

Nowa definicja normalności

Być może, oczekując normalności, czyli powrotu do roku 2019 i lat wcześniejszych, oczekujemy zbyt wiele? Być może w świecie biznesowym na nowo powinniśmy zdefiniować to pojęcie i zamiast na siłę starać się wrócić o rzeczywistości sprzed lat powinniśmy nauczyć się kreować nową rzeczywistość, która stanie się naszą normalnością.

Czy musimy jako branża przyjąć na siebie skutki sytuacji covidowej i wojny, czy istnieją może sposoby i obszary, które pozwolą złagodzić konsekwencje ostatnich trzech lat? Jakie działania można podjąć, aby – jeżeli nie wrócić całkowicie – to zbliżyć się do normalności?

Hubert Niedzielski

Kierownik PR marki Volkswagen, Volkswagen Group Polska

Stoimy w obliczu olbrzymich przekształceń w całym świecie motoryzacji. Konsekwencje ostatnich wydarzeń o znaczeniu globalnym będą odczuwalne także dla marek motoryzacyjnych. Poza dążeniem do optymalizacji kwestii produkcyjnych (co stanowi obecnie dla nas najwyższy priorytet), musimy wciąż rozwijać naszą

oferotę i opracowywać ją tak, aby odpowiadała oczekiwaniom naszych klientów. Poza nowymi produktami (w tym roku w naszym portfolio pojawiają się dwa nowe modele elektryczne: ID.5 i ID. Buzz oraz dwa modele spalinowe: Taigo i nowy T-Roc), niebagatelne znaczenie ma dla nas atrakcyjność oferty finansowej Volkswagen Financial Services. Klienci doceniają jej kompleksowość i cieszymy się, że dzięki finansowaniu nasze samochody stają się jeszcze bardziej dostępne.

Hubert Laszczyk

Prezes Zarządu Express Car Rental

Obecną sytuację w branży wynajmu samochodów powinniśmy postrzegać przez pryzmat trzech głównych czarnych łabędzi:

1. Bardzo duży wzrost kosztu utrzymania floty samochodów w wyniku wzrostu wszystkich jego głównych składowych.
2. Duże utrudnienia w zakupach samochodów.
3. Zmniejszenie ruchu lotniczego, a co za tym idzie znaczny spadek popytu na usługi wynajmu samochodów dla klientów indywidualnych.

W okresie narastania pierwszej fali Covid i związanych z tym lockdownów obniżka stóp procentowych i silne spowolnienie gospodarcze pozwoliły na utrzymanie, a nawet pewne optymalizacje kosztów floty. Efekt ten zanikał z czasem, a obecnie w warunkach coraz szybciej rozkręcającej się inflacji nie ma po nim śladu. Podnoszenie stóp procentowych banku centralnego pociąga za sobą wzrost Wiboru, na którym oparte

są kontrakty finansujące zakup aktywów. W wyniku wzrostu płac i opłat za energię, rosną stawki usług serwisowych, a słaby złoty powoduje wzrost cen części zamiennych, co w krótkiej perspektywie pociągnie za sobą także wzrost stawek ubezpieczeniowych.

Problemy z utrzymaniem ciągłości produkcji w warunkach zrywających się łańcuchów dostaw legły u podstaw odwrócenia się całej filozofii funkcjonowania rynku sprzedaży samochodów. Dotychczas oparty o długoterminowe, przewidywalne zamówienia ze ściśle zdefiniowaną datą dostawy oraz kontrakty wolumenowe z klientami flotowymi, stał się on zupełnie nieprzewidywalny. Z małymi wyjątkami zamówienie samochodu nie gwarantuje obecnie niczego: ani terminu, ani ceny, ani specyfikacji, ani nawet tego, że auto kiedykolwiek zostanie dostarczone. Tak naprawdę możemy powiedzieć, że samochód będzie do naszej dyspozycji dopiero, gdy otrzymamy na niego fakturę od dostawcy.

Co więcej, można się zasadnie obawiać, że rozwiązanie problemów produk-

cji nie spowoduje automatycznie powrotu do pierwotnej sytuacji, gdyż pozostaje jeszcze kwestia rosnących z roku na rok opłat emisyjnych za samochody z silnikami spalinowymi. Podczas gdy EV stanowią jedynie nieco ponad 2% rynku, ceny sprzedaży całej reszty muszą pokryć coraz paropodatki. W efekcie nowe samochody z powrotem stają się produktem ekskluzywnym, których koszt zakupu bardziej nawiązuje do ceny mieszkania niż towaru powszechnie dostępnego. Wydaje mi się, że regres w tym zakresie jest olbrzymi. Na naszych oczach powracamy do sytuacji znanej z lat 90.

Ostatnia z poruszonych kwestii dotyczy strictly rynku wynajmu krótkoterminowego i sprowadza się do znacznego zmniejszenia najbardziej rentownego segmentu, jakim był wynajem samochodów w celach turystycznych. Można się obawiać, że utrata tego segmentu wywoła dodatkową presję na wzrost cen najmu w innych obszarach rynku najmu krótkotermino-

wego. Wszak wypożyczalnie nie są organizacjami non – profit i na czymś muszą zarabiać.

