



1 grudnia 2021

Plany, wyzwania i osiągnięcia: Volkswagen nabiera tempa w zakresie elektromobilności w Polsce

- „Zgodnie z naszą strategią, zwracanie uwagi na względy środowiskowe – szczególnie związane z dążeniem do osiągnięcia neutralności węglowej – leży u podstaw każdej podejmowanej przez nas aktywności” – dyrektor marki Volkswagen, Łukasz Zadworny
- „Cenimy sobie wysoką jakość usług, które świadczone są w salonach Volkswagena. O tej jakości świadczą nie tylko nasze wewnętrzne parametry pomiarowe, ale także niedawne zwycięstwo marki w „Wielkim Teście Salonów” – dyrektor działu rozwoju sieci dealerskiej Volkswagena, Tomasz Piasny
- „Dysponujemy użytecznym narzędziem do oceny zarówno optymalnych napędów, jak i innych aspektów potencjalnej elektryfikacji floty” – kierownik sprzedaży flotowej Volkswagena, Marcin Paciorek

Podczas wirtualnej konferencji „Volkswagen Media Day”, przedstawiciele marki oraz zaproszeni goście przedstawili szereg informacji, związanych z wieloma obszarami działalności Volkswagena w Polsce. W dyskusjach podzielonych na trzy moduły tematyczne, udział wzięli m.in. Łukasz Zadworny, dyrektor marki Volkswagen oraz Tomasz Jędrusik, przedstawiciel spółki TAURON Nowe Technologie, która użytkuje liczącą 10 samochodów flotę w pełni elektrycznych modeli ID.3.

Marka Volkswagen podzieliła się z mediami informacjami obejmującymi m.in.: plany rozwoju na płaszczyźnie elektromobilności, współpracę z siecią dealerską, działania skierowane do klientów flotowych oraz projekt badawczy, prowadzony we współpracy z InsightOut Lab.

Świetne rezultaty w wymagających okolicznościach

Gospodarzami pierwszej części Volkswagen Media Day byli: dyrektor marki Łukasz Zadworny oraz Tomasz Piasny, dyrektor działu rozwoju sieci dealerskiej Volkswagena.

„Z całą pewnością obecna sytuacja związana z kryzysem na rynku półprzewodników w znacznym stopniu utrudnia nam zaspokajanie potrzeb klientów oraz realizowanie naszych założeń biznesowych. Chciałbym zacząć od podziękowania za tytaniczną pracę, wykonywaną w naszych salonach dealerskich w dobie tych trudności. Bardzo dziękuję także za cierpliwość i zrozumienie naszym klientom, zapewniam, że robimy co w naszej mocy, aby przekazywać jak najczęściej dobre informacje na temat dostępności naszych samochodów” – zaznaczył Łukasz Zadworny.

Pomimo wymagających okoliczności, w strukturze sprzedaży marki Volkswagen można zaobserwować pozytywne trendy w zakresie elektromobilności. Jak podkreślił Łukasz Zadworny – „Wyniki sprzedaży po trzecim kwartale pozwoliły nam plasować się na drugim miejscu w Polsce w rankingu rejestracji aut elektrycznych, po marce Tesla. Modele ID.3 i ID.4 spotkały się z dużym zainteresowaniem”. Podczas wideokonferencji, Volkswagen przedstawił m.in. średnie ceny obu modeli ID., których egzemplarze trafiają do klientów w Polsce oraz dane dotyczące kwoty, które (w uśrednieniu) klienci dopłacają poprzez dobranie opcjonalnych elementów wyposażenia do obu modeli ID.

