

autobrief magazine

ožujak / 2025

Novi izvori nabave
vozila

S video oglasima do
uspješne prodaje

Ključni trendovi u
nabavi vozila

Kako pripremiti
dobre oglase?

Kako do zadovoljnih
kupaca?

Analiza trendova i
želja kupaca



**Ne dopustite da
vas preteknu**



**Vaše sljedeće vozilo za prodaju već
je na Trading Hubu.**

Pitanje je samo – koliko dugo?



autobrief.io/hr/centar-za-nabavu

KOLUMNA	
Godina 2025: Vozimo naprijed	5
INTEGRACIJE	
Kako AutoBrief i Njuškalo mijenjaju poslovanje trgovaca?	6
PREGLED TRŽIŠTA	
Što Vaš kupac želi u 2025?	8
MJERENJE ZADOVOLJSTVA KUPACA	
Zašto je zadovoljstvo stranke ključ uspjeha?	12
NOVO V AUTOBRIEF	
Novi izvori nabave - Trading hub	14
INTERVJU	
Ključni trendovi u području nabave vozila	17
PRIČA O USPJEHU	
Uz video oglase do uspješne prodaje	22
INTEGRACIJE	
Kako uvjeriti kupca na kupnju jamstva?	24
OGLAŠAVANJE	
Kako pripremiti dobre oglase?	26
Vozila trebaju biti tamo gdje su kupci	28
Zašto imati web stranicu?	30
ISTRAŽIVANJE	
Manja nesigurnost pri kupnji vozila	32
FUNKCIONALNOSTI	
Novi Virtualni salon	34

Izdavač:
Briefd d.o.o.

Odgovorni urednik:
Maša Petan

Autori:
Tomaž Kavčič
Aljaž Urbanc
Marin Vladović

Fotografije:
Tomaž Starašinč
Jurij Brozovič
Freepik.com
Unsplash.com

Leonardo.ai
NLB Lease&Go d.o.o.
RAAC avtomobili d.o.o.
MOTIVE SERVICE d.o.o.
Car-Garantie
Versicherungs-AG

Grafički dizajn:
Kaja Gril
Tisak:
Tiskarna Medium d.o.o.

KOLUMNA

2025. godina: Vozimo naprijed

Dobro došli u 2025. godinu – godinu koja će više nego ikada prije biti obilježena nevjerojatnom brzinom promjena, godinu u kojoj digitalizacija više nije samo mogućnost, već nužnost poslovanja. Nalazimo se na prekretnici – u dobu kada tehnologija ne samo da podržava, već oblikuje čitavu automobilsku industriju i naše navike kupovanja.

U mnogim industrijama već se desetljećima postavlja pitanje kako upravljati procesima i kako spremno dočekati budućnost. Upravo ta pitanja su posljednjih nekoliko godina središnja tema u automobilskoj industriji, koja je sve samo ne dinamična, odnosno koja je zadržala tradicionalne poglede. Danas vidimo da ta budućnost nije udaljena ideja, već stvarnost koja je ovdje i sada.

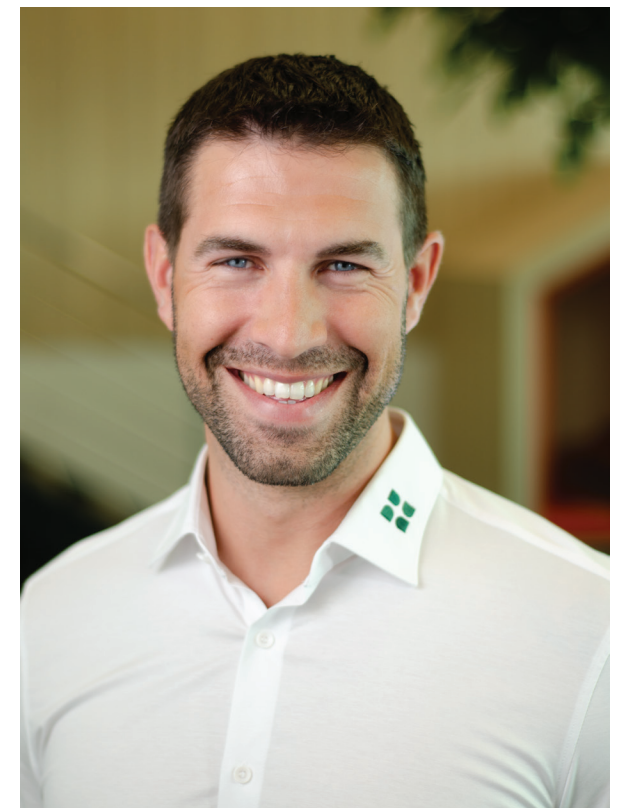
Električni automobili kao novi i relativno nepoznati igrači na tržištu, startupovi koji preuzimaju sve veći udio na tržištu, pametni sustavi, digitalne platforme te prilagodljivi modeli financiranja i poslovanja već mijenjaju tradicionalna pravila igre.

Naši podaci pokazuju da potrošači sve više prepoznaju prednosti digitalnih rješenja – čak 45% njih razmišlja o potpuno digitalnoj kupovini automobila. Sada je trenutak da se zapitamo: jesmo li spremni za ovu promjenu?

U AutoBriefu čvrsto vjerujemo da budućnost donosi prilike za sve koji su dovoljno hrabri da ih zgrabe. Naša zadaća nije samo prilagoditi se toj budućnosti, već ju oblikovati zajedno s vama. Poznavanje tržišta zato postaje ključan faktor.

U ovom izdanju časopisa fokusiramo se upravo na taj aspekt – kako međunarodni trendovi u nabavi oblikuju naše mogućnosti i kako se bolje pripremiti za budućnost prodaje vozila – uz veću učinkovitost, transparentnost i prije svega povjerenje.

Naša misija je pomoći vam ne da razumijete samo trendove koji dolaze, već i prilike koje su vam na dohvat



ruke. Neka vas inspiriraju priče o uspjehu, uvidi iz istraživanja i rješenja koja nudimo kako bismo zajedno gradili novu i hrabriju budućnost automobilske industrije.

Budućnost je svijetla, a s AutoBriefom ste njezin dio.

Sretan put i dobrodošli na put promjena!

Marin Vladović

CEO & PARTNER

Kako AutoBrief i Njuškalo mijenjaju poslovanje trgovaca vozilima?

U današnjem digitalnom svijetu, gdje je brzina ključ uspjeha, trgovci vozilima u Hrvatskoj sve više prepoznaju prednosti integriranih platformi poput **AutoBriefa**, koja omogućuje besprijekornu povezanost s najvećim oglasnim portalom u Hrvatskoj – **Njuškalo**. Ova integracija osmišljena je kako bi trgovcima uštedjela vrijeme, smanjila mogućnost grešaka i povećala učinkovitost prodaje.

Automatizirana objava oglasa – manje posla, više rezultata

Jedna od glavnih prednosti korištenja AutoBriefa u kombinaciji s Njuškalom je automatizirano upravljanje oglasima:

- Umjesto mukotrpnog ručnog unosa podataka za svaki oglas, trgovci putem AutoBrief platforme unose podatke o vozilu jednom, a oglas se na Njuškalo objavi u svega nekoliko sekundi.
- Svi oglasi automatski se ažuriraju – od promjena cijena do informacija o zalihama, što eliminira potrebu za dodatnim radom.
- Kada se vozilo proda, oglas se automatski uklanja s Njuškala, čime se smanjuje mogućnost grešaka i poboljšava pregled nad zalihama.

Ova razina automatizacije omogućuje trgovcima da se usmjere na ključne poslovne aktivnosti, poput izgradnje odnosa s kupcima i povećanja prodaje.

Ušteda vremena i smanjenje mogućnosti grešaka

Integracija AutoBriefa s Njuškalom privlačna je zbog svoje jednostavnosti i pouzdanosti. Funkcija jednokratnog unosa podataka trgovcima uštedi više od **50% vremena** koje bi inače uvijek iznova upisivali na različitim platformama. Tako se značajno smanjuje mogućnost ljudskih pogrešaka, čime poslovanje postaje još učinkovitije.



Besplatna opcija za početak i dokazani rezultati

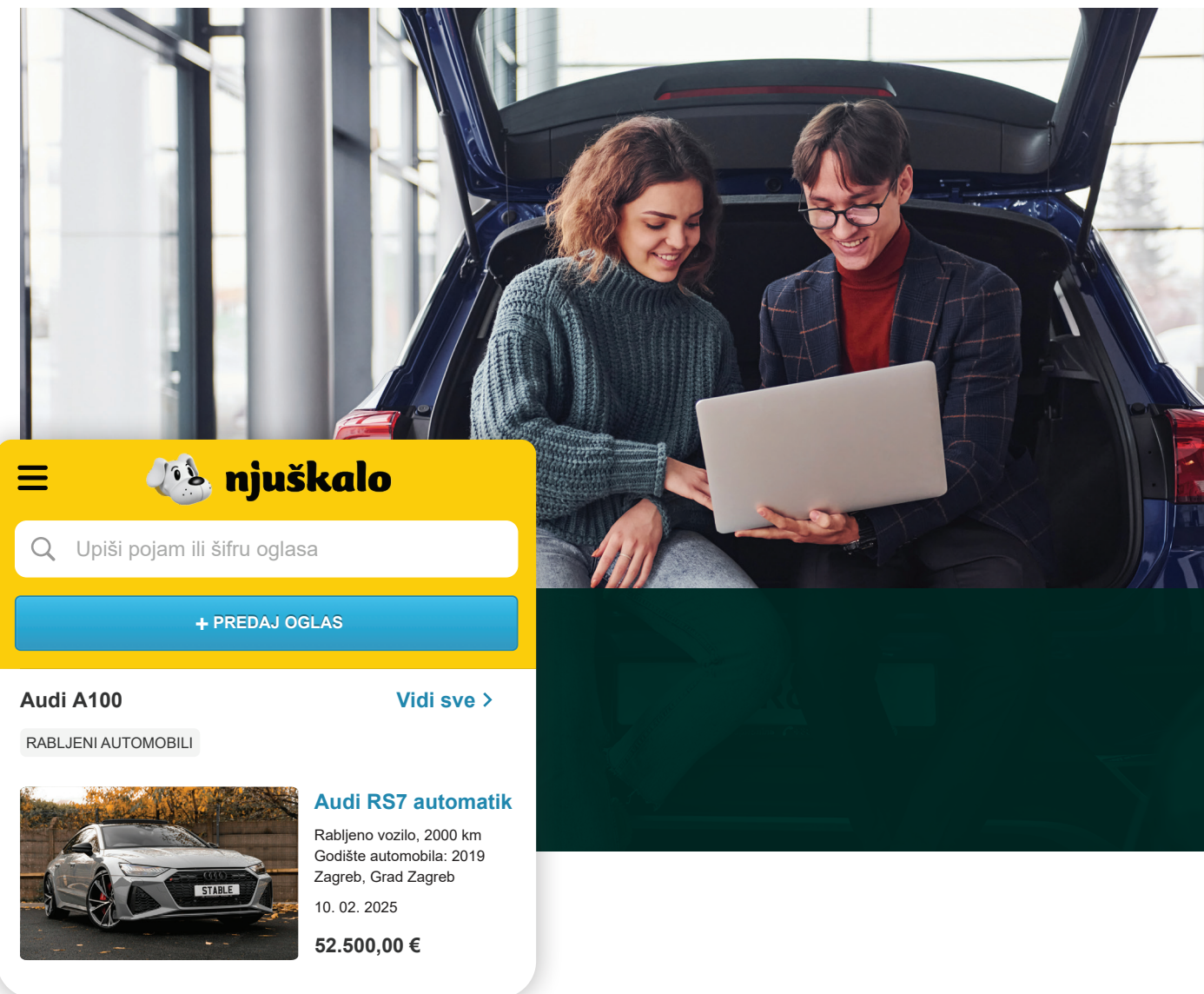
Za sve koji razmišljaju o korištenju AutoBrief platforme, dostupan je **besplatni MINI paket** koji uključuje integraciju s Njuškalom. Ovaj paket omogućuje trgovcima da bez financijskog rizika isprobaju sve prednosti koje donosi automatizacija i jednostavna sinkronizacija zaliha.

Podaci i povratne informacije zadovoljnih korisnika potvrđuju učinkovitost AutoBriefa i njegove integracije s Njuškalom. Mnogi su trgovci uz pomoć ove platforme poboljšali vizualni pregled poslovanja, smanjili nepotrebnu administraciju i povećali prodajne brojke.

Brže, pametnije i učinkovitije poslovanje

U automobilskoj industriji, gdje je svaka sekunda bitna, **AutoBrief u kombinaciji s oglasnim portalom Njuškalo** predstavlja savršeno rješenje za trgovce koji žele raditi brže, pametnije i učinkovitije. Ova platforma ne samo da trgovcima omogućuje povećanje prodaje, već ih i osposobljava da budu u korak s dinamičnim promjenama digitalnog doba.

Ako želite da vaše poslovanje prodaje vozila dosegne svoj puni potencijal, pravo je vrijeme da isprobate mogućnosti AutoBriefa i njegove integracije s Njuškalom. **Započnite svoju digitalnu transformaciju već danas!**



Što vaš kupac želi u 2025. godini?

Naše najnovije istraživanje, provedeno u partnerstvu s istraživačkom kućom Valicon, donosi svježe uvide u trendove mobilnosti i navike potrošača. Ovo istraživanje na hrvatskom tržištu provodimo već gotovo godinu dana, a podaci se prikupljaju svakog kvartala.

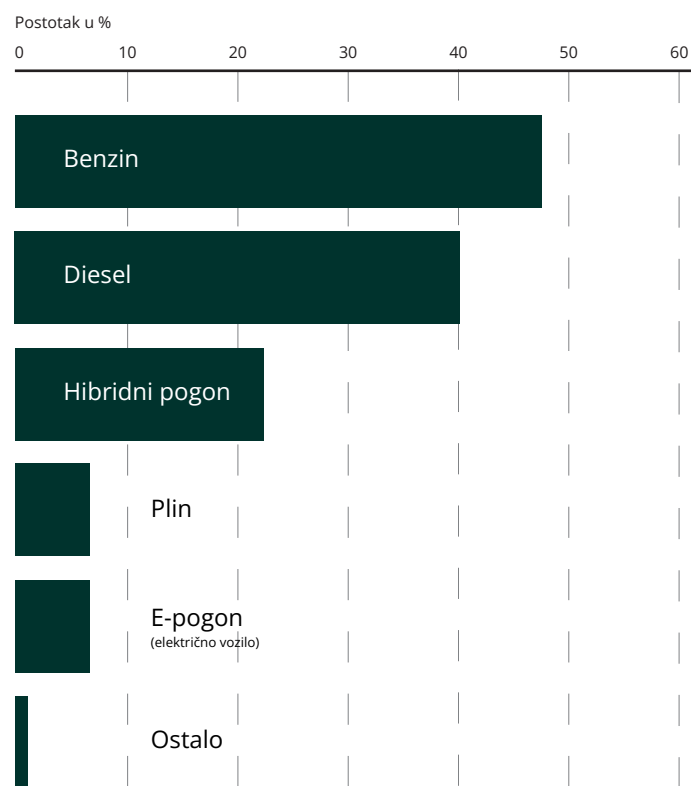
Na temelju posljednjeg istraživanja o navikama potrošača, pojavili su se zanimljivi trendovi koji odražavaju njihove preferencije pri odabiru automobila, vrsti pogona i omiljenoj marki, kao i cijenu koju su spremni platiti za novo vozilo, gdje pronalaze poticaje te kako izgleda njihov kupovni put.

Što pokazuju podaci?

Električna vozila na samom dnu

Prilikom odabira između novih i rabljenih automobila, rabljeni automobili su znatno popularniji na hrvatskom tržištu. Otprilike **25,5% ispitanika** biraju radije novi automobil, dok interes za rabljenim automobilima s jamstvom ili garancijom doseže **41,3%**, a bez jamstva ili garancije **31,7%**. Nešto više od **1,5%** ispitanika odabralo bi testno vozilo.

Kada je riječ o vrstama goriva, **benzinski motori** su i dalje najpopularniji, s izborom od **48,2%** kupaca. **Dizelski motori** zauzimaju drugo mjesto s **40,6%**, dok ih **hibridni pogon** brzo sustižu s **21,5%**. Električni pogon privlačan je samo **4,4%** budućih kupaca, što je manje od **plinskog pogona** koji bilježi interes od **6,4%**.

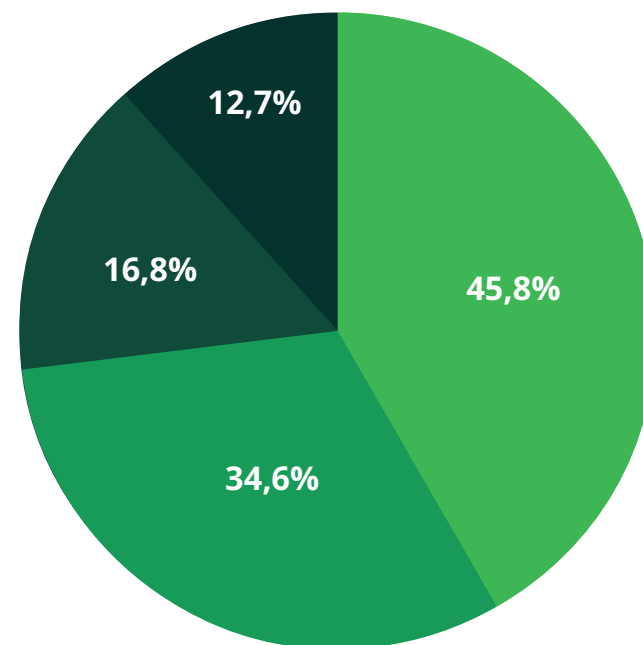


DISTRIBUCIJA POGONSKIH GORIVA ZA VOZILA

Volkswagen ostaje najpopularniji brend među kupcima

Istraživanje je pokazalo da je Volkswagen s 33,4% najpopularniji brend među kupcima, što potvrđuje njegovu dugogodišnju dominaciju na tržištu. Na drugom mjestu nalazi se Škoda s 27,4%, koja privlači kupce pouzdanošću i izvrsnim omjerom cijene i kvalitete. Slijede Toyota (23,9%), Renault (21,2%), KIA (18,9%), Opel (17,9%) i Peugeot (17,6%).

Audi (18,9%) prednjači kao vodeći izbor za one koji traže luksuz i eleganciju, dok ga prate BMW (13,2%) i Mercedes-Benz (10,5%).



DISTRIBUCIJA TIPOVA VOZILA

Limuzine s 45,8% tržišnog udjela uvjerljivo vode kao najpopularniji tip vozila. SUV vozila ili terenci su na drugom mjestu s 34,6% udjela. Monovolumeni još uvijek drže visok udio na tržištu sa 16,8%, dok su karavani manje popularni, s udjelom od samo 12,7% među kupcima u Hrvatskoj.

Gotovina je i dalje glavni način kupnje vozila

Pri odlučivanju o financiranju kupnje automobila gotovina i dalje ostaje najčešći izbor, budući da bi se za nju odlučilo 43,3% ispitanika.

Bankarski kredit zauzima drugo mjesto s 24,0%, dok kombinacija gotovine i bankarskog kredita predstavlja 20,7%. Leasing kao opcija financiranja bilježi udio od 7,5%, što ukazuje na to da nije dominantan izbor među kupcima na hrvatskom tržištu. Ostale mogućnosti, poput kredita nebankarskih institucija (0,9%), najma u obliku poslovnog najma ili operativnog leasinga (0,3%) te dijeljenog najma vozila (0,2%), ostaju marginalne. Zanimljivo je da nijedan ispitanik nije naveo da bi troškove financiranja pokrio poslodavac.

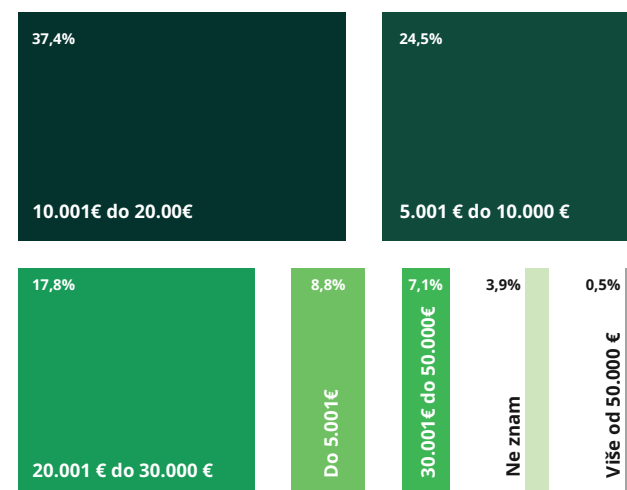
Međutim, kada ispitanici trebaju odabrati drugu moguću opciju financiranja, prioriteti se značajno mijenjaju. Gotovina ostaje najčešće razmatrana opcija s 64,5%, dok bankarski kredit slijedi s 51,1%. Kombinacija gotovine i bankarskog kredita dostiže 46,5%, dok leasing raste na 28,9%.

Koliko su kupci spremni platiti?

U istraživanju o načinima financiranja vozila, **43,3%** kupaca izrazilo je želju za plaćanjem cjelokupnog iznosa gotovinom. **Bankovni kredit** bi izabralo **24,0%** ispitanika, dok bi se za leasing odlučilo **7,5%** ispitanika. **Kombinaciju gotovine i bankovnog kredita** preferira **20,7%**, dok bi **kombinaciju gotovine i nebankovnog kredita** izabralo **2,7%** budućih kupaca.

Najveći udio kupaca (**37,4%**) spreman je potrošiti između **10.001 € i 20.000 €**. Slijedi segment od **5.001 € do 10.000 €** s **24,5%**, dok je **17,8%** kupaca spremno izdvojiti između **20.001 € i 30.000 €**. Za vozila do **5.000 €** odlučuje se **8,8%** kupaca, dok je **7,1%** spremno platiti između **30.001 € i 50.000 €**. Samo **0,5%** kupaca spremno je premašiti iznos veći od **50.000 €**.

Zbrojem svih segmenata izračunata je prosječna cijena koju su kupci spremni platiti te ona iznosi **15.830 €**.



RASPODJELA CJENOVNIH RAZREDA VOZILA

Jamstvo za rabljena vozila je popularan izbor

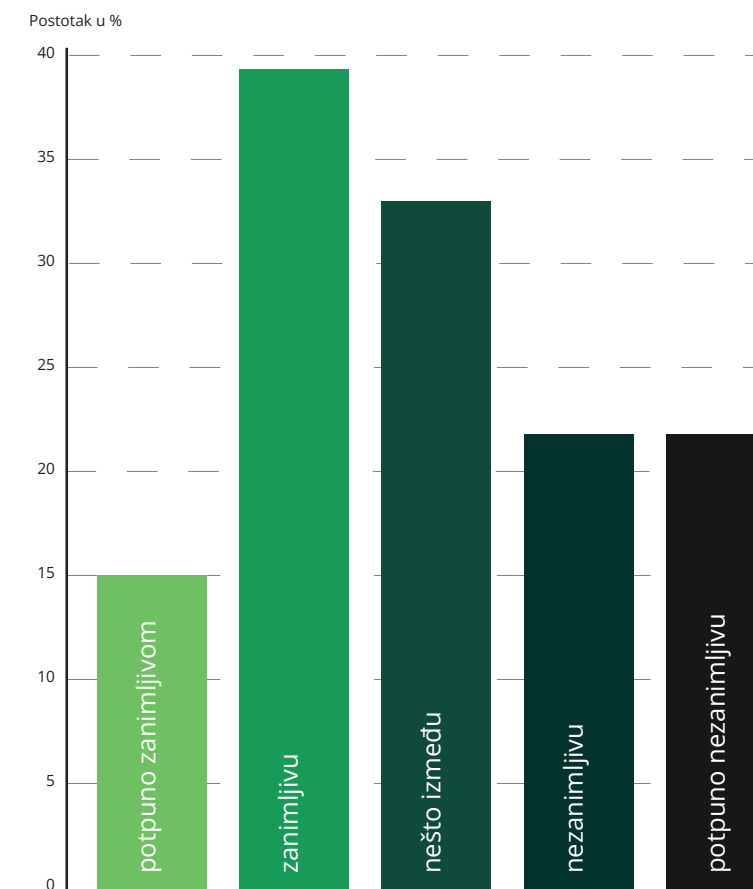
Jamstvo pri kupnji rabljenog vozila ključan je faktor za mnoge kupce jer pruža dodatnu sigurnost u slučaju kvarova ili skrivenih nedostataka. Na pitanje bi li uz kupnju vozila odabrali i jamstvo, čak **57,3%** ispitanika odgovorilo je s "vjerojatno da", dok ih je **22,1%** odgovorilo sa "sigurno da". Manji dio kupaca nije naklonjen ovoj opciji – njih **15,9%** je reklo "vjerojatno ne", a samo **4,6%** "sigurno ne". Ovi podaci pokazuju snažnu sklonost kupaca dodatnim jamstvima, ističući njihovu važnu ulogu u donošenju odluke o kupnji rabljenih vozila.

Kupnja vozila putem interneta

Koncept kupnje vozila i rješavanja svih formalnosti putem interneta postaje kupcima sve zanimljiviji. Ideja uključuje potpunu digitalnu iskustvenu kupnju, od odabira vozila, komunikacije s prodavačem, konfiguracije do dostave vozila na kućni prag.

Rezultati istraživanja pokazuju da **15,3%** ispitanika ovu opciju smatra "potpuno zanimljivom", dok je **38,8%** ocjenjuje kao "zanimljivu". Otprilike **22,9%** smatra ju "nešto između", dok **13,1%** ocjenjuje ju kao "nezanimljivu", a **9,9%** kao "potpuno nezanimljivu".

Podaci ukazuju na rastući interes za digitalnom kupovinom vozila, što ukazuje na važnu promjenu u budućim potrošačkim navikama.



PORAST INTERESA ZA ONLINE KUPNJU VOZILA

Odlučuju li kupci zbog offline ili online poticaja?

Istraživanje koje je Valicon proveo za AutoBrief pokazuje značajne promjene u kupovnom putu kupaca. Digitalni mediji dominiraju u fazi stvaranja namjere i donošenja odluke o kupnji, jer su prisutni u svim točkama kontakta s kupcem u usporedbi s "offline" medijima (tradicionalni mediji, reklamni pano i auto saloni).

- U fazi **poticaja na kupnju**, udio online medija iznosi **63%**.
- U fazi **istraživanja**, taj se udio penje na čak **93%**.

Većina kupaca u fazama "poticaja na kupnju" i "istraživanja" oslanja se na online alate, oglasne portale i društvene mreže. U fazi istraživanja, "offline" mediji praktički su zanemarivi.

U fazi poticaja na kupnju, online oglasi i drugi digitalni poticaji prevladavaju u više od **60%** slučajeva, bez obzira na to radi li se o novim ili rabljenim vozilima. U fazi istraživanja, online udio prelazi **90%** u oba segmenta.

Kada analiziramo gdje kupci traže poticaje i gdje istražuju, vidimo sljedeće:

- Kod **poticaja** prednjače oglasi.
- Kod **istraživanja** dominira pregledavanje različitih oglasnih portala u Hrvatskoj.

Među oglasnim portalima trenutno vodi najveći portal, no njegov udio u posljednjim kvartalima vidljivo opada.

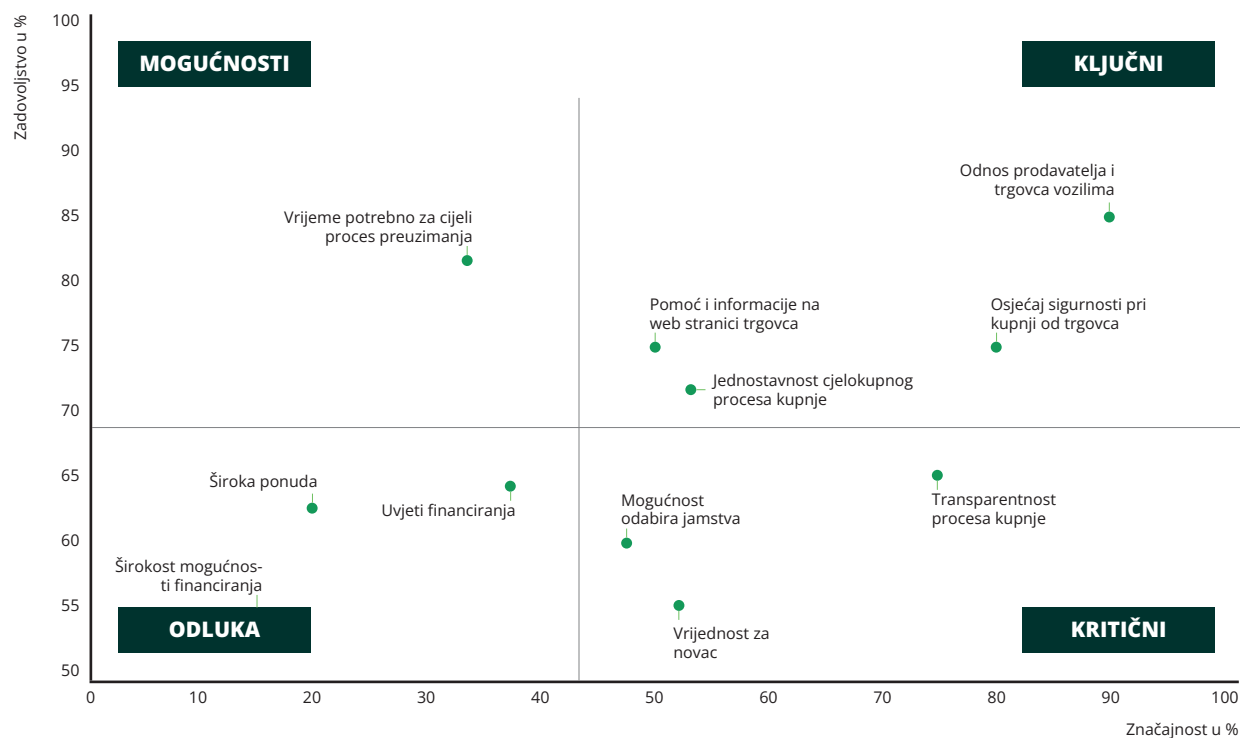
Kako do analize zadovoljstva kupaca bez dodatnog rada?

Kako do zadovoljnih kupaca?

Kupci koji imaju pozitivno iskustvo s trgovcem, zadovoljniji su i vraćaju se kupovini u istoj tvrtki. Zašto je važno fokusirati se na to da vaš kupac bude zadovoljan?

Najveća prednost zadovoljnih kupaca je ta što su spremniji platiti više za izvrsnu uslugu ili iskustvo. Zadovoljni kupci često dijele svoja pozitivna iskustva s obitelji, prijateljima i kolegama, što može dovesti do novih potencijalnih kupaca bez dodatnih troškova za oglašavanje, uz pozitivnu prepoznatljivost i snažnu poziciju brenda. Zadovoljni kupci manje su skloni žalbama, zahtjevima za naknadama ili pisanju negativnih komentara na internetskim stranicama ili društvenim mrežama.

Na kraju, u konkurentnom okruženju, pozitivno iskustvo kupaca može predstavljati ključnu razliku u odnosu na konkurenciju na tržištu, čak i kada su vaši automobili ili usluge slični konkurenciji.



Važnost podataka u osiguravanju zadovoljstva kupaca

Svi se volimo hvaliti time da znamo tko su naši kupci, kako su nas pronašli i zašto su se odlučili za kupnju kod nas. Ovakvo razmišljanje može nas odvratiti od poboljšanja naših poslovnih procesa i može nas dugoročno pozicionirati iza konkurencije.

Zbog toga je prikupljanje podataka i mišljenja kupaca o iskustvu kupnje još važnije. S dubinskom analizom zadovoljstva, nećete znati samo koja se vozila najbolje prodaju, već i koliko su vaši kupci bili zadovoljni vašom ponudom u odnosu na tržište.

Podaci s postkupovne analize zadovoljstva kupaca daju vam jasnu sliku o važnosti specifičnih usluga

koje pružate. Kao što prikazuje graf, os X prikazuje koliko se kupcima čini važna svaka vaša usluga, dok os Y pokazuje koliko su bili zadovoljni tom uslugom u vašem salonu.

Primjer "Transparentnost postupka kupnje" kupcima je vrlo važan, no u slučaju kupnje, kupci nisu bili zadovoljni s transparentnošću. Ovo pokazuje značajan potencijal za poboljšanja, jer nedostatak transparentnosti može odvratiti potencijalne kupce.

Za razliku od "Širine mogućnosti financiranja", koja nije kritična za anketirane kupce. Ovakva matrica koja je stvorena isključivo na temelju mišljenja vaših kupaca, a njihovi odgovori dostupni su samo vama, omogućuje vam da vidite svoje kritične točke i poboljšate vaše poslovanje.



Novi izvori nabave vozila vaša su prilika

Suočavanje s izazovima nabave uvijek je aktualan problem za trgovce vozilima. Često se trgovci nađu u situacijama gdje su troškovi na različitim platformama nejasni ili skriveni. Uz to, sami moraju organizirati prijevoz vozila, što predstavlja dodatni administrativni i logistički teret. Kada vozilo napokon stigne u salon, može se dogoditi da su neki ključni podaci zanemareni, što dodatno otežava prodaju.

Pristup izvorima nabave na jednom mjestu

U AutoBriefu smo prepoznali ove izazove i odlučno krenuli u potragu za rješenjem. Tako je nastao **Trading Hub**, središte za nabavu – sveobuhvatna digitalna platforma osmišljena s ciljem da trgovcima vozilima pruži pristup izvorima nabave koji su im do sada bili nedostupni.



Uz to, željeli smo trgovcima olakšati sve zadatke koje trebaju obaviti prilikom nabave vozila.

Koje su prednosti Trading Huba?

IZMEĐU 5000 I 10.000 VOZILA DNEVNO

Uključujući osobna vozila, dostavna vozila, laka teretna vozila pa čak i oštećena vozila iz pouzdanih izvora.

ŠIROK IZBOR IZVORA NA JEDNOM MJESTU

Od aukcijskih platformi do vozničkih parkova, flota i privatnih prodavatelja, što omogućuje lakši odabir između tisuća vozila.

PRIJEVOZ I DOKUMENTACIJA BEZ STRESA

Sve je već uključeno u cijenu – bez skrivenih troškova i složenih procedura.

SIGURNE I JEDNOSTAVNE TRANSAKCIJE

Transparentna i 100% sigurna kupnja s jasno vidljivim troškovima i postupcima, bez skrivenih iznenađenja.

FINANCIJSKA PODRŠKA

Integrirana rješenja za financiranje zaliha koja pojednostavljaju novčane tokove.

Za nabavu vozila koja su za vas prikladna, natjecat ćete se na različite načine jer naše središte za nabavu nudi tri vrste dražbi:

1. Redovne otvorene dražbe

Vidite trenutačno najvišu ponudu i možete dati konkurentnu ponudu.

