

المدير الإقليمي لـ «فيات كرايسلر»: المستقبل للبيع عبر الإنترنت





دبي: ممدوح صوان

أكد ماركوس ليث، المدير الإداري لمجموعة فيات كرايسلر للسيارات الشرق الأوسط، أن طرق تسويق وبيع السيارات تغيرت، وعزا ذلك التحوّل إلى قوى خارجية، مثل الانتقال إلى البيع عبر الإنترنت، وزيادة الاهتمام بالطرز الكهربائية والهجينة وإعادة إطلاق الطرز المحببة، ولكن بلمسة عصرية. والأهم من ذلك هو أن الحجر الصحي وعمليات الإغلاق منحت الناس تقديراً متجدداً لمتعة القيادة، سواء كانت للتنقل اليومي إلى العمل أو النزهة

امتلاك سيارة

وقال ماركوس ليث في تصريحات لـ «الخليج»: إن العام الماضي أعطى شركات صناعة السيارات الدافع للتكيف مع طلب العملاء المتغير بسبب الاهتمام المتزايد لامتلاك سيارة، لاسيما وأنه الحل المثالي لتلبية طلب التنقل مع القدرة على الحفاظ على التباعد الاجتماعي، الأمر الذي يشكل جزءاً من تطور منهجية الشركة. وأضاف ليث، لقد أدّت جائحة «كوفيد-19» إلى تسريع التحوّل السلوكي نحو قطاع البيع بالتجزئة عبر الإنترنت، وقد تكيفت مجموعة فيات كرايسلر للسيارات مع هذا الطلب، وأطلقت تجارب البيع عبر الإنترنت حيث يبدأ العملاء عملية «الشراء عبر الإنترنت والانتقاء في الوكالة».

حلول تكيف مع الظروف

وأوضح ليث أن أغلبية القطاعات تأثرت بفعل الجائحة العالمية ومنها قطاع صناعة السيارات، الأمر الذي دفع شركات السيارات إلى إيجاد حلول تكيف مع الظروف المحيطة، مؤكداً أن الشركاء والموزعين كان لهم دور بارز في مساعدة فيات كرايسلر على تخطّي تبعات هذه الجائحة. ولفت ليث إلى أن المجموعة أطلقت لعملائها في منطقة الشرق الأوسط أداة مبيعات افتراضية تمنحهم تجربة رقمية

الذي يسمح للعملاء بطلب تجربة قيادة «Car @ home» فريدة من خلال الشاشة أمامهم. وجاء ذلك بعد نجاح برنامج حتى عتبة منزلهم.

زيادة في عدد العملاء

وأوضح المدير الإداري لمجموعة فيات كرايسلر للسيارات الشرق الأوسط، أن الوكلاء الذين اختاروا هذا البرنامج يشهدون زيادة في عدد العملاء المحتملين، وزيادة في عدد زيارات صالات العرض وزيادة في حجم المبيعات، وبالتالي لمسوا طلباً على المنصات الإلكترونية، وبناءً على ذلك، تعمل المجموعة على دمج قناة البيع هذه ضمن خططها لتمكّن وهي «X» من الاستفادة منها في المرحلة التالية. كما أطلقت المجموعة حملة خاصة بسيارات فيات بعنوان «بروجكت فعالية للبيع عبر الإنترنت مع إمكانية الحجز والبيع المباشر من خلال منصة للتواصل الاجتماعي، حيث هدف هذا النوع من المبادرات إلى تحويل أعمال المجموعة لتصبح جاهزة للتجارة الإلكترونية، حيث تؤمن فيات كرايسلر بأن هذا هو مستقبل مبيعات السيارات.

صالات عرض افتراضية

وأكد ليث أن مجموعة فيات كرايسلر للسيارات أطلقت صالات عرض افتراضية، وخدمة تسليم السيارات إلى المنازل لتجارب القيادة، وضمانات ممدّدة من «موبار»، المزود الحصري للخدمة وقطع الغيار وخدمة العملاء لمجموعة فيات كرايسلر للسيارات بما يتوافق مع اتجاه السوق الحالي ومتطلبات العملاء. وأشار ليث إلى أن مجموعة فيات كرايسلر وسعت من عمليات إطلاق السيارات الجديدة التي طرحتها، لاسيما علامات جيب، ودودج، ورام، كما قامت بتوسيع محفظتها في قطاع سيارات الدفع الرباعي وشاحنات البيك أب، مثل جيب الكهربائية، وشاحنة جيب جلاديتور، ورام 1500 تي آر إكس، xe واجونير كونسبت، وجيب رانجلر 392 كونسبت، و4 ودودج دورانجو الجديدة.