

## LEASING

# Specjalny rodzaj banku

Nabywcy pojedynczych aut, ale i całych flot, chętnie korzystają z ofert banków samochodowych.

MATERIAŁ POWSTAŁ  
WE WSPÓŁPRACY Z  
VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES

W branży motoryzacyjnej zadaniem instytucji finansowej typu captive - czy to banku, czy firmy leasingowej - jest oferowanie finansowania aut zarówno dilerom, jak i klientom końcowym. To jedna z istotnych różnic przy porównaniu captive'ów i banków komercyjnych. Głównym zadaniem banków czy firm leasingowych nie związanych z żadną marką samochodową, jest przede wszystkim pożyczanie pieniędzy, a następnie ich odzyskiwanie. Takim operacjom służą kredyty, leasing i ubezpieczenia.

- Na obrocie pieniądzem kończą się kompetencje typowych banków. Taki bank komercyjny nie zapewni swojemu klientowi, że wybrany przez niego samochód spełni oczekiwania - że będzie odpowiednio wyposażony, niezawodny i wygodny, jak będzie przebiegał proces zmiany tego auta na nowe, jaki będzie serwis, procedury ewentualnych napraw powypadkowych, odnawianie ubezpieczeń itd. - podkreśla Daria Zielaskiewicz, dyrektor departamentu marketingu Volkswagen Financial Services.

W Polsce przykładami takich instytucji są działające w ramach Volkswagen Financial Services spółki finansowe: Volkswagen Bank, Volkswagen Leasing i Volkswagen Serwis Ubezpieczeniowy. - Bazę dla tych usług stanowi nie obieg pieniądza, ale dostarczanie klientom rozwiązań dających mobilność. Mobilność łączy doskonałe produkty, czyli samochody, z usługami, w tym z finansowaniem tych aut leasingiem i kredytem, z ubezpieczeniami i likwidacją szkód komunikacyjnych, wynajmem długoterminowym pojazdów, a także ich serwisowaniem. To oznacza, że jesteśmy w stanie skutecznie i w kilku obszarach budować wieloletnie relacje z klientami, oparte na lojalności - wskazuje Daria Zielaskiewicz.

## Captive korzysta z badań

Budowa relacji opiera się na właściwym odczytywaniu oczekiwań klientów. Według badań spółek captive należących do Volkswagen Financial Services, ponad trzy czwarte klientów firm finansowych związanych z producentem samochodów przy zmianie auta na nowe decyduje się na wybór tej samej marki. Natomiast wśród osób kupujących pojazdy za gotówkę lub w finansowaniu oferowanym przez zwykle banki komercyjne czy instytucje leasingowe, ten odsetek jest niższy - maksymalnie dwie trzecie klientów wraca do danej marki aut po okresie użytkowania samochodu.

Daria Zielaskiewicz przytacza również badania, z których wynika, że potrzeby klientów rosną, a oni sami

stają się coraz bardziej niecierpliwi i wymagający. - W USA oczekiwania konsumentów zwiększyły się o 23 proc., a jednocześnie ocena marek wzrosła tylko o 4 proc. Ponadto klienci wyżej cenią dobrą obsługę (88 proc. wskazań) niż markę (78 proc.). Obecnie firmy muszą także trafić w „mikromoment”, czyli jak najszybciej i najlepiej świadczyć usługi w chwili, w której klient ich szuka - zaznacza ekspertka. Badania wskazują, że w Stanach Zjednoczonych w okre-

uwagi na niepotrzebne czynności, na przykład na „zdobycie” produktu czy usługi lub jego „uczenie się”. Chcą upraszczania również produktów finansowych czy skracania procedur i w instytucjach związanych z producentami samochodów dostają to niejako „w pakiecie”.

## Bez drobnego druku

Na jakie korzyści dla nabywców przekłada się

markami samochodów konkretnego producenta - dodaje ekspertka.

Kolejną kwestią są ustalone, wypracowane przez lata, jednolite procedury postępowania na styku produkt (samochód) - usługi. Jeżeli na przykład kiedykolwiek będzie konieczna likwidacja szkody ubezpieczeniowej, to dany samochód zawsze zostanie naprawiony w autoryzowanej stacji obsługi, z wykorzystaniem oryginalnych części i w taki sposób, że klientowi nie przysporzy to

ketingu Volkswagen Financial Services.