W mojej opinii wszystkie powyższe czynniki sprowadzą się w efekcie do dosyć znacznego wzrostu stawek najmu samochodów. Presja rosnących kosztów jest tak silna, że nie ma możliwości zaabsorbowania jej w ramach działań optymalizacyjnych czy też poprzez ograniczenie marży. Dotychczas te działania często wystarczały, co zaowocowało bardzo dużą stabilnością cenników, które właściwie nie były zmieniane przez ostatnich 8 lat.

Oczywiście, są pewne możliwości podejmowania działań zaradczych. W Expressie zaoferowaliśmy klientom szerokie możliwości wydłużania kontraktów wynajmu zawartych w latach ubiegłych, o ile tylko eksploatowany samochód zachowuje odpowiednią sprawność techniczną. Drugim rozwiązaniem jest produkt elastycznego wynajmu oparty

o samochody poleasingowe. Być może w wielu firmach trzeba będzie zrezygnować z wymiany samochodów co 2–3 lata i przejść na cykl 5–6-letni, w zamian otrzymując stawkę najmu niższą nawet o połowę. Dodatkową zaletą aut poleasingowych jest fakt, że są dostępne od ręki i możliwe do wynajęcia w całkowicie automatycznym procesie przeprowadzanym na stronie www.

Biorąc pod uwagę siłę omawianych trendów, powrót do status quo ante uważam za wątpliwy, a raczej zupełnie nieprawdopodobny. Nadchodząca rewolucja elektryczna i tak wymusi na nas wszystkich dalsze dostosowania w celu znalezienia nowego poziomu równowagi. Stały wzrost cen samochodów spowoduje natomiast, że waga finansowania zewnętrznego w jego nabyciu znacznie się zwiększy. Prawdopodobnie też, nowe samochody staną się dobrem bardziej ekskluzywnym niż dotychczas.

Dariusz Terlecki

Regional Director Poland & EE,
Webfleet Solutions

Branża transportowa jest papierkiem lakmusowym stanu całej gospodarki – jest podatna na wszelkie zawirowania i jako pierwsza odczuwa ich skutki. Okazało się jednak, że po pierwszym szoku związanym z wybuchem pandemii, lockdownami i przerwami w łańcuchach dostaw, większość operatorów transportowych nie tylko dostosowała się do nowej rzeczywistości, ale nawet zakończyła ubiegły rok na dużym plusie. W sondażu, jaki przeprowadziliśmy wśród członków ZMPD, blisko 35% przewoźników przyznało, że rok 2021 przyniósł im wzrost przychodów, a kolejne 20% stwierdziło, że pan-

demia otworzyła im szanse na rozwój. I faktycznie pandemia była impulsem, który znakomita część firm wykorzystwała do tego, by postawić na optymalizację, rozpocząć działania na nowych rynkach czy kierunkach i wprowadzić rozwiązania cyfrowe. Wg naszego europejskiego badania wśród flot europejskich, aż 74% flot wdrożyło nowe rozwiązania cyfrowe, a 97% z nich przyznało, że to pomogło im w neutralizacji skutków pandemii i kontynuacji działalności. Digitalizacja jest więc jednym ze skutecznych sposobów na poprawę efektywności działania.

Niestety, rok 2022 postawił przed przewoźnikami i nami wszystkimi kolejne, ogromne wyzwania. Do głównych bolączek w postaci Pakietu Mobilności, inflacji, rosnących cen paliw, niedoboru kierowców dołączyła wojna za naszą

wschodnią granicą. Ukraina jest czwartym największym kierunkiem eksportowym poza UE dla Polski, Rosja zaś siódmym największym odbiorcą polskich towarów. Wojna to niewątpliwie dramat dla przewoźników jeżdżących do tych krajów. Być może będą zmuszeni do przedstawienia się na inne rynki i obsługę innych kierunków.

W sytuacji galopującego wzrostu kosztów operacyjnych wszelkie rozwiązania, które pozwolą na generowanie oszczędności, poprawę wydajności czy eliminację marnotrawstwa powinny być jeszcze bardziej pożądane. Takie korzyści zapewniają nowe technologie, w tym telematyka, więc spodziewam się, że branża będzie się dalej digitalizować i w coraz większym stopniu wykorzystywać dane ze swoich pojazdów do optymalizowania działalności.

Daniel Trzaskowski

dyrektor ds. sprzedaży cyfrowej i flotowej
w Volkswagen Financial Services

Choć w ostatnich latach czekaliśmy na moment, w którym sytuacja rynkowa

i ogólnoswiatowa w końcu się ustabilizują, codzienność okazała się odmienna. Od trzech lat żyjemy w kryzysie, przybiera on jedynie różne oblicza.

