

Test

termín návštěvy
prodejce

12. března, 16.20
Dominik Horáček

rozpočet
délka návštěvy

500 000 Kč
35 minut

hodnocení

★★★★★

100 %

výjimečná zákaznická zkušenost, z níž byli průzkumníci naprosto pať. Jen tak na okraj – přístup v Drivalii zaujal Jitku natolik, že tu za pár dní jedno auto s kamarádkou koupila.

ODBORNÉ ZNALOSTI

Ani zapříisahlý hnidopich by nenašel na erudici Dominika Horáčka jedinou chybu – podrobnosti o vybraném voze vysvětlil srozumitelně, ob sahově správně, bez zjednodušování ani falešného přehánění, navíc s bonusem profesní zkušenosti z automobilky Škoda. A další pozitivum: vybraný kmiq byl skvěle připravený, s vyčištěným motorovým prostorem i spodkem. Zázrak? Nikoliv, tady jen myslí na komfort klienta.

FINANČNÍ SLUŽBY

Stejně pregnantně, jako dokázal prodejce hovořit o původu auta, výbavě a možnosti jejího doplnění, zvládl vzorně a bezchybně předstít i možnosti financování. Tak takhle nějak by to mělo vypadat.

VERDIKT

Absolutní špička! Vzorné chování, perfektní servis a odborné znalosti jsou svatou trojicí úspěšného obchodu, kterou v Drivalii dovedli k dokonalosti.

pělivostí. Ať dokázali dva rozumbradové proškolení Googlem vznést se bepočetilejší dotaz a tváří se u toho kysele či zabeďněně, nevyvedlo ho to z klidu. Bylo to tak dokonalé, že se Jitka rozhodla navštívit salon raději o dva dny později v jiném převleku. A světe, div se, i Petra Končíčka, kolegyně Dominika Horáčka, předvedla bezvadné prodejní dovednosti. Na poměry českých autobazarů to byla

termín návštěvy
prodejce

12. března, 12.05
Tomáš Stejskal

rozpočet
délka návštěvy

1 000 000 Kč
45 minut

hodnocení

★★★★★

90 %

ce občerstvení. Káva, již mají klienti ve zdejší kavárně Starbucks k dispozici zdarma, zůstala Jitce a její posile odepřena. Tak snad příště...

PRODEJCE

Vodu ani cappuccino sice Tomáš Stejskal svým hostům nenabídl, leč věnoval jim svůj čas, a to formou důstojnou, zdvořilou a veskrze příjemnou. Zpočátku sice váhal, zda by do boje o zákaznky neměl vyslat zjev-

VERDIKT

Reprezentativní prostředí a kultivovaný prodejce dělají vozům s bavorskou DNA nejlepší reklamu. Tady utratíte i částku se šesti nulami s chutí.

ně začínajícího kolegu, nakonec se skupiny ujal raději sám. A dobře udělal, neboť tím své firmě zajistil výrazně lepší hodnocení. Všechno, na co se zvědaví návštěvníci ptali, znal, aniž by musel informace dohledávat, nikdy nepřekročil tenkou linii odělující přátelský zájem od vlezlé žovialnosti, zbytečně neotálal a po úvodním seznámení kupce zavedl k vybranému autu, které ukázal a ak-

Test prodejců aut

Konečně změna!

Dealeri už vědí,

že se musí snažit

Možná se poučili z mizerných výsledků našich testů, ale spíš na autosalony a bazary dolehly špatné časy. Pro zákazníky to znamená, že se při koupi auta zase budou cítit jako vážení hosté.

termín návštěvy
prodejce

13. března, 13.45
Martin Slezák

rozpočet
délka návštěvy

400 000 Kč
45 minut

hodnocení

★★★★★

80 %

se pak snažil přimět zákaznici, aby složila vratnou zálohu, „ať auto neuteče“. Když však zjistil, že se nikdo k ničemu pořádnému nemá, entuziasmus znovu zchladl. Jitka se však agentů obav, že je pravý důvod jejich návštěvy odhalen, uklidnili se – tady se skutečně nejspíš bojovalo o provizi z uskutečněného prodeje.

