

Kada san postaje stvarnost.

Volkswagen je i u ovoj godini neprikosnoveni broj 1, kako u segmentu osobnih, tako i u segmentu gospodarskih vozila... O tome, ali i o novim modelima koji uskoro stižu na naše tržište, razgovarali smo s direktorom marke Ronaldom Barčanom i voditeljicom marketinga i PR-a Anom Samaržijom. Razgovarao Marko Dragun

Šest godina! Da, dobro ste pročitali. Upravo je toliko Volkswagen neosporan vladar hrvatskog tržišta, a nakon prvih pet mjeseci, slobodno možemo reći da će i sedmu godinu zaredom proći "prvi kroz cilj". Rezultat je to pomno odabrane strategije uvoznika, ali i činjenice da ljudi u krizi uvijek biraju ono čemu najviše vjeruju. A to je neosporno Volkswagen. Pitate se zašto spominjemo riječ "kriza" koja bi, ukoliko pogledamo tržišne brojke trebala biti iza nas? Iz jednostavnog razloga jer brojke, koje nam iz mjeseca u mjesec dostavlja Promocija Plus, nisu realne i djeluju zbunjujuće. Upućuju na pomisao kako se u Hrvatskoj događa nekakva ekonomska renesansa, bajka skoro, no kad se pogleda strukturu prodanih marki i modela postaje jasno - rent-a-car tržište aktivno je kao nikada dosad. Rent-a-car trgovci nesmiljenom "brzinom" pune svoje vozne parkove, a dobar podatak je da se i privatni kupci "bude". No i dalje je to daleko od onoga što bismo mogli nazvati potpuni oporavak tržišta, odnosno ekonomije. Takva razmišljanja dijele i Ana Samaržija i Ronald Barčan.

AS: Statistički gledano, svi možemo biti vrlo zadovoljni brojkama u ovoj godini, s obzirom da one upućuju na rast tržišta. Međutim, dosta je teško procijeniti koliki je zaista realni rast, a koliko je to posljedica nešto ranijeg početka turističke predsezona i shodno tome registracije većeg broja flotnih i rent-a-car vozila, odnosno koliko je kupaca koji su se odlučili na kupovinu novog vozila veći u odnosu na prošlu. Unatoč

svemu tome, broj privatnih kupaca, na što smo i mi u Volkswagenu iznimno ponosni, kontinuirano raste jer su upravo ti podaci pravi pokazatelj kako tržište ipak kreće ka boljem.

Privatni kupci su oni koji čine "tržište", a i na tom području Volkswagen dominira. Uostalom, prema broju registracija u ovoj godini Volkswagen je vodeći u obje kategorije - privatni kupci i pravne osobe. Međutim, konkurencija ne spava i nudi sve konkurentnije proizvode. Kako se nositi s tim i na čemu se najviše mora "raditi" da bi Volkswagen i dalje bio broj 1 u Hrvatskoj? Tu u razgovor "uskače" Ronald Barčan, koji je na putu da kao direktor marke proslavi trostruku uzastopnu pobjedu.

RB: Volkswagen u Hrvatskoj drži neprikosnoveno prvo mjesto, ali konkurencija je svakim danom sve aktivnija i inventivnija, kako proizvodima, tako i marketinškim alatima, što posebno zna Ana. Ja mogu reći da je pred nama izuzetno važna godina u kojoj imamo mnogo važnih lansiranja, a suradnjom između odjela već smo pokazali da se dobro nosimo sa svim izazovima koji su pred nas postavljeni. Sigurno da velike zasluge idu i našoj predanoj mreži, širokoj paleti oblika financiranja, a na kraju i samoj kvaliteti vozila te tradiciji marke Volkswagen, ali prije svega - povjerenju naših kupaca.

Marketing je tu jedan od važnijih alata jer kupcima treba prezentirati sve prednosti vozila.

Ne svodi se to samo na kreiranje oglasa i marketinških kampanja, zar ne?

AS: Upravo to, svjesni smo da marketing danas u globalnom svijetu već duže vrijeme drži jednu od vodećih pozicija uspješnog poslovanja svakog poduzeća, pa tako i autoindustrije. A kako bi se odvojili od konkurencije, neophodno je svakodnevno razvijanje novih modernih i atraktivnih ideja, praćenje trendova, predviđanje budućih trendova oglašavanja i samim time u svakom trenutku znati sve što tržište želi i što će prepoznati kao ključnu točku pri odabiru naše marke automobila.

Ipak, kao što je gospodin Barčan već gore napomenuo, ništa ne bi bilo bez dobrog proizvoda.

RB: Da, naravno! Bez dobrog proizvoda i naš zadatak bi bio znatno teži. Uostalom, dovoljno je pogledati koje sve prednosti pred ostalima ima naša marka. Prije svega ističem tradiciju, ali i činjenicu da Volkswagen postavlja standarde u automobilske industriji te da je mjerilo za automobilsku vrijednost.

Vrijednost predstavlja i segment gospodarskih vozila koji je nedavno "pojačan" novim dolaskom...

RB: I na to smo iznimno ponosni. Tržište gospodarskih vozila u Hrvatskoj u konstantnom je rastu, a naša prednost leži upravo u tome što raznolikom ponudom kvalitetnih modela i načina financiranja zadovoljavamo vrlo različite potrebe profesionalnih korisnika. Izrazito smo

>> Naša očekivanja su vrlo jednostavna - zadržati i učvrstiti prvo mjesto na tržištu te nastaviti ulagati u povjerenje i zadovoljstvo naših kupaca. <<

Ronald Barčan, direktor marke Volkswagen



>> Kupci VW vozila već godinama dokazuju da cijene pouzdanost i kvalitetu naših vozila, ali i način kojim se pristupa svakom potencijalnom klijentu širokom paletom ponuda, kvalitetnom mrežom trgovaca i stalnim inovacijama. Volkswagen je jednostavno Volkswagen - način života! <<

Ana Samaržija,
voditeljica
marketinga i PR-a



zadovoljni i činjenicom što flotnu prodaju prati i povećana prodaja pojedinačnim kupcima koji su naše modele prepoznali kao najbolje na tržištu u 2017. godini, što je i vidljivo po prodajnim rezultatima gdje držimo gotovo 25% tržišnog udjela. Tu svakako ističemo naš najprodavaniji model Caddy, ne smijemo zaboraviti ni Multivan, a upravo je na tržište stigao i naš najveći "dostavljak" - novi Crafter. Gama nam je potpuno obnovljena i mislimo da nas čeka uzbudljivo razdoblje i po tom pitanju.

A uzbuđenja ne nedostaje ni po pitanju osobnih automobila... Noviteti su svi redom prepuni modernih tehnoloških "novotarija", a jedan od njih upravo stiže na naše tržište.

AS: Kao što smo već rekli, 2017. godina iznimno je važna za našu marku što se vidi i kroz novitete koji nas očekuju, ali i koji su nam stigli početkom godine. Prije svega, tu ističem ikonu - obnovljeni Golf u kojem su po prvi put uvedene automatizirane vozne funkcije. A upravo smo posvećeni i lansiranju atraktivnog Arteona koji postaje perjanica marke i uvodi nas u premium segment. Godinu pak zatvaramo potpuno novim Polom, koji će se na tržištu nametnuti zavidnom kvalitetom izrade, opremom i vrhunskom udobnošću u vožnji.

I dok smo o Golfu i Arteonu već pisali, nekako nam se čini da je Polo ono što možda najviše zanima naše kupce. Možete li nam otkriti nekoliko detalja oko njegovog dolaska?

RB: Novi Polo će svjetsku premijeru imati 16. lipnja u Berlinu i s nestrpljenjem iščekujemo njegov dolazak krajem ove godine. Svi znamo koliko je ova klasa automobila važna u Hrvatskoj i da se upravo ovdje kriju najzahtjevniji kupci. Jedno je sigurno. Polo ostaje Polo - jedan od 3 najvažnija modela marke i sigurni smo kako će svojim karakteristikama, osvježnim dizajnom i vrhunskim tehnološkim rješenjima nastaviti tradiciju svojih prethodnika.

Ono što je bitno istaknuti kod Pola je da će ga pogoniti novorazvijeni turbobenzinski motori koji se polako, ali sigurno vraćaju na "vrh kolone".

RB: Istina, turbobenzinci su naša budućnost, a prvi komentari koje smo dobili od kupaca koji su se odlučili za Golf sa 1.0 TSI motorom i 110 KS su jednostavno sjajni. Mnogi na prvu pomisle "1.0 motor u Golfu" je preslab, no jednom kad probate, vjerujte mi na riječ, ostat ćete ugodno iznenađeni. Isto tako će vjerujem biti i kad nam stigne Polo.

AS: To je nevjerojatno koliko sam i sama osta-

la zatečena njegovim karakteristikama. Vozim ga već dva mjeseca i ne, nisam jedna od onih koja će reći da "vozi Golfa ledeno bijele boje" jer sam predugo u ovom poslu i mislim da znam ocijeniti kada nešto vrijedi. A mali turbobenzinac itekako vrijedi. Odlično "vuče" i s njim je vožnja iznimno ugodna. Postoje mnoge predrasude kako "Golf mora biti dizel" da bi bio Golf, no vremena se mijenjaju i mislimo da je ovo idealan motor za Golf - odlične performanse, minimalna potrošnja goriva i optimizirana emisija CO₂. Sve ono što je jednom kupcu Golfa potrebno, a čak su i Ronalda iznenadile njegove mogućnosti.

RB: Slažem se. Vozim Tiguan sa 2.0 litrenim TDI motorom i nemam nikakvih prigovora, dapače. Međutim, moram istaknuti da me je Golf i više nego ugodno iznenadio. Oni koji me poznaju, znaju da volim automobile (kako stare, tako i nove) i da volim kad imaju dosta "konja" pod haubom, a 110 KS i što je još važnije 200 Nm su i više nego dovoljni za sve "ekshibicije".

Zaključimo. Golf, Arteon i Polo samo su tri jamca nastavka odličnih rezultata, a uskoro ćete saznati i koji će nam se još model pridružiti u skoroj budućnosti. Samo ćemo reći da je "trendsetter" u pravom pogledu, no nećemo sad o njemu. Nešto moramo sačuvati i za idući broj. ☺