

## **SEAT współpracuje z Whisbi nad nową jakością obecności branży moto online**

SEAT stworzył swój pierwszy w Polsce Wirtualny Salon, łączący funkcję showroomu z miejscem e-spotkań z przedstawicielami marki. Platforma została oparta o mechanizmy oferowane przez barcelońską firmę Whisbi, globalnego lidera marketingu konwersacyjnego. Wprowadzone na stronie rozwiązania są przykładem, jak nowoczesne technologie odpowiadają na dynamicznie zmieniające się oczekiwania konsumenckie, widoczne m.in. w zasadzie „mobile first”.

Wyjątkowa sytuacja w ostatnich miesiącach spowodowała przyspieszenie prac branży motoryzacyjnej nad usługami online ułatwiającymi proces wyboru pojazdu. Wirtualny Salon, uruchomiony w Polsce przez SEAT-a, umożliwił zainteresowanym osobom łatwy kontakt wideo na żywo z ekspertami marki zapewniającymi konsultacje z poziomu smartfona lub laptopa. W celu zapewnienia najwyższego poziomu funkcjonalności i bezpieczeństwa platformy producent nawiązał współpracę z hiszpańską firmą Whisbi, specjalizującą się w nowych technologiach kontaktu audiowizualnego B2C.

*– Jesteśmy przekonani, że streaming video z salonów dealerskich i konsultacje online staną się dla klientów branży motoryzacyjnej ważnym etapem ścieżki zakupowej – tłumaczy Jakub Góralczyk, PR Manager SEAT-a. – Innowacyjność wpisuje się w tożsamość naszej marki, dlatego zależało nam, aby polski Wirtualny Salon SEAT opierał się na jak najsprawniejszej platformie. Współpraca z Whisbi tym bardziej nas cieszy, że podobnie jak SEAT to barcelońska firma o silnej, globalnej pozycji.*

### **W Internecie odpowiedź musi być błyskawiczna**

Wirtualny Salon pozwala dostosować sposób kontaktu z konsultantem do potrzeb użytkownika – odwiedzający wybierają tryb videokonferencji, rozmowę głosową lub czat. Klienci mogą poprosić głosowo lub pisemnie eksperta o skierowanie kamery na dowolny element samochodu i dopytać się w czasie rzeczywistym o szczegóły rozwiązań. Dzięki intuicyjnemu interface'owi nadawcy przygotowanemu przez Whisbi pracownicy SEAT-a szybko odpowiedzą na życzenia klientów. Prędkość reakcji okazuje się bowiem mieć katarygryczne znaczenie w sferze online.

*– Priorytetem dla nas jest natychmiastowość – podkreśla Manuel Werneke, Strategic Account Manager w Whisbi. – Dzisiejszy kontakt B2C w Internecie opiera się na błyskawicznej odpowiedzi. Konsumenci online charakteryzują się bardzo krótkim czasem skupienia i są przyzwyczajeni, że otrzymają wiadomość w przeciągu sekund. Jeśli marka nie spełni tego oczekiwania, potencjalny klient straci zainteresowanie jego cyfrową ofertą.*

### **Wizyta w salonie przez smartfon**

Platforma Wirtualnego Salonu wpisuje się w zasadę „mobile first” – jak wynika z danych Whisbi, ponad 80% ruchu na stronach marek odbywa się z pomocą urządzeń przenośnych. Priorytetyzacja dostosowania do smartfonów i tabletów nie odbywa się jednak kosztem optymalizacji desktopowej. Do kontaktu z Wirtualnym Salonem SEAT-a przez laptop lub komputer stacjonarny użytkownik potrzebuje jedynie aktualnej przeglądarki bez konieczności instalacji dodatkowego oprogramowania czy wtyczek. Kontakt z ekspertem odbywa się za pomocą wygodnego komunikatora dostępnego na stronie głównej marki SEAT.pl.

