

Co pozwala firmom z branży leasingowej sprawnie funkcjonować w trudnych warunkach rynkowych?

Nie da się ukryć, że koronawirus odcisnął swoje piętno na rynku automotive. Jak podaje Europejskie Stowarzyszenie Producentów Pojazdów (ACEA), już na samym początku pandemii, bo w kwietniu ubiegłego roku, sprzedaż pojazdów w Europie spadła prawie o 80 proc. w porównaniu do analogicznego okresu w 2019 r.



Artur Hamerlik

starszy menedżer produktu, Santander Consumer Multirent

W Polsce w tym czasie również odnotowano spadek w wysokości 67 proc., co zapewne było spowodowane ostrożnością klientów, którzy nie wiedząc, jak rozwinię się sytuacja epidemiologiczna, woleli ograniczyć się do codziennych, zwykłych wydatków i nie podejmować decyzji, które mogłyby okazać się ryzykowne dla domo-

wych budżetów. Ekspert uważają, że bieżący rok też nie zapowiada się dobrze pod tym względem, ponieważ III fala pandemii może spowodować wstrzymanie decyzji o nabyciu auta u części klientów.

W obliczu wyzwań

Ostrożność w podejmowaniu decyzji o zakupie samochodu to jednak nie jedyne utrudnienie, z którym zmagala się – i walczy nadal branża motoryzacyjna. Wraz z nadejściem epidemii koronawirusa pojawiła się konieczność dostosowania biznesów do rządowych obostrzeń, które znacząco utrudniały ich prowadzenie.

Jak wynika z ostatniej edycji badania KPMG i PZPM „Barometr nastrojów menedżerów firm motoryzacyjnych”, pandemia i związane z nią ograniczenia wymusiły poja-

wienie się wzrost znaczenia tzw. wirtualnych salonów, dzięki którym w bezpiecznych, domowych warunkach leasingodawca umożliwia wybór interesującego pojazdu oraz metody jego finansowania. Przeniesienie biznesu do sieci pociągnęło za sobą konieczność wprowadzenia innych internetowych udogodnień, takich jak połączenia wideo z klientami czy zdalne zawieranie umów leasingowych. Proces ten rozpoczyna się od połączenia z doradcą przez wideorozmowę, podczas której – po uprzedniej weryfikacji tożsamości – klient podpisuje papierową wersję dokumentu, a następnie dostarcza ją do przedstawiciela instytucji leasingowej (np. pocztą lub kurierem). Po podpisaniu przez leasingodawcę zostaje odesłana do klienta.

Prowadzenie działalności w trudnych warunkach

Rozwiązania te pomagają branży leasingowej w prowadzeniu działalności w trudnych warunkach, w których klienci kierują się ostrożnością, zarówno jeśli chodzi

o wizytę w salonach dealerskich, jak i o naruszanie swoich oszczędności. Wirtualny salon pozwala im dobrać finansowanie w wariantach dopasowanych do ich indywidualnych potrzeb i możliwości, natomiast zdalna komunikacja z przedstawicielem leasingodawcy ogranicza ryzyko zarażenia się koronawirusem. Już przed III falą pandemii umowy „na odległość” stanowiły 10 proc. wszystkich wniosków o finansowanie podpisywanych w Santander Consumer Multirent.

Co jeszcze ma znaczenie w trudnych warunkach rynkowych i pozwala pozytywnie wyróżnić się firmom z branży leasingowej? Przede wszystkim dbałość o klienta, przejawiająca się w wyprzedzaniu jego potrzeb i zwracaniu uwagi na problemy, które dotyczą go w obecnej sytuacji. Biorąc pod uwagę fakt, że większość leasingobiorców posiada jednoosobowe działalności gospodarcze i łącząc to z ich niepewnymi dochodami, spowodowanymi pandemią, oczywiste jest, że pewne

produkty finansowe, nawet tymczasowo, musiały ulec zmianie.

Różne formy pomocy

Leasingodawcy skupili się więc na oferowaniu różnych form pomocy, m.in. leasingu z karencją. Rozwiązanie to polegało na tym, że przy zawarciu umowy klient otrzymywał przedłużenie np. trzech rat leasingowych. Drugą formą było odroczenie płatności w czynnych umowach z aktywnymi harmonogramami spłat.

Innym przejawem pomocy była modyfikacja ofert leasingodawców na podstawie możliwości zastosowania wysokiego RV (wartości rezydualna, czyli wartość wykupu pojazdu). Obniża to znacząco koszt raty leasingowej, pozwalając na przeniesienie istotnej części kapitału na zakończenie umowy. Podobne mechanizmy umożliwiają firmom z branży leasingowej zachować stabilne funkcjonowanie w ciężkich czasach spowodowanych przez obecną sytuację epidemiologiczną i wzbudzają entuzjazm wśród klientów, którzy mają poczucie, że ich potrzeby są dostrzegane.