Najpierw borykaliśmy się z pandemią i nową rzeczywistością, w której króluje

praca zdalna. Miało to wpływ również na przestoje fabryk związane z problemami produkcyjnymi, a potem z półprzewodnikami. Pandemia Covid-19 oczywiście nie skończyła się wraz ze zniesieniem restrykcji. Mimo to powoli zaczęliśmy ▶

- ▶ wracać do życia, nie tylko online. Dzisiaj trwa inny problem, który jest spowodowany brakiem części. Wynika to z wojny w Ukrainie. Nie wiemy, kiedy powitamy spokojniejsze czasy. Wszystkie koncerny samochodowe pracują na pełnych obrotach, żeby znaleźć rozwiązanie na zakłócone łańcuchy dostaw części. Obecnie pojawił się kolejny problem wynikający z lockdownu w Chinach, który na pewno przyniesie kolejne konsekwencje dla branży samochodowej. Teraz trudno powiedzieć, jak duże będą to konsekwencje.

Dlatego tak ważna jest elastyczność i zwinność w działaniu oraz umiejętność dostosowywania do obecnej sytuacji. Co-

dziennie uczymy się, jak jeszcze lepiej zarządzić aktualną sytuacją. Liczy się zdolność oceny tego, co w danej chwili najistotniejsze. To powinno być podstawą do podejmowania decyzji. Jako branża – czy tego chcemy, czy nie – także ponosimy konsekwencje tego, co się stało. To, jak obecnie wygląda świat, dotyka również obszaru flot.

Warto pamiętać, że zarządzanie tym, co przez wiele lat było uporządkowane, jest naprawdę dużym wyzwaniem. Obserwujemy wiele nieprzewidywalnych zdarzeń w świecie motoryzacyjnym, jak problem z dostępnością samochodów. W Polsce zmagamy się ze wzrostem stóp procentowych i galopującą inflacją, która z kolei

wpływa na wyższe ceny części i usług.

W standardowej sytuacji polityka floty odpowiada na pytanie, jaki model samochodu należy się danemu pracownikowi. Jednak aktualne realia są niestety inne. Kupuje się często to, co jest dostępne. Chcąc zmitygować ryzyko, będzie można zrobić rekalkulację oraz wydłużenie kontraktów – oczywiście w przypadkach, gdy pozwoli na to stan samochodu. Przy tych czynnościach pomaga współpraca z zaufanym partnerem finansowym. Pomimo trudności, z którymi zmagają się świat, liczymy na to, że popyt i podaż ustabilizuje się, a dostępność samochodów wróci do normy.

Jakub Faryś

prezes PZPM

Wdarzenia ostatnich trzech lat postawiły branżę motoryzacyjną w zdecydowanie najgorszym położeniu od kilku dziesięcioleci. Nie tylko borykamy się z konsekwencjami pandemii i kryzysu półprzewodników, ale też z wojną w Ukrainie, która w bardzo poważnym stopniu wpływa na nasz sektor. Mam na myśli nie tylko

kryzys spowodowany zerwaniem łańcuchów dostaw i problemów logistycznych, ale także kłopoty przewoźników wynikające ze spodziewanego zamknięcia granic z Rosją i Białorusią. A trzeba brać pod uwagę, że problemy przewoźników przełożą się na spadek popytu i w efekcie – obniżenie ilości sprzedanych pojazdów ciężarowych. Równie dużym wyzwaniem dla branży jest także wycofanie się praktycznie wszystkich światowych producen-

tów ze sprzedaży i produkcji pojazdów z Rosji, co spowoduje bardzo wymierne straty finansowe.

O tym, że sytuacja branży motoryzacyjnej jest faktycznie bardzo trudna, przekonujemy się codziennie wszyscy – jednak świat nie stoi w miejscu i jestem pewien, że jako branża uporamy się z problemami, pytanie tylko: ile czasu nam to zajmie? Dziś chyba nikt jeszcze nie zna na nie odpowiedzi.

Tomasz Czerniejewski

CEO MultiWash Sp. z o.o.

Niestety, moje spostrzeżenia są dość negatywne, uważam, że branża flotowa będzie jedną z najbardziej poszkodowanych nie tylko samą pandemią, ale również działaniami wojennymi w Ukrainie. Niestety, znakomitą większość tej odpowiedzialności ponoszą producenci pojazdów, którzy będąc krótkowzroczni, kierowani chęcią zysku za wszelką cenę oddawali władzę w swoich firmach w ręce działów kontrolingu i tak zwanych księgowych. Efekt? Według raportu KPMG z 2021 roku, branża automotive odpowiada jedynie za 10% popytu na brakujące półprzewodniki, ale szacuje się, że poniesie 80% kosztów braku tych komponentów. Przez lata producenci samochodów przenosili produkcję podzespołów do krajów mało stabilnych