ODBORNÉ ZNALOSTI

Ať byly pohnutky páně Slezákovy jakékoliv, když byl v aktivní fázi, podával výborný a přesvědčivý výkon, skvěle popsal původ auta i důvod, proč se ho po roce bývalý majitel zbavil, a vysvětlil vše, co bylo potřeba. Škoda, že neudržel vstřícné naladění až do konce, byl vzhledem k času a nadstandardní ochotě to bylo možná lidsky pochopitelné.

FINANČNÍ SLUŽBY

AAA Auto má propracovaný systém nabídky financování, který musí vzorně ovládat každý jejich prodejce.

VERDIKT

Prodejce s velkým potenciálem, jehož nadšení ovšem kolísalo podle toho, nakolik pravděpodobná byla šance uzavřít obchod.

přednosti a nechal vůz převézt do dílny, aby se návštěva z Prahy mohla v suchu přesvědčit, že nekupuje nic s pohnutou minulostí. Na křižovatce jízdy vzal Jitku tak obratně, že si ani neuvědomila, jak daleko jejich namlouvání pokročilo, dokonce když přišlo na kritický okamžik, tedy ukazat „jakože zapomenuté“ doklady, neváhal by s hosty vyrazit ku Praze, aby je společně přivezli. Nad řádkou

termín návštěvy
prodejce

12. března, 13.15
Aleš Rusek

rozpočet
délka návštěvy

800 000 Kč
30 minut

hodnocení

★★★★★

65 %

Jaké auto si člověk pořídí na cesty na chalupu, které jinak parkuje na pražském sídlišti? Asi takové, jež něco vydrží, je spolehlivé, bezpečné a na parkovišti před domem se vmáčkne i do skuliny mezi kontejnery a SUV sousedů. Jitka se však rozhodla, že pro návštěvu bazaru Auto z dovozu.cz v Praze 6 zvolí jinou roli – trochu furiantské dámy, jež si chce konečně dopřát pořádnou káru, „která se běžně nevidí“ a „jíz se nedá nechlužit“, jak se píše na webové prezentaci firmy. Například penězenu virtuálními 800 tisíci a po velmi vstřícné telefonické rezervaci se vydala na lov parádní Toyoty RAV4 2.5 hybrid e-cvt.

PRVNÍ DOJEM

Bazar s halou a parkovištěm zaplněným auty do posledního milimetru nemá úplně ideální pozici: mimo širší centrum, přímo na křižovatce a ještě před velkou zatáčkou, kde zákazníci ani při nejlepší vůli nezaparkují. Pokud je to součástí obchodní strategie „prostě přijďte autobusem, od nás už odjedete vlastním autem“, je to neotřelá taktika, jinak to ale není zrovna komfortní. Jistě rozčarování z manévru před vchodem ovšem rozptýlil skvěle vychovaný a pozorný personál.

VERDIKT

Autentická ukázka životem a zkušenostmi protřelého prodejce v autobazaru. Žovialnost ovšem nemusí vyhovovat každému, zvláště dámě.

pětadvacet let zkušeností a spokojených zákazníků, kteří jen brnkou, auto zamluví a pošlou peníze. Inu, bazarmický žánr i slovník ovládal muž v černém se zlatým řetízem a nakrápělým barytonem bezchybně, byl ukázkově bohorovný a suverénní, takže spolehlivě doplňoval kulisy zdejších luxusních ojetin, jež stojí jako menší rodinný domek. I když se Jitka snažil přesvědčit, že si váží stej-

Jejich revírem jsou autosalony a bazary, jejich tempo je vražedné a protivníci jsou jaloví prodejci, kteří stále nepochopili, že se svým zákazníkům snaží prodat druhou nejdražší věc hned po bydlení.

Jejich posláním je jednou za rok pro MF DNES ověřit, zda amatérismus, bezradnost, přezíravost, hulvátsví či upocenou žovialnost konečně nahradilo dobré vychování, kultivovaný a vstřícný přístup, perfektní zákaznický servis a obchodní dovednosti na úrovni.

Ač dáma v nejlepších letech, její horlivý synek, jenž o autech spíše mluví, než ví, a věčně nabručený rodinný přítel nepřipomínají dršťáky z Kobry II, jsou podobně sehraní, neúnavní, neuplatní a přísní.