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



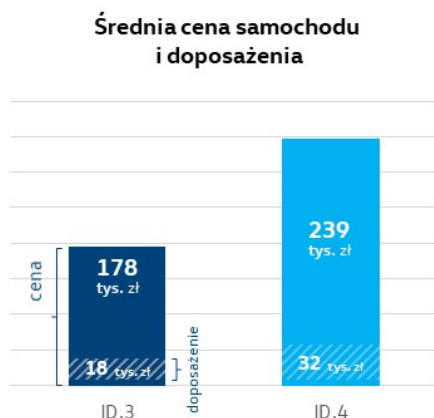
Więcej informacji:

www.vw-press.pl





Sprzedaż modeli ID. pokazuje że klienci chętnie doposażają nasze auta w nowe technologie



Źródło: wewnętrzne dane VW dla samochodów z roku modelowego 2022



W swoim wystąpieniu Łukasz Zadworny nawiązał także do nadchodzących premier rynkowych nowych modeli: T-Roc, Taigo i ID.5. Każdy z tych nowych modeli zadebiutuje w Polsce w przyszłym roku. „ID.5 daje nam kolejne nowości i kolejne nowe rozwiązania technologiczne. W tym samochodzie zadebiutuje zaktualizowany system Travel Assist z funkcją samodzielną zmiany pasa po włączeniu kierunkowskazu oraz inteligentny układ automatycznego parkowania Park Assist Plus. Jeśli go wcześniej tego nauczymy, będzie parkował samochód pod domem czy biurem dokładnie tak, jak sobie życzymy” – zaznaczył Łukasz Zadworny, jednocześnie zwracając uwagę na znaczenie strategii „Way to Zero” marki Volkswagen. „Co istotne, ID.5 to samochód produkowany z neutralnym bilansem węglowym. Zgodnie z naszą strategią, zwracanie uwagi na względy środowiskowe – szczególnie związane z dążeniem do osiągnięcia neutralności węglowej – leży u podstaw każdej podejmowanej przez nas aktywności. Cała marka Volkswagen zamierza osiągnąć neutralność węglową najpóźniej do 2050 roku, a za kilkanaście lat przestaniemy sprzedawać nowe samochody spalinowe w Europie”.

Tomasz Piasny, dyrektor działu rozwoju sieci dealerskiej w swoim wystąpieniu skupił się na umiejętnej współpracy marki Volkswagen i punktów dealerskich. „Jesteśmy w stałym kontakcie z naszymi dealerami i cenimy sobie wysoką jakość usług, które świadczone są w salonach Volkswagena. O tej jakości świadczą nie tylko nasze wewnętrzne parametry pomiarowe, ale także niedawne zwycięstwo marki w „Wielkim Teście Salonów”. Podczas konferencji przedstawionych zostało także wiele informacji dotyczących wsparcia udzielanego dealerom na płaszczyźnie szkoleń czy statystyk dotyczących częstotliwości odbywania jazd próbnych. „Bardzo intensywnie współpracujemy z naszymi partnerami: oferujemy szkolenia zarówno offline, jak i online, zbieramy także szereg cennych doświadczeń w koordynowanym przez nas butikowym salonie, Volkswagen Home mieszczącym się w Warszawie. Na szczególne wyróżnienie zasługuje znaczne zwiększenie liczby jazd próbnych samochodami elektrycznymi i hybrydowymi naszej marki. Kładziemy nacisk na budowanie tych doświadczeń wśród potencjalnych klientów wiedząc, że wielu z nich nie doświadczyło



Informacja prasowa

wcześniej przyjemności, jaką niesie ze sobą elektromobilność” – zaznacza Tomasz Piasny.

Volkswagen elektryfikuje floty

Marcin Paciorek, kierownik sprzedaży flotowej Volkswagena zwrócił uwagę na fakt, iż elektryfikacja samochodów osobowych w dużej mierze zależy od tego, na ile chętni do sięgnięcia po samochody elektryczne będą menadżerowie flot. „Niezwykle ważną rolę odgrywa edukacja i rozwiewanie wielu obaw czy mylnych wyobrażeń. Dysponujemy użytecznym narzędziem do oceny zarówno optymalnych napędów, jak i innych aspektów potencjalnej elektryfikacji floty. Mechanizm jest prosty, a skorzystanie z naszego rozwiązania e-consultingowego zajmuje dosłownie kilka minut. Pytania w ankiecie dot. m.in. pokonywanego dziennie dystansu czy dostępu do infrastruktury pozwalającej na korzystanie z samochodu elektrycznego czy hybrydy plug-in. Efektem tych ankiet jest prezentacja wyników wraz ze wskazaniem, który z użytkowników kwalifikuje się do wymiany samochodu na BEV lub PHEV. Jest to naszym zdaniem świetny punkt startu do otwarcia rozmowy w firmie na temat elektryfikacji i indywidualnej analizy profilu każdego użytkownika flotowych pojazdów” – zaznaczył Marcin Paciorek.