geopolitycznie albo bardzo oddalonych geograficznie tylko po to, żeby osiągnąć kilkanaście milionów euro zysku więcej. Nie warto tu nawet wspominać o niewłaściwym transferze myśli technologicznej i know-how. Pozostałe firmy z łańcucha automotive, czyli grupy dealerskie, banki, ubezpieczalnie, dostawcy opon czy telematyki, mają niewiele do powiedzenia w przypadku, gdy podaż samych pojazdów jest mocno ograniczona, a konkurencyjność na rynku w zasadzie nie istnieje. Pociuszający w tym całym galimatiasie jest fakt, że doświadczenia ostatnich 3 lat mocno przyspieszą transformację rynkową w kontekście elektryfikacji pojazdów. Będzie to wynikiem nie tylko ograniczania emisji CO₂ i oczekiwań konsumentów, ale przede wszystkim zmiany pokoleniowej. Takie firmy jak Tesla, NIO czy nawet Polestar to producenci pojazdów XXI wieku. Nie tylko mocno starają się powiązać

samochody z technologią, ale równolegle budują społeczność wokół swoich produktów. Dla przykładu taki koncern VW czy Mercedes jedyne, co chce zrealizować, to dostarczyć jak największy zysk dla swoich udziałowców i członków zarządu. Taka filozofia robienia biznesu mocno nie podoba się nowym pokoleniom, wchodzącym aktualnie na rynek pracy. Nie tylko nie chcą pracować dla takich firm, ale nawet nie chcą kupować ich produktów, zastępując je hulajnogą, rowerem czy metrem.

Odpowiadając jednak na pierwotne pytanie: „czy rynek wróci kiedyś do normalności?“, uważam, że tak, gdyż jak każdy ekosystem będzie dążył do równowagi. Niestety, zajmie to kilka lat, a w tym czasie możemy się spodziewać coraz to nowych problemów, które, nie oszukujmy się, koncerny motoryzacyjne będą starały się skrzętnie wykorzystać na swoją korzyść.

Maciej Czekaj

Menedżer Marki Piaggio Trucks Uni-Truck Sp. zo.o.

Myszę, że najlepszą odpowiedzią jest obserwacja rynku i zachowań klientów.

Wojna i ograniczenia covidowe sprawiły, że klienci branży motoryzacyjnej potrafią się odnaleźć w trudnej i nowej sytuacji. Okres początku wojny, tak jak i Covid, był nerwowy i część inwestycji została wstrzymana. W chwili obecnej obserwujemy powrót do chęci zakupowej, co cieszy. Pomimo sytuacji gospodarczej trzeba pracować, realizować zlecenia i usługi, a to bez sprawnej i nowej floty jest trudne. Wzrost cen surowców, paliw, energii przełożył się bezpośrednio na ceny pojazdów. Postawiło to Uni-Truck sp.z o.o.

jako dostawcę/dystrybutora aut w Polsce w trudnej sytuacji, bo podobnie jak konkurencja musieliśmy podnieść ceny, ale tylko o 7% w stosunku do roku ubiegłego. Wzrost cen nie wpłynął na liczbę zamówień, co pozwala z optymizmem patrzeć w przyszłość. Oznacza to, że nasz produkt jest ciągle tani i konkurencyjny. Klienci marki Piaggio Commercial wybierają pojazdy nie tylko ze względu na ich jakość, wiele możliwości zabudowy i cenę, ale m.in. ze względu na oszczędności wynikające z tankowania do fabrycznej instalacji gazu LPG lub CNG. Pomimo wzrostu cen gazu na stacjach paliw, nadal utrzymuje się różnica pomiędzy ceną benzyny czy diesla na poziomie ok 50% na korzyść gazu. Paliwo jest obecnie jednym z największych kosztów transportu, więc decy-

zje i wybory są dla mnie oczywiste.

To, co może przywrócić normalność, to przede wszystkim spokój i opanowanie w podejmowaniu decyzji. Firmy, które wstrzymały zamówienia pojazdów, dziś mają problem z terminami dostaw u konkurencji. To, co wyróżnia Piaggio Portera od innych marek, to przede wszystkim dostępność. Mamy auta dostępne od ręki, a w szczególnych przypadkach przy zamówieniach indywidualnych dopasowanych do potrzeb klienta czas oczekiwania to ok 3,5 miesiąca. Ostatnie 2 lata pokazały, że planowanie, regularność wymiany floty, ciągłe doskonalenie się i dywersyfikacja możliwości zarabiania to najlepsze rozwiązania na obecne czasy.