Letos, po dvou letech bédných zkušeností, kdy nahlédli do nehlubšího suterénu obchodních „dovedností“, ovšem museli uznat - tolik pozitivních zážitků a tak málo zásadních pochybení určitě nečekali.

„I nejslabší z letošních účastníků by se loni umístili v průměru. Zatímco tehdy to často vypadalo, že prodejcem ani nezáleží na tom, jestli obchod uzavřou, letos jako by byl zákazník opět pánem,“ potěšilo Jiřího Červenku ze společnosti Carvago, která prodává auta z druhé

ruky výhradně online. Ten si v průzkumném týmu tentokrát stříhl roli jízlivého kibice, který zpoza tmavých brýlí sledoval především kulisy potenciálního kontraktu, prodejní praktiky dealerů, jejich chování k zákazníkům i snahu nenuceně prodat vůz, aniž by klientka musela slevit ze svých preferencí.

Úlohy arbitra odborných kvalit se zhostil František Dvořák, vedoucí rubriky Auto.iDNES.cz, a do hlavní role svěží seniorky Jitky Nejedlé, která s naspořenými 400 tisíci až milionem na účtu hledá nové přibližovací s automatem, tažným zařízením, pořádným kufrem a systémem hlídání mrtvého úhlu, nominovala redakce ekonomickou novinářku Lenku Vichnarovou s úkolem hodnotit finanční služby. Vyroženého rozčarování se ani při jedné z návštěv nedočkala.

Přišla jste právě včas...

Těžko říct, co za výraznou změnou je. Osm showroomů a autobazarů jistě není reprezentativní vzorek, přesto se podle čerstvých zážitků testovacího komanda trh s novými i zánovními vozy za poslední rok proměnil.

„Na trhu je cítit útlum a nejistota,“ přitakává automobilový novinář František Dvořák, jehož slova

potvrzují aktuální zkušenosti: prakticky v každém autosalonu se Jitka dočkala akční slevy či jiného vítaného bonusu. Samozřejmě s nezbytným komentářem, jaké to má štěstí, že přišla právě včas, protože akce za pár dní končí. Prý.

... a šup s vámi za volant

Ať se dealeri nových i ojetých aut zlepšili z jakýchkoliv příčin, stále to neznamená, že by neměli na čem pracovat. Tajní agenti i nadále naráželi na stejné potíže - jaksi zpomalený a váhavý rozjezd prodejců, jejich kolísavou aktivitu a nevelkou snahu hledat alternativy, rozbředlost a malou strukturovanost projevu i občasné opomíjení toho, co jim vlastně stojí ve skladu a na parkovišti.

„Ve většině showroomů ale nechyběl základ prodeje aut, tedy co nejdříve přivést zákazníka k vybranému vozu, při obhlídce krátce zdůraznit hlavní přednosti a hlavně posadit klienta co nejrychleji za volant,“ chválí Jiří Červenka šikovné prodejce, kteří se přiučili u dravých amerických obchodníků: „Je to starý trik, ale opravdu funguje. Jakmile se zákazník posadí za volant, aby si ho osahal, už už si představuje, jak mu to za ním bude slušet. Pak je podpis smlouvy prakticky v kapse.“ — **redakce Test DNES**

ně klienta, který přijel utratit 300 tisíc, jako toho, co tu nechá o nulu víc, bylo na něm znát, že zrovna takové zákaznice ho neživí. Když se ukázalo, že vytipovaná „ravka“ není to pravé, nenutil se do aktivity a vyhledávání něčeho atraktivnějšího.

ODBORNÉ ZNALOSTI

Autům Aleš Rusek jako správný bazarmachr rozuměl, původ vozu znal výborně, a co možná nevěděl na beton (třeba kde se vzala špína v motoru a zavazadelníku), to okomentoval s takovou jistotou, že nepřipouštěl pochybnosti. Navíc handlířský žargon obohatil o termín „mrtváček“ neboli systém hlídání mrtvého úhlu.

FINANČNÍ SLUŽBY

Protřelý obchodník by měl auto umět nejen prodat, ale také vědět, kde na něj vzít, když něco chybí. A to dealer prokázal stoprocentně.

