1. týden 2015

AutoTablet

novinky z www.autoweek.cz s přispěním www.automakers.cz

pokud chcete něco navíc, stáhněte si jako pdf

Komunikující auta předstihla videohry

Především v segmentu prémiových automobilů se veletrh spotřební elektroniky CES v Las Vegas stává prvořadou událostí svým významem překonávající mezinárodní autosalony. Automobily patří k hlavním atrakcím této přehlídky, která zaujme 140 000 návštěvníků.

Před pěti lety Ford svůj nový model Taurus vystavoval na koberci o ploše 6x6 m, letos má k dispozici dvoupatrovou výstavní plochu pro pět vozů a stěnu s digitálními obrazovkami: „Od jediného vozu jsme urazili dlouhou cestu," uvedl mluvčí Fordu Alan Hall.

Ford přitom nezůstává osamocen. Letos má na veletrhu premiéru Volkswagen. Zastoupeny jsou i automobilky Toyota, GM, Hyundai, Mazda, Audi, BMW a FCA US LLC (dříve Chrysler Group).

Dodavatelská firma Visteon svou výstavní plochu zdvojnásobila. "Když se podíváte, že sem přicházejí osobnosti, jako jsou Mark Fields a Dieter Zetsche, stává se z toho autosalon. Odráží se v tom skutečnost, že auto se stává mobilním zařízením. Detroit je společenskou událostí, ale obchodní rozhodnutí děláme ve Vegas. Vítejte v novém světě," konstatuje šéf Visteonu Tim Leuliette.

Technologie uvnitř automobilu už je nejdůležitějším bodem při prodeji pro 39 % kupujících, což je podle průzkumu firmy Accenture více než dvakrát tolik, než kolik se zajímá o výkon a ovladatelnost.

Dokonce i tradiční vystavovatelé technických inovací se přidávají na stranu automobilového průmyslu. Například kalifornská společnost Nvidia věnuje tři čtvrtiny své expozice automobilům. „Před dvěma lety byl náš stánek zaplněn počítači a lidmi hrajícími videohry, letos jsme učinili strategické rozhodnutí změnit naše hlavní zaměření na automobily," řekl její ředitel Danny Shapiro.

Tim Leuliette z Visteonu vysvětluje, že funkce přístrojového panelu, tachometr, navigace i ovládání sterea a klimatizace bude možné stahovat a aktualizovat v průběhu životnosti vozu a udržovat tak technologii neustále aktuální jako v chytrém telefonu.

Největší očekávání je spojeno se systémy CarPlay společnosti Apple a Android Auto od Google, které přenášejí funkce telefonů iPhone a Android na dotykové obrazovky ve vozech.

více na
www.autoweek.cz

Ze světa

Peugeot Quartz mate svými rozměry

Quartz je nejnovějším konceptem značky Peugeot, který byl navržen s tak extrémními proporcemi, aby média nedospěla k závěru, že jde o předpremiéru nové generace crossoveru značky. Quartz byl postaven na platformě EMP2, na kterou byly připevněny panely kompozitní struktury. Symbolem konceptu Quartz je čedič, pevný a zároveň lehký kámen. Ve voze se s ním řidič setká především na středové konzoli. Čedič je v surovém stavu, aby tak lépe vynikl jeho kontrast oproti ostatním použitým materiálům. Ve světové premiéře se zde objevuje i látka získaná 3D tkaním. Tato metoda umožňuje vyrábět složité kusy velkých rozměrů, které lze použít okamžitě po výstupu ze stroje. Není nutné je řezat, takže nezůstává žádný odpad. Látka je tkaná za pomocí polyesterových vláken, která vznikají recyklováním plastů, například plastových lahví.

více na www.autoweek.cz

Cadillac nahradí zrcátko HD videem

Účelem zpětných zrcátek je ukazovat, co se děje na silnici za vámi. Avšak někdy jim stojí v cestě opěrky hlavy, cestující a zavazadla. Tomu chce Cadillac zabránit nahrazením zpětného zrcátka videopřenosem. Cadillac chce navíc prostřednictvím video přenosu vylepšit funkci zpětného zrcátka. Zorné pole by se tak mělo zvětšit o 300 %. HD kamera a videopřenos s vysoce dynamickým rozsahem v porovnání s tradičními zpětnými zrcátky zabrání oslnění a poskytne ostrý obraz i v situacích s nedostatečným osvětlením. V případě, že kamera bude něčím zakryta nebo poškozena, přepínač pod zrcátkem umožní přerušení záznamu a návrat k používání běžného zrcátka. Podle Cadillacu bude tato technologie mít premiéru u nového sedanu s pohonem zadních kol CT6.

více na www.autoweek.cz

Další témata 1. týdne ve www.autoweek.cz:

EU staví automobilky do nejistoty

Studie Ricardo-AEA o přístupu k informacím

Nový Ford Mondeo konečně v prodeji

Ford novou generaci modelu Mondeo v evropské podobě poprvé představil na autosalonu v Paříži v září 2012 s příslibem, že se do prodeje dostane do konce roku 2013. Jenže rozhodnutí uzavřít výrobní závod v belgickém Genku a přesunout výrobu Mondea do závodu Almussafes ve Valencii způsobilo odklad o rok. Výroba ve Španělsku začala až v říjnu 2014.

Nové Mondeo je technicky nejvyspělejší vozidlo, jaké kdy Ford v Evropě představil. Ford chce posílit jeho postavení použitím mnoha pokročilých technických systémů a pestřejší nabídkou pohonných jednotek. Karoserie jsou na výběr liftback a kombi, sedan je k dispozici jen pro hybridní pohon.

