

Cyfryzacja moto branży i niska podaż aut

data aktualizacji: 2021.10.15



Konferencja w Ogródzieńcu była pierwszym z cyklu planowanych spotkań z przedstawicielami sieci dealerskich z całej Polski, poświęconych obecnej sytuacji rynku motoryzacyjnego, a także jego przyszłości.

Idea Getin Leasing, Autokatalog.pl oraz Instytut Badań Rynku Motoryzacyjnego SAMAR zorganizowali w Ogródzieńcu konferencję pt. „Jak zmieni się świat automotive w najbliższym czasie?”. W wydarzeniu wzięli udział przedstawiciele sieci dealerskich z całej Polski. Spotkaniu towarzyszył przegląd raportów i trendów motoryzacyjnych oraz wymiana doświadczeń uczestników w kilku panelach tematycznych.

Wnioski z prowadzonych rozmów wskazywały na to, że sprzedaż samochodów w salonach zmieni się bezpowrotnie. Niezbędna będzie zmiana perspektywy sprzedaży, otwarcie się na nowe kanały internetowe i wdrożenie dynamicznych strategii cyfryzacji w sieciach dealerskich.

- Pandemia obnażyła słabość dzisiejszej formuły sprzedaży. Internet będzie odgrywał coraz większą rolę i nie unikniemy przejścia do sieci, chociaż ten proces nie będzie taki szybki, jak się niektórym wydaje. Część prognoz podaje, że do roku 2035 udział w rynku sprzedaży samochodów przez Internet będzie wynosił 35% - mówi Wojciech Drzewiecki, prezes IBRM SAMAR oraz twórca największej w Polsce porównywarki samochodów osobowych Autokatalog.pl.

Rok 2020 to nagłe załamanie rynku motoryzacyjnego

W stosunku do roku 2019 zarejestrowano prawie 138 tys. mniej samochodów do 3,5 t. IBRM SAMAR prognozuje, że w bieżącym roku wzrośnie o 9% sprzedaż nowych aut w tej kategorii, natomiast już w całym 2022 r. nastąpi ponowny spadek rok do roku aż o 5%.

- Na przestrzeni ostatnich 4 lat możemy zauważyć, że udział osób fizycznych w zakupie nowych aut regularnie spada, zwiększa się natomiast liczba leasingów i zakupów flotowych – twierdzi Robert Bendlewski, dyrektor departamentu pojazdów Idea Getin Leasing S.A.

Systematycznie zmniejsza się liczba dostępnych na rynku pojazdów. Według ocen IHS Markit w pierwszym półroczu 2021 z powodu braku podzespołów wyprodukowano na świecie o 2,59 miliona mniej aut niż zakładano. Na skutek tej tendencji zmienia się również czas użytkowania pojazdów. Dane Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców wskazują, że wydłuża się w Polsce okres użytkowania samochodów osobowych.

Dobre jest stare?

Dla pojazdów tzw. służbowych, leasingów i car fleet management to wzrost o średnio 4 miesiące. Nowe pojazdy nie są dostępne, zatem konsumenci i firmy nie sprzedają tych obecnie użytkowanych.

- Czynniki, które będą miały wpływ na okres użytkowania pojazdów używanych w najbliższych miesiącach to z pewnością kolejna fala pandemii, problem z dostępnością aut w salonach, zmiany przepisów w leasingu na skutek Polskiego Ładu, konsekwencje rosnącej inflacji czy obawy przed elektromobilnością – tłumaczy Robert Bendlewski.

Na temat trendów i potencjalnych scenariuszy w branży sprzedaży samochodów opowiadał Adam Przeździek, trendwatcher oraz CEO agencji badawczo-konsultingowej FutureOf X.

- Sygnały rynkowe pokazują, że producenci samochodów będą próbowali reorganizować sieci dealerskie, aby mieć większy wpływ na ceny aut dostarczanych użytkownikom końcowym. Kluczową rolę będą tu odgrywały internetowe kanały sprzedaży. Dealerzy będą musieli przyspieszyć transformację cyfrową i poprzez nowoczesne narzędzia obsługi klienta wzmacniać swoją markę, aby nie zostać wyeliminowanym z gry” – ostrzega Wojciech Drzewiecki.

Jak podaje raport McKinsey „Digitalization in automotive retail 2021” 60% potencjalnych nabywców samochodów poniżej 45 roku życia preferuje jego zakup online. Istotną informacją jest również deklaracja aż 45% badanych w wieku poniżej 60 lat, że rozważyłoby zakup pojazdu online.

Samo środowisko dealerskie podkreśliło konieczność transformacji i doceniło tego typu spotkanie branżowe, na którym można było wymienić się doświadczeniami i niezbędną wiedzą, potrzebną do lepszego podejmowania decyzji, szczególnie w obliczu nadchodzących zmian.

- Strategia cyfryzacji jest niezwykle istotna. To dzięki niej, a także zmianom technologicznym i wdrożonym narzędziom, jak np. wirtualna obsługa klienta, które zaczęliśmy wprowadzać jeszcze przed pandemią, udało nam się nie tylko nie zwolnić nikogo z powodu kryzysu wywołanego zakażeniami Covid 19, ale zwiększyć poziom zatrudnienia i przychodów – mówi Piotr Wnękowski, wiceprezes zarządu Krotoski Sp. z o.o. Sp. K., dealer Audi, Porsche, Skoda i Volkswagen.

Fot. Idea Getin Leasing S.A.

Źródło: