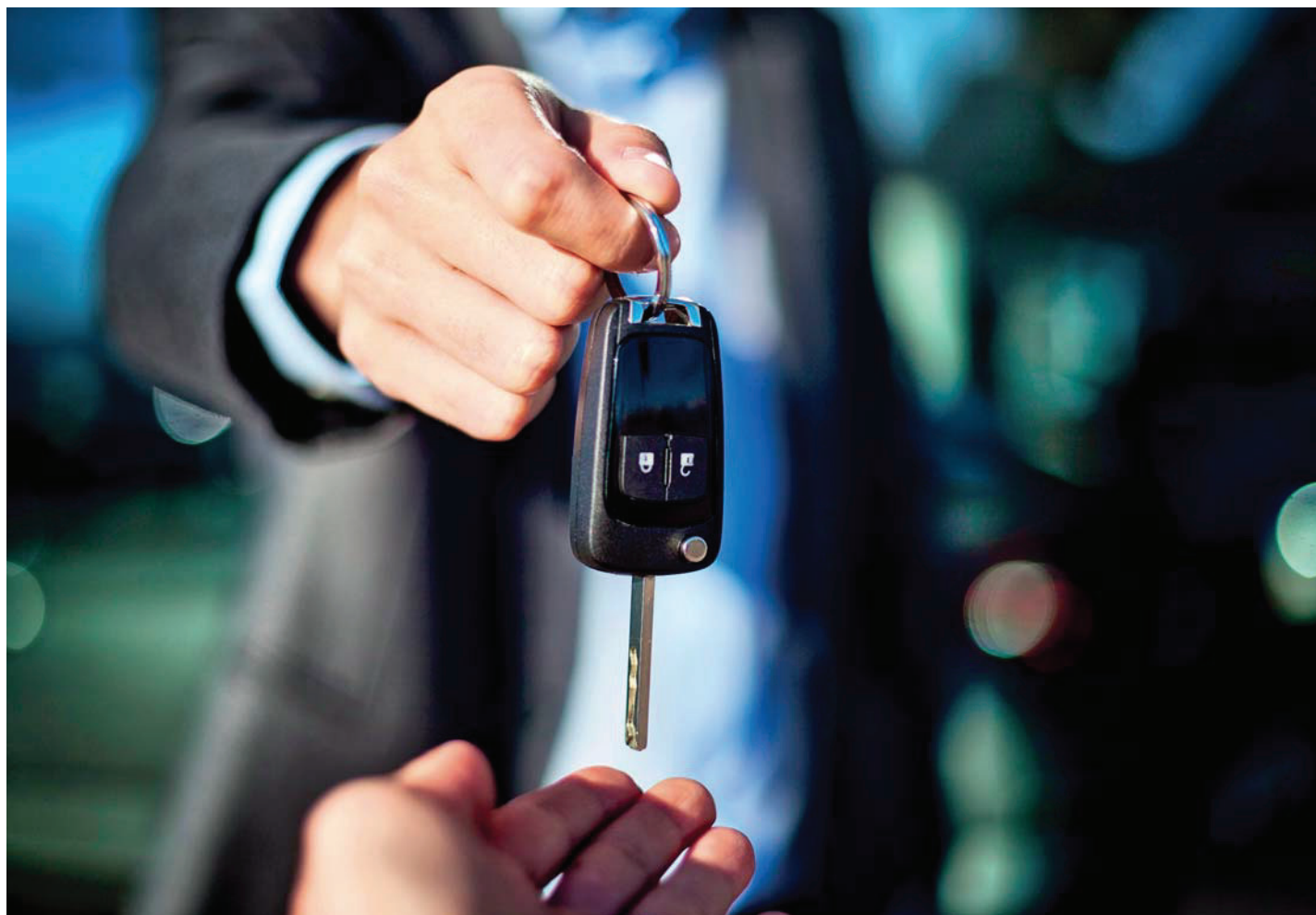




Nadstandard už ve standardu

Projektová manažerka společnosti MFC Rent Edita Kučáková, která se stará o celou flotilu vozů pro několik desítek zákazníků v Čechách a na Slovensku, přibližuje, jaká je situace v oblasti operativních pronájmů a jaké jsou trendy či proč se zatím příliš neprosazují elektromobily.