Ford u 4. generace Mondea přichází s novou platformou CD4, která byla navržena tak, aby ji mohla využívat i americká luxusní značka Lincoln. Postupně by mělo platformu CD4 využívat deset modelů s celkovým ročním objemem produkce 1,2 milionu vozidel. Platforma CD4 umožňuje pohon předních nebo všech kol, stejně jako použití hybridního pohonu. Všechny tyto podoby se využijí u 4. generace Mondea. Platforma umožnila i použití technických řešení dosud vyhrazených jen pro prémiové vozy, například složitější a dražší uložení náprav zaručující další zlepšení ovladatelnosti jízdních vlastností i komfortu. K tomu se přidává nová víceprvková zadní náprava Integral Link.

Zákazníci mají hned od začátku na výběr ze tří přeplňovaných zážehových motorů EcoBoost a tří vznětových Duratorq TDCi. Turbodiesel 1,6 TDCi ECOnetic má emise CO2 nižší než 100 g/km - 94 g/km u liftbacku a 99 g/km u kombi - což firemním zákazníkům v mnoha zemích poskytne daňové zvýhodnění. Poprvé je v nabídce evropského Fordu i hybridní pohon.

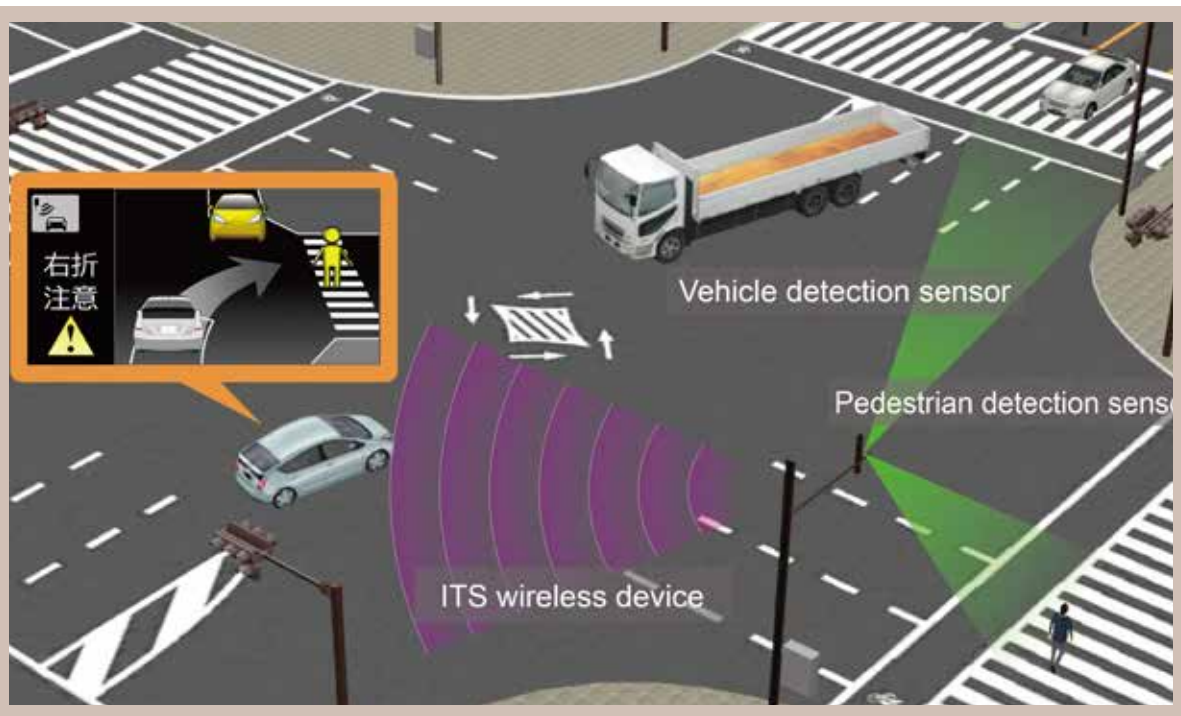
Novou technickou vymožeností jsou poprvé použitý detekční systém pro chodce a systém konektivity Sync2 s 8" dotykovým displejem, standardně dodávaný pro verze Titanium a Hybrid. Dalšími technickými inovacemi jsou zadní bezpečnostní pásy s integrovanými airbagy, dynamické adaptivní LED světlomety, aktivní parkovací asistent s funkcí příčného parkování, přední sedadla Multi-Contour s masážní funkci Active Motion a vyhřívaný volant.

Kompletní ceník najdete na str. 10 (jen v pdf verzi)

Z domova

Zájem o Škodu Forman v USA

Redakce amerického magazínu Autoweek každoročně vydává přehled 25 let starých aut, která stojí za to dovézt do Spojených států. Stáří 25 let je podmínkou k získání výjimky z registrace NHTSA. Tentokrát jsou to neobvyklá auta jako například Eunos Cosmo od Mazdy, Lotus Carlton na bázi Vauxhallu (Opelu) Omega, luxusní Nissan President, BMW Alpina B10 BiTurbo nebo Opel Calibra. V přehledu ale najdeme také Renault Clio či předchůdce crossoverů Volkswagen Golf Country 4x4. Jako mimořádná rarita se v tomto přehledu objevuje i Škoda Forman, kombi na bázi modelu Favorit jako poslední model vyvinutý českou automobilkou před příchodem Volkswagenu. Forman s odhadovanou pořizovací cenou 1500 až 4000 USD slibuje zážitek jízdy s jediným vozem tohoto typu v USA.
více na www.autoweek.cz



