

Bezpłatny pakiet raportów historii pojazdów carVertical



69,2% samochodów na polskim rynku wtórnym pochodzi z importu. W tak dużej liczbie pojazdów często zdarzają się auta powypadkowe, z korygowanym przebiegiem i niejasną historią serwisową. Dla osób zawodowo handlujących autami używanymi wyłowienie z tej

grupy pojazdów z wiarygodną przeszłością to duży problem.

Firma carVertical, specjalizująca się w gromadzeniu informacji o historii pojazdów na globalną skalę, stworzyła narzędzie dla polskich sprzedawców samochodów używanych, które pomoże w pra-

widłowej weryfikacji aut. Narzędziem tym jest bezpłatny pakiet raportów, który pomoże firmom zajmujących się sprzedażą pojazdów poznać zalety bazy danych carVertical. Szacuje się, że w każdej grupie ośmiu pojazdów znajduje się przynajmniej jeden ze skorygowanym przebiegiem, a około 65,7% wszystkich aut na drogach ma na swoim koncie jakiś wypadek lub stłuczkę.

Baza danych carVertical pozwala poznać pełną historię samochodów dostępnych na rynku wtórnym. Jest ona przydatna zwłaszcza wtedy, kiedy pojazd miał kilku właścicieli i pełne „prześwietlenie” go jest naprawdę trudne. Informacje zawarte w bazie carVertical

pomagają ujawnić uszkodzenia z przeszłości, korygowanie przebiegu czy ewentualną kradzież samochodu. Bardzo ważne są również archiwalne zdjęcia, liczba właścicieli oraz możliwość sprawdzenia najpopularniejszych usterek.

Raport generuje się błyskawicznie po zaledwie kilku kliknięciach. Przedsiębiorcy mogą sprawdzić historię pojazdów z 25 państw Europy dostępną w jednym raporcie, bez dodatkowych opłat. W celu zapewnienia jeszcze większej transparentności, carVertical daje możliwość skorzystania z pięciu darmowych raportów historii pojazdów dla średnich i dużych sprzedawców samochodów używanych (powyżej 50 ogłoszeń).

Shell liderem globalnego rynku środków smarnych

Shell utrzymuje pozycję wiodącego globalnego dostawcy środków smarnych. Jak potwierdza raport firmy badawczej Kline&Company, firma Shell okazała się najlepsza na świecie po raz 16. z rzędu!

Doroczny raport *Global Lubricants: Market Analysis and Assessment* ukazał się po raz 20. Opracowanie do-

tyczy danych za rok 2021 i obejmuje rynki w istotnych krajach, gdzie sprzedawane są środki smarne. Zestawienie uwzględnia segmenty rynku, typy oraz rodzaje produktów i formułacje. Shell utrzymuje pozycję numer jeden we wszystkich trzech kategoriach środków smarnych analizowanych przez Kline w ran-

kingu: *Consumer Automotive* (środki smarne przeznaczone do stosowania w samochodach osobowych), *Commercial Automotive* (środki smarne do pojazdów użytkowych) i *Industrial* (środki smarne stosowane w przemyśle).

W 2019 r. Shell, jako jeden z pierwszych, wprowadził na rynek portfolio płynów E-fluids, wykazując technologiczną gotowość i wychodząc naprzeciw oczekiwaniom producentów OEM. Dziś płyny Shell E-fluids poprawiają niezawodność, wydajność i osiągi elektrycznych układów napędowych.

Shell dostarcza również bardziej zrównoważone rozwiązania oraz produkty, przy czym środki smarne odgrywają kluczową rolę we

wspieraniu celu Shell, jakim jest osiągnięcie zerowej emisji netto do 2050 roku. Innym priorytetem jest pomoc klientom Shell w zmniejszeniu ich śladu węglowego. Ułatwia to sieć centrów technologicznych, w których zatrudnionych jest ponad 300 naukowców i inżynierów. W swojej działalności Shell zmniejsza ilość odpadów poprzez rozwój zrównoważonych opakowań i elementów gospodarki cyrkularnej. Udostępnia także gamę produktów i rozwiązań biodegradowalnych oraz specjalistyczne usługi techniczne.

Według najnowszego raportu Kline&Company, Shell nie tylko utrzymał pozycję lidera globalnego rynku środków smarnych, ale również powiększył swój udział w rynku w stosunku do kolejnego największego dostawcy o 0,6% – do 11,6%.

Moto-Profil podsumowuje rok 2022

– *Moto-Profil, jak i cała branża aftermarketowa, jest w dobrej kondycji, jednak musimy wychodzić poza utarte schematy* – mówi Michał Tochowicz, podsumowując rok 2022 w firmie Moto-Profil i sieci ProfiAuto. Przedstawiciele jednego z największych w Polsce dystrybutorów części motoryzacyjnych, wchodzącego właśnie w trzecią dekadę działalności, podali także swoje prognozy na nadchodzące 12 miesięcy.