2. Slijepe dražbe

Ponude nisu vidljive, što omogućuje strateški pristup.

3. Dražbe s fiksnom cijenom

Vozila možete kupiti odmah po unaprijed određenoj cijeni.



autobrief.io/hr/centar-za-nabavu

Sve što vam je potrebno za proces nabave

Prije nego što smo počeli razvijati **Trading Hub**, središte za nabavu, proveli smo brojne razgovore s trgovcima vozilima u Sloveniji kako bismo dobili odgovore na pitanje kakva bi platforma za nabavu trebala biti da zadovolji sve potrebe i zahtjeve. S funkcijama poput automatizacije administrativnih procesa, transporta, digitalnog upravljanja dokumentacijom i centralizacije izvora, nastavljamo misiju AutoBriefa – uštedjeti vrijeme trgovcima i olakšati im posao.

Funkcionalnosti Trading Huba nadilaze samu nabavu vozila; to je rješenje koje otvara pristup izvorima podataka koji su trgovcima bili teže dostupni, a istovremeno pruža pregled tržišta i potpunu transparentnost postupka.

1. Pristup širokoj mreži izvora

Središte za nabavu objedinjuje različite izvore vozila – od raznih aukcijskih platformi, vozničkih parkova i flota do privatnih prodavatelja. Na jednom mjestu dostupne su tisuće vozila, što trgovcima omogućuje pregledniji i brži odabir. Ova agregacija izvora znači da više nećete gubiti sate na različitim platformama za nabavu, već možete sve obaviti na jednom mjestu.

2. Integrirane logističke usluge

Prijevoz vozila, koji je nekada bio dugotrajan i zahtjevan proces, sada je pojednostavljen. Platforma nudi logističke usluge od vrata do vrata, uključujući praćenje, osiguranje transporta i potpunu podršku s dokumentacijom. Trgovci na taj način štede dragocjeno vrijeme i mogu se usredotočiti na druge aspekte poslovanja.

3. Transparentnost i preciznost

Platforma pruža potpuni uvid u troškove i postupke. Sve cijene, usluge i naknade unaprijed su jasno vidljive. Nema skrivenih troškova niti neugodnih iznenađenja. Naš cilj je osigurati potpunu transparentnost u svakom postupku, od pretrage vozila i procesa nabave do transporta na željenu lokaciju.

Uz to, integrirani alat za procjenu cijene vozila **Discover Car Market (DCM)** omogućuje korisnicima precizne procjene vrijednosti na temelju analize tržišnih podataka za razna tržišta u EU. DCM nudi jedinstvenu mogućnost filtriranja vozila koja su po cijeni zanimljiva za tržište na kojem prodajete vozila, čime se značajno smanjuje rizik od gubitaka ili olakšava odluka između dva vozila.

4. Odgođeno plaćanje

Za trgovce koji traže rješenja za financiranje nabave, platforma će s vremenom nuditi i direktno financiranje zaliha putem pružatelja financijskih usluga. Već sada je iskustvo kupnje vozila osmišljeno tako da se plaćanje vozila i pripadajućih troškova izvrši kada je vozilo već na putu, što poboljšava likvidnost vašeg poduzeća i omogućuje vam veću fleksibilnost u planiranju. Usluge unutar platforme Trading Hub nisu samo brze i bezbrižne, već su i dizajnirane tako da podržavaju vaš rast i financijsku stabilnost.

5. Automatski prijenos podataka

Kako bi proces bio još jednostavniji za trgovce, kupljena vozila automatski se prenose u digitalnu zalihu trgovca na platformi AutoBrief. Ovo uključuje i automatizirani prijenos cjelokupne dokumentacije, što smanjuje administrativni posao i mogućnost pogrešaka. Trgovci svoja nova vozila mogu oglašavati online ili u auto salonima u samo nekoliko minuta.

6. Međunarodne prodajne mogućnosti

Sudjelovanjem na internetskim aukcijama trgovci dobivaju priliku prodavati svoja vozila na međunarodnim tržištima. Ova funkcionalnost otvara vrata većoj bazi potencijalnih kupaca i stvara dodatne prilike za povećanje obrta zaliha.



Kako do Trading Huba i kako započeti s korištenjem?

- 1 Registracija računa na AutoBrief.
- 2 Klik na "Zanima me Trading Hub".
- 3 Unos podataka o tvrtki i prilaganje potrebne dokumentacije
- 4 Možete nabavljati vozila na Trading Hubu ili ih putem platforme ponuditi na B2B tržištu.
- 5 Uz automatizaciju i povezivanje procesa od nabave do prodaje.
- 6 Istovremeno se vozilo dodaje i u zalihu na platformi AutoBrief sa svim podacima i dokumentacijom.

Nabava kao dio ekosustava AutoBrief

Središte za nabavu postaje ključni dio sveobuhvatnog ekosustava AutoBrief, koji povezuje sve važne aspekte poslovanja trgovaca vozilima na jednoj platformi. Ovaj napredni sustav omogućuje trgovcima učinkovito upravljanje procesima nabave, upravljanja zalihama, oglašavanja, prodaje i analitike unutar jedinstvenog digitalnog sustava, čime se povećava produktivnost.

Ekosustav **AutoBrief** nije samo digitalno rješenje – to je platforma koja povezuje trgovce vozilima, financijske institucije, oglašivačke portale i krajnje kupce u jedinstveno okruženje. Umjesto korištenja brojnih alata, trgovcima omogućujemo integrirani sustav koji olakšava budućnost trgovanja vozilima.

Ova sveobuhvatna rješenja donose:



POVEĆANU PROFITABILNOST

Jedinstveni sustav smanjuje greške i optimizira poslovanje.



VEĆU UČINKOVITOST

Automatizacija i povezivanje procesa od nabave do prodaje.



LAKŠE DONOŠENJE INFORMIRANIH ODLUKA

Uz pomoć točnih podataka i analitike.

Za svaku vašu trgovinsku aktivnost više ne trebate koristiti različite programe i pristupati brojnim platformama. Sve je objedinjeno unutar ekosustava **AutoBrief**, kako biste na jednom mjestu imali sve što vam treba. Mi smo vaše alatno rješenje za stvaranje uspješne budućnosti.

INTERVJU

Pronalaženje nabavnih izvora na tradicionalan način postat će znatno teže

Današnje tržište vozila u Europi suočava se s kompleksnim izazovima koji uključuju ekonomsku nesigurnost, sve veće cijene vozila i sve zahtjevnije kupce.

Trgovci se suočavaju s brojnim pitanjima – kako kontrolirati rast troškova, prilagoditi ponudu kupovnoj moći i pratiti brz razvoj novih tehnologija. Ključna postaje i potraga za inovativnim rješenjima za optimizaciju nabave, budući da tradicionalni pristupi često više ne zadovoljavaju potrebe globaliziranog tržišta.

O svim ovim pitanjima razgovarali smo s Matjažem Križnarom, poslovnim direktorom tvrtke Preskok koja već 21 godinu postavlja trendove u području nabave vozila.

Koji su ključni trendovi u području nabave vozila u Europi?

U Europi se trenutno vode rasprave o pronalasku najoptimalnijeg i najmanje bolnog puta za postizanje ciljeva ugljične neutralnosti, što djelomično utječe i na neizvjesnost oko toga što će biti dostupno u prodajnim cjenicima europskih proizvođača. Ova tranzicija neće biti jeftina ni za proizvođače ni za kupce, budući da ograničena **kupovna moć ne prati rast cijena novih vozila. Upravo zbog toga rabljena vozila i dalje ostaju važan dio tržišta jer predstavljaju racionalnu kupnju.**

Paralelno se puno govori o dolasku kineskih automobilskih marki koje se pripremaju za agresivan ulazak na europsko tržište s konkurentnim cijenama. Hoće li to uspjeti zamijeniti rabljena vozila, nije jednostavno pitanje. No unatoč svemu, tržište rabljenih vozila će opstati i nastaviti se razvijati, ali će se istovremeno i mijenjati.

Internetska prodaja značajno mijenja trgovinu rabljenim vozilima

“ Sve veći broj velikih igrača (OEM-ovi, leasing kuće, velike trgovačke mreže) razvija vlastite B2B platforme i digitalne tržnice, koje postaju posrednici između ponude i potražnje.



Matjaž Križnar

POSLOVNI DIREKTOR, PRESKOK

Također, sve veću važnost dobiva analiza podataka o kretanju prodaje i cijenama rabljenih vozila, pri čemu umjetna inteligencija igra ključnu ulogu u obradi tržišnih informacija i donošenju bržih i boljih odluka.

Iako ovakvih pružatelja usluga još nema mnogo, digitalni alati postaju sve važniji i cjenjeniji "suradnik" u trgovini rabljenim vozilima. Preskok se već duže vrijeme posvećuje upravo ovom segmentu i postavlja ga na prvo mjesto u svom razvoju.

Najveća tržišta podložna su velikim konsolidacijama, preuzimanjima, udruživanju i partnerstvima, jer su potrebna ulaganja u oglašavanje, akviziciju tržišta i tehnološka rješenja prevelika za pojedinačne igrače. Mislim na naše partnere, najveće trgovce rabljenim vozilima, koji godišnje putem B2C kanala prodaju 20.000 ili 30.000 rabljenih vozila. S druge strane, B2B platforme se povezuju kako bi optimizirale prodajne cijene i pronašle najprofitabilnija tržišta na globalnoj razini. Pitanje je koja će od tih vozila ostati u Europi, a koja će biti prodana na brzo rastućim tržištima Afrike, Bliskog i Dalekog Istoka. Pronalaženje nabavnih izvora na tradicionalan način tako postaje sve teže.

Sve su to teme koje aktivno pratimo i na kojima radimo u Preskoku.

Kako Preskok djeluje na međunarodnoj razini nabave vozila?

Preskok je najveća specijalizirana platforma za B2B prodaju vozila u široj regiji srednje i istočne Europe i svrstava se među vodeće neovisne platforme na europskom tržištu. Poslujemo već 21 godinu, a posljednjih godina prodamo više od 10.000 vozila godišnje. Trgujemo gotovo svim poznatim europskim markama vozila na više od 20 tržišta, prvenstveno unutar EU. Osiguravamo bržu monetizaciju i obrt zaliha za dobavljače i kupce, uz sigurnost, transparentnost i visoku razinu povjerenja.

Naše glavne konkurentske prednosti su poznavanje proizvoda, tržišta, razgranata nabavna i prodajna

mreža, financijska snaga te vlastiti tehnološki razvoj, koji nam uz korištenje najnovijih tehnologija i analitičkih alata omogućuju brze odluke i automatizaciju internih procesa. Naši partneri su multinacionalne kompanije, regionalni uvoznici, Rent-a-car tvrtke, velike maloprodajne grupacije, ali i lokalni prodavači vozila, jer širokim pristupom postizemo optimalnu preraspodjelu zaliha vozila i optimiziramo dodanu vrijednost za sve sudionike.

Koja je vizija Preskoka za budućnost trgovine vozilima?

Preskok želi postati mjesto kojemu će se kupci i dobavljači najradije obraćati za kupnju, informacije ili usluge.

Cilj nam je biti vodeća platforma za trgovinu vozilima i tehnologijama potrebnim za brzo i učinkovito poslovanje. Klasične ponude putem e-pošte s površnim opisima vozila i "dopisanim" posredničkim provizijama za nas su već daleka prošlost.

Danas prodavatelj mora pokazati dodanu vrijednost svoje ponude i pružiti kupcu (bilo B2B ili B2C) najbolje prodajno i postprodajno korisničko iskustvo. Kupci traže pouzdane partnere kod kojih na najjednostavniji način mogu pronaći točno ono što traže. Moraju se osjećati sigurno – u smislu pouzdanosti predstavljene ponude i podataka, konkurentnosti cijene, financijske sigurnosti isporuke vozila te postprodajnih usluga.

