

Polacy zainteresowani zakupem SEAT-a online w 2020 roku

SEAT Polska podsumował działalność Wirtualnego Salonu oraz Sales Online uruchomionych w drugiej połowie 2020 roku. Dwie innowacyjne platformy umożliwiają m.in. zdalną interakcję z marką, poznanie oferty produktowej, złożenie zamówienia oraz wybór produktów finansowych. W 2020 roku m.in. przeprowadzono ponad 500 prezentacji na żywo, 242 rozmowy sprzedażowe oraz odnotowano ponad 34 tysięcy unikalnych użytkowników serwisu.

Miejsce spotkań z marką

Platforma Wirtualnego Salonu SEAT-a działająca od maja 2020 roku pozwala na interaktywne, szczegółowe przedstawienie online modeli w czasie rzeczywistym oraz zapewnienie odpowiedzi na pytania odwiedzających. Podczas ogólnodostępnych e-spotkań eksperci przybliżają m.in. nowe technologie, innowacje i najpopularniejsze modele SEAT-a. W ubiegłym roku eksperci Wirtualnego Salonu przeprowadzili ponad 500 prezentacji, podczas których otrzymali ponad 440 pytań. Poza ogólnodostępnymi prezentacjami eksperci odbywali codziennie średnio 7 indywidualnych rozmów audio-video dostosowanych do potrzeb danego klienta. Doprowadziło to sumarycznie do 242 kontaktów sprzedażowych.

– *Przed nami wyzwania, które wymuszają połączenie ścieżek offline i online. Tworzenie przyjaznych technologii z myślą o wygodzie i bezpieczeństwie klientów SEAT-a stanowi dla nas największy priorytet* – tłumaczy Jakub Kessler, kierownik ds. komunikacji SEAT-a. – *Rozwiązania cyfrowe pozwalają klientom na jeszcze łatwiejszy kontakt z marką. Ponadto gwarantują otrzymanie szybkiej odpowiedzi dostosowanej do indywidualnych potrzeb.*

Modele z Internetu

SEAT rozszerzył środowisko online w Polsce w lipcu 2020 roku, udostępniając serwis Sales Online – autorską platformę agregującą auta dostępne we wszystkich salonach marki na terenie Polski. Strona pod adresem sklep.seat.pl dostarcza również potrzebnych informacji o opcjach finansowania, w tym o specjalnym leasingu konsumenckim, nieoferowanym w salonach stacjonarnych. Kolejne miesiące działalności Sales Online potwierdziły szczególne zainteresowanie finansowaniem – przy aż 90% zamówień samochodów skorzystano z oferty leasingu konsumenckiego. Platforma SEAT-a jest drugą markową przestrzenią online w Polsce, która umożliwia zamówienie nowego samochodu przez internet.

– *Choć rynek e-commerce w branży motoryzacyjnej dopiero się rozwija, już widzimy duże zainteresowanie polskich klientów rozwiązaniami online* – zauważa Jakub Kessler. – *Przez 5 pierwszych miesięcy działalności Sales Online odnotowaliśmy wizyty 34 tysięcy unikalnych użytkowników platformy. Wynik kilkunastu złożonych zamówień, pomimo wszelkich niedogodności 2020 roku, odbieramy jednoznacznie jako pozytywny sygnał, motywujący nas do dalszych innowacji oferty.*

Samochodem pod drzwi

Wśród wprowadzonych jeszcze w 2020 roku unowocześnień jest między innymi oferta door-to-door Wirtualnego Salonu SEAT-a. Od listopada klienci zainteresowani jazdą testową jednym z dostępnych

modeli może zamówić transport egzemplarza pod wskazany adres, po czym wypróbować samochód samemu lub z ekspertem. W przypadku samotnej przejażdżki klient pozostaje w stałym kontakcie z konsultantem dzięki zestawowi głośnomówiącemu, co umożliwia natychmiastową odpowiedź na ewentualne pytania. Usługa na obecną chwilę jest dostępna jedynie na terenie Warszawy.

Momentalna sprzedaż CUPRY

W grudniu 2020 roku uruchomiono również Wirtualny Salon CUPRY, marki samochodów o sportowym DNA, która wydzieliła się od SEAT-a w 2018 roku. Polska platforma przybliżająca dynamiczne modele wywołała duże zainteresowanie, potwierdzone konkretnymi decyzjami konsumenckimi. – *W samym grudniu, czyli miesiącu rozpoczęcia działalności Wirtualnego Salonu CUPRY, eksperci platformy obsłużyli dwa zamówienia na samochody o dynamicznym zacięciu – mówi Kessler. – Taki wynik w przypadku marki dedykowanej dla najbardziej wymagających klientów pokazuje, że branża motoryzacyjna musi dalej otwierać się na wirtualną strefę. Bardzo nas cieszy, że jednymi z głównych innowatorów tego rynku w Polsce są dwie wyjątkowe marki z Hiszpanii.*

Jak zaznacza ekspert, strategia rozwoju SEAT-a oraz CUPRY w Polsce pozostanie połączeniem rozwiązań cyfrowych ze stacjonarnymi. Potwierdza to otwarcie w Warszawie w lutym bieżącego roku CUPRA Studio, trzeciego na świecie designerskiego salonu dedykowanego młodej marce.

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 | 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 | twitter.com/SEATMedia_PL

SEAT Media Portal