Toyota ukázala budoucnost

Počínaje rokem 2015 budou některé z nových modelů společnosti Toyota Motor kompatibilní s pokrokovými systémy pro spolupráci mezi vozidly a infrastrukturou (V2I), které využívají bezdrátový kmitočet vyhrazený pro tzv. inteligentní dopravní systémy (ITS). Tato doplňková funkce se bude od roku 2015 nabízet na přání pro vybrané nové modely prodávané na japonském trhu.
Systémy budou ke sběru informací nezjistitelných pomocí palubních snímačů využívat kmitočet 760 MHz systémů ITS vyhrazený pro výměnu informací mezi vozovkou a vozidly (V2I), resp. mezi vozidly navzájem (V2V). Součástí výměny informací jsou upozornění na křižovatkách se špatným rozhledem, informace o blížících se vozidlech nebo chodcích detekovaných pomocí senzorů nad vozovkou. Informace o blížících se vozidlech budou podle potřeby doplněny akustickou a optickou varovnou signalizací pro řidiče.
více na www.autoweek.cz

Další témata 1. týdne ve www.autoweek.cz:
První OLED od Osramu pro auta
PSA Peugeot Citroën využije aplikaci Delmia od DS

více na
www.autoweek.cz

Fiat u 500X sází na design

Společnost Fiat Chrysler Automobiles (FCA) brzy po uvedení Jeepu Renegade uvádí na trh i Fiat 500X. Fiat věří, že atraktivní stylizace modelu 500X podpoří jeho prodej v rychle se rozvíjejícím segmentu malých SUV a crossoverů.

Malé crossovery 500X a Jeep Renegade mají stejný základ v platformě GM Fiat Small (SCCS. Její široká verze, vyvinutá pro model 500L, je zde upravená pro pohon 4x4. Oba crossovery FCA vyrábí na stejné výrobní lince v závodě Melfi v Itálii. Silnou stránkou Fiatu 500X bude jeho design, kdežto Jeep Renegade zapůsobí především svou funkčností. Díky své délce 4250 mm (je o 20 mm kratší než 500L) je 500X uvnitř dostatečně prostorný a k tomu přidává solidní objem zavazadlového prostoru 350 l.

"I přes mnohé společné prvky se jedná o dva odlišné automobily," zdůrazňuje výkonný ředitel Fiat Chrysler Sergio Marchionne a dodává: "Fiat je crossover zatímco Renegade je prostě Jeep. Do kopce by Fiat 500X Jeepu Renegade nestačil."

Za účelem snížení nákladů sdílejí oba vozy nejen platformu, ale i motory, převodná ústrojí a další klíčové komponenty. V Evropě se bude 500X dodávat se čtyřmi variantami zážehových motorů (1,6 E-torQ, 1,4 Turbo MultiAir II ve dvou výkonových variantách a 2,4 Tigershark) a třemi vznětovými motory (1,3 MultiJet II, 1,6 MultiJet II a 2,0MultiJet II). K dispozici budou varianty s pohonem předních i všech kol.

To by mělo Fiatu 500X pomoci v konkurenci s francouzskými prodejními hity Renaultem Captur a Peugeotem 2008, které nabízejí pouze pohon předních kol.

Toughpad FZ-B2 se systémem Android

Panasonic uvádí na trh svůj nejvýkonnější odolný tablet FZ-B2 se systémem Android. Nejnovější Toughpad doplňuje řadu odolných tabletů Panasonic se 7" displejem určenou pro všechny pracovníky v terénu v jakémkoliv podnikání a odvětví. Tablet Toughpad FZ-B2 je perfektním pracovním nástrojem pro pracovníky v terénu díky extrémní životnosti akumulátoru, displeji s perfektní čitelností za denního světla a možnostem flexibilního pracovního nastavení. Zařízení s operačním systémem Android doplňuje řadu odolných tabletů s operačním systémem Windows 8.1, která používají stejnou platformu, takže doplňková zařízení i doplňková baterie mohou být použity v jakémkoliv zařízení v rámci produktové řady. Toughpad FZ-B2 prošel testy pádu z výšky 150 cm, má stupeň krytí proti průniku prachu a vody IP65 a je schopen provozu při teplotách od -10 °C do +50 °C.

více na www.autoweek.cz

Navigace a autokamera v jednom

Mio uvedl na trh novinku Mio Combo 5107 v podobě 5" navigace do auta, která je zároveň vybavena kamerou pro záznam situace před vozidlem. Mio Combo 5107 je určena pro ty zákazníky, kteří chtějí využívat výhod obou zařízení najednou, uspořit místo na čelním skle a zredukovat napájení ze dvou zásuvek na jednu. Standardně obsahuje 4 GB interní paměť pro mapy 44 zemí Evropy s doživotní aktualizací, IQ Routes pro doporučení nejvhodnější trasy a funkci LearnMe Pro k optimalizaci trasy.

Kamera je vybavena tříosým g-senzorem přetížení, který sleduje, zda v jakémkoliv směru (i zezadu) dojde k prudké změně pohybu. Záznam je ukládán do grafu, takže lze snadno zjistit, jaké síly působí na vozidlo v průběhu cesty a z jakého směru přišel případný náraz. Kamera v kombinaci s integrovanou GPS je schopna zároveň s videem nahrávat i přesnou pozici, směr a rychlost. Při přehrávání záznamu v programu MiVue Manager je nahrané video automaticky synchronizováno s polohou vozidla na Google Maps.

více na www.autoweek.cz

Personalia z AUTOmakers

ZPRAVODAJSKÝ PORTÁL A ČASOPIS PRO AUTOMOBILOVÝ PRŮMYSL

Deset importérských firem loni měnilo manažery

Z 15 největších českých firem, které dovážejí nová osobní auta, loni 10 ohlásilo změny na vrcholných manažerských pozicích.

