

Używany samochód z Internetu i bez jazdy próbnej. Przyszłość?

data aktualizacji: 2018.08.16



We wrześniu 2017 roku Master1.pl, jako pierwsza firma w Polsce, wprowadziła na rynek możliwość pozyskania samochodu pokontraktowego w abonamencie w 100% przez Internet. Jak się okazuje, osoby zainteresowane tą formą zakupu auta w większości przypadków zamawiają je z dostawą do domu (door-to-door). Oznacza to, że nie widzą pojazdu i nie jeżdżą nim przed zawarciem transakcji, a o opinię na temat auta wyrabiają na podstawie opisów i zdjęć znajdujących się na Master1.pl. Jest tak w przypadku aż 64% klientów firmy.

- Po roku od wprowadzenia nowoczesnego kanału dystrybucji możemy zaobserwować rewolucyjną zmianę podejścia klientów do zakupu samochodów, ale nie jesteśmy zaskoczeni tym kierunkiem. Samochód przestaje być ważnym elementem majątku, będącym wyznacznikiem statusu społecznego, a zaczyna pełnić rolę użytkową. Dlatego jesteśmy przekonani, że wygoda i szybka realizacja transakcji przez Internet w formule abonamentu będzie coraz popularniejsza. W tym kontekście nie może dziwić, że kierowcy są w stanie całkowicie zrezygnować z możliwości zobaczenia auta „na żywo” przed zakupem. Uważam, że tak może wyglądać przyszłość branży moto, dlatego od samego początku uruchomienia Master1.pl dokładamy wszelkich starań, aby zdjęcia samochodów były możliwie jak najbardziej szczegółowe i wysokiej jakości - komentuje Grzegorz Grodecki, dyrektor zarządzający Master1.pl, platformy sprzedaży samochodów pokontraktowych należącej do Grupy Masterlease.

Co ważne, każdy klient, który uzna, że wybrany model samochodu z jakiegoś względu mu nie odpowiada, może go zwrócić w ciągu 14 dni od zakupu. Master1.pl przeanalizował także szereg

innych elementów związanych z kupowaniem online samochodów w abonamencie.

Oto najważniejsze wnioski z raportu „Kto i w jaki sposób kupuje auta przez Internet?”

- Do zawarcia umowy online znacznie częściej przekonani są mężczyźni, którzy stanowią aż 79 proc. klientów.
- Średnia wieku klienta kupującego samochód w Internecie to 35 lat.
- Najwięcej klientów zamieszkuje województwo mazowieckie (25 proc.), wielkopolskie (19 proc.), śląskie (15 proc.) i pomorskie (9 proc.).
- Na kupno abonamentu w sieci najczęściej decydują się single, którzy stanowią ponad połowę całej grupy klientów.
- Największą popularnością cieszą się kontrakty 12-miesięczne oraz brak opłat na start, na które zdecydowało się 55 proc. klientów.
- Średnia wysokość miesięcznej raty abonamentu to 1225 zł brutto. Na cenę wpływa szereg czynników, m.in. wiek i rodzaj pojazdu czy długość kontraktu, na który decyduje się klient.
- Wiodącą opcją finansowania zakupu online, spłacanego w równych, miesięcznych czynszach, jest Abonament Comfort (56 proc. umów). W cenę takiego abonamentu wliczony jest serwis, pakiet ubezpieczeń, 24h Assistance, a także przechowywanie i wymiana opon.
- Opel Astra IV z 2015 roku z silnikiem Diesla o pojemności 1.6 oraz Hyundai Tucson z 2016 roku z silnikiem Diesla o pojemności 1.7 – na te modele najczęściej decydowali się klienci w Internecie

- Młodzi klienci z regionów o wysokim wskaźniku jakości życia nie chcą już wiązać się długimi umowami, ani inwestować w samochody własnych oszczędności. Rezygnują z opłat na start, pomimo tego, że wiąże się to z wyższym comiesięcznym czynszem, który najprawdopodobniej jest opłacany z bieżących przychodów. Auto ma spełnić swoją funkcję, a po roku zostać wymienione na inny, nowszy model. Kierowca nie chce zajmować się jego serwisem czy ubezpieczeniem. Zależy mu na oszczędności czasu, dlatego sprawy związane z użytkowaniem samochodu stara się ograniczać do tankowania paliwa. Jesteśmy również świadomi, że korzystanie z samochodów w abonamencie i to zamawianych przez Internet jest dla klientów nowością. Dlatego dajemy naszym klientom możliwość przekonania się do tych rozwiązań i oferujemy krótkie, 12 miesięczne kontrakty – komentuje wyniki raportu Grzegorz Grodecki z Master1.pl