Radosław Kitala,

Consulting & Arval Mobility Observatory
Manager w Arval Service Lease Polska

Ostatnie lata były dla branży motoryzacyjnej niewątpliwie bardzo trudne, podobnie jak dla innych gałęzi biznesu. Ten sektor zależy od wielu branż, które są ze sobą ściśle powiązane, np. od wydobycia surowców, transportu, produkcji silników i akumulatorów, produkcji paliw i pozostałych źródeł energii, a także wielu innych. Po aferze Dieselgate i pandemii Covid-19 sektor stanął przed kolejnym wyzwaniem – wojną w Ukrainie. Gdy wielu producentów myślało, że w 2022 roku dostawy pojazdów powrócą do poziomu sprzed pandemii, branża motoryzacyjna stanęła w obliczu jeszcze głębszego kryzysu. Już wcześniej łańcuchy dostaw kluczowych branż na całym świecie zostały zakłócone. Dotychczas najbardziej dotkliwym aspektem był niedobór półprzewodników, ale wraz z rozpoczęciem rosyjskiej inwazji na Ukrainę dotkliwie stały się też braki innych komponentów i surowców. Przemysł motoryzacyjny w Niemczech zależny jest od rosyjskiego tytanu, żelaza i palladu. Z kolei Ukraina jest światową potęgą w produkcji gazu neonowego, używanego w produkcji półprzewodników, a także niklu i aluminium, które są potrzebne w akumulatorach.

Jeszcze przed wybuchem wojny w Ukrainie, o kryzysie na rynku półprzewodników słyszał już chyba każdy, kto choć trochę interesuje się motoryzacją. Przeciętny samochód często zawiera ponad 1000 półprzewodników, popularnie zwanych chipami. Są one używane w każdej części pojazdu – od silnika oraz systemów zarządzania po wyświetlacze na desce rozdzielczej. Nie będzie przesadą stwierdzenie, że są one niezbędne do projektowania i budowy nowoczesnych pojazdów. Przyczyn niedoborów na tym rynku jest wiele: napięcia polityczne między USA a Chinami, brak zapasów chipów zgromadzonych przez producentów aut ze względu na spadek liczby zamówień na początku pandemii, większe zapotrzebowanie na półprzewodniki w branży elektronicznej, która przeżywała rozkwit w czasie lockdownów itp. Dla branży motoryzacyjnej te braki oznaczają zmniejszenie lub wręcz zatrzymanie produkcji, a dla klientów wiąże się to z oczekiwaniem na zamówione samochody miesiącami.

Co jednak może zrobić branża motoryzacyjna, by walczyć z utrudnieniami i starać się wrócić do normalnych terminów realizacji zamówień? Odpowiedzi jest kilka. Przede wszystkim, wszędzie, gdzie to możliwe, warto szukać nowych źródeł dostaw półprzewodników. W krótkim

czasie nie przyniesie to może efektów, ale warto zacząć myśleć długofalowo.

Niektórzy producenci reagują na kryzys, usuwając ze swoich pojazdów półprzewodniki, które nie są niezbędne. Doprowadziło to na przykład do powrotu konwencjonalnych zegarów na desce rozdzielczej oraz usunięcia systemów start-stop z układów napędowych.

Rozwiązując problem niedoborów w dłuższej perspektywie, branża motoryzacyjna może ponownie przemyśleć sposób, w jaki konstruuje kontrakty na zaopatrzenie związane z półprzewodnikami. Dobrym punktem wyjścia byłoby dla producentów i dostawców podjęcie wiążących, wstępnych zobowiązań ilościowych, mających na celu zagwarantowanie przepustowości między dostawcami.

Jednak zanim branża motoryzacyjna upora się z niedoborami, szukanie rozwiązań zapewniających mobilność spoczywa częściowo na klientach. Branża car fleet management powinna zrobić obecnie wszystko, by zdjąć z nich ten ciężar i znaleźć sposób na stałe zapewnianie klientom mobilności. W opublikowanej przez Arval białej księdze wskazaliśmy cztery kierunki wsparcia, które można łatwo wdrożyć. Na początek zalecamy rozpoczęcie procesu wymiany istniejących pojazdów z dużym wyprzedzeniem ▶

- ▶ – co najmniej na dziewięć miesięcy przed końcem obecnego okresu wynajmu, aby zmaksymalizować szanse na odebranie zamówionego pojazdu zgodnie z planem. Warto też wtedy dokonać przeglądu floty i zdecydować, które pojazdy wymagają wymiany. Obecnie bowiem klienci w oczekiwaniu na zamówione auta często decydują się na przedłużenie dotychczasowych umów. Pozwala to nie tylko utrzymać mobilność pracowników, ale też obniżyć koszty miesięcznej raty. Innym rozwiązaniem jest też leasing, czyli wynajem pojazdów pokontraktowych.

Obecnie coraz częściej zachęcamy też klientów do rewizji ich strategii zaopatrzenia. Wprowadzenie nowych producentów i modeli na listy wyboru może przyspieszyć termin realizacji zamówień.

Warto przyrzeć się też polityce flotowej pod kątem oczekiwanego wyposażenia pojazdu. Jak wspominałem, niektórzy producenci usuwają część funkcji z samochodów, by kontynuować produkcję z mniejszą liczbą półprzewodników. Dopuszczenie w polityce zamówień aut bez tych funkcji to sposób na przyspieszenie dostawy pojazdów.

Seria zawirowań, które w ostatnich latach wydarzyły się w branży motory-

zacyjnej, spowodowała także znaczny wzrost cen samochodów – zarówno nowych, jak i używanych. Jest to więc także czas na szczegółowe zrewidowanie całkowitego kosztu posiadania (TCO) floty i identyfikację obszarów, w których można poczynić oszczędności. Może to być także dobry moment na wdrożenie usług telematycznych, które umożliwią dokładniejsze przyjrzenie się flocie, stylowi jazdy kierowców, zużyciu paliwa. Telematyka może także pomóc w ograniczeniu liczby wypadków, emisji dwutlenku węgla i zmniejszeniu kosztów napraw pojazdów.

Bartosz Olejnik

dyrektor sprzedaży i marketingu
w Carefleet

Biorąc pod uwagę doświadczenia ostatnich lat, musimy bardziej niż kiedykolwiek wcześniej odczytywać i sprawnie reagować

na zmieniające się potrzeby klientów. Bardzo istotny jest obszar zarządzania trwającymi kontraktami. W Carefleet na bieżąco monitorujemy i na wniosek klientów dopasowujemy parametry umów do aktualnej specyfiki ich potrzeb, które często w ostatnim czasie zostały zredefiniowane.

Mam tu na myśli na przykład modyfikacje w zakresie wydłużania umów czy zmiany przebiegów pojazdów finansowanych w wynajmie długoterminowym. Wykorzystujemy także rozwiązania i nasze zaplecze na wypadek przedłużających się przerw w dostawach nowych samochodów.

Konrad Owiński

Dyrektor ds. Underwritingu
Ubezpieczeń Komunikacyjnych

Pandemia zweryfikowała wiele obszarów naszego życia prywatnego i zawodowego. Miała także ogromny wpływ na funkcjonowanie biznesu, w tym na przedsiębiorstwa użytkujące floty. PZU bardzo aktywnie i różnorodnie wspierał klientów w walce z pandemią. W obszarze ubezpieczeń korporacyjnych wprowadziliśmy wiele udogodnień dla naszych klientów flotowych w tym wymagającym i trudnym czasie. Wspomnę choćby o ograniczaniu zwyżek za płatności ratalne, czy możliwości czasowego ograniczenia zakresu ubezpieczenia AC i w konsekwencji obniżeniu składek za ubezpieczenie. W przypadku ubezpieczenia obowiązkowego OC posiadacza pojazdu mechanicznego klienci korzystali z możliwości czasowego wyrejestrowania pojazdu, wtedy zwracaliśmy 95% składki.

Trwająca obecnie wojna w Ukrainie – obok oczywistych tragicznych konse-

kwencji dla mieszkańców i gospodarki Ukrainy, nie pozostaje obojętna dla kondycji przedsiębiorstw współpracujących czy świadczących usługi na rzecz firm ukraińskich. PZU, podobnie jak w przypadku pandemii koronawirusa staje na wysokości zadania. Oferujemy szereg działań wspierających w tym trudnym czasie, jak choćby bezpłatne ubezpieczenie OC graniczne na okres 30 dni dla osób przekraczających naszą granicę samochodami, czy bezpłatną pomoc medyczną dla mieszkańców Ukrainy dotkniętych wojną.

PZU zawsze stawia klienta w centrum uwagi – w okresach szczególnych i trudnych jak właśnie pandemia czy wojna, ale także na co dzień. Poszukujemy rozwiązań, które pomagają w prowadzeniu bezpiecznego biznesu i odpowiadają na zmieniające się potrzeby naszych klientów i rosnące wymagania otoczenia. To idea, która stoi u podstaw każdego z naszych programów prewencyjnych, które cały czas rozszerzamy. Z myślą o bezpieczeństwie kierowców flotowych powstał program

prewencyjny PZU iFlota – oparty o nowoczesny system do zarządzania flotą pojazdów. Trzy najważniejsze obszary PZU iFlota to zarządzanie flotą, ubezpieczeniami oraz bezpieczeństwem. Warunkiem skorzystania z rozwiązania jest posiadanie ubezpieczenia flotowego w PZU. Koszt użytkowania systemu PZU iFlota to jedyne 189 zł rocznie. Podstawowa funkcja systemu to możliwość zarządzania ewidencją pojazdów, kierowców i różnego rodzaju kosztami, a także obsługa m.in. kart paliwowych oraz usług serwisowych. W module tym można zdefiniować powiadomienia, które przypomną o zbliżających się zadaniach, takich jak przeglądy, szkolenia, odnowienia uprawnień kierowców czy płatność raty. Drugim elementem jest zarządzanie ubezpieczeniami. System zapewnia dostęp do danych o aktualnych polisach AC i OC oraz umożliwia zgłaszanie i podgląd szkód z poziomu aplikacji. Trzecim, równie ważnym elementem PZU iFlota jest moduł prewencyjny, wspierający fleet managerów w działaniach poprawia-

jących bezpieczeństwo floty. Na bazie danych floty i jej historii zarządzający uzyskują informacje o głównych przyczynach szkód. Ich analiza pozwala odpowiedzieć na pytanie, co można zro-

bić, by ten stan poprawić. PZU iFlota to nowy wymiar bezpieczeństwa w dobrej cenie, umożliwiającą efektywną kontrolę wydatków, zmniejszenie liczby napraw i skrócenie przestoju, a dzięki

temu redukcję kosztów. To z pewnością jeden ze sposobów, w jaki fleet managerowie mogą radzić sobie z konsekwencjami ostatnich, niezwykle trudnych 3 lat.