Jako první oznámila manažerské změny Kia Motors Czech. Již v prosinci 2013 odešel z pozice generálního ředitele firmy Vít Pěkný. Po něm opustila společnost šéfka marketingu Martina Jirásková. Na nejvyšší post přišel v dubnu Vlastimil Čepička z Fiatu.

Pokračovalo také střídání ředitelů středoevropského Fiatu. Maďar Lászlo Stekl odešel a novým generálním ředitelem Fiat Group Automobiles CEE byl v zimě 2014 jmenovaný Filiberto Barbero (51), který přebral vedení maďarského, českého i slovenského trhu.

Osazenstvo české Hondy se loni v rámci restrukturalizace rozdělilo na tři skupiny. Jedna odešla do Vídně, druhá zůstala v Praze a třetí se přesunula na pracovní úřad. Organizační složku v Česku vede nově Rakušan Roland Berger, který sídlí ve Vídni. Do Rakouska se za ním přesunulo z Prahy několik zaměstnanců. Výkonným brand manažerem v Praze je Petr Skála.

Reorganizovat svá středoevropská zastoupení začala také Toyota. Prezidentem Toyoty Motor Czech byl na začátku 2014 jmenován Shingo Kato, který vystřídal Tsutomu Otsuba. Firma pak spojila oddělení prodeje, marketingu a poprodejních služeb v ČR, Maďarsku a na Slovensku. Část pražského osazenstva přešla do Budapešti, dalším byl nabídnut dobrovolný odchod. V jeho rámci na jaře odešli manažeři marketingu a PR Tomáš Velek a David Valenta. Martin Peleška, ředitel prodeje a marketingu, přibral ke své činnosti rovněž odpovědnost za obchodní aktivity značky Lexus v ČR a SR. Tomáš Vaněk, PR manažer značky Toyota, převzal zodpovědnost za komunikaci značky Lexus a je tak odpovědný za kompletní komunikaci společnosti Toyota Motor Czech.

Z Nissanu SCEE odešel na konci března Marian Mráz (Network Development Manager pro ČR/SK). Od dubna na tuto pozici nastoupil Tomasz Nastaj. Od 1. 4. naskočil na pozici Marketing Manager Marek Vodička, dosavadní PR Manager pro ČR. Výběrové řízení na mluvčího Nissanu vyhrál Petr Kolář, který přišel od Chevroletu.

Se společností Porsche ČR se 31. května 2014 rozloučil Petr Janeba, jeden z posledních "Javurkovců". Jeho nástupcem se stal 22. září Daniel Harant, který do vedení divize Volkswagen osobní vozy přišel z AAA Auto.

V BMW Group Česká republika 1. října 2014 Josef Reiter po čtyřech letech skončil v čele importu a odešel na pozici viceprezidenta v oddělení Project.Digital v centrále v Mnichově. Generálním ředitelem BMW Group ČR se stal Harald Hoelzl, který dříve zastával pozici ředitele marketingu v BMW Group Central and Southeastern Europe.

Volvo Auto Czech opustila Klára Skálová, od roku 2011 fleet manažerka na importu značky Volvo. Loni na podzim nastoupila jako marketingová manažerka Tonaku.

V rámci pravidelné rotace managementu a v souvislosti s úpravou struktury vedení importérů se stal od 1. října 2014 generálním ředitelem Mercedes-Benz CZ Mike Nolte, který současně řídí prodej a marketing osobních vozů Mercedes-Benz a smart v ČR. Dosavadní generální ředitel Florian Müller byl pověřen vedením dealerství ve vlastnictví M-B France. Jan Bubeník, který řídil prodej a marketing osobních vozů, přebral od 1. října funkci ředitele MBCZ Own retail – prodejních a servisních center M-B na pražském Chodově a ve Stodůlkách. Ve funkci vystřídal Hanse-Erika Jonschera.

Český Peugeot začal v říjnu spolu s Citroënem řídit Olivier Parry. Na konci roku provedl personální změny. Citroën nově řídí František Neumann, Peugeot Marco Venturini. Martina Bedrnová byla jmenována Marketing leader pro značky Peugeot, Citroën a DS v České republice. Milan Šalamoun byl jmenován ředitelem pro servis a náhradní díly pro značky Peugeot, Citroën a DS. Jaromír Heřmanský byl jmenován ředitelem B2B a ojetých vozů pro značky Peugeot, Citroën a DS.

AutoTablet vychází každý týden jako výběr nejdůležitějších témat z www.autoweek.cz.

Redakce:
Ing. Vladimír Rybecký (vladimir.rybecky@ibsauto.cz)
Ing. Antonín Matějka (amatejka@autoweek.cz)
RNDr. Ivana Rybecká (rybecka@volny.cz)

Technické zpracování:
Tomáš Rybecký (t.rybecky@gmail.com)
Luděk Šipla

Tento newsletter nelze považovat za obchodní sdělení ve smyslu ust. § 2 písm. f) zákona č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti.

Jen v PDF ještě najdete:

Ceník Fordu Mondeo

Jak se týmy F1 brání kyberútokům

Šest způsobů, jimiž prodejci dokáží zaujmout

U ojetin kupující sází na bezpečnost a nízký věk

Rozhovor - šéf BMW Motorsportu Jens Marquardt

Partner organizace:

Oldtimer číslo 10-11 2014

Vyšlo nové číslo magazínu pro milovníky historických vozidel. Hlavním tématem je 2. část připomínky roku 1964, který se zapsal do historie mnoha významnými událostmi. Nechybí ani přehled veteránských klubů v ČR a řádková inzerce.