## Najwyższe bezpieczeństwo i ochrona prywatności

Przy opracowywaniu Wirtualnego Salonu SEAT wiele uwagi poświęcił zapewnieniu wysokiego poziomu bezpieczeństwa i prywatności odwiedzających. Whisbi nie przechowuje żadnych danych klienta. System wykorzystuje również technologię Google AI do maskowania wrażliwych danych, jeśli zaistnieje konieczność podzielenia się nimi na platformie. Co więcej, dla komfortu klienta transmisja wideo odbywa się tylko w jednym kierunku – użytkownik obserwuje konsultanta, jednak nie ujawnia swojego wizerunku.

*– Nieustannie rozwijamy technologie, aby była ona całkowicie bezpieczna w dynamicznie zmieniającym się środowisku cyfrowym – przekonuje Werneke. – Dysponujemy nowoczesną infrastrukturą na terenie Unii Europejskiej i Stanów Zjednoczonych, w której nasi klienci mogą hostować swoje dane. Whisbi korzysta z chmury AWS i wykorzystuje pełnię jej możliwości w obszarze bezpieczeństwa i ochrony prywatności. Nasze systemy oparte są na standardach SSAE-16 SOC 1, 2 i 3, ISO 27001 oraz FedRAMP/FISMA.*

Rozwiązania Whisbi umożliwiają również m.in. przygotowywanie ofert dostosowanych do potrzeb klienta. W zależności od oczekiwań rozmówcy ekspert platformy może połączyć klienta z siecią dealerską marki, zapewniając płynne przejście między kolejnymi etapami ścieżki zakupowej.

*– Mamy stałe porównanie sytuacji w Polsce do innych europejskich rynków – opisuje Góralczyk. – Polskiego klienta wyróżnia odwaga i duża ciekawość. Chętnie szukamy informacji w Internecie, nie boimy się też wchodzić z marką w interakcje, przyzwyczajamy się do zakupów online. Motywuje to nas do aktywnego rozwijania innowacyjnych platform online. Niebawem zamierzamy przedstawić oddzielny serwis Online Sales, pozwalający zamówić nowy samochód z dowolnego salonu SEAT-a w Polsce.*

SEAT to jedyna firma, która projektuje, produkuje i sprzedaje samochody w Hiszpanii. Należy do Grupy Volkswagen, a międzynarodową działalność prowadzi z siedziby zlokalizowanej w Martorell (w prowincji Barcelona). Eksportuje 80% produkowanych pojazdów i działa w 80 krajach na wszystkich kontynentach. W 2019 roku firma SEAT sprzedała łącznie 574 100 samochodów, ustanawiając nowy rekord sprzedaży.

Grupa SEAT zatrudnia łącznie ponad 15 000 specjalistów w trzech centrach produkcyjnych zlokalizowanych w Barcelonie, El Prat de Llobregat oraz Martorell, w których powstają cieszące się dużym powodzeniem modele Ibiza, Arona i Leon. Ponadto firma produkuje modele Ateca w Czechach, modele Tarraco w Niemczech, modele Alhambra w Portugalii, a modele Mii electric, pierwsze w 100% elektryczne samochody firmy SEAT, na Słowacji.

Firma posiada własne Centrum technologiczne, które funkcjonuje jako centrum wymiany wiedzy łączące 1 000 inżynierów, którzy opracowują innowacyjne projekty, czyniąc SEAT największym przemysłowym inwestorem w badania i rozwój w Hiszpanii. Samochody firmy już teraz mogą pochwalić się najnowszymi rozwiązaniami z dziedziny łączności, a globalny proces cyfryzacji wdrażany przez SEAT ma na celu promowanie przyszłości opartej na mobilności.

## KONTAKT DLA MEDIÓW:

Jakub Góralczyk

tel.: +48 61 62 73 063 | kom.: +48 690 406 063,

Jakub.Goralczyk@seat-auto.pl | [www.seatmedia.pl](http://www.seatmedia.pl) | [twitter.com/SEATMedia\\_PL](https://twitter.com/SEATMedia_PL)

Biuro prasowe | Walk PR

Matylda Żemajtis | kom. +48 572 571 130

Wojciech Wołk-Łaniewski | kom. +48 797 970 431

seat@walk.pl | [www.seatmedia.pl](http://www.seatmedia.pl) | [twitter.com/SEATMedia\\_PL](https://twitter.com/SEATMedia_PL)

# Hola!



SEAT Media Portal