PLUSY

+ pozorný personál v kanceláři + velmi dobré informace o autě + prodejce, který autům rozumí

MINUSY

– chybějící místa pro parkování – příliš žovialní a suverénní přístup, který nemusí sedět každému – malá aktivita vůči klientům

SsangYong SFR Motor

termín návštěvy prodejce	13. března, 17.25 Lukáš Jiránek	rozpočet délka návštěvy	750 000 Kč 40 minut	hodnocení	★★★★★	90 %
Kdysi to bývalo hájemství Renaultu, teď už se v autosalonu na Střížkově několik let specializují na značku SsangYong. Tedy vlastně KGM, jak se budou od 9. dubna korejská korpulentní SUV jmenovat. Leč co po jméně, zvaná jinak, budou nejspíš jezdit stejně, řekla si Jitka ve čtvrtek vpozdvečer, kdy už měly ostatní showroomy zavřeno, ale ve společnosti SFR Motor stále ochotně přijímali klienty. Dokonce i ty, kteří se přihnali bez ohlášení jako tahle parta neúnavných vytrvalců, jež do dealerství u dáblického sídliště vrazila se 750 tisíci na účtu až krátce před půl šestou. PRVNÍ DOJEM Na showroomu je znát, že ještě pamatuje časy, kdy frčel plast a neklidně tvarosloví půdorysu symbolizovalo pokrok. Dnes už takový autosalon působí trochu starosvětsky a opršale. Modely s domicilem v Jižní Koreji přitom nejsou žádná laciná přemisťovadla, jejich ceny začínají kdesi na půl milionu korun, a tak by si zasloužily přístřeší s větší dávkou šarmu a odstavné parkoviště s lepším povrchem. Když se totiž musí zákazníci plahočit mezi vystavenými auty blátem, otvírají peněženku s menší ochotou.						

VERDIKT

Velmi vstřícný a odborně zdatný prodejce výborně pracoval s opozdilými klienty, a dokázal tak napravit dojem ze zastaralého showroomu.

kům mohl udělat radost. Byl nejen zdvořilý, nevtrávil a po náročném dni dvojnásob sympatický svou uvolněností, ale také upřímný a poctivý. Jistě mohl nekriticky vychvalovat vlastnosti jednotlivých modelů, ale on s nadšením a přesto střízlivě popsal jejich výhody i nevýhody, namátkou vyšší spotřebu. Byl tudíž uvěřitelný – oč je tato vlastnost pro prodejce potřebnější, o to bývá vzácnější.

Toyota Autobond Group Praha

termín návštěvy prodejce	13. března, 16.05 Peter Ladomerský	rozpočet délka návštěvy	750 000 Kč 55 minut	hodnocení	★★★★★	85 %
Z asijského autokoutku v Kolbenově ulici poblíž hloubětínské vozovny si Jitka vybrala showroom značky Toyota. Je to žena jemných způsobů a pevných zásad, která chce každý rok dát prodejcům japonské automobily šanci ukázat, že to v nich je. Dvakrát to nevyšlo, tak snad do třetice všeho dobrého. Na virtuálním účtu měla naspořeno zhruba 750 tisíc, které by ráda směnila třeba za menší hybrid Yaris Cross, ale vůbec by se nevzpírala ani corolle. Ta je sice o něco dražší, ale třeba by mohli mít k dispozici nějaký levnější předváděcí či skladový vůz... Schůzka po telefonu byla domluvena rychle a hladce, čímž si vysočanské dealerství připsalo první pozitivní body. PRVNÍ DOJEM Ty další sbíral autosalon, jehož prosklený cíp proráží z boku Kolbenovu ulici jako příd Titaniku, především díky prodejci Peteru Ladomerskému, který trojici předvedl, jak má vypadat úslužný a kultivovaný přístup. Vstřícný pozdrav? Úsměv? Představení se? Voda? Káva? Nechybělo nic, navíc obchodníka vnitřní radar neomylně navigoval směrem k Jitce, protože správně vytušil, že právě ona vládne financemi.						