Z obsahu čísla
- Historické vozidlo v silničním provozu
- V čem bylo kouzlo vozů Bugatti
- Škoda 1000 MB
- 100 let Maserati - 1. část
- Autodružstvo Praha
- Elegance v běhu času na autosalonu v Paříži
- Hrabě František Harrach a jeho šofér Leopold Lojka

Oldtimer je v prodeji ve vybraných prodejnách PNS nebo ve vydavatelství IBS motorpress, Litvínovská 3, Praha 9. Další informace a předplatné na: oldtimer@ibsmotorpress.cz, tel.: +420 277 271 322

Ford Mondeo - ceník

více na
www.autoweek.cz

Cena Fordu Mondeo 4. generace s výbavou Trend v pětidveřové verzi liftback a motorem 1,5 EcoBoost začíná na 611 990 Kč. Součástí základní výbavy je mj. automatická dvouzónová klimatizace, rádio s CD, 4,2" displejem, vládáním na volantu a osmi reproduktory, elektricky ovládaná okna vpředu i vzadu, zadní ED světlomety, světlomety do mlhy, tempomat, elektricky ovládaná a vyhřívaná vnější zpětná zrcátka, elektronická parkovací brzda atd. Karoserie kombi přijde o 30 000 Kč více.

Motor	verze	převodovka	Trend	Trend ECOnetic	Titanium	Titanium ECOnetic
1,5 EcoBoost	160 k	6M	611 990	-	672 990	-
		6A	-	-	722 990	-
2,0 EcoBoost	203 k	6A	-	-	783 990	-
2,0 EcoBoost	240 k	6A	-	-	783 990	-
1,6 Duratorq TDCi	115 k	6M	623 990	638 990	-	-
2,0 Duratorq TDCi	150 k	6M	651 990	-	712 990	727 990
		6PowerShift	701 990	-	762 990	-
2,0 Duratorq TDCi	180 k	6M	-	-	754 990	-
		6PowerShift	-	-	804 990	-
kombi			+30 000	+30 000	+30 000	+30 000
2,0 Hybrid iVCT (4dv.)	191 k	6eCVT	-	-	762 990	-

	1,5 EcoBoost	2,0 EcoBoost	2,0 EcoBoost	2,0 iVCT Hybrid	1,6 Duratorq TDCi	2,0 Duratorq TDCi	2,0 Duratorq TDCi
palivo	B	B	B	HEV	N	N	N
výkon (kW/k)	118 (160)	149 (203)	179 (240)	140 (191)	85 (115)	110 (150)	132 (180)
točivý moment (N.m)	240	345	345	173	270	350	400
převodovka	6M/6A	6A	6A	6 eCVT	6M	6M/6A PS	6M/6A PS
rychlost (km/h)	222/214	232	240	187	192	215/213	225/223
zrychlení 0-100 km/h (s)	9,2/9,1	8,7	7,9	9,2	12,1	9,3/9,9	8,4/8,6
spotřeba (l/100 km)	5,8/6,3	7,3	7,3	4,2	4,1	4,4/4,8	4,3/4,8
ECOnetic spotřeba (l/100 km)	-	-	-	-	3,6	4,1	-

údaje platí pro liftback (5 dv.) resp. u Hybridu sedan (4 dv.)

Jak se týmy F1 brání kyberútokům

Před rokem během předsezónního testování v Bahrajnu byl tým Marussia zasažen virem Trojského koně a jeho vozy musely po celý den stát, což tým stálo cenný čas, jenž mohl strávit na trati. Problematice ochrany aut před kyberútoky se věnujeme velmi často. Jak se s tím vyrovnávají týmy formule 1, které mezi monoposty a počítači v boxech přenášejí obrovská množství dat? Situaci přibližuje ředitel společnosti Kaspersky Lab Alexandr Mojsejev. Jeho společnost se stará o ochranu dat pro automobilku Ferrari i tým F1 Scuderia Ferrari.

„Před deseti lety jste měl partu dobrých programátorů, kteří si řekli: Dokážeme vám, že se umíme dostat do vašeho systému. Pak se z toho ale stal obchod. Dnes jde ještě o něco více. Je tu slavný příklad útoku Stuxnet na jadernou elektrárnu v Íránu. Zločinci dokáží vytvořit geniální software, jenž je možné používat jako zbraň. Stala se z toho technologická válka," konstatoval Mojsejev.

Ani týmy F1 nejsou proti útokům imunní. „Jde o cílené útoky. V případě Marussie nedošlo k vymazání jejich dat, ale počítače se zasekly. My chráníme prostor Ferrari, továrnu, počítače, ale ani to nestačí. Je třeba analyzovat, odkud útoky přicházejí, a zákeřné lidi odrážet. Když jsme s Ferrari začali pracovat, první co nám ukázali, byla rychlost údajů přenášených z automobilů, které analyzují. Je to neuvěřitelné. To byl náš první úkol: zajistit bezpečnost dat, aniž je zpomalíme," říká Mojsejev.