Globalizirano tržište i razvoj umjetne inteligencije donose promjene, stoga je naš cilj koristiti najnovije tehnologije za optimizaciju internih procesa kako bismo osigurali najbolju korisničku uslugu, brze i točne odluke te kvalitetnu postprodajnu podršku. Očekivani rast prodaje vozila rezultat je naših planova, a očekivanja su visoka.

Preskok je također pokretačka snaga i za druge projekte u našem ekosustavu, gdje kroz viziju primjene najnovijih tehnologija razvijamo rješenja i alate s dodanom vrijednošću.

Gdje vidite mogućnosti za poboljšanje poslovanja trgovaca rabljenim vozilima?

Odgovor zahtijeva šire razumijevanje trgovine vozilima. U posljednjem razdoblju svjedočili smo povijesnom rastu cijena novih vozila, neovisno o vrsti pogona (EV, PHEV, klasični motor). Kupovna moć ne prati ovaj rast, kupci postaju sve zahtjevniji i informiraniji, raste potreba za ulaganjem u digitalizaciju prodaje, na tržište dolaze nove automobilske marke, a za mnoge kupce kratkoročni ili dugoročni najam vozila financijski je isplativija opcija od kupnje. Na ove promjene nemamo izravan utjecaj, ali se na njih možemo pripremiti.

Kada se pogledamo u ogledalo i odgovorimo si na pitanje kako smo dosad radili i jesmo li bili uspješni, važno je postaviti i pitanja kako organizirati posao u budućnosti i **što smo sve spremni učiniti kako bismo zadržali ili poboljšali svoju poziciju na tržištu.**

Prije više od deset godina jedan od tada utjecajnih slovenskih bankara predvidio je veliki val spajanja banaka na slovenskom bankarskom tržištu. Svoju je prognozu temeljio na jednostavnoj činjenici da je slovensko tržište premalo da bi dugoročno omogućilo pojedinačnim manjim igračima prilagodbu na promjene. Ova se prognoza u posljednjim godinama u potpunosti ostvarila, a iz tog primjera možemo mnogo naučiti.

Baš kao što danas velika većina trgovaca rabljenim vozilima koristi vanjske računovodstvene usluge, tako mogu koristiti i druge usluge vanjskih pružatelja, koje su često jeftinije i učinkovitije od vlastitih rješenja. Svaki trgovac vozilima ima ograničeno vrijeme u danu, zbog čega je ključno pravilno odrediti fokus poslovanja. Ključno pitanje je: gdje je taj fokus?

Koliko je nabava važna u poslovanju svakog trgovca?

Usudio bih se reći da je nabava barem jednako važna, ako ne i važnija od prodaje. Mnogi će mi ovdje proturječiti, smatrajući da već imaju pristup aukcijama i da otkupljuju vozila na lokalnom tržištu od krajnjih korisnika. No, ključno je zapitati se kako smo poslovali u prošlosti i što zahtijeva budućnost.

EVO NEKOLIKO PITANJA ZA RAZMIŠLJANJE:

Jeste li ikada prilikom nabave napravili grešku zbog koje vam vozilo sada stoji na parkingu?

Jeste li pomislili da postoji trgovac koji traži upravo takvo vozilo, ali ga (još) ne poznajete?

Pitate li se kako se povezati s grupom trgovaca, proširiti suradnju i ubrzati obrtaj zaliha?

Imate li kupca koji traži određeno vozilo koje nemate na zalihi?

Želite povećati ponudu svoje zalihe, ali nemate dovoljno financijskih sredstava za to?

Jedno od lokalnih rješenja koje odgovara na ove izazove je Trading Hub tvrtke AutoBrief, koji nudi i druge tehničke i prodajne usluge za ostvarenje vašeg plana i optimalno korištenje resursa. Preskok osigurava AutoBriefu jamstvo dobre nabave, realizacije i postprodajne podrške, kao i financijsku i tehnološku potporu.



Kako Preskok zajedno s AutoBriefom pomaže optimizirati nabavne troškove bez kompromisa kvaliteti?

AutoBrief je platforma koja je postala prepoznat regionalni partner za podršku u prodaji vozila, ubrzavanje prodajnih procesa i optimizaciju poslovanja, s više od 300+ aktivnih B2C računa trgovaca vozilima. S druge strane, Preskok je etablirana B2B platforma koja omogućuje optimizaciju zaliha novijih vozila (10.000+ vozila godišnje) i pruža širok doseg nabave, koji dodatno proširujemo kako bismo osigurali vozila prilagođena lokalnim tržištima (Ex YU). Logično je da spojimo sinergije i trgovcima ponudimo sve što im je potrebno u jednom alatu. Zajednički možemo postići više.

Nužno je razumjeti da trošak nabave ne čini samo nabavna cijena robe, već svi troškovi povezani s nabavom te, prije svega, utrošeno vrijeme koje bi se moglo iskoristiti za druge svrhe. Ovaj se trošak može optimizirati alatom koji vam, uz podršku poslovanju, osigurava široku i redovitu ponudu vozila. Na jednostavan i pregledan način pomaže uštedjeti vrijeme i troškove koje ste dosad imali s pretraživanjem ponuda, prikupljanjem podataka, analizom i usporedbom ponuda, uspostavljanjem i održavanjem nabavnih kontakata, procjenom rizika, organizacijom transporta i logistike, financiranjem te unosom zaliha u sustave, a uz to vam u trenu omogućuje pristup vozilima i nabavnim kanalima do kojih možda ranije niste imali pristup.

“ Ako vam alat, uz sve navedeno, za konkurentnu i transparentnu naknadu na jednom mjestu pruža i potrebne te vjerodostojne podatke za brže odluke o kupnji, smatramo da je to izuzetna dodana vrijednost.



Mislite li da je AutoBrief Trading Hub rješenje za manje ili velike trgovce vozilima?

Ne želimo se ograničiti samo na jedan segment trgovaca. Kao što smo već spomenuli, naši postojeći partneri uključuju multinacionalne kompanije, regionalne i lokalne trgovce, koji su za sada uglavnom u inozemstvu gdje ostvarujemo više od 98% prodaje. Za AutoBrief i njihovu mrežu B2C prodavača vozila redovito nadograđujemo rješenje pod nazivom Trading Hub lokalnim specifikacijama i potrebama.

Naš cilj je stvarati uvjete za suradnju koji su u interesu automobilske tržišta u najširem smislu, jer je to jedini ispravan partnerski pristup. Netko želi prodati, netko drugi želi kupiti, a naša je uloga posredovanje na tržištu koje omogućuje profesionalno korisničko iskustvo objema stranama. To iskustvo nije vezano uz veličinu partnera, već svakome otvara dodatne mogućnosti pristupa nabavnim izvorima. U našoj ponudi je u svakom trenutku dostupno najmanje 1.500 vozila te više od 20.000 vozila na zalihama naših partnera.

Kako osiguravate da su poslovni interesi prodavača vozila zaštićeni?

Preskok djeluje kao B2B platforma i ni u kojem segmentu nije konkurencija B2C prodavačima vozila. Odluka o kupnji ili prodaji putem naše platforme uvijek je vaša, a naša je uloga ponuditi vozila i usluge pod konkurentnim uvjetima.

Suradnju ostvarujemo isključivo s partnerima s **provjerenom poslovnom prošlošću, kvalitetnim poslovanjem i odgovarajućom kapitalnom pokrivenošću.**

Preskok uvijek nastupa kao posrednik, a naši financijski rezultati najbolje potvrđuju da smo pouzdan partner.

“ Mi preuzimamo rizik na sebe i stavljamo vam na raspolaganje naše alate i nabavne kanale.

Naša je marža unaprijed poznata i uvjereni smo da je suradnja s nama povoljnija nego da se sami upuštate u nabavne procese.

Svaka industrija ima svoja pravila i poslovnu kulturu. Kod nas je to ključan element partnerstva, koji vam uz tehnološki naprednu korisničku platformu osigurava stručnost, pouzdanost i sigurnost. Svoj ugled izgradili smo i kroz članstvo u međunarodnoj organizaciji koja povezuje preko 500 neovisnih trgovaca vozilima, unutar kojeg smo imenovani ambasadorom za balkansku regiju.



Kroz video oglase do uspješne prodaje

U svijetu automobilizma ključno je prepoznati i iskoristiti prilike koje donosi digitalizacija. **RAAC Automobili**, poduzeće u vlasništvu Branka i Jureta, svojom inovativnom strategijom oglašavanja uz **Phyron video oglase** i automatizaciju putem AutoBriefa postigli su iznimne rezultate i povećali prodaju.

O poduzeću RAAC

RAAC Automobili fokusira se na prodaju kvalitetnih rabljenih vozila. Njihova filozofija temelji se na uvjerenju da svaki kupac zaslužuje najbolje. Branko i Jure nastoje nadmašiti očekivanja kupaca te osigurati transparentan i pouzdan proces kupnje automobila.



Digitalno oglašavanje i virtualni salon

RAAC Automobili odlučili su se za digitalno oglašavanje i virtualni salon jer vjeruju da je budućnost u aktivnom pristupu prema kupcima. Korištenjem **Phyron video oglasa**, svoja vozila mogu predstaviti na način koji privlači pozornost potencijalnih kupaca. Umjesto čekanja da ih kupci sami pronađu, sada oglašavaju aktivno, što povećava njihovu vidljivost na internetu.

Phyron AI video oglasi

Švedska tvrtka Phyron, u suradnji s AutoBriefom, nudi inovativno rješenje za stvaranje video oglasa temeljenih na umjetnoj inteligenciji. Sustav automatski generira profesionalne video oglase za

svako odabrano vozilo koristeći fotografije vozila, detaljne informacije iz AutoBrief sustava i vaše kontakt podatke.

Video oglasi optimizirani su za objave na društvenim mrežama, što povećava vidljivost vaših vozila. Phyronova umjetna inteligencija osigurava da svoja vozila oglašavate ciljnim kupcima na atraktivan način, potičući ih na posjet vašem salonu.

Video oglasi sadrže sve ključne informacije o vozilu te profesionalno uređene fotografije, što kupcima omogućuje jasnu i privlačnu prezentaciju vozila. Najbolje od svega – za izradu ovih oglasa ne trebate dodatni rad. Umjetna inteligencija brine o svemu, a vi se možete posvetiti svom poslovanju.

Utjecaj Phyron video oglasa na prodaju tvrtke RAAC

Od uvođenja Phyron video oglasa, tvrtka RAAC Automobili zabilježila je značajan porast interesa kupaca. Tisuće ljudi mjesečno pregledavaju video prezentacije vozila, što donosi:

- + **10-struko povećanje broja poziva** zainteresiranih kupaca.
- + **Dvostruko više upita za testne vožnje.**
- + **Brže odluke:** Kupci koji pogledaju video dolaze u salon bolje pripremljeni za kupnju.

Statistike pokazuju da više od **50% kupaca** koji pogledaju video oglas i ostave svoj kontakt, na kraju i kupe vozilo.



AutoBrief automatizacija

Učinkovitost Phyron video oglasa dodatno je povećana uporabom AutoBriefa, koji omogućuje jednostavnu i brzu pripremu video sadržaja.

Kako funkcionira?

Jednostavna priprema: Priprema video oglasa zahtijeva samo nekoliko klikova unutar AutoBrief platforme, jer su svi podaci i slike vozila već pohranjeni u sustavu.

Automatizacija: Integracija s Phyronom automatski generira video oglase i distribuira ih putem Facebook kataloga na različite kanale, poput Instagrama i Facebooka, čime se minimizira potreba za ručnim objavljivanjem.

Ušteda vremena: Automatizacija procesa omogućuje RAAC Automobilima da više vremena posvete ključnim aktivnostima, poput nabave i prodaje.