Bartek Kuśnierz

Account Manager Business Lease

Zmiany na rynku automotive są rzeczą stałą, ale tempo i zakres zmian budzi słuszne pytania o metody mitygowania ich negatywnych skutków. To, co możemy uznać za normalne, to coraz lepsze wyposażenie standardowe, bardziej przyjazne środowisku normy emisji spalin, powodujące wzrost cen pojazdów. Zaskoczeniem dla uczestników rynku jest zbieg sytuacji losowych o zasięgu globalnym. Poczynając od Covid-19, poprzez braki na rynku półprzewodników, po inwazję Rosji na Ukrainę. Rezultatem jest niska

podaż pojazdów, ale nie dla wszystkich odbiorców. Klienci korzystający z doradztwa Business Lease mają zapewnioną mobilność, samochody przedkontraktowe i wydłużenia kontraktów. Naszą dobrą praktyką jest kontakt nawet 14 miesięcy przed końcem kontraktu, w celu zrealizowania zamówienia na czas.

Pandemia wywołała słuszną refleksję na temat organizacji pracy, łańcuchów dostaw i globalizacji. Wcześniej ptasia grypa, teraz Covid-19 pokazały, że producenci nie powinni polegać jedynie na jednym dostawcy, ich lokalizacja powinna być zróżnicowana. Fabryka w Chinach dostarczy części najtaniej, ale całkowity

brak wpływu na przerwy w dostawach powoduje, że fabryka zlokalizowana bliżej, mimo że droższa, stanowi dobre zabezpieczenie ciągłości produkcji. Podobna dywersyfikacja powinna być celem działów flotowych firm w Polsce. Współpraca z kilkoma dostawcami pozwala porównać jakość usług, sprawdzić który z nich dopilnuje realizacji ustaleń, zapewni alternatywę wobec niespełnionych obietnic. Warto zwrócić uwagę na ofertę i wsparcie Business Lease, nasi doradcy szczerze rozmawiają o wyzwaniach obecnego rynku automotive, kapitałowego i ubezpieczeniowego. Prezentujemy naszym Klientom trudną prawdę o stopach procentowych, ▶

REKLAMA



ŁUKASZ BENTKOWSKI
ACCOUNT MANAGER
WARSZAWA



ZBIGNIEW DRZEWIŃSKI
ACCOUNT MANAGER
WARSZAWA

GŁOSUJ NA NASZ ZESPÓŁ FLOTOWY W PLEBISCYDZIE FLEET DERBY

Aż 9 na 10 Klientów poleciłoby Business Lease Poland swoim partnerom biznesowym



REMIGIUSZ SAWICKI
ACCOUNT MANAGER
WARSZAWA



BARTŁOMIEJ KUŚNIERZ
ACCOUNT MANAGER
WROCŁAW



THEODOROS SIDEROPULOS
ACCOUNT MANAGER
WROCŁAW

- kosztach ubezpieczeń i planowanych przebiegach. Obecnie oferta na zmiennej stopie będzie najtańsza, ale Klient przed podjęciem decyzji powinien znać opcje i koszt zabezpieczenia ryzyka dużej zmiany raty finansowej w czasie. Podobnie z ubezpieczeniem, warto rozmawiać o szkodowości aby sprawdzić, czy stałe ubezpieczenie może zapewnić przewidywalność i optymalizację kosztów.

Szczególnie zmiana organizacji pracy utrudnia szacowanie przebiegów pojazdów. Kontrakt mógł być podpisany na większy przebieg, obecnie, ze względu na pandemię pojazd jeździ mniej, ale wróci do swoich oryginalnych parametrów. Czy wróci też do pierwotnej raty? Klienci posiadający matrycę rekalkulacyjną w Business Lease mogą na to liczyć. To właśnie transparentność rozwiązań, partnerskie podejście i planowanie długiej współpracy wpływa na to, jakie decyzje podejmujemy wewnątrz Business Lease aby dostarczyć optymalne rozwiązania dla naszych Klientów. Oprócz kontaktu dedykowanych account managerów informację zwrotną otrzymujemy również z ankiet satysfakcji – zarówno od użytkowników, po czynnościach serwisowych jak i w ramach corocznych ankiet wśród przedstawicieli klientów. Dzięki temu wiemy nad czym powinniśmy nadal pracować, w co warto inwestować. Rynek się zmienia a my razem z nim.