„Strávili jsme spoustu času prohlídkou továrny, počítačů a serverů v kancelářích. Představte si, jaké je tam intelektuální vlastnictví. Je proto zcela zásadní chránit vše před útoky zvenčí. Studujeme, jak se hrozby vyvíjejí, od koho přicházejí, a jak jsou zacílené. Dokážeme se učit z pokusů o útoky a sdělovat společnostem, které dveře je nutné zavřít. Nemůžete žít se všemi dveřmi zavřenými, lidé by měli mít možnost zaklepat a vstoupit jako hosté. Pokud však očekáváte chlápka se zbraní, tak když víte, kterými dveřmi se chystá vejít, tak je zcela jistě necháte zavřené," konstatoval Mojsejev.

více na
www.autoweek.cz

více na
www.autoweek.cz

Šest způsobů, jimiž prodejci dokáží zaujmout

Adam Armruster je partnerem ve firmě, která se zabývá propagací prodejců a podporou prodeje. Prostřednictvím magazínu Wards Auto nabídl několik rad, jak zaujmout kupující a zvýšit zisk. Prodejci by místo defenzivního přístupu měli přicházet s inovacemi. Prodejny se téměř neliší, ale najdou se dealeři, kteří zážitek kupujícího změní. Na počátku je okamžik, kdy kupující vstupuje do prodejny. Co upoutá jeho pozornost? Zde je několik nápadů, které Armruster při práci s prodejci vypozoroval:

- V jedné prodejně na Floridě našel seřazeny stejné modely, které se však odlišovaly pestrými barvami a na čelním skle byly uvedeny atraktivní ceny. Spotřebitelé byli nadšeni.

- V detroitské prodejně byl každý vystavený vůz vybaven doplňky, které se prodávaly s velkým ziskem. Prodejce patřil mezi firmy s největším objemem prodeje ve státě Michigan.

- Další prodejce vystavoval pick-up a u něj stála dlouhá tabule uvádějící všechny nabízené doplňky, které byly vyjádřeny nízkými měsíčními splátkami - například mlhová světla jen za 3 dolary měsíčně.

- V Kalifornii byly v prodejně seřazeny všechny vozy od kompaktního modelu přes sedan až po obrovské SUV a na střeše každého z nich byla uvedena aktuální splátka pronájmu. Zákazníci procházeli podél řady aut a zastavovali se u těch, které odpovídaly jejich současné platbě.

- V Jižní Karolíně nabízeli pick-up vybavený na zakázku vyrobenými koženými sedadly a doplňky v barvách nedaleké univerzity. Běžný vůz se stal univerzitním speciálem a pro studenty i tisíce fanoušků universitního fotbalového týmu se stal mimořádně přitažlivým.

- V Utahu měla místní významná osobnost, zabývající se lovem a rybolovem, svou vlastní limitovanou edici pick-upu pro „tvrdé chlapy“. Vůz byl vybaven doplňky pro zvládání nehostinného terénu v Utahu a prodával se velmi dobře.

Někdy se objevují stížnosti, že prodejci z továren nedostávají dobře prodejné vozy. Prodejce si však takový vůz může dotvořit sám, pokud jej s důvtipem vybaví doplňky a vystaví. Vystavené zboží musí zákazníka upoutat. To by měl každý dobrý prodejce dokázat.

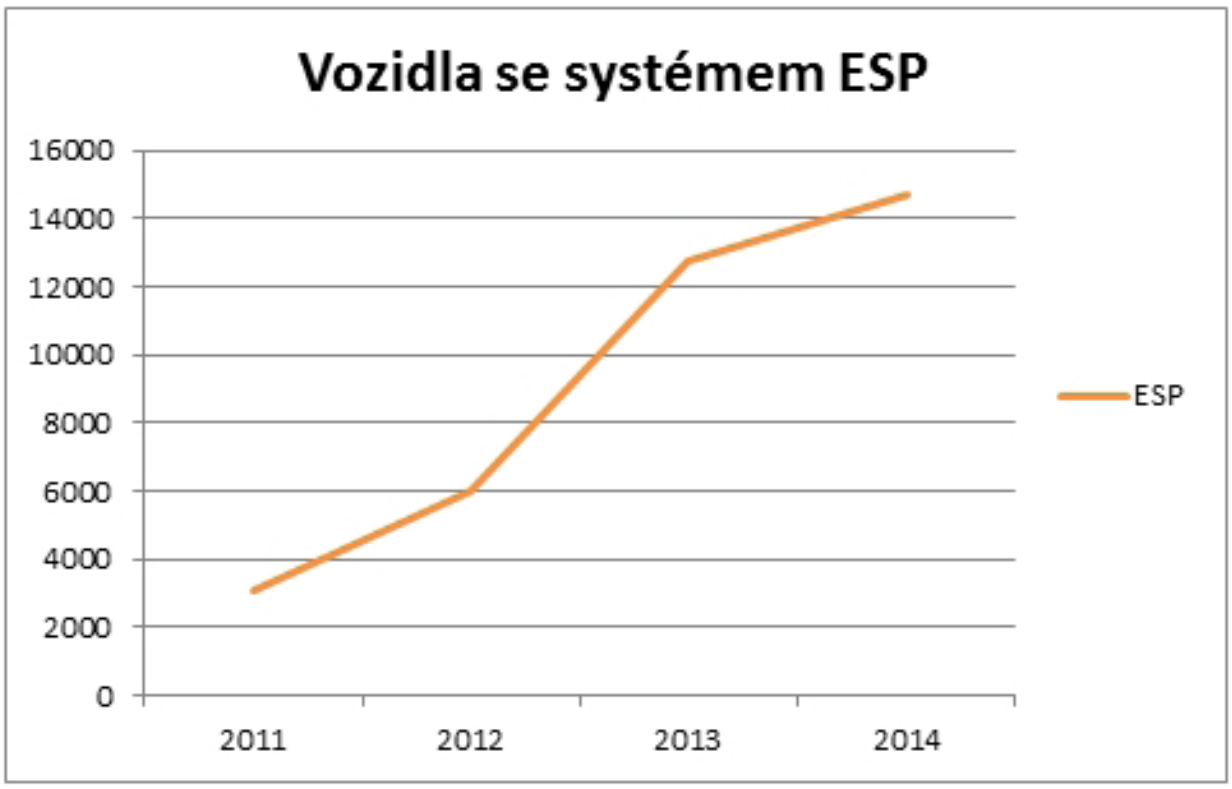
U ojetin kupující sází na bezpečnost a nízký věk