Održivi uspjeh

RAAC Automobili su uz Phyron video oglase i AutoBrief transformirali svoj pristup oglašavanju i prodaji. Njihov uspjeh potvrđuje da se digitalno oglašavanje i inovativne tehnologije mogu spojiti u snažnog saveznika trgovaca vozilima, pridonoseći povećanju prodaje i zadovoljstvu kupaca.

S dosljednim i aktivnim pristupom prema kupcima, RAAC Automobili dokazali su da povjerenje i kvaliteta mogu voditi prema održivom uspjehu.

Kako Motive Service stvara dodanu vrijednost za trgovce i kupce rabljenih vozila

Tržište rabljenih vozila izrazito je dinamično i nepredvidivo. Kupci i trgovci stoga se suočavaju s brojnim izazovima i pitanjima prije kupnje. Istraživanje koje je proveo Valicon u suradnji s AutoBriefom otkriva da čak **70% kupaca** koji planiraju kupnju vozila u narednim mjesecima smatra jamstva ključnim elementom kupnje. Ovaj podatak jasno pokazuje da su jamstva neizostavni dio ponude za svakog trgovca vozilima.

Jamstva ne samo da pružaju dodatnu sigurnost kupcu, već trgovcima omogućuju povećanje povjerenja svojih klijenata i diferencijaciju od konkurencije.

Kako uvjeriti kupca u kupnju jamstva?

1. Istaknite financijsku sigurnost

Objasnite kupcima kako jamstvo predstavlja financijsku zaštitu od nepredviđenih troškova popravka. Naglasite da već jedan veći kvar može koštati više od cijelog jamstva.

2. Opišite praktične koristi

Spomenite uključene usluge, poput pomoći na cesti i besplatnog prijevoza vozila. Primjer: „U slučaju problema na putu, s jamstvom odmah dobivate brzu pomoć bez dodatnih troškova.“

3. Prilagodite ponudu vozilu

Na temelju povijesti vozila i njegovih karakteristika predložite odgovarajući paket jamstva. Ovo pokazuje kupcima da nudite personalizirano rješenje.

4. Koristite pozitivne primjere iz prakse

Podijelite priče zadovoljnih kupaca koji su imali koristi od Motive Service jamstva. Realni primjeri povećavaju povjerenje kupaca.

5. Ponudite paketno rješenje

Uključite jamstvo u cijenu vozila ili ponudite popust na jamstvo prilikom kupnje vozila. Kupci će lakše prihvatiti takvu vrijednosnu ponudu.

Prednosti Motive Service jamstava

POMOĆ NA CESTI 24/7

Kupci koji koriste Motive Service jamstva imaju pristup pomoći na cesti 24 sata dnevno, 365 dana u godini, uz uključen besplatan prijevoz vozila do 35 kilometara. Ova usluga povećava povjerenje u proizvod i vjerojatnost da će kupci prihvatiti ponudu jamstva.

PRILAGODLJIVI PAKETI JAMSTAVA

Motive Service nudi pet različitih paketa jamstava koji pokrivaju vozila do 14 godina starosti i do 250.000 prijeđenih kilometara. Paketi su prilagodljivi potrebama kupaca i opsegu pokrivanja, što trgovcima omogućuje pružanje optimalnih rješenja za svakog kupca.

TRANSPARENTNOST I ARHIVIRANJE DOKUMENATA

Integracijom platforme AutoBrief s Motive Service jamstvima, trgovci imaju potpuni pregled nad svim izdanim jamstvima putem digitalnog arhiva, dostupnog bilo kada i bilo gdje. Digitalizirani postupak izdavanja jamstava kroz AutoBrief povećava transparentnost i povjerenje kupaca.

BRZO I JEDNOSTAVNO IZDAVANJE JAMSTAVA

S integracijom Motive Service u AutoBrief platformu, proces izdavanja jamstava potpuno je digitaliziran. U samo nekoliko klikova trgovci mogu:

- odabrati odgovarajući paket jamstva prema starosti i prijeđenim kilometrima vozila,
- automatski ispuniti podatke o kupcu i vozilu,
- izdati jamstvo bez papira, s uključenim svim potrebnim podacima.

Ovaj proces trgovcima štedi vrijeme, smanjuje mogućnost pogrešaka i omogućuje im veću usredotočenost na rad s kupcima.



Digitalizirano izdavanje jamstava, prilagodljivi paketi i dodatne usluge poput pomoći na cesti ključni su faktori koji kupcima pružaju osjećaj sigurnosti i povjerenja. Trgovci imaju na raspolaganju sve potrebne alate za uspješnu prodaju jamstava i poboljšanje korisničkog iskustva.



Kako pripremiti dobre oglase?

Suvremeno je oglašavanje dinamično i puno prilika, posebno za trgovce vozilima koji žele najučinkovitije doprijeti do svojih kupaca. Dobre oglasne kampanje ne samo da privlače pažnju, već i potiču potencijalne kupce na upit ili kupnju vozila. Svjesni činjenice da je teško pratiti trendove u oglašavanju, donosimo Vam nekoliko najboljih praksi za pripremu kvalitetnih oglasa.

Osnovne smjernice za svaki oglas – početak uspjeha

Bez obzira na to gdje oglašavate, ključ za uspješan oglas je slijediti osnovne smjernice:

JASNA PORUKA

Koristite privlačan naslov koji odmah privlači pažnju, primjerice: „Pronađite svoj automobil iz snova već danas!“

VIDEO SADRŽAJ

Ako imate mogućnost, koristite video sadržaj jer privlači širu publiku više nego drugi formati. U tome vam može pomoći alat **Phyron** koji za cijelu vašu zalihu u nekoliko minuta generira atraktivne video oglase za vaše kupce.

POZIV NA AKCIJU (CTA)

Jasno recite što želite da korisnik učini – primjerice, „Kontaktirajte nas odmah“ ili „Pogledajte našu ponudu“ te dodajte poveznicu koja vodi do vaše internetske stranice ili ponude.

Razmislite o kupovnom putu kupca

Prilikom planiranja oglašavanja prvo se zapitajte gdje se nalaze vaši kupci. Današnji kupci najveći dio istraživanja obavljaju online. Kako biste doprli do njih, važno je da se vaši oglasi prikazuju na što više online portala i društvenih mreža čime ćete osigurati da vas pronađu.

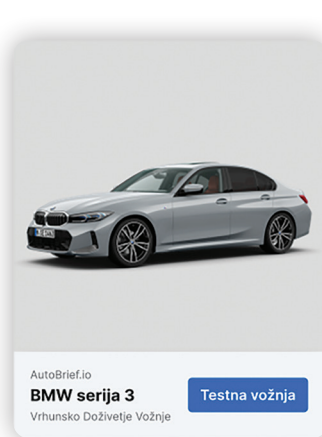
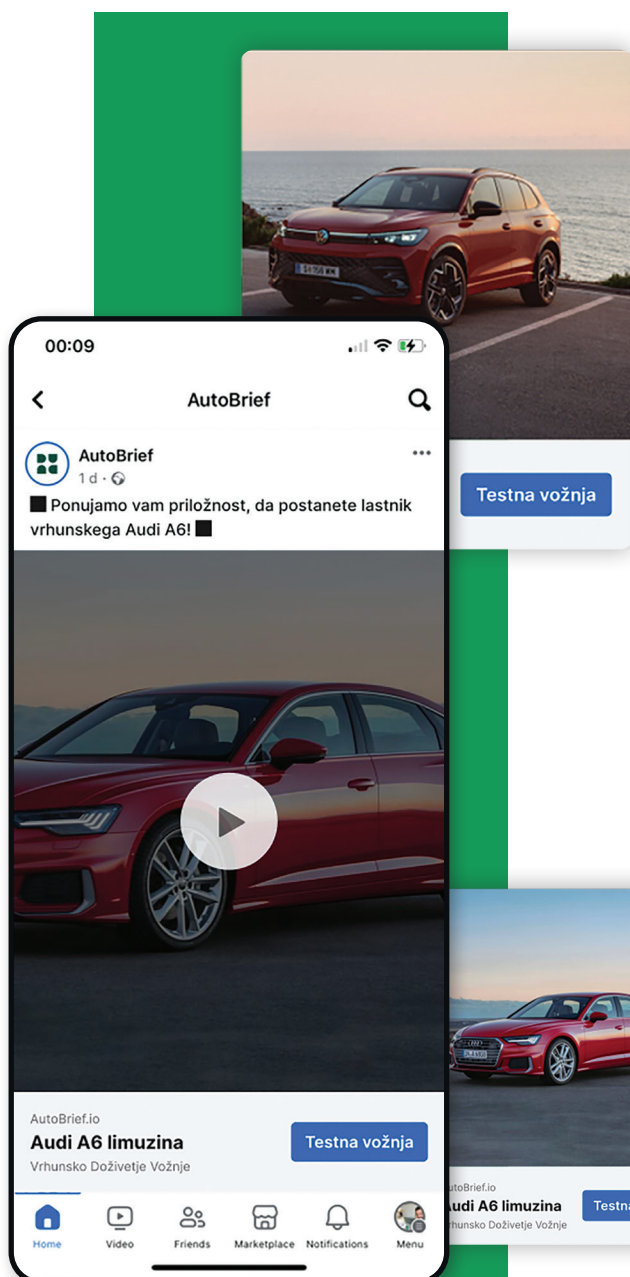
U tome Vam može pomoći **AutoBrief**, koji omogućuje direktnu objavu oglasa na Facebooku te automatsko prikazivanje oglasa putem Facebook kataloga prilagođenih kupcima zainteresiranim za vozila. **Integracija s Doberavto.si, Njuškalo i Shopaj24** omogućuje da svoje oglase objavite na ovim portalima u samo nekoliko sekundi.

Gdje vodite kupca?

Najvažniji dio svakog oglasa je korisničko iskustvo potencijalnog kupca ima nakon što vidi vaš oglas. Ako mu je oglas privlačan, kliknut će na njega i posjetiti vašu internetsku stranicu – a tamo tek počinje korisničko iskustvo.

Pobrinite se da kupac bude zadovoljan onim što vidi. Vaša vozila trebaju biti predstavljena na atraktivan način s jasno prikazanim podacima koji zanimaju kupca. Fotografije moraju biti profesionalne, a zanimljiv i jasan video dodatno će privući pažnju.

Jedna od najčešćih grešaka trgovaca vozilima je nesinkronizirana zaloha na internetskoj stranici sa stvarnim stanjem zaloha. Stoga uvijek provjerite je li katalog ažuriran, prikazuje li samo dostupna vozila s točnim cijenama te odgovaraju li opisi stvarnom stanju vozila.



Neka vaša vozila budu tamo gdje su vaši kupci

U svijetu marketinških aktivnosti u automobilskoj industriji, digitalizacija je postala ključni čimbenik uspjeha. Prodavači vozila suočavaju se s izazovima kako učinkovito doprijeti do potencijalnih kupaca tamo gdje oni provode najviše vremena – online. Upravo zato, u našem časopisu predstavljamo rješenja koja omogućuju automatizaciju oglašavanja, poboljšavaju korisničko iskustvo i povećavaju prodajne rezultate.

Automatizirano online oglašavanje

Suvremeni trgovci vozila sada lako proširuju svoj doseg uz digitalne alate putem različitih kanala, poput online portala i društvenih mreža. Platforme poput **AutoBriefa** omogućuju automatsku objavu vozila na portalima kao što su **DoberAvto**, **Njuškalo** i **Shopaj24**, štedeći dragocjeno vrijeme i resurse. Jednostavnim prijenosom podataka u **Facebook katalog** ili na **virtualni salon (vašu internetsku stranicu)**, ponude se prilagođavaju potrebama kupaca bez dodatnog rada.

