

Online nákupy aut? Češi chodí pro nové vozy raději do prodejen

29.2.2024 - | Petr Lesensky - Dychame

Rychlost či možnost přehledně porovnat veškeré nabídky bez nutnosti opustit pohodlí domova. To jsou největší výhody nákupu aut online. Češi však při pořizování nových vozů preferují návštěvy prodejen. Důležitá je pro ně zejména možnost si auto před koupí osobně prohlédnout a vyzkoušet. Trend by mohl částečně ovlivnit nástup elektromobility nebo jiné uvažování mladších generací.

V loňském roce stoupl v Česku prodej nových osobních aut o 15,3 procenta. Před online variantou preferují Češi jednoznačně fyzický nákup vozu v dealerství s možností si auto osobně prohlédnout a vyzkoušet. *„Čeští zákazníci jsou spíše konzervativní a jejich nákupní chování se mění jen velmi pozvolna. Dle našich zkušeností drtivá většina z nich stále preferuje nákup na dealerství s osobním kontaktem a možností vlastní detailní prohlídky otestování vozu,”* potvrzuje **David Pavlíček**, tiskový mluvčí Hyundai Motor Czech.

Právě Hyundai otevřel od roku 2019 v Česku hned 22 nových prodejen. Aktuálně nabízí tuzemským zákazníkům 60 dealerství. Jako důležitou vnímá silnou síť autorizovaných dealerů v tuzemsku i Toyota a Lexus. *„Autorizované partnery považujeme za nejvyšší hodnotu, kterou máme. Proto plánujeme i nadále udržet současný řetězec prodeje. Aktuálně nás v ČR zastupuje 14 autorizovaných partnerů a po republice máme 32 showroomů značky Toyota a 6 showroomů značky Lexus,”* dokládá **Jitka Jechová**, PR managerka značek Toyota a Lexus na českém trhu.

Tuzemský lídr, automobilka Škoda Auto, měl na začátku roku 2023 v Česku otevřených 176 prodejních míst a dalších 155 obchodů v rámci programu prodeje ojetých vozů Škoda plus. Počtem 56 prodejen disponuje automobilka Kia. Celkem 46 jich má k dispozici Volkswagen, 64 Renault a 62 Dacia.

Třetina Čechů online nákup neztrácuje

Navzdory pomalu se měnícím preferencím Čechů je online nákup vozů celosvětově na vzestupu. Ještě více než u nových aut je tato tendence patrná u ojetin. Trend byl viditelný ještě před nástupem pandemie. Zavřené autosalony v době koronaviru však podnítily prodejce výrazněji obrátit svoji pozornost k online prodejním nástrojům. *„Pandemie přinutila prodejce zrychlit investice do zdokonalení online komunikace se zákazníkem, vylepšení virtuálních showroomů i celkového navýšení digitalizace nákupního procesu. Ačkoli doba lockdownů odezněla, řada prvků online nákupu se ukázala být funkčními,”* vysvětluje **Jan Nedělník**, CEO společnosti Konecta Czech, Hungary a Slovakia, která působí v oblasti zákaznického servisu.

V roce 2019 by podle výzkumu společnosti Ernst & Young zvažovala nákup auta online asi třetina Čechů. Podobně studie firmy McKinsey & Company uskutečněná před dvěma lety ve Francii, Velké Británii a Německu udává, že daná alternativa je zajímavá pro 33 procent dotázaných. Mezi výhody online nákupu jsou obvykle řazeny rychlost, pohodlí nebo přehlednost.

„Největší bariérou je naopak právě absence možnosti osobně se s autem před koupí seznámit. Tedy prohlédnout si jej, sednout do něj a vyzkoušet ho při testovací jízdě,” doplňuje Jan Nedělník. Tuto překážku by v budoucnu mohla alespoň částečně odbourat zdokonalující se technologie virtuální a rozšířené reality. Tu už některé showroomy využívají jako zážitkový doplněk spojený s výběrem vozu.

Takzvaná VR dokáže například věrohodně simulovat jízdu v různých povětrnostních podmínkách či na odlišných površích.

Elektromobilita i proměna uvažování

I přes rychlý vývoj technologií však není pravděpodobné, že by online pořizování nových aut začalo oproti nákupu v dealerstvích v příštích letech dominovat. Odborníci počítají spíše se stále těsnější provázaností obou variant. *„V blízkých letech rapidní nárůst online objednávek neočekáváme, nicméně je to oblast, kterou aktivně monitorujeme a zajímáme se o trendy a nástroje, které jsou k dispozici. V závěru tohoto roku plánujeme na český trh uvést menší a dostupný elektromobil Casper, v jehož případě online prodej skutečně zvažujeme,”* uvádí David Pavlíček.

Právě elektromobily, nabízející při koupi snadnou konfiguraci, jsou pro online nákupy ideálním produktem. Aktuálně již každé páté prodané auto v zemích EU jede na elektriku. Od roku 2035 by přitom auta se spalovacími motory neměla být na trhu dostupná vůbec.

„Elektromobilita představuje pro prodejce aut z pohledu zákaznického servisu novou výzvu. Další otázkou je, jak v budoucnu tento vztah ovlivní postupná proměna nahlížení na samotný koncept vlastnictví automobilu,” nastiňuje Jan Nedělník. Řada výzkumů totiž naznačuje, že mladší generace, oproti starším, nevnímají vlastnictví vozidla v takové míře jako nezbytnost. Jsou naopak otevřenější alternativám pronájmů či sdílení vozů. Podle studie společnosti RCLCO z roku 2019 jsou tyto tendence silnější zejména u lidí bydlících ve větších městech.

<https://www.dychame.cz/online-nakupy-aut-cesi-chodi-pro-nove-vozy-radeji-do-prodejen>