Za uplynulých pět let u kupujících ojetých aut v ČR ve výbavě nejvíce rostl zájem o bezpečnostní funkce, jako jsou airbagy, ABS nebo ESP. Vyplývá to z analýzy výbavy prodaných ojetých automobilů AAA Auto. Společnost v ní analyzovala celkově přes 169 000 jednotlivých prodejů.

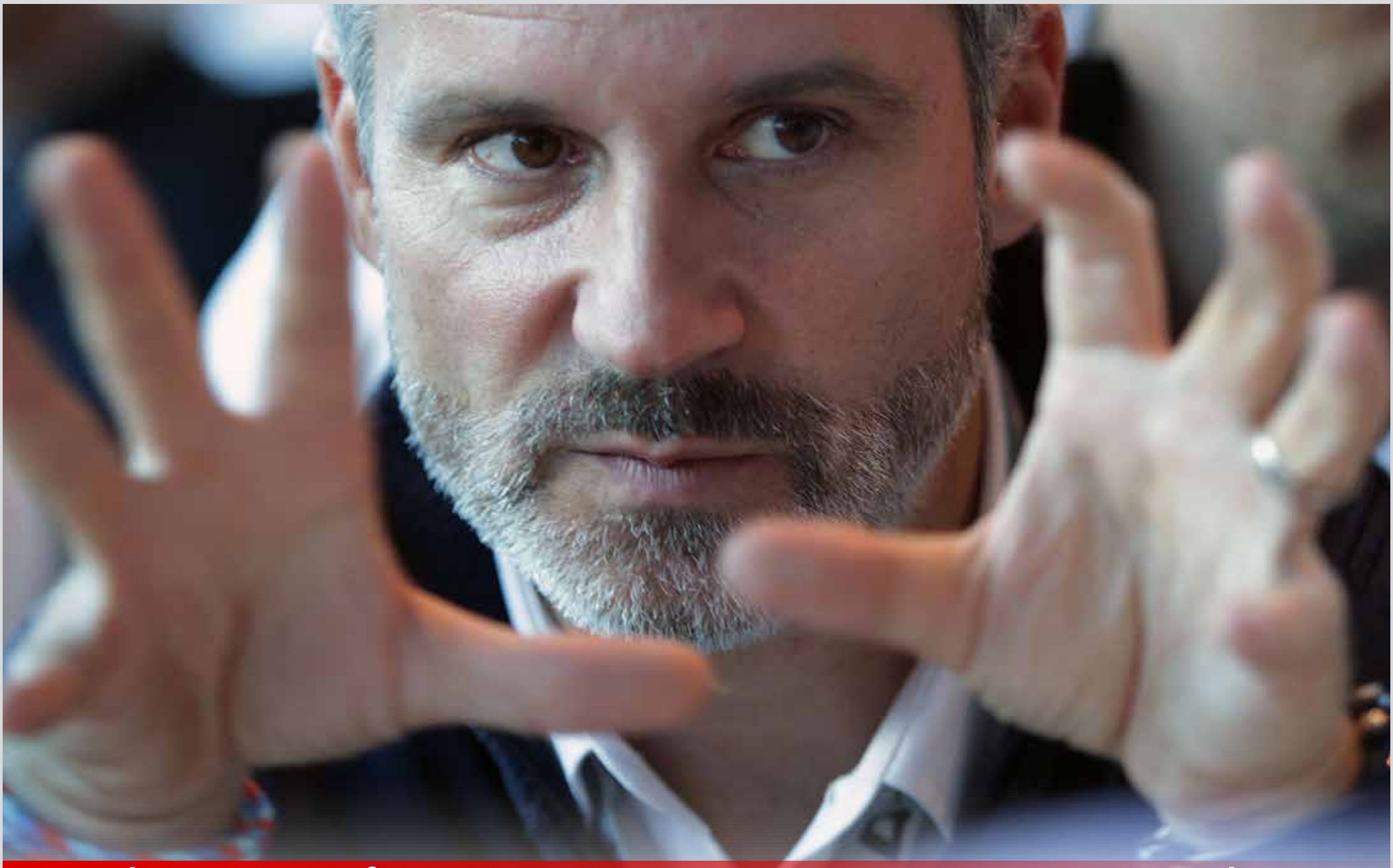
Z věkových kategorií se u českých zákazníků nejdynamičtěji rozvíjí segment aut do dvou let stáří. Meziročně narostl o celých 49 %, zatímco celkové prodeje ve stejném období narostly o 62 %.

„Ukazuje se zde jasný trend. Věk auta a jeho bezpečnostní výbava jsou totiž spojité nádoby. Čím mladší vozy zákazníci preferují, tím sofistikovanější je i jejich bezpečnostní výbava. Novější auta již zpravidla mají v ceně zahrnuto to, za co se u starších vozů v zájmu vyšší bezpečnosti ještě muselo platit navíc," uvedla generální ředitelka AAA Auto Karolína Topolová.