Jak wprowadzić PHEV i BEV do floty?

Profilowanie użytkowników w ramach e-consultingu VW



Jednym z wieloletnich klientów marki Volkswagen jest spółka TAURON Nowe Technologie. Pierwsze elektryczne Volkswageny – 5 egzemplarzy e-Golfa – zasiłiło flotę Grupy Tauron już w 2018 roku. Spółka kilka tygodni temu odebrała flotę liczącą obecnie 10 (docelowo 15) egzemplarzy ID.3.

„Do kwestii elektromobilności podeszliśmy bardzo odważnie. Przypomnę, że w 2018 roku byliśmy jedną z pierwszych w Polsce firm, które na poważnie zajęły się rozbudową sieci stacji ładowania elektryków. I nie przejmowaliśmy się głosami malkontentów, którzy mówili, że elektryczne pojazdy to jedynie chwilowy kaprys ludzi zafascynowanych nowymi technologiami. Dziś znając plany koncernów motoryzacyjnych na najbliższe lata, mówiące o stopniowym wycofywaniu się z



Informacja prasowa

produkcji pojazdów spalinowych, mamy pewne poczucie satysfakcji. Dzięki konsekwencji posiadamy już ponad 100 własnych stacji na południu Polski i mamy plany, żeby w najbliższych latach tę liczbę wyraźnie zwielokrotnić" – powiedział Piotr Apollo, wiceprezes spółki. Jednocześnie podczas Volkswagen Media Day zaprezentowano kompleksowe podejście marki TAURON Nowe Technologie do elektromobilności.

Wiedza i opinie Polaków – projekt badawczy Volkswagena i InsightOut Lab

Od kwietnia 2020 roku Volkswagen i InsightOut Lab cyklicznie publikują raporty z badań, weryfikujących stan wiedzy i opinie Polaków na temat zróżnicowanych zagadnień, związanych z elektromobilnością. Podczas Volkswagen Media Day Mariusz Pleban, CEO InsightOut Lab przedstawił najważniejsze wnioski z tegorocznych analiz.

„W niecałe dwa lata stworzyliśmy bazę wiedzy o opiniach Polaków na temat elektromobilności. Wiemy, że skojarzenia z autami elektrycznymi i ich właścicielami to m.in. ekologia i nowe technologie. Zdaniem respondentów, BEV oraz ich właściciele przyczyniają się do zmniejszenia emisji CO₂ dzięki wykorzystaniu najnowszych zdobyczy techniki. Z wiedzą ankietowanych o szczegółowych zagadnieniach związanych z elektromobilnością jest różnie. Przykładowo, wyraźnie zaniżają oni zasięgi, którymi dysponują obecnie auta elektryczne. Tymczasem użytkownicy BEV nie narzekają na zasięgi i w większości wyjeżdżają w długie, wakacyjne trasy. Wyniki naszych badań znajdują się na naszej stronie internetowej, a od lutego 2022 r. będziemy tam publikować również coroczne podsumowania najważniejszych danych." – powiedział Mariusz Pleban.

Pełen zapis wideokonferencji Volkswagen Media Day można znaleźć tutaj:

<https://www.youtube.com/watch?v=9qYpV6gtZyl>

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach. Volkswagen konsekwentnie napędza zmiany w świecie motoryzacji, stawiając na rozwój gamy aut elektrycznych z rewolucyjnej rodziny ID. W ramach strategii „Way To Zero”, marka zmierza do osiągnięcia pełnej neutralności węglowej w 2050 roku.
