

# Korczyk uczy, jak oszczędzać dzięki telematyce

Coraz więcej dealerów stawia na budowanie relacji z klientami poprzez edukację. Bielski dealer Skody, firma Korczyk, kształci klientów reprezentujących małe i średnie przedsiębiorstwa w zakresie telematyki.

**W**e wrześniowym wydaniu „Dealera” opisywaliśmy akcję „Karlik on Tour” poznańskiej firmy Volvo Firma Karlik, która – tworząc filmy i publikując treści na blogu – przybliżyła swoim klientom skandynawską filozofię lagom. W ramach projektu dealer propaguje pozytywne praktyki w zakresie stylu życia, przy okazji prezentując samochody szwedzkiego producenta.

Okazuje się, że coraz większe grono dealerów stawia na bezpośredni kontakt z klientami, nie tylko podczas sprzedaży aut i serwisowania ich w ASO. Kooperacja bielskiego dealera, firmy Korczyk, i pracowników Skody oraz Volkswagen Financial Services zaowocowała zorganizowaniem spotkania w ramach programu Skoda Biznes Ekspert, które odbyło się 25 października w Dworcu New Restaurant w Bielsku-Białej. Spotkanie poprowadzili zaproszeni eksperci Skody i VFS

– Michał Chyla i Daniel Rusiecki. W warsztatach wzięło udział kilkunastu reprezentantów firm z sektora MŚP z Podbeskidzia, które współpracują z firm Korczyk.

Podczas spotkania eksperci przekonywali, że korzystanie z nowoczesnych rozwiązań telematycznych ma wiele zalet. – Zazwyczaj telematyka kojarzy się klientom wyłącznie z GPS-em. My pokazaliśmy, że można ją wykorzystać, aby obniżyć zużycie paliwa, koszty eksploatacji auta oraz koszty ubezpieczeń, a także zwiększyć bezpieczeństwo kierowców. Oczywiście samo wprowadzenie telematyki nie załatwi sprawy. Dopiero powiązanie jej z dobrze skonstruowaną polityką flotową może zapewnić wymierne korzyści finansowe i osobowe dla firmy. Największe towarzystwa ubezpieczeniowe coraz częściej wspominają, że wpływa to na obniżenie szkodowości klientów, a to z kolei

będzie przekładać się na dodatkowe zniżki w polisach – mówi Damian Fliś, doradca ds. rozwiązań flotowych w Skoda Korczyk.

Jak widać, lokalny dealer – tym razem przy aktywnym wsparciu importera – znów pokazał, że budowanie relacji poprzez bezpośrednie spotkania z klientami, na przykład w formie warsztatów, podczas których klienci mogą zwiększać swoją wiedzę, to świetny pomysł. – Liczymy, że dzięki organizacji takich spotkań nasi klienci docenią, że jesteśmy nie tylko ekspertami w dziedzinie sprzedaży i serwisowania aut, ale że potrafimy doradzić także w dziedzinie zarządzania flotą – przekonuje Magdalena Górny, specjalista ds. PR i marketingu w firmie Korczyk. Działania bielskiego dealera to kolejny dowód na to, że budowanie relacji nie zawsze musi polegać wyłącznie na prowadzeniu polityki rabatowej czy organizacji konkursów z nagrodami. Bo dostarczanie wiedzy, której wdrożenie może przelożyć się na realne oszczędności lub dodatkowy zysk po stronie klienta, także może przynosić wymierne korzyści. ▀



**FOT.** W warsztatach organizowanych przez firmę Korczyk i Skodę wzięło udział kilkunastu reprezentantów firm MŚP z Podbeskidzia, które korzystają z usług dealera