Značnou část vašich zákazníků tvoří personální agentury, je to záměr?

Je to spíše historická souvislost, je to segment, s nímž jsme vznikli a vyrostli. Necílíme na žádný segment ani žádnou pozici speciálně, je ale pravda, že nejčastějšími uživateli našich vozů jsou obchodní zástupci a manažeři.

Jste orientováni na určitou značku, nebo se přizpůsobíte požadavkům zákazníka?

Osmdesát procent naší flotily tvoří Škoda Auto, ale samozřejmě můžeme respektovat přání zákazníka, pokud jde o značku. Orientace na značku Škoda Auto je opět historickou záležitostí, možnosti dodávek, dostupnost a cena servisu, ale i vztah trhu ke značce, to všechno má vliv.

Jak se ve vašem segmentu projevuje pandemie? Zaznamenali jste nějaký dopad?

Bylo už i lépe. Není to tragédie, ale mírný propad jsme zaznamenali, jeden ze segmentů, který byl nu-

OPERATIVNÍ PRONÁJEM

Cesta pro všechny, kdo nechtějí vozidlo vlastnit, ale potřebují ho využívat. Výhody jsou jednoznačné: nulové starosti s údržbou a správou vozového parku, nulová akontace při jeho pořízování, žádné starosti s prodejem či likvidací starších vozů. Veškeré náklady jsou daňově uznatelným nákladem, na léta dopředu je předvídatelné cash flow, viditelná je úspora mzdových i časových nákladů.

cen začít šetřit, ačkoliv se o něm moc nemluví, jsou právě personální agentury, možná obecněji dokonce celý sektor firemních služeb. V čase zvýšené nejistoty je po jejich expertní spolupráci menší poptávka.

Možná bych čekal opačný jev, že s nutností šetřit budou podniky více investovat do nástrojů typu sharing, pronájem, které omezí investice. Protože obecně obliba operativních

pronájmů je dána tím, že auto je jedna z nejhorších investic...

U průmyslových podniků jsme ale propad nezaznamenali. Osobně si myslím, že náš trh se v celkovém chování nezměnil nijak výrazně ani do plusu ani do minusu. To, že my jsme zaznamenali mírný propad, je dáno skutečně faktem, že personální agentury v našem portfoliu představují větší podíl než obecně v ekonomice. Nicméně už teď máme signály, že trh se pomalu zotavuje, objevují se nové zakázky. Jen vzestup je vždycky pomalejší než propad, ten často chodí skokově.

Co byste vyzvedla jako specifika společnosti, kterou vedete?

Služby. Už v základním poplatku nabízíme nadstandardní služby, které si nikde neúčtujeme navíc – servis, přezutí, kontroly, vše podle přání zákazníka. Nenutíme nikoho, aby využil konkrétní servis vzdálený sto kilometrů jen proto, že ho nabízíme jako smluvní. Naopak, snažíme se nasmlouvat servi-

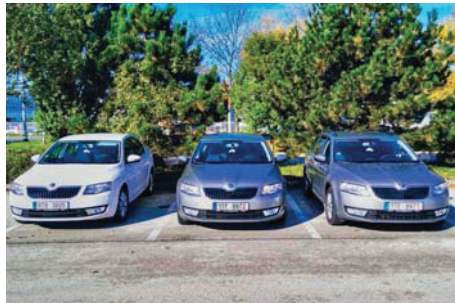


Dámská péče: zleva Nikola Kohutiarová (správa smluv a majetku), Edita Kučáková (projektová manažerka) a Veronika Krasulová (fleet manažerka)