W ostatnich czterech kwartałach Moto-Profil po raz kolejny zanotował wzrost przychodów w stosunku do poprzedniego roku. Firma prężnie działa również na arenie europejskiej, stale poszerzając sieć kontaktów biznesowych. Należąca do Moto-Profilu sieć ProfiAuto zrzesza ponad 240 sklepów i hurtowni oraz ponad 2150 serwisów motoryzacyjnych w Polsce, Czechach i na Słowacji. Pozostaje tym samym największym tego typu podmiotem na rynku dystrybutorów części i warsztatów w kraju.

Minione cztery kwartały stały pod znakiem rozwoju oferty handlowej. Firma rozpoczęła bezpośrednią współpracę z marką Castrol, wpro-

wadziła także do swojego katalogu asortyment marki KYB. Ponadto rozszerzyła portfolio marek własnych: ProfiPower, Oyodo i JPN.

W 2022 roku Moto-Profil pracował nad nową wersją katalogu z częściami, który będzie wprowadzany w ściślejszej współpracy z partnerami biznesowymi od I kwartału br. Poza katalogiem, Moto-Profil rozwijał też oprogramowanie dla sklepów i hurtowni motoryzacyjnych – ProfiBiznes.

Po pandemicznej przerwie firma wznowiła organizację ogólnopolskich wydarzeń – Konferencję ProfiAuto dla partnerskich sklepów i hurtowni oraz cztery Konferencje ProfiAuto Serwis dla właścicieli warsztatów zrzeszonych w sieci.

W odpowiedzi na coraz bardziej odczuwalny brak specjalistów w warsztatach oraz wymagania młodego pokolenia mechaników, Moto-Profil wdrożył w 2022 roku oprogramowanie ProfiAuto Wirtualny Warsztat w szkołach mechanicznych w Polsce i Czechach. Dzięki temu niemal 400 uczniów po raz pierwszy kształciło się w zawodzie z wykorzystaniem wirtualnej rzeczywistości. Przy udziale firmy

VRTechnology odbył się także II Wojewódzki Turniej Młodych Mechaników VR.

Mając na uwadze zmieniający się profil klienta warsztatów, w ubiegłym roku Moto-Profil rozwijał aplikację ProfiAuto, która pozwala m.in. na umówienie wizyty w serwisie przez smartfona czy śledzenie wydatków na paliwo. W związku z inflacją, wysokimi cenami

Z perspektywy globalnej oraz zmian w świecie motoryzacji (elektryfikacja, nowe modele korzystania z samochodu czy dyrektywa *Fit for 55*, czyli planowany zakaz sprzedaży samochodów w Europie z silnikami spalinowymi od 2035 roku) firma skupia się także na przyszłości, biorąc czynny udział w działaniach takich organi-



energii czy brakiem pracowników na rynku Moto-Profil stara się maksymalnie wspierać swoich partnerów pod kątem zwiększenia efektywności biznesu. Zapewniają to m.in. programy wsparcia handlowego oraz szeroko zakrojona działalność marketingowa.

zacji, jak TEMOT International czy SDCM.

Również pod kątem przyszłości Moto-Profil oferuje szkolenia dla mechaników i produkty w katalogu związane z serwisowaniem nowoczesnych hybryd oraz samochodów elektrycznych.

Spersonalizowane wsparcie techniczne firmy Castrol



Castrol wprowadza nowe, bezpłatne wsparcie techniczne, które umożliwi serwisom i klientom indywidualnym w Polsce komunikowanie się z wyspecjalizowanym zespołem ekspertów ds. technicznych, przeszkolonych pod kątem udzielania porad i rozwiązywania zapytań.

Nowa usługa będzie dostępna dla aktualnych i przyszłych klientów Castrola, niezależnych i autoryzowanych serwisów, dystrybutorów, sprzedawców detalicznych oraz serwisów partnerskich w całej Polsce. Zapewni ona spersonalizowaną obsługę klienta na wyższym poziomie. Technicy firmy Castrol będą bezpłatnie dostępni przez osiem godzin dziennie, pięć dni w tygodniu.

Można się z nimi kontaktować pod adresem e-mail: Poland-TechInfo@castrol.com.

W trakcie programu pilotażowego nowej usługi wsparcia technicznego przedstawiciele firmy Castrol udzielili odpowiedzi na 87% wiadomości e-mail w ciągu 24 godzin. Usługa wsparcia technicznego Castrol jest oferowana we współpracy z Teleperformance – firmą zapewniającą zarządzanie po-

zyskiwaniem klientów w wielu kanałach, obsługę klienta, wsparcie techniczne i inne usługi. Firma korzysta ze sztucznej inteligencji, aby zapewnić obsługę w wielu językach, dzięki czemu użytkownicy mogą się kontaktować z zespołem wsparcia technicznego w swoim języku ojczystym na całym świecie. To rozwiązanie sprawia, iż usługa jest dostępna dla wszystkich.