technotransfer.pl

Redaktor prowadzący:

Marcin Bieńkowski
m.bienkowski@technotransfer.pl

Sekretarz redakcji:

Bogusława Krzczanowicz
b.krzczanowicz@technotransfer.pl

Serwis e-autonaprawa.pl:

Adam Rudziński
a.rudzinski@technotransfer.pl

Stali współpracownicy:

Andrzej Kowalewski, KrzaQ,
Hubert Kwarta, Zenon Majkut,
Leszek A. Stricker, Tomasz Szulc

Marketing i reklama:

Małgorzata Salamaga-Borysenko
tel. 71 733 67 56
m.salamaga@technotransfer.pl

Prenumerata:

tel. 71 715 77 95
prenumerata@technotransfer.pl

Opracowanie graficzne i skład:

Taurus CD
tel. 71 715 77 98

Wydawca:

Wydawnictwo Technotransfer

Druk i oprawa:

AMW Wrocław

Wszelkie prawa zastrzeżone. Przedruk materiałów wyłącznie za zgodą redakcji. Materiałów niezamówionych redakcja nie zwraca. Zastrzegamy sobie prawo do skrótów i redakcyjnego opracowania tekstów przyjętych do druku. Redakcja nie bierze odpowiedzialności za treść reklam i ogłoszeń.

Zdjęcia na okładce:
Philips, archiwum



Z drugiej ręki

Niedawno miałem okazję zapoznać się z informacjami podanymi przez firmę CarForFriend.pl, podsumowującymi rynek samochodowy w Polsce 2019 roku. Wynika z nich, że w zeszłym roku odnotowano znaczny wzrost sprzedaży samochodów używanych, przy jednoczesnym znaczącym spadku sprzedaży nowych pojazdów. Na rynek trafiło ok. miliona używanych aut sprowadzonych z zagranicy. Sprzedaż nowych modeli spada, przede wszystkim ze względu na ich coraz wyższe ceny, będące następstwem unijnych przepisów dotyczących emisji spalin, bezpieczeństwa czynnego i biernego, a także poczynionych przez przemysł motoryzacyjnych inwestycji w produkcję pojazdów hybrydowych i elektrycznych, które przecież muszą się koncernom zwrócić.

Według danych firmy CarForFriend.pl, wśród pojazdów używanych sprowadzanych do Polski prym wiodły modele średniej klasy, które stanowiły około 60-70% ogólnej puli. Dużym zainteresowaniem cieszyły się też SUV-y. Ekspersi wiążą ten fakt z coraz większą zamożnością społeczeństwa, o czym świadczy wzrost o 10 tys. kwoty wydawanej na „nowy” używany samochód – z 20 do 30 tys. Klientami decydującymi się na zakup tego typu samochodów są przedstawiciele klasy średniej – pracownicy administracji, lekarze, menadżerowie średniego szczebla i osoby należące do wolnych zawodów. Ta grupa nabywców chętnie korzysta z fachowego doradztwa, które stanowi istotną pomoc przy braku czasu na samodzielne poszukiwanie auta i pozwala na znalezienie konkretnego pojazdu w dobrym stanie technicznym. I to są bardzo dobre wieści dla warsztatów niezależnych.

Po pierwsze, klient, który kupił używany samochód, rzadko decyduje się na serwis w autoryzowanym warsztacie producenta pojazdu. Ponieważ samochód nie jest nowy, łatwiej zdecydować się jego właścicielowi na wizytę w znanym lub polecanym przez znajomych niezależnym serwisie. Chętniej też sięgnie po tańsze części dostępne na rynku aftermarket, a nie po oryginalne podzespoły producenta. Warsztat ma więc większą swobodę w wyborze elementów potrzebnych do naprawy i regulowania ceny usługi za pomocą marży będącej pochodną kosztów własnych naprawy oraz ceny użytych części.

Po drugie, niezależny warsztat może, dzięki dobrej znajomości swoich klientów, pomóc w dokonaniu trafnego wyboru w kwestii zakupu używanego, a zarazem pewnego samochodu. Wystarczy, że jeden z właścicieli chce sprzedać, a drugi kupić samochód. Skontaktowanie ich ze sobą nie tylko pozwoli na szczęśliwą realizację transakcji pomiędzy kierowcami, ale też przyniesie wiele korzyści warsztatowi w postaci zadowolonych klientów, którzy znacznie chętniej będą w przyszłości korzystać z usług tego właśnie serwisu. Taka transakcja budzi bowiem znacznie większe zaufanie, a warsztat tworzy nie tylko więź z klientem, ale zaczyna budować i ugruntowywać na lokalnym rynku wizerunek solidnej, godnej zaufania i polecenia firmy, co w dzisiejszych czasach ma coraz większe znaczenie.

Marcin Bieńkowski

Marcin Bieńkowski