Z bezpečnostních parametrů prodaných ojetin nadále výrazně roste podíl prodaných vozů s více než dvěma airbagy. Poprvé za uplynulých sedm let však byl zaznamenán jasný pokles prodejů aut se dvěma nebo méně airbagy. Ty meziročně poklesly o 16 %. Systém ABS měly přibližně čtyři z pěti prodaných aut. Nejstrmější nárůst však lze pozorovat u systému elektronické stabilizace podvozku, ESP. Aut s tímto systémem se ve srovnání s rokem 2011 prodal téměř pětinásobek.



více na
www.autoweek.cz



Rozhovor se šéfem BMW Motorsportu Jensem Marquardtem

V minulosti bylo DTM doménou zkušených specialistů na cestovní vozy, ale s nástupem nové generace vozů se prosazují mladíci přicházející z F3. Je to proto, že tyto nové vozy jsou mnohem více skutečně čistokrevnými závodními auty?

"Neřekl bych ale, že to znamená, že ta auta jsou jednodušší k řízení než předchozí generace cestovních vozů. Nezapomeňte, že hned první sezonu vyhrál Bruno Spengler jako zkušený jezdec z DTM. Startovní pole je zde nesmírně vyrovnané. Jeho kvalita během posledních tří let, co jsme v DTM aktivní, je pravděpodobně nejvyšší v porovnání s jakýmkoliv jiným šampionátem. Chci tím říci, že zde máme nadějné mladé jezdce ale také špičkové zkušené závodníky. Nejsou zde žádní platící jezdci, kteří si kupují místo s pomocí sponzorů. Je tady skutečně extrémně vysoká úroveň jezdců. Nestačí jen být zkušeným jezdcem, abyste měl jistotu, že budete bojovat o vítězství. "

Zajímavé ale je, že úspěchy mnoha jezdců z jedné sezony střídají problémy v té následující.

"Ono to navenek vypadá snadné, když se daří, ale DTM je velmi těžký šampionát. Vždycky tu bylo nesmírně obtížné obhájit titul. Startovní pole je velmi vyrovnané, a když se někomu hodně daří, tak to vyvolá ještě větší úsilí těch ostatních, aby jej dostihli a dostali se ve všem na jeho úroveň. U nás byl Marco Wittmann letos o něco rychlejší než ostatní a podával nesmírně vyrovnané výkony v každém závodě. To je současně nesmírně motivující pro ostatní jezdce. Pokud mezi jezdci panují dobré vztahy, tak si každý říká: Jak je to možné, když máme stejné auto, stejnou podporu ze strany týmu i firmy, vycházíme ze stejných dat a on je za těchto stejných podmínek schopen dosáhnout víc. To je pro ně motivující k ještě usilovnější práci, k hledání důvodu, proč tomu tak je, a úsilí podávat ještě lepší výkony. U BMW je naší snahou, aby všichni měli stejnou šanci. To vytváří měřítko pro ostatní a ukazuje jim, čeho mohou dosáhnout. Z mého pohledu je to velmi pozitivní motivace."

Podívejme se trochu do budoucnosti. DTM usiluje o sjednocení s japonskými závody

Super GT. Jak vidíte perspektivy vyplývající z komunikace s japonským mistrovstvím?

"S japonskými partnery průběžně rozvíjíme možnosti vzájemné spolupráce. Tento náš cíl byl vyjádřen vytvořením společné řídící komise, která spolupracuje také s Američany z organizace IMSA. Společně se snažíme dosáhnout vytvoření společné kategorie vzájemně zaměnitelných automobilů použitelných pro všechna tři mistrovství počínaje rokem 2017. Poskytli bychom tím automobilkám příležitost jezdit se stejnými automobily ve všech šampionátech."

BMW Motorsport ale samozřejmě nemá na starosti jen DTM, ale také zajištění závoděni soukromých týmů v jiných kategoriích. Kterým se v současné době věnujete?

"V USA máme program s vozy GT v šampionátu USCC. Je tam mnoho zákaznických týmů s vozy Z4 GTE a M235i. To úzce souvisí s činností továrního týmu a je to taková naše druhá noha, na které pevně stojíme a která je nyní stabilní."

Jak se stavíte k závodům vozů GT, které jsou v současné době velmi populární?

"Účast v závodech GT je pro nás velmi důležitá, je to součást naší historie, naše DNA. Vozy Z4 GT3 jsou vozy nejvyšší technické úrovně a velmi rychlé. V provozu jich je okolo padesáti a i když rok 2015 bude pro model Z4 poslední, máme opět mnoho zájemců o koupi tohoto vozu."

Uvažujete o nových kategoriích pro závodění v budoucnosti?

"Je jasné, že jsme velmi spokojeni s programy, které máme nyní: DTM, zákaznický program a juniorský program. V roce 2009 jsme náš sportovní program restrukturovali a začali vše dělat sami. Je samozřejmé, že neustále uvažujeme i o budoucích formách závodění. Ničemu se neuzavíráme, ale současně je pro nás důležité, aby závodily vozy, které jsou ukázkou toho, co je blízké sériové výrobě, například DTM a GT. Pokud se budeme v naší závodní činnosti chtít věnovat něčemu jinému, mělo by to souviset s vývojem nové techniky, umožnit komunikovat nové technologie, například laserové světlomety, které jsme poprvé použili letos při 24 hodinách na Nürburgringu."

Neuvažujete tedy i o elektrické formuli E?

"Formule E vytváří velmi zajímavý prostor. Proto je nutné sledovat její další vývoj. Ostatně se do ní už zapojujeme - naše i8 se používají jako Safety car a záchranný vůz pro lékaře. Tato nová platforma motoristického sportu se zcela určitě musí sledovat."

Více na Motorsport-Ing.