Tri povezane mogućnosti koje AutoBrief omogućuje u nekoliko klikova:

OGLAŠAVANJE VAŠIH VOZILA

Neka vaša vozila budu vidljiva kupcima tamo gdje provode najviše vremena – na oglasnim portalima i društvenim mrežama. Putem AutoBrief platforme možete u samo nekoliko klikova objaviti oglas na **DoberAvto** te na hrvatskim portalima **Njuškalo**, **Index.hr** i **Shopaj24**. Svoju zalihi također možete jednostavno predstaviti putem **Facebook kataloga**.

ISTAKNITE SVOJA VOZILA VIDEO OGLASIMA

Umjetna inteligencija omogućuje brzu i ekonomičnu izradu video oglasa putem tehnologija poput **Phyrona**. Dokazano je da video sadržaji ubrzavaju prodaju i povećavaju interes kupaca. Sve to dostupno je kroz AutoBrief platformu.

VIRTUALNI SALON

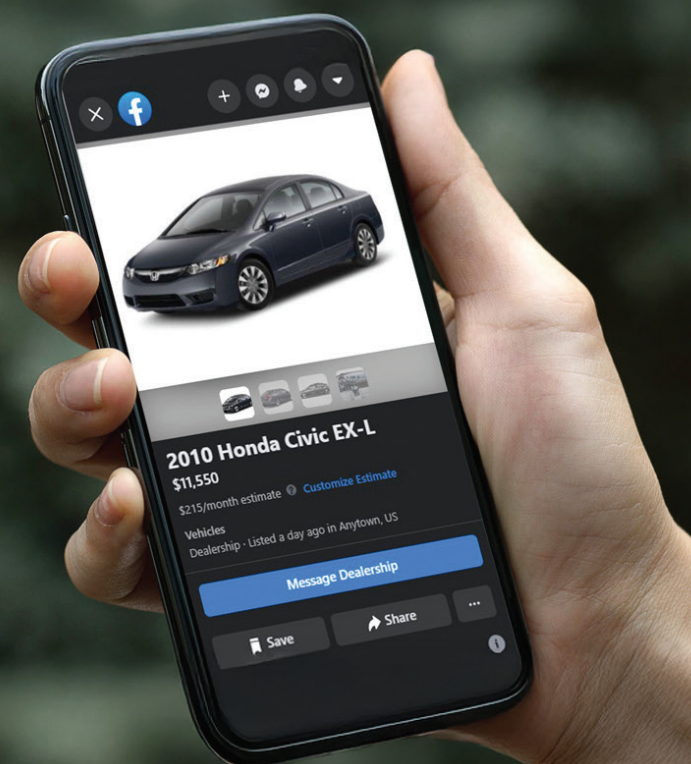
Omogućuje trgovcima ne samo predstavljanje svojih vozila već i prikupljanje kontakt podataka potencijalnih kupaca na potpuno nov način. Ova funkcionalnost ključna je za povećanje konverzija i poboljšanje rezultata jer kupci uvijek imaju pristup ažuriranim podacima o vašoj zalihi, predstavljenima na privlačan način.

Poboljšanje korisničkog iskustva

Digitalizacija donosi personaliziraniji pristup kupcima. Pregledna i ažurirana internetska stranica, povezanost s društvenim mrežama te mogućnost brzog financiranja samo su neki od načina na koje prodavači mogu poboljšati iskustvo kupnje.

Mjerljivi rezultati i dugoročan rast

Jedna od najvećih prednosti digitalizacije oglašavanja je mogućnost preciznog mjerenja rezultata. Digitalne platforme omogućuju analizu podataka o ponašanju kupaca, što pomaže prodavačima u kreiranju učinkovitijih strategija. Dugoročan rast prodaje dodatno se podupire dosljednom online prisutnošću i optimizacijom oglašivačkih budžeta.



Doprite do kupaca tamo gdje se nalaze

Danas je nemoguće izbjeći društvene mreže – na njima provodimo veliki dio svoga vremena. Upravo zato je važno oglašavati tamo gdje su vaši kupci. **Facebook katalog za automobilske oglase** izvrstan je primjer tehnologije koja omogućuje preciznije ciljanje potencijalnih kupaca i jednostavniju interakciju s prodavačima vozila.

Putem Facebook kataloga trgovci vozila mogu omogućiti personalizirano predstavljanje svoje zalihe ciljnim kupcima. Uz pomoć **Meta Pixel** alata, koji bilježi ponašanje korisnika na internetskoj stranici, oglasi se prilagođavaju specifičnim interesima korisnika, čime se znatno povećavaju šanse za konverziju.

Ne gubite vrijeme – neka AI pripremi tekst za Facebook

Pisanje teksta za svako vozilo posebno može biti vrlo vremenski zahtjevno. Zato smo kroz **AutoBrief** razvili rješenje upravo za ovaj problem – u samo nekoliko sekundi moguće je generirati tekst o vozilu koje želite direktno objaviti na Facebooku. Ova nova funkcionalnost koristi podatke o vozilu unesene u AutoBrief i najbolje marketinške prakse koje poznaje umjetna inteligencija.

Ako u AutoBriefu odaberete opciju **Digitalno oglašavanje** i kliknete na **Direktna objava na Facebook – objavi s AI**, umjetna inteligencija će na temelju karakteristika vašeg vozila pripremiti tekst. Uz samo jedan klik na opciju **Kopirajte opis i preusmjerite na Facebook**, možete ga u sekundi prenijeti na najveću društvenu mrežu na svijetu. Ako niste zadovoljni pripremljenim opisom, možete generirati novi tekst klikom na **Napravite novi opis**.

Budućnost automobilskeg marketinga

Sve što smo prethodno spomenuli ima jednu zajedničku točku: digitalni alati ne samo da automatiziraju procese, već i transformiraju način na koji prodavači vozila komuniciraju s kupcima. Tehnologije poput napredne analitike, video sadržaja, Facebook kataloga i virtualnih salona osiguravaju da su trgovci spremni za promjenjive kupovne navike svojih klijenata.

U budućnosti neće biti važno samo kako dosegnuti do kupaca, već i kako im ponuditi iznimno korisničko iskustvo. U našem časopisu želimo potaknuti trgovce da iskoriste snagu digitalne transformacije i tako osiguraju dugoročan uspjeh u ovoj konkurentnoj industriji.

Kako doprijeti do kupaca čak i kada ne radite? Uz internetsku stranicu

Čak i kada ne radite, možete osigurati da vaši kupci obraćaju pažnju na vozila iz vaše ponude. Kako? Počnite s internetskom stranicom. U današnjem digitalnom dobu posjedovanje internetske stranice za vaše poslovanje s vozilima nije samo prednost, već i nužnost. Online prisutnost ne samo da povećava vašu prodaju, već poboljšava transparentnost poslovanja i omogućuje vašim kupcima pristup vašim vozilima 24/7. Osim toga, internetska stranica je ključni stup vaših marketinških aktivnosti.

Povećanje prodaje vozila

Internetska stranica djeluje kao vaša virtualna trgovina, gdje potencijalni kupci mogu u bilo kojem trenutku pregledavati vašu ponudu. Podaci pokazuju da sve više ljudi istražuje i uspoređuje vozila online prije nego što se odluče na kupnju. Ako nemate internetsku stranicu, propuštate priliku za doseganje tih potencijalnih kupaca.

S privlačnom i korisnički prilagođenom internetskom stranicom možete:

- Prikazati cijelu ponudu vozila s detaljnim opisima, fotografijama i videozapisima.
- Ponuditi posebne akcije i popuste koji će privući više posjetitelja.
- Koristiti alate koji omogućuju automatsko osvježavanje vaših vozila na internetskoj stranici.



Podaci dostupni kupcima jednim klikom

Kupci cijene jednostavnost. Pravilno organizirana internetska stranica omogućuje vam:

- Objavljanje detaljnih informacija o svakom vozilu, uključujući povijest, specifikacije i cijene, čime smanjujete mogućnost da kupci odaberu konkurenciju.
- Dijeljenje recenzija i mišljenja zadovoljnih kupaca, što povećava povjerenje u vaše poslovanje i daje novim kupcima osjećaj sigurnosti.
- Pružanje transparentnih uvjeta financiranja i drugih ključnih informacija.

Vaš salon radi 24/7 uz internetsku stranicu

Jedna od najvećih prednosti internetske stranice je ta što je vaša trgovina stalno otvorena. Kupci mogu pregledavati vaša vozila u bilo kojem trenutku, čak i izvan radnog vremena. To je posebno važno u današnjem užurbanom tempu života, gdje kupci imaju različite rasporede.

Internetska stranica omogućuje vašim kupcima:

- Pregledavanje vaše ponude vozila bilo kada i bilo gdje.
- Slanje upita i rezervacija, čak i kada vi niste osobno dostupni.
- Pristup svim ključnim informacijama potrebnim za donošenje odluke o kupnji.

Poboljšana komunikacija s kupcima

Internetska stranica omogućuje bržu i kvalitetniju komunikaciju s kupcima. Možete uključiti:

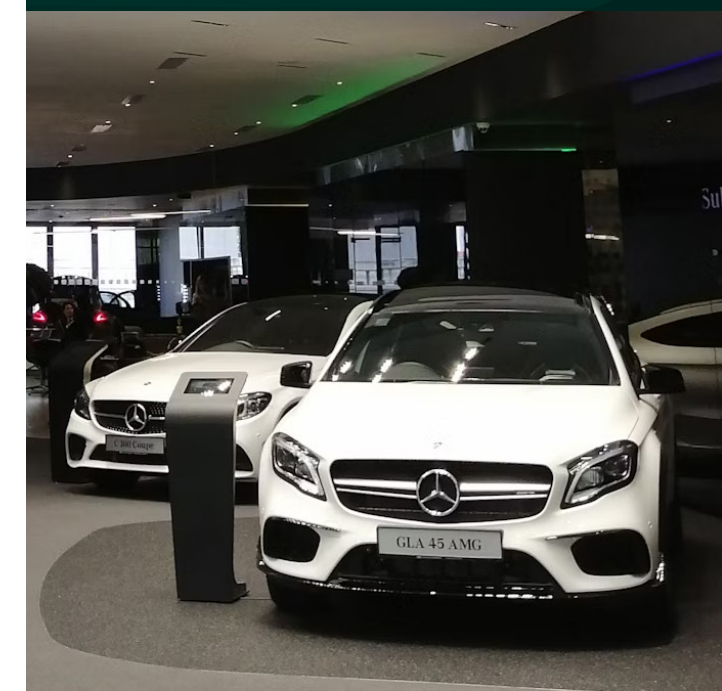
- Kontak obrasce za jednostavno slanje upita, čime prikupljate podatke o potencijalnim kupcima.
- Novosti i blog objave s korisnim savjetima i vijestima iz automobilske industrije, čime poboljšavate poziciju na tražilicama.

Internetska stranica kao stup oglašavanja

Internetska stranica je prvi korak u svijetu oglašavanja. Kvalitetnim oglasima na različitim kanalima i portalima privući ćete kupce na svoju internetsku stranicu, gdje će oni pretraživati vaša vozila umjesto ponude konkurencije.

Osim toga, internetska stranica omogućuje implementaciju analitike, pomoću koje možete saznati koja vozila najviše zanimaju vaše kupce. Posjetitelje svoje stranice možete dodatno privući prilagođenim obrascima za promocije, pomoću kojih će ostaviti svoje kontakte.

Investicija u internetsku stranicu jamči novi krug potencijalnih kupaca, koje možete privući svojom ponudom. Ovo ulaganje jedna je od najboljih odluka koje možete donijeti za svoje poslovanje s vozilima i ključan je korak za doseganje kupaca koji fizički ne posjećuju vaš salon.



Jamstva smanjuju nesigurnost pri kupnji vozila

Pružanje produženih jamstava za rabljena i nova vozila smanjuje nesigurnost i strah krajnjih potrošača zbog rastućih cijena. To potvrđuje 67% prodavača vozila u nedavnom istraživanju tvrtke Puls Marktforschung.

