



Samochód elektryczny w firmowej flocie. Dlaczego to nowy globalny trend?

- We flotach polskich firm coraz częściej pojawiają się samochody elektryczne. Także Ford odnotowuje znaczący wzrost zainteresowania tymi modelami wśród klientów biznesowych.
- Choć użytkowanie samochodu przez klientów indywidualnych i biznesowych może być niemal identyczne, zalety dla obu grup są zupełnie różne. Dlaczego samochody elektryczne w firmach zdobywają coraz większą popularność?
- Ford z Mustangiem Mach-E i E-Transitem promuje elektromobilność opartą na znaczącym zasięgu, ciekawym designie i emocjach podczas jazdy.

WARSZAWA, 5 września 2022 – Póki co Polska nie jest wiodącym w Europie rynkiem jeśli chodzi o rozwój elektromobilności, ale ostatnie lata przyniosły wiele pozytywnych zmian. Podobnie jak w przypadku samochodów spalinowych, także te elektryczne są sprzedawane w większości przedsiębiorcom, którzy przez to wpływają na wizerunek całego rynku motoryzacyjnego. Dlatego też przy transformacji na pojazdy elektryczne należy zwrócić uwagę na firmy i wzmocnić ten trend wśród właścicieli i menedżerów firmowych flot. Dlaczego?

Wizerunek wartością bezcenną

Pierwszą i najważniejszą kwestią dla przedsiębiorców są oczywiście koszty, jakie generuje zmiana floty pojazdów. Cena zakupu samochodów i późniejsze koszty eksploatacyjne to jednak nie jedyne aspekty, które należy wziąć pod uwagę w tym czasie.

Wiele firm patrzy na samochody już zdecydowanie szerzej, biorąc pod uwagę także kwestie wizerunkowe, komfort pracownika i długofalową analizę kosztów. Przedsiębiorcy często wyznaczają sobie bowiem rok, w którym chcą osiągnąć zerowy ślad węglowy, doskonale zdając sobie sprawę z negatywnych konsekwencji swojej działalności przy wykorzystaniu samochodów spalinowych. Wpływ transportu na środowisko jest jednym z najgorętszych tematów wśród decydentów od wielu lat i pod tym względem nic się nie zmienia.

Co ważne, nie jest to tylko trend globalny dla największych światowych marek. Nawet mała firma może bowiem promować się jako społecznie odpowiedzialna i pozytywnie nastawiona do zmian mających na celu poprawę standardu życia wszystkich. Poza tym nie od dziś wiadomo, że taki status często pomaga w rozmowach biznesowych z innymi podmiotami. Na bazie użytkowania samochodów elektrycznych i pozyskiwania energii z odnawialnych źródeł można zbudować strategię CSR marki. Dobrym pomysłem jest połączenie tych działań z edukacją w zakresie zrównoważonej mobilności ze wskazaniem, że wpływa ona na przyszłość każdego, a nie tylko koncernów samochodowych czy przedsiębiorców.

Firmy nadal potrzebują informacji o elektromobilności

Firmy często przyglądają się także temu, jak ich pracownicy korzystają z samochodów czy nawet szerzej – transportu publicznego. Po takiej analizie może się okazać, że samochód elektryczny jest najlepszym wyborem.

- Od czasu do czasu stykamy się z opinią, że liczba stacji ładowania w Polsce jest zdecydowanie za mała, a przygotowanie własnych stanowisk do ładowania nie jest klientowi na rękę – głównie ze względu na koszty. Wskazujemy wówczas, że oczywiście elektromobilność w Polsce nie jest jeszcze na tak rozwiniętym poziomie, jak za naszą zachodnią granicą, ale podejście z brakiem ładowarek jest często błędne. Z doświadczeń wielu klientów wiemy już, że porównują je oni z doskonale widocznymi stacjami benzynowymi, podczas gdy ładowarki często są budowane w miejscach, które łatwo przeoczyć. Dlatego też w naszych elektrycznych samochodach oferujemy rozbudowane funkcje wyszukiwania stacji ładowania za pomocą aplikacji czy dotykowego ekranu w samochodzie – powiedział Karol Jelonek, kierownik działu sprzedaży flotowej Ford Polska.