Daria Zielaskiewicz podkreśla, że w umowach ze spółkami Volkswagen Financial Services nie ma również żadnych trików, żadnego drobnego druku. Dlaczego? - Odpowiedź jest prosta: jako instytucje samochodowe budujemy długofalowe relacje z klientem, a czyste, jasne zasady są podstawą tworzenia takich relacji. Zadowolony ze współpracy klient wraca do swojego banku lub firmy leasingowej, do swojego do-

sięgając po takie właśnie, wygodne finansowanie, oferowane przez instytucje typu captive. Klienci płacą za używanie samochodu, a na zakończenie umowy mają możliwość zmiany pojazdu na nowy, kolejny model w ramach stosunkowo niskich miesięcznych rat. - Po pięciu latach od wprowadzenia kredytów z niskimi ratami Polacy kupują coraz więcej nowych samochodów, w czym swój udział z pewnością mają również nowoczesne kredyty. Konsumenty wybie-



Doradca pomoże w wyborze samochodu, a jednocześnie w dobraniu finansowania i dodatkowych usług.

się od 2015 do 2017 roku liczba internetowych zapytań z frazą „teraz otwarte/teraz czynne” potroiła się, natomiast zmalała z frazą „godziny otwarcia”. Liczba wyszukiwań mobilnych, zawierających frazę „dostawa tego samego dnia” zwiększyła się z kolei o ponad 120 proc.

Innym zjawiskiem charakterystycznym dla współczesnego klienta jest upraszcza-

współpraca z instytucjami captive? - Po pierwsze, interesują się samochodem kupowanym przez klienta, poziomem obsługi i serwisu w ASO, zadowoleniem użytkownika, którego efektem jest „przywiązanie go” do marki i możliwość utrzymania z nim długoletniego kontaktu, jako potencjalnym nabywcą kolejnego samochodu - wymienia Daria

żadnych kłopotów. Z ofertą instytucji captive powiązanej z konkretną marką pojazdów mogą się wiązać prawdziwe emocje klienta, wynikające z wyboru i użytkowania samochodu.

Daria Zielaskiewicz nie ukrywa, że istotne są osobiste relacje z klientami. Ogniwem łączącym kupujących ze spółkami Volkswagen Financial Services jest możliwość kontaktu ze sprzedawcą w salonie dilerkim. Taki doradca pomoże w wyborze samochodu, a jednocześnie w dobraniu finansowania i dodatkowych usług, takich jak pakiety serwisowe, ubezpieczenia komunikacyjne czy assistance. Do tego kontakt z dilerem może być co pewien czas odnawiany w przypadku polis ubezpieczeniowych, wizyt w serwisie czy przeglądów auta. - Nasi sprzedawcy informują również klientów o promocjach czy premierach nowych modeli, a także o kończącym się okresie finansowania. To zupełnie inne relacje i lojalność niż w kontaktach banków komercyjnych ze swoimi klientami - zwraca uwagę dyrektor mar-

radcy, do ulubionej marki samochodów - dodaje.

## Dla klientów małych i dużych

Instytucje związane z markami samochodowymi tworzą oferty dopasowane do oczekiwań klientów, często przeznaczane właśnie dla konkretnej marki. Szczególnie istotna jest tu współpraca. - W przypadku firm działających w ramach Volkswagen Financial Services ściśle współpracują one z markami samochodowymi Grupy Volkswagen, dla których przygotowują produkty i usługi - opisuje Daria Zielaskiewicz. Każdy z podmiotów idzie więc w tę samą stronę, czyli w kierunku zadowolenia klienta, który dzięki temu wraca. To również znajduje potwierdzenie w przytoczonych badaniach.

Volkswagen Financial Services jest na polskim rynku prekursorem nowych produktów finansowych: kredytu i leasingu z niskimi ratami. W Europie Zachodniej większość klientów kupuje auta,

rajają także droższe wersje, lepiej wyposażone lub nawet wyższe modele wybranej marki. Inaczej podchodzi też do kosztów związanych z pojazdem. Cena zakupu (czyli całego samochodu) traci na znaczeniu na rzecz rat, a bardziej istotne stają się koszty przeglądów i serwisu oraz napraw i części zamiennych - podsumowuje Daria Zielaskiewicz z Volkswagen Financial Services. /©

” Ponad trzy czwarte klientów firm finansowych związanych z producentem samochodów przy zmianie auta na nowe decyduje się na wybór tej samej marki

nie. Technologie, z których korzystamy są i będą coraz bardziej skomplikowane, jednak jako ich użytkownicy oczekujemy coraz prostszej i intuicyjnej obsługi. Kupujący nie chcą poświęcać czasu i

Zielaskiewicz. - Każdy z tych etapów jest dla takiego podmiotu ważnym źródłem wiedzy. To także wyróżnia instytucje typu captive: zależy im, aby klient został nie tylko z nimi, ale również z

” Zadowolony ze współpracy klient wraca do swojego banku lub firmy leasingowej, do swojego doradcy, do ulubionej marki