VERDIKT

Konečně obchodník, jenž rehabilitoval pověst japonských aut. Kdyby byl při prodeji aktivnější, mohla Toyota letos vyhrát.

svou obchodní navigaci zapínal jen na vyžádání. Pokud zůstala iniciativu čistě na něm, pozvolna se ubírala prodejní bárka k mělčinám, jakmile se však snaživý synek nebo nerudný kibic vzeplali k dotazu, spustil se úslužný informační kolovrátek s novou nakažlivou silou. Nakonec to byl právě jeden z Jitčinych bodyguardů, kdo objevil prodejcem opomenutý, a přitom tak žádoucí stroj – lehce



ALM Subaru Hostivař

termín návštěvy prodejce	12. března, 14.30 Marcel Bezdiček	rozpočet délka návštěvy	1 000 000 Kč 35 minut	hodnocení	★★★★★	60 %
Milovníci značky Subaru se prý poznají snadno – a určitě ne kvůli tomu, že se všichni ráno sejdou u servisu. Na své čtyřkolky nedají dopustit, do roztrhání těla líčí, co všechno s autem dokážou na sněhu, koho tahali z bryndy a jak daleko je slyšet typický rumbajs jejich motoru. Navíc k tomu údajně používají jazyk jiným komunitám nesrozumitelný. Jestli je to pomluva, nebo čistochá pravda, se rozhodla Jitka s kumpány otestovat v autosalonu ALM Subaru, který stojí ve vilové zástavbě pražské Hostivaře. Necelý milion je sice hromada peněz, ale na vyhlédnutý model Subaru Crosstrek 2.0i-e boxer ze skladových zásob to jen tak stačilo. Schůzka byla domluvena na brzké odpoledne, tak se tedy, subaristé, ukažte! PRVNÍ DOJEM Autosalon Subaru patří k Hornoměřickému ulici stejně pevně jako sousední květinářství. A minimálně na jeho interiéru jsou desítky let provozu znát – prostorem i vybavením skromný showroom je poněkud ošuntělý, jako by chtěl dát na první pohled najevo, že tady se klientela žádného velkého rozmazlování nedočká. Kdo chce jezdit autem do nepohody, jako je subaru, nepotře-						

VERDIKT

Úsečný prodejce, který se zřejmě rozhodl, že „novou holku“ mezi sebou komunita subaristů nepotřebuje. Svůj plán splnil na 100 %.

lpěl na myšlence, že Subaru v Česku cílí na specifickou klientelu, chlapáky, kteří nepotřebují slyšet nic navíc a už vůbec ne nezajímavé změkčilé podbízení, protože nikoho dalšího, kdo intuitivně nechápe výjimečnost značky, do klubu nepotřebují. I když Jitku z jedné strany chránil výřečný syn a z druhé internetový mudrc s image slušně nabroušeného Rytmuse, nakonec skončili v defenzivě

AB Auto Brejla Vlašim

termín návštěvy prodejce	13. března, 11.30 Romana Hálková	rozpočet délka návštěvy	700 000 Kč 80 minut	hodnocení	★★★★★	55 %
Aby nikdo nemohl Jitku obvinít z přílišného pragocentrismu, přidala do svého napjatého harmonogramu také návštěvu středoevropských Vlášimí. A když do středních Čech, tak pro škodovku. Tady jsou přece nejvíce doma, i když je to z Mladé Boleslavi do autosalonu Auto Brejla vlněného mezi hřbitovy nějakých 120 kilometrů. Na nákupy si tentokrát Jitka vyhradila kolem 700 tisíc – to už je docela obstojný obnos, za který by se dala pořídit octavia. Nebo že by jí stačila scala? Nebo snad nějaké SUV, když už automobily prakticky nic jiného nevyrábějí? Po telefonickém ujištění, že bude návštěva vítána, naložila Jitka svou družinu do vozu a jelo se. PRVNÍ DOJEM Při vstupu do autoprodeje ohromilo zákazníky mírumilovné ticho, v autosalonech jinak velmi nedostatkové zboží. Velkoryse dimenzovaný moderní showroom byl ve středu před polednem příjemně prázdný, bohužel v něm chyběl také dost podstatný činitel, totiž jediná prodejkyň nových vozů, která toho času obědvala. Nu což, v klidu a pohodlí čas příjemně uteče. Veliká škoda, že se v té chvíli nerozblíkla přítomnému zaměstnanci v hlavě kontrol-						

