# Ford udoskonala sposoby poznawania, kupowania i eksploatowania pojazdów elektrycznych, z myślą o jak największej wygodzie klientów

- Ford wyznacza nowy poziom odczuć klientów, integrując procesy – od poznawania, po serwisowanie samochodu – i dążąc do przystępnej dla każdego prostoty, zwłaszcza w wypadku pojazdów elektrycznych
- Drogę do posiadania i eksploatacji samochodu – łatwiejszą dzięki cyfryzacji – wytyczono z myślą o nowym pokoleniu klientów, którzy za pomocą jednego kliknięcia chcą uzyskać dostęp do najnowocześniejszych produktów
- Ford przedstawia tę wizję dealerom, którzy pomogą ją urzeczywistnić podczas specjalnej imprezy Bring On Tomorrow Live, w ramach której zaprezentowano również nowy model elektryczny E-Tourneo Courier

**WARSZAWA, 17 maja 2023 roku –** Ford zaprezentował nową wizję, dzięki której poznawanie, testowanie, kupowanie i eksploatowanie produktów marki będzie nie tylko prostsze, ale także bardziej satysfakcjonujące. Plan koncentruje się początkowo na pojazdach elektrycznych Forda.

Ford we współpracy ze swoimi partnerami detalicznymi w całej Europie zmienia wyobrażenie o drodze klienta do posiadania samochodu elektrycznego, z dostępem online i wsparciem na każdym kroku tej drogi.

Nowe rozwiązanie wprowadza internetowe salony samochodowe i wirtualne jazdy próbne, umożliwiające poznanie produktów i usług z wygodnego fotela, czy podczas 10-minutowej przerwy między kolejnym spotkaniami. Podejmowanie ważnych decyzji będzie łatwiejsze, dzięki przejrzystym cennikom, w których nie ma żadnych niejasności, czy niespodzianek. Klienci będą mogli dostosować do swoich preferencji odbiór nowego samochodu, uzyskać dostęp do ładowania akumulatorów oraz zorganizować dostarczenie i odbiór pojazdu z serwisu za pomocą kilku kliknięć na swoim smartfonie.

Ford przedstawił swoim partnerom detalicznym z całej Europy nową, zmierzającą w tym kierunku innowacyjną strategię. Prezentacja odbyła się podczas spotkania Bring On Tomorrow Live w Kopenhadze. Praca partnerów będzie miała fundamentalne znaczenie dla dostarczania Klientom zupełnie nowych odczuć, jakich oczekują. Ford jest w trakcie wprowadzania w Europie do roku 2024 dziesięciu nowych modeli elektrycznych, w tym zaprezentowanego w Kopenhadze nowego pojazdu wielozadaniowego E-Tourneo Courier [1.]

„Jesteśmy na dobrej drodze do stania się do 2030 roku marką samochodów elektrycznych, z wyjątkowo wszechstronną gamą pojazdów już wprowadzonych, czerpiących inspirację ze

zrozumienia, że klienci zainteresowani samochodami elektrycznymi widzą świat inaczej" – powiedział Martin Sander, dyrektor generalny, Ford Model e w Europie. „Nasza wizja obejmuje doprowadzenie do tego, by poznawanie, zakup i posiadanie odpowiedniego dla siebie pojazdu elektrycznego było dla Klienta łatwiejsze i bardziej atrakcyjne niż kiedykolwiek, niezależnie od tego, czy Klient zaczyna swoją przygodę z elektryczną motoryzacją, czy jest już doświadczonym użytkownikiem takich pojazdów."

Nowe odczucia Klientów Forda, ułatwiające większej liczbie klientów przejście na napęd elektryczny, przybliżą realizację planów firmy zakładających osiągnięcie neutralności węglowej europejskiej działalności, logistyki i bezpośrednich dostawców do 2035 roku oraz budowanie bardziej zrównoważonej, inkluzywnej i sprawiedliwej przyszłości transportu.