Krajem 2024. godine, spomenuti institut proveo je detaljno istraživanje među 300 prodavača vozila i više od 1.000 krajnjih kupaca o trenutnom stanju na tržištu prodaje vozila, brigama kupaca i mogućim rješenjima. Podaci se odnose na njemačko automobilsko tržište, ali su trendovi usporedivi s onima u Sloveniji.

Brige kupaca: troškovi i stanje gospodarstva

Rastuće cijene, inflacija, nestabilne gospodarske prilike i međunarodni sukobi uzrokuju nesigurnost među potencijalnim kupcima vozila. Čak 65% prodavača vozila smatra da te brige značajno utječu na kupovne planove njihovih kupaca. **Također, lojalnost kupaca opada – 60% anketiranih trgovaca primjećuje smanjenje lojalnosti u segmentu servisnih usluga, prvenstveno zbog rasta cijena.**

Troškovi servisnih usluga znatno su porasli, trend će se nastaviti

Troškovi popravaka već godinama rastu. Prema istraživanju, 86% prodavača vozila koji posjeduju servisne radionice navode da su se troškovi rada u posljednje dvije godine povećali. U prosjeku su cijene za usporedive servisne usluge i popravke porasle za 19%.

Zbog inflacije i povećanja plaća, satnice u radionicama porasle su za 16% u posljednje dvije godine za više od tri četvrtine ispitanih tvrtki. Sličan trend primjećuje se i kod cijena rezervnih dijelova. Gotovo tri četvrtine stručnjaka za automobilsku industriju predviđa daljnji rast troškova servisnih usluga od 11% u sljedeće dvije godine.

Jamstva potiču povjerenje

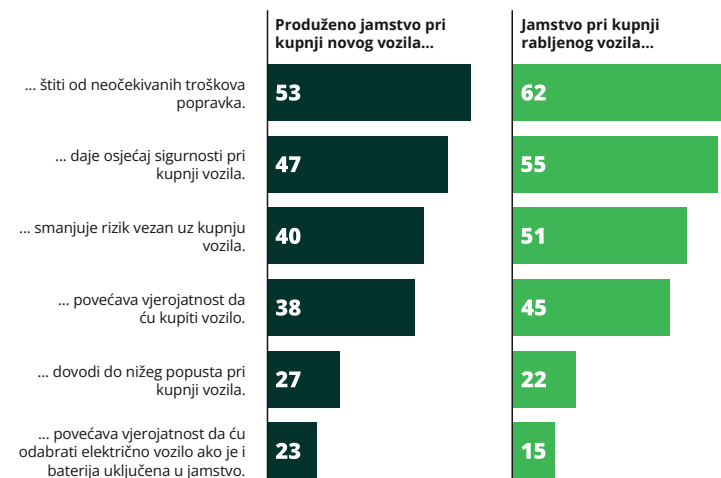
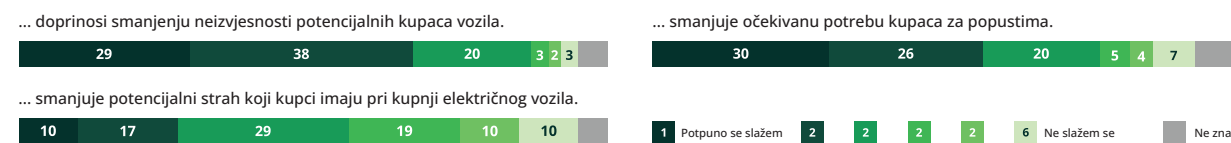
Rezultati istraživanja jasno pokazuju da prodavači mogu ponudom jamstava ublažiti nesigurnost krajnjih potrošača. Konrad Wessner, generalni direktor Puls Marktforschung GmbH, navodi: **„Naše istraživanje pokazuje da 67% prodavača vjeruje kako produžena jamstva pomažu u smanjenju nesigurnosti kod potencijalnih kupaca vozila.**

Osim toga, jamstva smanjuju nesigurnost pri kupnji električnih automobila (56%) i očekivanja kupaca vezana za daljnje troškove vozila (27%). Konkretno, produžena jamstva u segmentu novih vozila gotovo su jednako važna kao popusti, dok su u segmentu rabljenih vozila čak još značajnija.

Prema našim rezultatima, jamstva postaju sve važniji faktor povjerenja i ključni alat za povećanje prodaje u vrijeme rastućih troškova servisiranja.“

Dvije trećine trgovaca smatra da jamstva smanjuju nesigurnost kupaca

Novo vozilo s produženim jamstvom / Rabljeno vozilo s jamstvom...



Jamstva povećavaju lojalnost kupaca

Jamstva su također provjeren alat za jačanje lojalnosti kupaca prema tvrtki. Kupci osobito cijene zaštitu od nepredviđenih troškova popravaka i osjećaj sigurnosti koji im jamstva pružaju. Svaki čimbenik koji smanjuje rizik od daljnjih troškova nakon kupnje povećava vjerojatnost da će kupci odabrati trgovca koji nudi jamstva.

Dr. Marcus Söldner, izvršni direktor CG Car-Garantie Versicherungs-AG, ističe:

„Rastući troškovi vozila, gospodarska nesigurnost i pad lojalnosti prema servisima – jamstva su učinkovit način za rješavanje ovih izazova. Ona olakšavaju prodaju vozila, jačaju vezu između kupca i trgovca te štite kupce od daljnjih troškova. Time ne samo da olakšavaju odluku o kupnji, već i poboljšavaju prodajne rezultate trgovca koji ih nude.“

CarGarantie: lider u jamstvima i pokrću troškova popravaka

S više od 50 godina iskustva, približno 330 milijuna eura godišnjeg prihoda od premija i s prisutnošću u 19 država, CG Car-Garantie Versicherungs-AG jedan je od vodećih specijalista za jamstva i pokrća troškova popravaka u Europi. Više od 40 proizvođača/uvoznika i preko 23.000 specijaliziranih trgovaca vjeruje visokokvalitetnim uslugama CarGarantie. Kao pouzdan partner težimo stabilnosti i dugoročnom uspjehu.



Korisnička služba

+385 1 788 89 00
info@cargarantie.hr

Prodajni zastupnik
Filip Racic

+385 91 4787 048
filip.racic@cargarantie.com

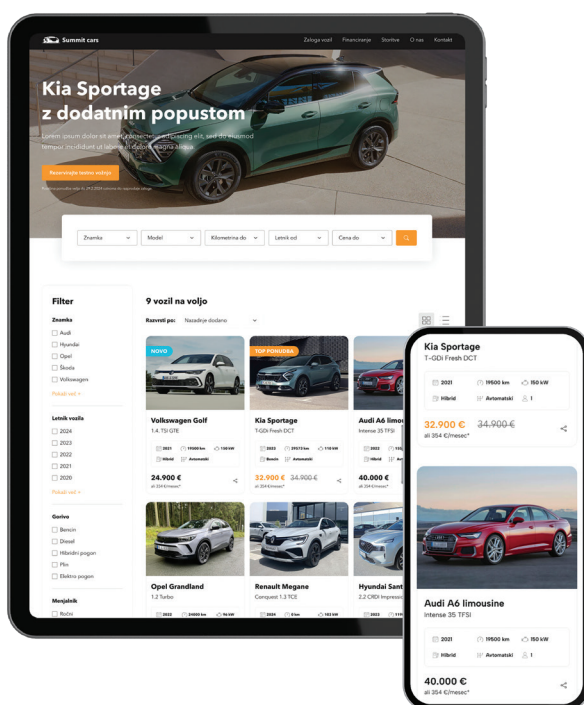


Novi i još funkcionalniji Virtualni salon

Virtualni salon osmišljen je kako bi trgovcima vozilima uštedio vrijeme, povećao broj pregleda i, posljedično, prodajnih rezultata. Pod nazivom **Virtualni salon** krije se poveznica između Vašeg sustava za upravljanje zalihama i web stranice s jedne strane te oglašavanja s druge strane. Što donosi nadogradnja?

Tri prednosti Virtualnog salona:

- Integrirani sustav:**
S nekoliko klikova uredite vozilo u AutoBriefu i odmah ga objavite na web stranici.
- Administracija na jednom mjestu:**
Automatizirano upravljanje zalihama, troškovima, podacima i slikama olakšava rad.
- Precizne informacije:**
Dobivate uvid u to što potencijalni kupci pregledavaju, možete poboljšati odluke i dobiti direktne kontaktne podatke zainteresiranih kupaca.



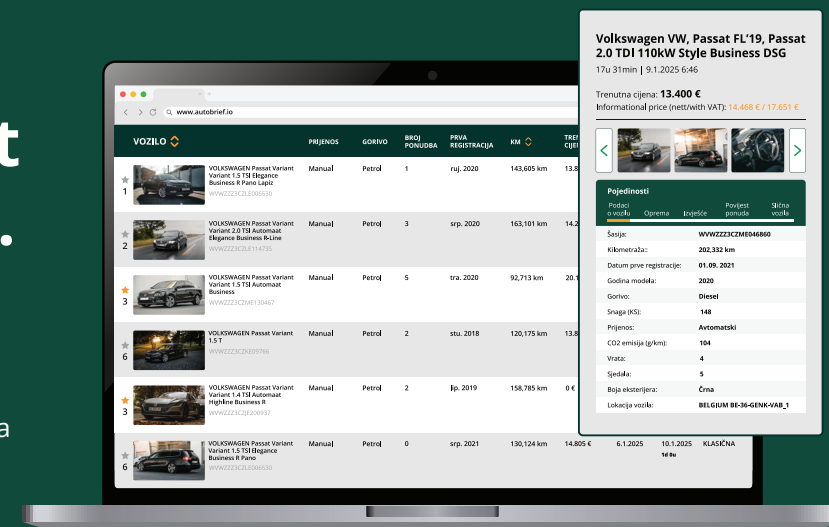
ŠTO DONOSI NOVA VERZIJA?

- Verzija dva donosi ljepši, pregledniji i atraktivniji izgled cjelokupne zalihe vozila i pojedinačnih vozila.
- Podaci o vozilu sada su bolje strukturirani, dodane su ikone kako bi kupci što brže dobili najvažnije informacije.
- Ažurirana je upotreba filtera, a vozila sada imaju dodatne oznake: NOVO i TOP PONUDA.
- Kupci mogu preuzeti dokument s izvještajem o vozilu u zamjenu za svoju e-mail adresu.
- Poboljšan i vizualno optimiziran lead generation obrazac za bolju konverziju potencijalnih kupaca.

Digitalni paket po vašoj mjeri.

Akcija traje do **31. 3. 2025**

Akcija je namijenjena svim korisnicima koji još nisu koristili Virtualni Salon.



STANDARD	PRO	STANDARD+
<p>€1579⁴⁶</p> <p>€ 1079</p>	<p>NAJBOLJ IZBRANO</p> <p>€3179⁴⁶</p> <p>€ 1680</p>	<p>€2639⁴⁶</p> <p>€ 1740</p>
AutoBrief STARTER	AutoBrief PRO	AutoBrief STARTER
Web stranica	Web stranica PLUS	Web stranica PLUS
Web hosting	Web hosting	Web hosting
Virtualni salon	Virtualni salon	Virtualni salon
Godišnje plaćanje	Godišnje plaćanje	Godišnje plaćanje

Godišnja cijena nakon prve godine: AutoBrief STARTER: 539,46 € – AutoBrief PRO: 1079,46 € – Virtualni salon: 360 €. Održavanje i hosting web stranice STANDARD: 180 € – Održavanje i hosting web stranice PLUS: 240 €

Pridružite se i **sudjelujte u oblikovanju
budućnosti automobilskego sustava.**



Započnite
BESPLATNO



www.autobrief.io

Jedna platforma za:

**Nabavu i trgovinu,
Upravljanje zalihama, Oglašavanje,
Prodaju, Analizu poslovanja**