

## Dodatkowy rok gwarancji kosztuje 1 tys. zł,

**Firmy ubezpieczeniowe widzą coraz większe zainteresowanie producentów i sprzedawców aut przedłużonymi gwarancjami nowych i używanych samochodów. Klienci chętnie korzystają z nich, gdy nie trzeba za nie płacić.**

**MARCIN JAWORSKI**

marcin.jaworski@infor.pl

W ostatnich dwóch latach wynegocjowaliśmy kilka dużych programów gwarancji samochodowych – mówi Barbara Syczewska, dyrektor Departamentu Handlowego Pol-Assistance, firmy oferującej usługi assistance.

Efektom było podpisanie umów z trzema importerami samochodów, którzy albo wprowadzali centralne programy sprzedaży samochodów używanych, albo też wchodzili na rynek z nowym modelem i szukali czegoś wyjątkowego, wyróżniającego tę ofertę spośród innych (np. dożywotnia gwarancja). Umowę na przedłużone gwarancje do aut używanych podpisał też bank aktywnie działający w segmencie kredytów samochodowych oraz dealerzy aut.

– Prowadzimy trzy kontrakty na przedłużone gwarancje do samochodów używanych. Zainteresowanie rośnie, prowadzimy rozmowy z innymi

klientami – mówi Joanna Belza z Europ Assistance.

Ponieważ przy takich programach koszty gwarancji nie są wysokie, bo wraz z usługami assistance dla samochodu średniej klasy to koszt około 1 tys. zł netto, producenci, sprzedawcy, a także banki kredytujące zakup auta coraz częściej decydują się na zaoferowanie takiego dodatku we własnym zakresie. Mogą w ten sposób przekonywać klientów, że oferują lepszy serwis niż inni, bo usługa ta polega na udzieleniu klientowi ochrony na dany pojazd, analogicznej do gwarancji producenta, ale działającej po jej wygaśnięciu.

## dlatego chętnych jest niewielu

– W przypadku awarii pojazdu firma assistance organizuje: naprawę pojazdu na miejscu lub, w przypadku niemożności dokonania takiej naprawy, holuje do najbliższej stacji obsługi należącej do sieci autoryzowanych partnerów danej firmy lub dostarcza ubezpieczonemu pojazd zastępczy – mówi Joanna Bełza.

Programy przedłużonych gwarancji są kierowane głównie do klientów indywidualnych. Jednak, jak pokazują doświadczenia, nie korzystają oni z tych opcji zbyt chętnie, gdy muszą za nie dodatkowo zapłacić.

– Nabywcy samochodów postrzegają gwarancję jako niepotrzebny gadżet, zwiększający jedynie końcową cenę samochodu – mówi Barbara Syczewska.

Z jej obserwacji wynika, że nabywcy zwracają uwagę jedynie na cenę pojazdu. Chcąc uniknąć sporów z producentem, co jest, a co nie jest objęte gwarancją, po prostu korzystają tylko z tych opcji, które są dodawane w cenie samochodu.

Dłuższymi gwarancjami nie interesują się zarządzający flotami samochodowymi.

– Przede wszystkim ze względu na zwiększający się

udział we flocie samochodów leasingowanych, bardzo często objętych także opcją zarządzania czynnościami serwisowymi przez firmy car fleet management – mówi Barbara Syczewska.

Wyjaśnia, że dla tych podmiotów gwarancja samochodowa jest czynnikiem kosztotwórczym przy sprzedaży samochodu po okresie leasingu.

– Firmy CFM przejmują na siebie ryzyko związane z kosztami napraw samochodów po okresie gwarancji – mówi Barbara Syczewska. ■

**Więcej:** [serwisy.forsal.pl](http://serwisy.forsal.pl)