Problemem jest często także skomplikowana biurokracja, która daje się we znaki zwłaszcza mniejszym firmom. Paradoksalnie dodatkowym problemem w niektórych przypadkach bywają dotacje w ramach programu „Mój elektryk”, które przecież obniżają koszty.

Korzyści finansowe to nie jedyne bonusy

Przedsiębiorców, których nie przekonują argumenty związane z ekologią, z pewnością przekonają aspekty finansowe. Utrzymanie i użytkowanie samochodu elektrycznego jest znacznie tańsze niż samochodu spalinowego, nawet po ostatnich podwyżkach cen energii elektrycznej. Największe korzyści uzyskuje się oczywiście w przypadku zamontowania firmowych ładowarek, w których prąd pochodzi np. z własnych instalacji fotowoltaicznych, zamiast wizyt na publicznych stacjach ładowania.

Tańsza eksploatacja jest związana również z mniej skomplikowaną konstrukcją pojazdów i mniejszym zużyciem niektórych części. Mowa tutaj głównie o hamulcach, które odpowiadają za powstawanie szkodliwego pyłu PM 2,5 i PM 10. W samochodach elektrycznych, w tym Mustangu Mach-E, e-Transcie i kolejnych nadchodzących modelach Forda, zastosowano system rekuperacji energii, który podczas spokojnego hamowania ładuje akumulatory.

Pod kątem użytkowania samochodu elektrycznego nie ma najmniejszego znaczenia, czy korzysta z niego pracownik danej firmy czy klient indywidualny. W obu przypadkach dodatkowe bonusy z ich użytkowania są takie same. Najczęściej pojawiającym się w mediach tematem jest możliwość jeżdżenia buspasami, co w Warszawie i innych dużych aglomeracjach może być nieocenioną zaletą.

Poza tym użytkownicy samochodów elektrycznych mogą parkować w strefach płatnego parkowania w wybranych miastach za darmo. Mogą oni też bez problemu wjechać do tzw. stref czystego transportu, których liczba będzie wzrastać w nadchodzących latach. Mówiąc krótko, samochodem elektrycznym można łatwo, przyjemnie i szybko dotrzeć do wybranej lokalizacji nawet w zatłoczonych miastach.

Nie bez znaczenia jest także możliwość wyróżnienia się na ulicach. Wiele właścicieli firm wykorzystuje samochody elektryczne do promocji swojego biznesu i trudno się im dziwić. Bezgłośnie poruszanie się świetnie wyglądającym samochodem z zielonymi tablicami rejestracyjnymi nadal zwraca uwagę przechodniów i zapewnia firmie darmową promocję.

W tym kontekście warto zwrócić uwagę także na prestiż. Samochody takie jak Mustang Mach-E są skrojone na potrzeby zarówno fanów wszelkich nowinek technicznych, jak i menedżerów

wyższego szczebla. Model zapewnia bowiem duży zasięg, imponujące osiągi, komfortowe i przestronne wnętrze, bogate wyposażenie standardowe oraz atrakcyjny design.

Dobrze przemyślana transformacja zawsze się obroni

Kiedy już firma zdecyduje się na zakup samochodów elektrycznych, taki krok może początkowo nie spotkać się z entuzjazmem pracowników. Jednak wraz z zaangażowaniem menadżerów wyższego szczebla w proces transformacji, którzy własnym przykładem wpierają tę zmianę, to wraz ze wzrostem liczby przejechanych kilometrów także pozostali pracownicy docenią zalety pojazdów na prąd i nie będą już chcieli powrotu do silników spalinowych.

