



Nowoczesna oferta flotowa. Jak Ford jest przygotowany na wyzwania teraźniejszości i przyszłości?

- SUV-y i crossovery są coraz bardziej zauważalne we flotach, a transformacja odbywa się z korzyścią dla pracowników.
- Całkowity koszt posiadania SUV-ów czy crossoverów w firmie jest często niższy od innych rodzajów nadwozia.
- Ford ma przygotowaną nieszablonową ofertę dla wszystkich rodzajów działalności gospodarczych i różnych szczebli kadry menedżerskiej.

WARSZAWA, 17 listopada 2021 roku – Crossovery i SUV-y są obecnie najszybciej rozwijającymi się segmentami globalnego przemysłu motoryzacyjnego. Sytuacja ta wpływa nie tylko na sprzedaż do klientów indywidualnych, ale także flotowych. Czy klienci flotowi są gotowi na transformację z sedanów, hatchbacków i kombi na inne typy nadwozia? A czy taka zmiana może być w ogóle uzasadniona ekonomicznie?

Sprzedaż nakręcana przez floty

Sprzedaż crossoverów i SUV-ów jest dzisiaj napędzana również przez floty. Coraz więcej menedżerów flot na całym świecie wybiera te samochody ze względu na ich przestronność i wysokie wartości rezydualne. Często są one wybierane zamiast innych typów nadwozia, ponieważ oferują porównywalne zużycie paliwa i całkowity koszt posiadania (TCO), a dodatkowo wyższy poziom bezpieczeństwa.

Inne czynniki, przez które floty coraz częściej decydują się na crossovery i SUV-y to zwiększone możliwości przewożenia ładunków, podobne spalanie, ergonomia oraz możliwość napędu na wszystkie koła. O popularności tego segmentu decyduje również fakt, że całkowity koszt posiadania crossoverów i SUV-ów jest bardzo atrakcyjny. Krótko mówiąc, floty migrują z sedanów, hatchbacków i kombi na crossovery i SUV-y z tych samych powodów, z jakich segment ten pokochali klienci indywidualni. Oferują one więcej miejsca na sprzęt czy produkty, ale przede wszystkim są to samochody modne i pożądane. Dla pracownika są więc dodatkowym benefitem, który może wpłynąć na jego decyzje zawodowe.

- W ostatnich latach nawet klienci, którzy zwracają uwagę przede wszystkim na koszty, byli bardziej otwarci na przejście z innych typów nadwozia na SUV-y. Potwierdzają to także dane Forda o świetnej sprzedaży samochodów z tego segmentu do klientów firmowych. W pierwszych dziesięciu miesiącach 2021 r. blisko 77% sprzedaży Kugii i 80% sprzedaży Pumi trafiło do firm. Przy czym należy pamiętać, że modele te często wybierane są przez wysokiej klasy specjalistów, prowadzących JDG lub niewielkie, prężnie działające firmy. Naszych klientów często zachęca świetny wygląd naszych SUV-ów, a także komfort podróżowania nimi - powiedział Paweł Kujda, Fleet Sales Zone Manager Ford Polska.

Czy jest drożej?

Pomimo tych trendów należy pamiętać, że każda flota jest inna. Choć zmiana jest zauważalna, to rzecz jasna nie dotyczy ona każdej floty, co częściowo może wynikać z kultury firmy i obaw o to, jak takie przejście wpłynęłoby na wynik finansowy. Częściowo takie zachowanie jest związane ze swego rodzaju lojalnością wobec samego segmentu pojazdów. Warto jednak pamiętać, że samochody zmieniają wizerunek firmy. Dzięki modnym i świetnie wyglądającym SUV-om firma może być lepiej postrzegana, a tym samym przyciągnąć nowych klientów.

Najczęściej wśród menedżerów flotowych nadal panuje przekonanie, że całkowity koszt posiadania SUV-a jest wyższy niż innych typów nadwozia. Z tego powodu od razu negatywnie patrzy on na możliwość zmiany polityki flotowej. Kiedy weźmie się jednak pod uwagę koszt zakupu, serwis, odsprzedaż samochodu i wiele udogodnień związanych z zakupem samochodu z tego segmentu, SUV-y mogą okazać się bardziej atrakcyjne.