**Zmieniające się oczekiwania**

Nowe pokolenie konsumentów ma także nowe podejście do kupowania samochodów wynikające z doświadczeń zakupów online, a jest to podejście tak nowoczesne jak pojazdy, które nabywcy tej grupy chcą posiadać. Badania pokazują, że 91% klientów wybierze zakup online, jeśli proces będzie przebiegał bezproblemowo. [2]

Ford pozwoli klientom bezproblemowo przełączać się pomiędzy cyfrowymi i fizycznymi punktami sprzedaży w zależności od tego, co w danym momencie najbardziej odpowiada jego potrzebom. Może to oznaczać przeprowadzenie całego zakupu za pomocą kilku kliknięć przy użyciu oficjalnych kanałów internetowych i cyfrowych salonów Forda, odwiedzanie dealerów i salonów Forda w celu uzyskania informacji i porad samochodowych ekspertów lub połączenie obu tych dróg.

Innowacyjne wirtualne metody poznawania nowego, w pełni elektrycznego Forda Explorera [1] wprowadzone na początku tego roku, przeniosły jazdy testowe w erę cyfrową. Klienci będą mogli również umówić się na jazdy próbne w warunkach rzeczywistych, dostosowując ich terminy do swoich napiętych harmonogramów, gdy gotowy na przygody crossover pojawi się w salonach sprzedaży jeszcze w tym roku. Klientom będą dostarczane pojazdy naładowane tak, by mogły przejechać co najmniej 150 km.

Badania wykazały również, że 77% kupujących samochody preferuje stałe ceny, [2] dzięki czemu z góry wiadomo, ile i za co trzeba będzie zapłacić. Dlatego Ford dzięki przejrzystym cennikom już teraz sprawia, że negocjowanie cen przez klientów z Holandii należy do przeszłości. Ford planuje wprowadzenie „modelu agencyjnego" w całej Europie, zapewniając klientom stałe ceny niezależnie od tego, czy dokonują zakupu online, czy w wybranym przez siebie salonie sprzedaży.

Ford mierzy się również najbardziej frustrującym czynnikiem dla nabywców samochodów, jaki wskazały badania New Car Buyers Survey, czyli z niepewnością co do terminu dostarczenia nowego samochodu. Jasna polityka informacyjna, możliwość sprawdzenia statusu zamówienia w Internecie oraz możliwość rezerwacji terminów dostaw online, pomogą klientom zaplanować przyszłość i przywrócić porządek w ich terminarzach.

Dostępna będzie też możliwość wskazania certyfikowanym przez Forda dilerom, w jakim zakresie klient chce zasięgnąć eksperckiej wiedzy w momencie odbioru pojazdu. Ułatwi to klientom wyruszenie w pierwszą podróż z maksymalną pewnością siebie, co będzie dotyczyło zarówno doświadczonych użytkowników pojazdów elektrycznych, jak i osób zupełnie nowych w tym świecie – niezależnie od tego, czy wyruszą w drogę z parkingu przed salonem Forda, czy sprzed własnego domu. Klienci będą mogli umówić się na dostawę samochodu „pod dom" – opcja ta interesuje 69% młodszych nabywców samochodów. [3]

Każdy nowy pojazd będzie dostarczany z najnowszymi dostępnymi pakietami oprogramowania, które mogą być ulepszane zdalnie dzięki aktualizacjom bezprzewodowym. Kierowcy będą mogli korzystać z najnowszych technologii Forda, takich jak BlueCruise umożliwiający jazdę bez użycia rąk, jedynie z zachowaniem koncentracji na drodze – pierwszy tego typu system zatwierdzony w Europie [4] – oraz systemy, które mogą bezprzewodowo wyświetlać funkcje smartfonów. [5]

Nowe doświadczenia klienta Forda nie skończą się na odbiorze samochodu, mają one ułatwiać życie właścicielowi także po zakupie pojazdu. Bieżące wsparcie obejmuje dostęp do jednej z największych w Europie sieci ładowania, liczącej już ponad 450 tysięcy ładowarek, których liczba wzrośnie do 500 tysięcy do roku 2024, rozwiązania w zakresie domowego ładowania akumulatorów, a także odbiór i dostawę w przypadku serwisowania, które można zaplanować online, z bardzo wygodnymi opcjami szybkiej ścieżki.