Ważnym czynnikiem zmian jest ekologia i normy emisji spalin. Przekonanie o tym, że jesteśmy eko, kiedy toksyczne

odpady, będące skutkiem produkcji dla automotive, znajdują się w rzekach, powietrzu i gruncie w Chinach a nie w Europie powinno pójść w zapomnienie. Dla wielu firm również ważna jest kwestia etyczna, dobrobytu ludzi, którzy pracują w trudnych warunkach, aby spełnić oczekiwania kosztowe zamawiającego. Powstały w ten sposób łączny koszt pozyskania części, podzespołów jest postrzegany różnie, w zależności od kultury korporacyjnej.

Producenci samochodów są zmotywowani, aby sprzedawać samochody zeroemisyjne. Popularność pojazdów elektrycznych rośnie, ale jednocześnie do ich produkcji potrzebnych jest więcej półprzewodników. Powoduje to uszczuplenie dostępnej puli czipów, co ogranicza możliwości produkcyjne samochodów spalinowych. W rezultacie ceny tych drugich rosną jeszcze bardziej. Mimo zmniejszonej produkcji i sprzedaży, pojazdy benzynowe i diesle przyniosły rekordowe zyski dla producentów pojazdów. Podobna sytuacja występuje u dealerów.

Jeśli można zarobić więcej, produkować mniej – jest to sytuacja korzystna dla producentów i dealerów. W wielu miejscach można usłyszeć, że wróciła normalność, że wreszcie pozycja sprzedającego z kupującym zrównała się, a sprzedawanie pojazdów z minimalną marżą już nie wróci.

Jest kilka powodów, dla których warto zwrócić uwagę na ten scenariusz. Najważniejszy to inflacja, której podstawy leżą w cyklu koniunkturalnym

oraz są wzmocnione przez inwazję Rosji na Ukrainę. W jej rezultacie fabryki wiązek kabli grupy VAG, półprzewodników Forda przestały funkcjonować, a popyt na części w innych fabrykach przekroczył możliwości podaży. Prowadzi to do kasowania rabatów, wsparcia flotowego u dealerów.

Ocena sytuacji zależy więc o tego, kogo pytamy. Wielu producentów i dealerów powie, że wróciła normalność, choć pewnie pracownicy salonów chcieliby sprzedawać więcej pojazdów. Jeśli pytamy działu flotowe w średnich firmach, widzimy, że przy dobrych kontaktach z Business Lease

ich mobilność jest niezagrażona. Zamówienia nowych samochodów z dużym wyprzedzeniem – ponad 12 miesięcy wcześniej, wydłużenie kontraktów, pojazdy przedkontraktowe – to narzędzia, którymi sprawny flotowiec prezentuje swoją wartość przed zarządem i decydentami. Z perspektywy Business Lease widzimy jak ważna jest rozmowa z klientami o ich potrzebach i dostępnych rozwiązaniach. Dobrą praktyką jest oferowanie kontraktów na dłuższy okres, ze stałą stopą procentową, stałym ubezpieczeniem i matrycą rekalkulacyjną. Przewidywalność jest obecnie na wagę złota a powyższe rozwiązania będą tym więcej warte im większa będzie zmienność na rynku automotive, kapitałowym i ubezpieczeniowym. Szczera rozmowa z Business Lease o przyszłości floty w firmach to rozsądny wybór.

Rogier Klopp

Managing Director & President of the Board at LeasePlan Fleet Management
Polska

Epidemia COVID-19 oraz początek wojny przyspieszyły procesy, które działały już wcześniej. Skupienie się na produkcji i wzroście odwróciło naszą uwagę od robienia tego, co może być rozumiane jako działanie zrównoważone na wielu poziomach – przede wszystkim dla planety, ale także z punktu widzenia zysku. Ze względu na ograniczanie zasobów, które zaczęło postępować z powodu pan-

demii i wojny, stało się oczywiste i bardziej odczuwalne, że ubolewanie nad utratą zasobów przy koncentrowaniu się tylko i wyłącznie na wzroście nie zadziała. Pojazdy są coraz lepsze technicznie i droższe. I w związku z tym zaczynamy się zastanawiać, jak wykorzystywać je w inny sposób i w dłuższej czasowo perspektywie. Istotna jest także zmiana w hierarchii potrzeb, jaką pobudziła epidemia, a która pomogła nam – w dosyć radykalny sposób – przemysleć model pracy z domu, pojmować pracę w sensie bardziej elastycznym, przy założeniu innego porządku work-life balance.

Dlatego nie mówiłbym o ograniczaniu ryzyka, ale o lepszym rozumieniu zrównoważonego rozwoju przy założeniu mobilności. Elastyczność, użytkowanie zamiast posiadania w przypadku drogiego aktywów, abonament to tylko niektóre z pojęć, jakie odgrywają kluczową rolę w nowym rozumieniu mobilności. A zatem normalność nie będzie już nigdy normalnością sprzed trzech lat, ale nową normalnością, która weźmie pod uwagę wszystkie te nowe trendy.