– Odrzucanie niektórych typów nadwozia ze względu na koszty to błędne podejście. Całkowity koszt posiadania SUV-ów i crossoverów w chwili obecnej jest w wielu przypadkach niższy od TCO sedanów czy hatchbacków. Przewidywany wzrost wartości odsprzedaży SUV-ów i crossoverów zdecydowanie wpływa na zasadność kupna samochodu z tego segmentu. Utrzymujący się popyt na samochody z tego segmentu zwiększa bowiem wartość odsprzedaży w porównaniu do innych typów nadwozi. To odzwierciedlenie sytuacji na rynku używanych samochodów – stwierdza Mateusz Kampa, Fleet Sales Manager Ford Polska.

Większe faktury za paliwo to mit?

Kiedy rozkładamy wydatki na flotę, jednym z najważniejszych obszarów, na których skupiają się firmy, jest paliwo. Zużycie paliwa w SUV-ach i crossoverach jest postrzegane jako wyższe niż w przypadku sedana czy hatchbacka, co ma czynić je nieatrakcyjnym pojazdem flotowym. To jednak spojrzenie historyczne, które na chwilę obecną ma niewiele wspólnego z rzeczywistością. Porównując spalanie modeli z ekonomicznymi silnikami EcoBoost Forda, łatwo można dojść bowiem do odmiennych wniosków. I tak spalanie (według WLTP) Pumy 1.0 EcoBoost Hybrid 125 KM M6 jest niemal identyczne jak Fiesty 1.0 EcoBoost 100 KM. Podobnie wygląda sytuacja przy porównaniu większych modeli. Kuga 2.0 EcoBlue 150 KM mHEV M6 może pochwalić się spalaniem porównywalnym do Focusa 2.0 EcoBlue 150 KM A8, nie wspominając o nowoczesnych napędach hybrydowych.

- SUV-y i crossovery są obecnie coraz bardziej ekonomiczne. Mimo to jasno wskazujemy naszym klientom, aby nie dokonywali wyboru pojazdu wyłącznie na podstawie kosztów paliwa. Rozważając przejście na SUV-y, warto pomyśleć o miękkich czynnikach kosztowych, takich jak satysfakcja i produktywność pracownika. W ramach naszych rozmów z klientami analizujemy pewne rozwiązania i pomagamy podjąć najlepsze możliwe decyzje – dodaje Paweł Kujda, Fleet Sales Zone Manager Ford Polska.

Firmy, które wysoko stawiają sobie społeczną odpowiedzialność biznesu, sprawdzają także emisję CO₂ pojazdów. Ich globalna odpowiedzialność powoduje, że przychylniejszym okiem patrzą na samochody hybrydowe czy elektryczne.

Ford jest gotowy na nieszablonowe zapytania

Ford ma kompleksową ofertę, dopasowaną do różnych potrzeb. Mustang Mach-E to propozycja dla firm, którym nie jest obca dbałość o środowisko. Pierwszy elektryczny SUV Forda przebojem wdarł się na europejskie rynki, odnotowując znakomitą sprzedaż i świetnie sprawdził się jako samochód firmowy dla kadry zarządzającej. Poza nawet 610 km zasięgu i max. 351 KM

auto oferuje niezwykle frajdę z prowadzenia, możliwość napędu na wszystkie koła, a także bogate wyposażenie. Dzięki nowej technologii Ford Power-Up, Mustang Mach-E jest pierwszym modelem Forda, który otrzymał bezprzewodową aktualizację oprogramowania. Oznacza to, że Ford może przez wiele lat stale dostarczać swoim samochodom nowe funkcje i ulepszenia jakościowe.

Hitem marki w ostatnim czasie jest Puma, która rywalizuje z Focusem o miano najlepiej sprzedającego się modelu Forda. Ponad 80% sprzedanych od stycznia do października 2021 r. egzemplarzy to hybrydy, które cechuje oszczędność paliwa i zmniejszona emisja spalin. Na tle rynkowych rywali samochód wyróżnia się niezwykle bogatym wyposażeniem, atrakcyjną stylistyką czy też ustawnym bagażnikiem, którego pojemność wynosi aż 457 litrów.