Istotne jest również, aby samochód był narzędziem ułatwiającym pracę i życie, a nie dodatkowym obciążeniem. Pracownicy nie mogą zastanawiać się, czy dojadą do celu, czy mają gdzie naładować samochód i ile im to zajmie. Oni muszą cieszyć się jazdą, w związku z czym firmom zaleca się kupno modeli, które znacząco wspomogą kierowcę w codziennym ich użytkowaniu. Inteligentne narzędzia same wskażą, gdzie kierowca może naładować samochód albo ostrzegą przed potencjalnymi problemami z dojazdem do celu – od razu z proponowanym rozwiązaniem. Ford Mustang Mach-E w tym zakresie oferuje chociażby funkcję inteligentnego zasięgu (Intelligent Range), dzięki której samochód z odpowiednim wyprzedzeniem informuje kierowcę o zasięgu i przewidywanym zużyciu energii, a także niezbędnym ładowaniu.

Wymiana samochodów z silnikiem spalinowym na elektryczne w firmowej flocie nie jest zwykłym zakupem nowych samochodów. Należy dobrze przemyśleć tę transformację, również pod kątem pracowników. Dzięki temu taki krok może przynieść nie tylko poprawę wizerunku firmy, bardziej ekologiczne działanie całej firmy, ale również zadowolonych pracowników i realne oszczędności związane z eksploatacją pojazdów.

##

O Ford Motor Company

Ford Motor Company (NYSE: F) z centralą w Dearborn w stanie Michigan w USA jest globalną marką, stawiającą sobie za cel pomoc w budowaniu lepszego świata, w którym każda osoba może swobodnie poruszać się i realizować swoje marzenia. Plan wzrostu i tworzenia wartości rynkowej firmy, Ford+, wykorzystuje wypracowane atuty, nowe możliwości i trwałe relacje z klientami dla podniesienia satysfakcji i pogłębienia lojalności tych klientów. Firma opracowuje i dostarcza innowacyjne, cieszące się niesłabnącym zainteresowaniem samochody ciężarowe, pojazdy sportowo-użytkowe, dostawcze i użytkowe marki Ford oraz luksusowe pojazdy marki Lincoln, a także usługi oparte na łączności sieciowej. Ponadto Ford umacnia swoją pozycję lidera w dziedzinie rozwiązań transportowych, w tym systemów autonomicznej jazdy, oraz świadczy usługi finansowe za pośrednictwem Ford Motor Credit Company. Ford zatrudnia około 182 tys. pracowników w zakładach na całym świecie. Więcej informacji na temat Forda, produktów firmy oraz oddziału Ford Credit na stronie corporate.ford.com.

Ford of Europe wytwarza, sprzedaje i serwisuje pojazdy marki Ford na 50 indywidualnych rynkach, zatrudniając około 41 tys. pracowników we własnych oddziałach oraz spółkach typu joint venture, łącznie około 55 tys. osób, po uwzględnieniu działalności nieskonsolidowanej. Oprócz spółki Ford Motor Credit Company, usługi firmy Ford of Europe obejmują dział Ford Customer Service Division oraz 14 oddziałów produkcyjnych (10 spółek całkowicie zależnych oraz 4 nieskonsolidowane 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

Więcej informacji prasowych, powiązanych materiałów oraz zdjęć i filmów w wysokiej rozdzielczości można znaleźć na stronie internetowej www.fordmedia.eu lub www.media.ford.com.
Śledź nas na: [www.twitter.com/FordEu](https://twitter.com/FordEu) lub www.youtube.com/fordofeurope

Ford Polska Sp. z o.o.
(22) 6086815
mjasinsk@ford.com

Więcej informacji prasowych, powiązanych materiałów oraz zdjęć i filmów w wysokiej rozdzielczości można znaleźć na stronie internetowej www.fordmedia.eu lub www.media.ford.com.
Śledź nas na: www.twitter.com/FordEu lub www.youtube.com/fordofeurope