Foto: 3x archiv MFC Rent

MFC RENT

Společnost působí na trhu od roku 2010, do března tohoto roku pod jménem Multi Fleet Cars. Zabývá se operativním pronájmem osobních a užitkových vozů. Mezi nejčastější zákazníky společnosti patří personální agentury a velké podniky ze segmentů teplárenství či telekomunikací, doplňují ho soukromé společnosti napříč ekonomikou. Vozový park tvoří více než 200 vozů, z toho asi 90 % tvoří vozy osobní. Dvě třetiny vozů jezdí u českých firem, zbývající část na Slovensku. Služby MFC Rent jsou dosažitelné v režimu 24/7 a zahrnují doslova vše – od úvodního poradenství a pronájem vozů přes komplexní služby autoservisu i pneuservisu, asistenční službu, náhradní vozidla pro případ potřeby k dispozici, přípravu i zajištění technických a emisních kontrol, zabezpečovací i monitorovací zařízení až po komunikaci s pojišťovnami včetně likvidace pojistných událostí. Představují tak komplexní péči o váš park osobních i užitkových vozidel v podobě, která je šitá na míru konkrétní společnosti. Tento přístup je zárukou optimalizace nákladů a prostředků na provoz, správu a údržbu vozového parku.



sy vyhovující zákazníkům, tedy v dosahu a dobře dostupné. Filozofie je taková, že co je v našich možnostech, to bereme na sebe, a zákazník tak má čas věnovat se byznysu, který mu generuje zisk. Ostatně tak by měly být orientovány všechny firemní služby, je to jejich podstata. Zákazník musí být spokojený.

Jste na trhu více než deset let, vidíte nějaké zákaznické trendy?

Konkurence na trhu naučila firmy chtít kvalitu a také více služeb za méně peněz. Je to logický vývoj, navíc ten nejviditelnější. Zákazníci porovnávají i detaily jednotlivých nabídek, uvažují nad tím, jaké služby využijí a jaké ne.

Je někde úskalí operativních pronájmů?

V okamžiku vracení vozidla. Tehdy se může i zdánlivě výhodná smlouva stát krutě nevýhodnou, když vám započítají každý škrábanec. Protože ušetříte stovky měsíčně na nákladech a pak jednorázově můžete zaplatit i desítky tisíc za poškození

nebo opotřebení. My se snažíme být k zákazníkům vstřícnější, už proto, že většina našich klientů využívá dlouhodobé pronájmy. A s opotřebením u auta se prostě musí počítat.

Když už jste zmínila délku pronájmů, můžu si pronajmout auto na víkend?

Třeba na půl dne. Ale samozřejmě výběr máte zúžen na vozový park, který je v tu chvíli k dispozici. Nicméně základem je dlouhodobý pronájem, obvykle na 24, 36, případně 48 měsíců. To jsou délky pronájmů, kdy už můžeme, pokud to jen trochu jde, respektovat přání zákazníka ohledně služeb. Výjimkou není ani servis na přání, polepy vozu ve firemních barvách a podobně.

Tématem posledních let jsou technologie...

Samozřejmě, zabezpečení, GPS online dohled nad vozy, reporty, knihy jízd... generujeme automaticky, to už je dnes víceméně standard. Interně využíváme ještě evidenční systém pro údržbu

a provoz, kdy na jedno kliknutí máme dokonalý přehled o tom, kde které auto je, kdo s ním jezdí, kde ho servisují, kde jsou uskladněny pneumatiky či nějaké náhradní díly... Víc není moc potřeba, moderní auta vás na všechny své potřeby obvykle upozorní sama a často v předstihu.

Jak se stavíte k elektromobilitě?

Když budu upřímná, řeknu, že není zájem. Zkoušeli jsme elektromobily asi před dvěma lety, ale zájem byl tak minimální, že jsme od toho upustili.

Vidíte důvod minimálního zájmu?

Jednoznačně cena a užitné vlastnosti. Kupní ceny jsou pořád poměrně vysoké, manažerské vozy přitom potřebují především šetřit čas a zajišťovat plnou mobilitu. Při stavu infrastruktury a dojezdových vzdálenostech v kombinaci s dobou nabíjení elektromobilu to trh, na kterém my se pohybujeme, zatím nepřijal. Ale ten čas určitě přijde. ■

PETR SIMON