GO-leasing: eksperci w leasingu online

Istnieje na rynku od 8 lat. Skupia ponad 120 doradców w 60 oddziałach w całej Polsce. Współpracuje z 40 firmami leasingowymi, oferując najpopularniejsze formy finansowania samochodów, maszyn i urządzeń. To największa partnerska sieć brokerów leasingu w kraju. Nazywa się GO... GO-leasing.

Zrobisz z nimi ALL

Zaczynali od skromnego, jednego biura w Olsztynie. Byli jedni z pierwszych, którzy do promocji wykorzystali mało znane jeszcze narzędzie Google Adwords. Wkrótce rozrosli się o kolejne oddziały, by pod koniec 2017 r. mieć ich już 60. Z naturalną rotacją ten wynik udaje się utrzymać do dziś. – Wiedzieliśmy, że jako pośrednikowi finansowemu, trudno będzie konkurować z wielkimi firmami leasingowymi – wspomina **Grzegorz Olszewski, prezes zarządu i zarazem dyrektor Generalny GO-leasing.** – Zaproponowaliśmy więc klientom innowacyjne produkty, których nikt nie oferował. Rozpoczęliśmy z sukcesem prezentować korzyści „Leasingu All Inclusive”, który z czasem klienci poznali jako wynajem długoterminowy. Po latach mamy satysfakcję, że byliśmy jednym z pierwszych ewangelizatorów tego rozwiązania w Polsce – przyznaje z dumą Olszewski.



– Rozpoczęliśmy więc prace nad możliwie najpełniejszym oddaniem procesu wyszukiwania finansowania, wyliczenia raty, złożenia wniosku i natychmiastowego poznania wstępnej decyzji leasingowej na każdy przedmiot online bezpośrednio klientowi – mówi prezes GO-leasing. Dodatkowo szukali nowych kanałów komunikacji i sprzedaży. Tak powstał pomysł, aby wykorzystać (po raz pierwszy na świecie) komunikator Messenger. Przez stworzonego od podstaw GOбота klient każdego dnia i nocy może poznać wysokość raty dowolnego przedmiotu, zostawiając automatycznie swoje dane kontaktowe dla doradcy. Dzięki zintegrowanej platformie LeasinGOnline finansowanie realizowane jest szybko, prosto, wygodnie i bezpiecznie.

Pandemia im nie straszna

Gdy przyszedł miesiąc „inne od wszystkich” powstał kolejny pomysł, który światło dzienne ujrzał w maju 2020 roku. Produkt „Leasing z gwarancją zwrotu” samochodu w każdym momencie umowy bez konsekwencji okazał się tak bardzo dopasowanym rozwiązaniem

na czas kryzysu, że musiano zorganizować webinarium pt. „Gdzie jest haczyk?” – Haczyka oczywiście nie ma, a oferta odpowiada na aktualne potrzeby przedsiębiorców, ale i klientów indywidualnych – wyjaśnia Grzegorz Olszewski. – Na przełomie marca i kwietnia ur. zaczęli do nas wydzwania klienci, którzy pytali, czy w obliczu pandemii mogą zrezygnować z wcześniej podpisanej umowy, bo boją się o swoją przyszłość. Stworzyliśmy więc pierwszy i jedyny na rynku produkt na leasing nowego samochodu z gwarancją zwrotu i to zwrotu w każdym momencie umowy, bez dodatkowych kar czy opłat. Pomagamy też klientom szybko sprzedać

samochód i w całkowicie transparentny sposób rozliczamy umowę. Przy rozliczeniu klient nie płaci odsetek od niespłaconych rat leasingowych i wykupu – bierzemy pod uwagę tylko kapitał pozostały do spłaty – wyjaśnia Grzegorz Olszewski. W ten sposób, gdy firmy skupione w Związku Polskiego Leasingu odnotowały spadek aktywów finansowanych leasingiem na poziomie 10,1 proc., spadki r/r w GO-leasing wyniosły jedynie 6,4 proc.

Let's GO auto!

„Leasing z gwarancją zwrotu” stał się szybko pilnie poszukiwanym produktem, który wymusił powstanie oddzielnej strony

– outletu samochodów z nową ofertą finansowania. W ten sposób, szybko i zwinnie, w styczniu 2021 roku (rok po stracie platformy LeasinGOnline i GOбота), powstała nowa odsłona platformy GO-auto.pl. Klienci mogą wybierać już spośród 5000 nowych samochodów ponad 20 marek, w większości dostępnych od ręki. Serwis z zaawansowanymi funkcjami wyszukiwania, filtrowania oraz sortowania umożliwia klientowi rezerwację samochodu i złożenie wniosku online na takich parametrach, jakie będą dla niego optymalne. Oferta dotyczy samochodów osobowych i dostawczych, dla firm i konsumentów.

GO auto

- 5000 samochodów i ponad 20 marek
- Leasing z gwarancją zwrotu
- Decyzja online w 5 min.

SPRAWDZ

Material partnera

Online i z botem

W 2019 r. byli już pewni, że czas oferowania leasingu tradycyjnymi kanałami przechodzi do lamusa.