VERDIKT

Prodejkyň klábosila tak zešířila, až zapomněla na čas i preference. Její přístup bude ovšem dámské návštěvě nejspíš vyhovovat.

wagen jako takovém. Jakmile však byla nucena zabrousit ke konkrétním modelům, jejich výhodám a specifikům, začaly se kupit nepresnosti a prázdné fráze sesbírané na školech. Tu si trochu zachytila, až se do svých konstrukcí zapletla, jindy se nechala náhodnou myšlenkou odvést tak daleko, až bylo zřejmé, že tady čas není ceněnou komoditou. Jitce takové klábosení možná vyho-

Protokol testu

- Test jsme již potřetí zaměřili na autosalony a autobazary, které prodávají nové a zánovní vozy. Po dvou dílech, v nichž tři porotci prošli mnohdy bidnými zážitky, jsme chtěli ověřit, zda ubýlo amatérismu a chyb a prodejci se chovají tak, aby přiměli kupce uzavřít obchod.
- Do výběru jsme zařadili autorizované prodejce oblíbených značek na českém trhu – škodovku jsme jeli koupit do autosalonu AB Auto Brejla ve Vlašimi a toyotu k jejímu dealerovi Autobond Group v Praze 9 – Vysočanech. Do výběru jsme zahrnuli také zastoupení dvou prémiových značek: BMW v pražských Stodůlkách a Subaru na jihovýchodě metropole v Hostivě. Abychom vyzkoušeli i nákup méně obvyklých asijských značek, zavítali jsme na Střížkov do SFR Motor pro automobil SsangYong (nové KGM).
- Aby volba MF DNES kopírovala preference českých zákazníků, vyzkoušeli jsme navíc tři prodejce automobilů z druhé ruky. Vybrali jsme nejvýznamnější autobazar v Česku, tedy AAA Auto a jeho kolínskou pobočku, přidali Auto z dovozu.cz v Praze 6, kde se specializují na zajetá auta luxusních značek, a Future Store Drivalia, který ve Vestci nabízí auta vrácená z leasingu.
- Cílem testu bylo zjistit, jak budou autosalony a bazary vůči klientům vstřícné, nakolik profesionální služby nabízejí, kolik času a péče věnují zákazníkům, kolik toho konkrétní prodejci o autech vědí, zda při prodeji příliš nefabulují

- nebo jak dokážou pomoci potenciálním kupcům s financováním vozu.
- Zvláštní pozornost jsme věnovali především praktikám, prvnímu dojmu z návštěvy, nabídce obcerstvení, chování personálu i samotného dealera.
- Na nákup jsme vyslali trojici kupců – dāmu s dospělým synem a jeho kamarádem, který o autech „hodně ví z Googlu a od piva“. Role Jitky Nejedlé se ujala ekonomická novinářka Lenka Vichnarová, která se zaměřila na hodnocení nabídky financování vozů. Kolega František Dvořák, který vede redakci Auto.iDNES.cz, posuzoval odborné znalosti dealerů, jejich prodejní dovednosti komentoval Jiří Červenka ze společnosti Carvago, která se věnuje online nákupu a prodeji ojetých vozů.
- Příběh, s nímž šel tým do autosalonů, byl shodný: Jitka si chce koupit vůz, který jí bude vyhovovat s ohledem na její životní styl, tedy pravidelné putování na chalupu na východě Čech a kratší cesty. Ročně naježdí 10 tisíc kilometrů, vyžaduje auto pohodlné, s rozumným velkým kufrům a tažným zařízením, výhradně s autematem. Ocenila by systém kontroly mrtvého úhlu, případně další asistenty, nebrání se elektrovozu. Peníze má připraveny v hotovosti, ale mohla by rozpočet navýšit, kdyby firma nabídla výhodný úvěr či leasing.
- Jednotlivé autosalony jsme neznámkovali, ale členové týmu jim udělovali procenta. Podle nich jsme později určili pořadí.