W przypadku większych potrzeb doskonałym wyborem jest Kuga, która oferuje napędy hybrydowe nowej generacji. Co niezwykle ważne, model ten jest dostępny aż w trzech rodzajach hybryd – miękkiej hybrydzie (mHEV), tradycyjnej hybrydzie (HEV) oraz hybrydzie ładowanej z gniazdka (PHEV). Ta ostatnia po dziesięciu miesiącach 2021 r. znajduje się w czołowej piątce sprzedaży średnich SUV-ów z napędem PHEV w Polsce. Oba modele mogą pochwalić się szeregiem najnowocześniejszych technologii, zapewniających wygodę i bezpieczeństwo jazdy.

Ford S-MAX to natomiast auto idealne dla klientów, którzy poza dużą przestrzenią ładunkową potrzebują napędu na wszystkie koła, a jednocześnie chcą się cieszyć komfortem podróżowania. Ten uniwersalny model jest też dostępny w wersji FHEV. Nowoczesny napęd hybrydowy czwartej generacji zapewnia aż 190 KM mocy, na czym nie ucierpiała jednak elastyczność samochodu. Samochód pozwala na wykorzystanie do 2 200 l pojemności za pierwszym rzędem siedzeń. Co więcej, można w nim przewozić ładunki o wysokości do prawie 1 metra i ponad 1 metra szerokości między tylnymi nadkolami.

Nieszablonowym rozwiązaniem dla floty może być również Ford Explorer Plug-In Hybrid. Samochód świetnie sprawdzi się w biznesowych warunkach, bowiem oferuje przestronne wnętrze, komfort podróżowania oraz wiele rozwiązań, które minimalizują zmęczenie kierowcy w dłuższych podróżach. W razie potrzeby jego zdolność holownicza wynosi aż 2 500 kg. Auto dysponuje niesamowitą mocą 457 KM, a także może przejechać 48 km w trybie jazdy bezemisyjnej (według NEDC). W układzie dwumiejscowym, samochód może mieć aż 2 274 litry przestrzeni ładunkowej, a możliwość szybkiego składania siedzeń na płasko upraszcza przekształcanie wnętrza według potrzeb. Kabina Explorera została natomiast tak zaprojektowana, aby być wręcz mobilnym biurem. Świadczą o tym chociażby cztery wejścia USB (w tym dwa USB-C), trzy gniazda 12V, a nawet gniazdo 230V.

#

O Ford Motor Company

Ford Motor Company z centralą w Dearborn w stanie Michigan w USA jest globalną marką oferującą samochody i usługi mobilne. Firma zatrudnia około 186 tys. pracowników w zakładach na całym świecie, zajmując się projektowaniem, produkcją, marketingiem, finansowaniem i serwisowaniem całej gamy pojazdów użytkowych, SUV-ów oraz samochodów osobowych - coraz częściej w wersjach zelektryfikowanych - marki Ford i luksusowej marki Lincoln. Rozszerzając swoją działalność, Ford umacnia pozycję lidera w dziedzinie elektryfikacji pojazdów, inwestuje w rozwój mobilności, systemy

autonomicznej jazdy oraz usługi dla pojazdów skomunikowanych. Więcej informacji na temat Forda, produktów firmy oraz oddziału Ford Motor Credit Company na stronie corporate.ford.com.

Ford of Europe wytwarza, sprzedaje i serwisuje pojazdy marki Ford na 50 indywidualnych rynkach, zatrudniając około 45 tys. pracowników we własnych oddziałach i łącznie około 59 tys. osób, po uwzględnieniu spółek typu joint venture oraz działalności nieskonsolidowanej. Oprócz spółki Ford Motor Credit Company, usługi firmy Ford of Europe obejmują dział Ford Customer Service Division oraz 19 oddziałów produkcyjnych (12 spółek całkowicie zależnych lub skonsolidowanych typu joint venture oraz 7 nieskonsolidowanych typu joint venture). Pierwsze samochody marki Ford dotarły do Europy w 1903 roku – w tym samym roku powstała firma Ford Motor Company. Produkcja w Europie ruszyła w roku 1911.

Kontakt: Mariusz Jasiński
Ford Polska Sp. z o.o.
(22) 6086815
mjasinsk@ford.com