„Ford deklaruje rodzinne traktowanie klientów. Oznacza to zrozumienie, czego potrzebują od nas Klienci, by jak najlepiej funkcjonować w codziennym życiu, a następnie dołożenie wszelkich starań, by usunąć ewentualne przeszkody" – mówi Martin Sander. „Nasza sieć partnerów detalicznych w całej Europie jest kluczem do sukcesu nowych doświadczeń zakupowych i satysfakcji z posiadania Forda, co możemy uzyskać opierając się na relacjach i reputacji, wypracowanych przez dziesięciolecia i wspieranych przez narzędzia cyfrowe nowej generacji oraz przyszłościowe myślenie."

# # #

[1] Oficjalne dane homologacyjne dotyczące zasięgu i zużycia energii zostaną podane przed rozpoczęciem sprzedaży.

[2] https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2020/11/Automotive-Agency-Sales-Model_POV_Capgemini-Invent.pdf

[3] Accenture – Przyszłość sprzedaży samochodów, 2020.

[4] Ford BlueCruise to funkcja jazdy autostradowej bez korzystania z rąk. Kierowca może zdjąć ręce z kierownicy tylko wtedy, gdy znajduje się na odcinku Blue Zone, dopuszczonym dla tego systemu. Zawsze obserwuj drogę i bądź przygotowany na ponowne przejęcie kontroli nad pojazdem. Mimo wsparcia systemów należy zachować zasady bezpieczeństwa na drodze. Szczegółowe informacje i ograniczenia zamieszczono w instrukcji obsługi. [Zestaw BlueCruise Prep Kit zawiera urządzenia wymagane do funkcjonowania systemu]. Niezbędne jest zakupienie subskrypcji BlueCruise, która obejmuje korzystanie z danych, regularne aktualizacje map i przyszłe udoskonalenia

funkcji. Aby skorzystać z BlueCruise należy dokonać aktywacji w systemie swojego Mustanga Mach-E za pomocą aplikacji FordPass App. Zatwierdzony do użytku wyłącznie w Wielkiej Brytanii (Anglia, Szkocja i Walia).

[5] Wymaga telefonu z aktywną usługą transmisji danych i kompatybilnym oprogramowaniem. SYNC 4/4A/Move nie kontroluje produktów innych firm podczas użytkowania. Firmy zewnętrzne ponoszą wyłączną odpowiedzialność za funkcjonalność swoich aplikacji.

# # #

***Ford**, globalna amerykańska marka, od ponad 100 lat wplatająca się w europejskie struktury, stawia na swobodę przemieszczania się, łącząc to z troską o planetę i każdego z nas. Realizowany przez firmę plan Ford+, uwzględniający sektory działalności Model e, Ford Pro i Ford Blue, wpływa na przyspieszenie europejskiej transformacji w kierunku pełnej elektryfikacji napędów i neutralności węglowej do roku 2035. Firma podąża z postępem, wprowadzając nowatorskie pojazdy elektryczne, z których każdy został zaprojektowany z myślą o europejskich kierowcach, a także oferując innowacyjne usługi, ułatwiające komunikację międzyludzką, rozwój społeczności i przedsiębiorstw. Ford w Europie sprzedaje i serwisuje pojazdy marki Ford na 50 indywidualnych rynkach, a działania obejmują również Ford Motor Credit Company, Ford Customer Service Division oraz 14 oddziałów produkcyjnych (8 spółek całkowicie zależnych oraz 6 nieskonsolidowane typu joint venture) z czterema centrami zlokalizowanymi w Kolonii, w Niemczech; w Walencji, w Hiszpanii oraz z siedzibami spółki joint venture w Krajowie w Rumunii i Kocaeli w Turcji. Ford zatrudnia w Europie około 34 tys. pracowników we własnych oddziałach oraz spółkach typu joint venture, łącznie około 56 tys. osób, po uwzględnieniu działalności nieskonsolidowanej. Więcej informacji na temat Forda, produktów firmy oraz oddziału Ford Credit na stronie corporate.ford.com.*

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