

USPJEH NIJE DOŠAO PREKO NOĆI

PROŠLO JE VIŠE OD POLA GODINE, A VOLKSWAGEN JE I DALJE UVJERLJIVO VODEĆA MARKA NA HRVATSKOM TRŽIŠTU. ŠAMPANJAC SE VEĆ HLADI, IAKO SE TEK OČEKUJE EKSPLOZIJA MALENOG up!-a. OSIM TOGA, USKORO NAM STIŽE I KRALJ MEĐU AUTOMOBILIMA, NJEGOVO VELIČANSTVO, GOLF VII

? Prije nego krenemo u priču o Volkswagenu, ne možemo pobjeći od aktualne situacije na tržištu. Možete li malo prokomentirati stanje. Očekujete li konačno stabilizaciju tržišta?

Na žalost, cjelokupno gospodarsko i porezno-pravno okružje ne daje nade u tako skori oporavak tržišta novih vozila u Hrvatskoj. Stabilizacija u našem rječniku upravo to i znači. Jer što vrijedi "stabilizacija" ako se radi o tako niskoj razini kao ovoj na kojoj se trenutno nalazimo. Takva "stabilizacija" očito ne omogućava niti širokom krugu potencijalnih kupaca da dođu do novog vozila, niti uvoznicima i ovlaštenim trgovcima da uspješno i s pozitivnim rezultatima vode svoje poslove. Oporavak je ključ, a on se zasad ne nazire.

? Volkswagen je nakon uspješne prošle godine i ove nastavio u istom smjeru. Vodeći ste nakon pola godine i to uvjerljivo i već sada možete otvarati šampanjac namijenjen marki broj 1...

Hvala na komplimentima, ali mi nismo marka koja previše voli slaviti, kititi se laskavim titulama, hvalisati. Smatramo da prošlogodišnje, te moguće i ovogodišnje prvo mjesto na tržištu trebamo zahvaliti prije svega našim vjernim kupcima i korisnicima usluga koji su i u najtežim trenucima prepoznali vrijednost i kvalitetu koja stoji iza naše marke, proizvoda te, ne manje bitno, prodajno-servisne mreže na koju uistinu možemo biti ponosni.

? Konkurencija ne spava, to je očito. Što planirate učiniti kako bi Volkswagen zadržao status koji ima?

Naš uspjeh nije došao preko noći, godinama smo se metodom "održivog razvoja" uspinjali prema trenutnoj poziciji koristeći sinergiju svih aspekata poslovanja - prodaje, postprodaje, financijskih usluga, rada s flotnim kupcima, neumorno cijelo to vrijeme unapređujući kvalitetu infrastrukture te najvažnije - usluge. Planiramo nastaviti još intenzivnije raditi na svim tim područjima, s posebnim naglaskom na jedno - zadovoljstvo kupaca tj. korisnika usluga naših servisa. Jer nije tajna da je upravo u tome jedan od ključnih faktora održivog uspjeha, a na tom području uvijek ima prostora za napredak.

? Volkswagen je neosporno miljenik hrvatskog tržišta. Koji su razlozi gotovo kultnog statusa ovog branda u Hrvatskoj?

Volkswagen nije samo miljenik hrvatskog već tradicionalno europskog, a sve više i globalnog tržišta. Naša marka iznimnom dinamikom raste na mnogim ključnim tržištima budućnosti poput Indije, Rusije, Brazila te naravno - i u Kini i SAD-u kao najvećim tržištima današnjice. Dakle, vječito inzistiranje

i čuđenje raznih medija na "neshvatljivoj općinjenosti" Hrvata Volkswagenom pretjerano je, odnosno posljedica zanemarivanja realnog stanja u Europi te posljednjih godina u cijelom svijetu. Volkswagen je mnogostruko potvrđeni sinonim kvalitete i izdržljivosti vozila, pionir velikoserijske Diesel tehnologije u kompaktnim vozilima te trajna i nepromjenjiva "zlatna valuta" na automobilskom tržištu. Dovoljno je pogledati ostatke vrijednosti, tj. cijene rabljenih vozila nakon 3, 5 ili čak 10 godina starosti i usporediti s konkurencijom. Razlike su zapanjujuće. Već godinama Volkswagen proizvodi automobile sa duhom i kvalitetom tzv. Premium segmenta, a još uvijek po vrlo pristupačnim cijenama kojima se iz generacije u generaciju približava konkurenciji. Uistinu, razloga za status koji danas Volkswagen zahvaljujući povjerenju svojih kupaca uživa je pregršt.

