



Práce všeho druhu

Značka Citroën má velmi dlouhou tradici ve výrobě užitkových automobilů a na našem trhu si drží silnou pozici. A to díky vyvážené nabídce modelů a síti tzv. Citroën Business Center, což jsou prodejci specializovaní na firemní klientelu. Citroën také reaguje na poptávku po přestavbách.

Citroën si v České republice dlouhodobě udržuje stabilní pozici šestého nejúspěšnějšího prodejce užitkových automobilů a zhruba osmiprocentní podíl na trhu. Rok 2016 byl pro něj mimořádně úspěšný, protože prodal 2671 užitkových aut, což bylo skoro o pětinu víc než v roce předchozím. Díky tomu se mu podařilo získat více než devítiprocentní podíl. Za první čtvrtletí letošního Citroën zaregistroval už 395 nových aut.



Loňské velké novinky

Portfolio užitkových vozů Citroën pokrývá všechny kategorie do 3,5 t. Největší prodejce generuje model Jumper, velmi specifickou pozici má ale nejstarší a nejmenší model Berlingo. Ten je totiž nejprodávanější model mezi osobními i užitkovými modely značky Citroën. Zásadní novinkou v paletě užitkových vozů byla vloni představená nová generace střední dodávky Jumpy, nabízené ve třech délkách a v čistě užitkové verzi Furgon, resp. v provedení pro přepravu osob Combi. Vůbec poprvé se tento model prodává i jako čistě osobní automobil pod označením Spacetourer, který ve verzi XS v nabídce nahrazuje MPV C8. Provedení M a XL jsou úplně nová a cílí na zcela novou klientelu, kterou Citroën dosud neoslovoval. Modernizace se ale dočkala i největší modelová řada Jumper, která vloni dostala vznětové motory ve specifikaci Euro 6.

Specialisté na dodávky

V rámci své koncesionářské sítě provozuje Citroën tzv. Business Centra, která jsou zaměřená na služby firemním klientům. Specializují se i na prodej užitkových automobilů. „Sítí Business Center v současnosti zahrnuje deset našich koncesionářů,“ vysvětluje Jaromír Heřmanský, ředitel B2B a LCV společnosti C Automobily import.



Jaromír Heřmanský

Zákazníci je najdou v Praze (Auto Brejla, Auto-centrum Dojáček a Domanský), Brně (Brnocar a Carling), Liberci (Auto KP Plus), v Českých Budějovicích (City Car), Ostravě (C-Kodecar), Hradci Králové (Regina) a v Mnichovicích (Auto Babiš). Na tyto koncesionáře jsou kladeny o něco větší nároky nejen z hlediska zaměstnanců a celkového přístupu, ale i nabídkou předváděcích vozů. Samozřejmostí jsou i jiné typy služeb způsobené firemním klientům. V současnosti požadují hlavně zajištění mobility, která nespo-



čívá jen v náhradním vozidle. Mají třeba i kratší čekací lhůty a operativnější otvírací dobu.

Servis bez hranic

Přestože jsou čeští zákazníci stále orientováni hlavně na cenu, někteří se zajímají i o ostatní náklady související s provozem (tzv. TCO), třeba o servisní náklady. Citroën proto nabízí tři typy servisních smluv. Základní EssentialDrive prodlužuje plnou tovární záruku až na pět let, resp. 150 000 km, druhý stupeň IdealDrive k tomu přidává předplacené povinné servisní prohlídky na dobu od 12 do 60 měsíců, resp. 40 000 až 200 000 km. Smlouva FreeDrive v sobě zahrnuje i bezplatnou výměnu spotřebních dílů podléhající běžnému opotřebení, jako jsou např. brzdové destičky.

Dalším trendem ve změně chování českého zákazníka je financování. Přestože stále převládá finanční úvěr (podíl leasingu je minimální), začíná se prosazovat i operativní leasing. „Operák tvoří zhruba 10 % všech profinancovaných aut, přičemž lidé častěji volí jenom holý pronájem,“ vypočítává Jaromír Heřmanský. Tuto formu financování v poslední době volí především firmy zajišťující kurýrní přepravu.

Služba Citroën Advisor jednoduše ukazuje spokojenost zákazníků s prodejci či servisy.

Příprava na přestavby

Citroën také reaguje na nové trendy a zvyšující se požadavky na přestavby. Jak říká Jaromír Heřmanský, trh s těmito produkty sice není v současnosti nějak obrovský, pohybuje se v jednotkách procent, nicméně s nástupem e-commerce poptávka roste. „Ještě letos bychom rádi spustili platformu určenou pro přestavby, kde by zájemci našli veškeré informace o přestavbách,“ doplňuje. Citroën totiž nabízí model Jumper jak ve variantě podvozek, tak i coby platformu vhodnou právě na přestavby.

Řekněte svůj názor

Už nějakou dobu Citroën provozuje poměrně zajímavou a na našem trhu zcela unikátní službu nazvanou Citroën Advisor, což je jakási obdoba známé aplikace Trip advisor, na níž lidé pomocí hvězdiček hodnotí spokojenost se službami v cestovním ruchu. „Vzhledem k české nátuře jsme se obávali, že se zde budou objevovat především negativní ohlasy, nicméně zatím převažují spíše ty pozitivní,“ přiznává Lenka Martinová, PR manažerka Citroënu. Celý nápad vznikl v centrále PSA ve Francii a v první fázi byl určen pro hodnocení spokojenosti se servisem a se službami při prodeji vozidel. Kromě jedné až pěti hvězdiček mohou lidé psát i krátké recenze. „Nedávno jsme spustili toto hodnocení i pro naše vozy,“ říká Lenka Martinová. Poměrně jednoduše si můžete vybrat koncesionáře i podle hodnocení ostatních zákazníků.

Michal Štengl, foto archiv.