? Jeste li zadovoljni up!-om, odnosno njegovim rezultatima? Na cestama ih je sve više.

up! ispunjava naša očekivanja u potpunosti. U samo 3 mjeseca na tržištu nametnuo se kao lider u klasi te vozilo koje odabire sve više mladih željnih atraktivnog i dinamičnog automobila, te kao vrlo zanimljiva alternativa za parove u "zlatnim" godinama koji više nemaju potreba za velikim automobilom, ali ne pristaju na kompromise po pitanju kvalitete, udobnosti i sigurnosti. Posebno nas raduje i što smo s up! om upotpunili našu gamu prema flotnim kupcima, a što prodajni rezultati svakodnevno potvrđu-





IZLAZAK NOVOG GOLFA NA SVJETLO DANA NEĆE BITI DOGAĐAJ SAMO ZA ZALJUBLJENIKE ILI OGRANIČEN NA AUTO BRANŠU - TO ĆE BITI DRUŠTVENI DOGAĐAJ U PUNOM SMISLU RIJEČI

ju. No iskreno govoreći, mislim da up!-ovo vrijeme tek dolazi te da će svoj puni potencijal pokazati iduće godine.

? Svaka čast svim modelima, no jedan je u Volkswagenu, ali i ne samo u Volkswagenu, na prvom mjestu. Naravno, riječ je o Golfu čija bi sedma generacija svjetlo dana trebala ugledati na skorašnjem auto salonu u Parizu?

Bez lažne skromnosti, Golf više nije samo automobil, koliko god se to oni koji mu osporavaju sve kvalitete i prednosti trudili negirati. Golf je brend za sebe, pojam za automobil uopće, njegov "lik i djelo" koristi se u poslovicama, cijele klase automobila nose njegovo ime, prepoznatljiv je poput recimo bočice Coca-Cole ili i-Phonea... Izlazak novog Golfa na svjetlo dana više nije događaj za zaljubljenike ili ograničen na auto branšu - to je postao društveni događaj u punom smislu riječi! Dovoljno je već danas pogledati koliko diljem svijeta društvene mreže bruje o novom Golfu, koliko medijske pažnje, naslovnica, udarnih vijesti kako u automobilističkim, tako i u poslovnim medijima zauzimaju tekstovi o njemu te simulirane fotografije. Novi Golf će biti prava bomba, u to možete biti sigurni.

? Kako Volkswagen "stoji" po pitanju hibridne tehnologije?

Volkswagen intenzivno paralelno razvija hibride te potpuno električna vozila. Poznato je da je već dvije godine u ponudi Touareg Hybrid, a u skoroj budućnosti slijedit će i Golf. Također, potpuno električni modeli e-Golf i e-up! blizu su komercijalizacije. No, smatramo da je ipak važno reći da Volkswagen ne forsira ove tehnologije kao neki konkurenti jer smo uvjereni da se kroz dodatna usavršavanja i optimiranja postojećih motora s unutarnjim sagorijevanjem mogu ostvariti isti, a u tijeku životnog ciklusa vozila i znatno pozitivniji ekološki učinci nego danas komercijalno dostupnim hibridima i električnim vozilima, a sve to uz znatno prihvatljiviju cijenu.

? Jeste li zadovoljni vašom mrežom i kako se ona nosi u ovim izazovnim vremenima?

Naša prodajno-servisna mreža bila je planirana i optimirana za tržište prije krize. Naravno da je našim partnerima danas znatno izazovnije poslovati nego ranije te da se situacija na tržištu ne razvija u njihovu korist. No isto tako moramo pohvaliti i čestitati većini naših partnera koji tijekom ovog turbulentnog vremena uspijevaju održati pozitivno poslovanje te neumorno podizati kvalitetu rada svojih djelatnika, kako u prodaji, tako i u postprodaji. Sretni smo da je kod velike većine partnera sazrela svijest da je upravo kvaliteta ono što ih razlikuje od drugih te najbolji način borbe za svakog pojedinog kupca u krizi. Uz tako odgovornu i kvalitetnu mrežu ne sumnjamo da ćemo osigurati najbolju "startnu poziciju" kada konačno dođu bolja vremena.