

PERŁY POLSKIEGO LEASINGU



W 2021 r. rynek leasingu wróci do poziomu finansowania sprzed pandemii

Branża leasingowa w 2020 r. udzieliła łącznego finansowania o wartości 70,1 mld zł, przy dynamice rynku na poziomie -10,1 proc. (r/r). Leasingodawcy wspólnie z partnerami pracują nad różnymi formami wsparcia klientów dotkniętych kryzysem związanym z COVID-19. W 2021 r. dynamika rynku leasingu może wynieść +11 proc.

Związek Polskiego Leasingu, reprezentujący polski sektor leasingowy, podał, że w 2020 r. firmy leasingowe udzieliły łącznego finansowania na poziomie 70,1 mld zł.

– Globalne spowolnienie odbija się w wynikach polskich leasingodawców. Dynamika finansowania udzielonego przez branżę leasingową w pierwszej połowie roku wynosiła -24 proc. r/r, skumulowane dane sektora po trzecim kwartale wskazywały dynamikę na poziomie -15,5 proc. r/r, podczas gdy ostatnie trzy miesiące roku wyróżniły się 4,8 proc. wzrostem branży. Mimo dobrych wyników wypracowanych pod koniec roku skumulowane dane branży leasingowej za 2020 r. pokazują -10,1 proc. dynamikę rynku r/r. Pozytywny sygnał dla przedsiębiorstw jest taki, że z analizy ZPL wynika, że w ciągu 2021 roku branża leasingowa odrobi straty wywołane przez pandemię COVID-19 i wróci do poziomu finansowania sprzed kryzysu, co oznacza odbicie rynku. Jest to dobra wiadomość dla gospodarki, ze względu na spodziewany powrót firm na drogę inwestycji – zauważa Paweł Pach, przewodniczący Komitetu Wykonawczego Związku Polskiego Leasingu.

Leasingodawcy pomagają

Przez ostatni rok branża leasingowa, odpowiadając na trudną sytuację klientów, dotkniętych skutkami pandemii COVID-19, proponowała różne formy wsparcia. Firmy leasingowe zmieniały harmonogramy spłat i odraczały spłatę rat leasingowych na okres od 3 do 6 miesięcy. Na początku 2021 r. sektor bankowy poinformował o wznowieniu „moratorium pozaustawowego”. Dlatego z możliwości odroczenia lub obniżenia spłaty rat leasingowych, obok klientów banków, znowu mogą skorzystać klienci firm leasingowych. Branża leasingowa pracuje też nad dodatkowymi rozwiązaniami pomocowymi dla klientów dotkniętych kryzysem. Pod koniec ubiegłego roku leasingodawcy uczestniczyli w rozmowach prowadzonych z udziałem kancelarii prezydenta RP, przedstawicieli strony rządowej i instytucji wspierających gospodarkę. Podczas spotkań i warsztatów pracowali nad rozwiązaniami, które mają, do czasu wznowienia ruchu turystycznego, ułatwić funkcjonowanie i utrzymanie floty przez przewoźników autokarowych. Obecnie eksperci Banku Gospodarstwa Krajowego i sektora leasingowego ustalają szczegóły programów gwarancyjnych, które pozwolą sko-

rzystać z leasingu na bardziej preferencyjnych warunkach. Gwarancje będą pochodziły z Paneuropejskiego Funduszu Gwarancyjnego, utworzonego przez państwa Unii Europejskiej na potrzeby walki z pandemią.

Dlaczego polska gospodarka w kryzysie jest odporna?

Pandemia Covid-19 okazała się destruktywna dla globalnej gospodarki, a w kraju zakończył się okres 28 lat nieprzerwanego wzrostu gospodarczego (lata 1992-2019). Mimo to Polska może pochwalić się odporną gospodarką. Dlatego tak się dzieje, wyjaśnia Marcin Nieplowicz, dyrektor ds. statystyki i monitorowania rynku ZPL:

– W 2020 r. weszliśmy z wysokim tempem wzrostu gospodarczego (4,5 proc. w 2019 r.), z bardzo niskim bezrobociem (drugim najniższym w UE), a dług publiczny spadł w poprzednich latach. Pomogło to w uruchomieniu pomocy publicznej rzędu 11,3 proc. PKB, z czego 6,5 proc. stanowiła bezpośrednia pomoc dla przedsiębiorstw. Jednocześnie udział najbardziej zagrożonych branż (czyli m.in. transportu osób, HORECA, turystyki i rekreacji, sportu i kultury) stanowi w Polsce tylko ok. 6 proc. PKB, czyli istotnie mniej niż w innych krajach europejskich. Dużo większy udział w tworzeniu PKB mają przemysł (21,9 proc. PKB w 2019 r.), rolnictwo i sektor budowlany. Dzięki temu pozostajemy zbilansowaną gospodarką, notującą wyraźną nadwyżkę eksportu nad importem.

Polsce nie udało się uniknąć recesji, jednak finalna dynamika PKB na poziomie -2,8 proc. za ostatni rok okazała się znacznie lepszym wynikiem w porównaniu do większości państw Unii Europejskiej – podkreśla Marcin Nieplowicz, dyrektor ds. statystyki i monitoringu rynku ZPL.

Wśród pozytywnych informacji warto podkreślić dodatni wynik całego aktywnego portfela branży leasingowej na koniec 2020 r. (+0,1 proc. r/r). W przypadku portfela ograniczonego do finansowania aktywów ruchomych dynamika wzrostu wynosi +0,2 proc. r/r.

Struktura rynku leasingu, odbiorcy usług leasingowych

Firmy zrzeszone w Związku Polskiego Leasingu koncentrują się na obsłudze transakcji leasingowych. Ich wartość wynosi 60,2 mld zł. Rządziej zawierane są umowy pożyczki. 9,9 mld zł to łączna wartość pożyczek udzielonych w 2020 r.

Odbiorcami usług leasingowych pozostają głównie mikro i małe firmy, czyli klienci o obrotach do 20 mln zł, którzy stanowią 73,5 proc. w strukturze klientów firm leasingowych. Największą (53,6 proc.) grupą klientów są mikro firmy (klienci o obrotach do 5 mln zł), klienci o obrotach od 5 do 20 mln zł stanowią 19,9 proc. 26-proc. udział w strukturze klientów firm leasingowych mają firmy o obrotach powyżej 20 mln zł, podczas gdy transakcje zawierane z klientami indywidualnymi mają 0,5-proc. udział w rynku.

W 2020 r. przy pomocy leasingu i pożyczki inwestycyjnej przedsiębiorcy najczęściej finansowali pojazdy lekkie (mające 47,5 proc. w strukturze rynku leasingu) oraz maszyny i inne urządzenia (odpowiadające za 29,1 proc.). Nieco rzadziej finansowali pojazdy ciężarowe powyżej 3,5 t., ciągniki siodłowe, naczepy, przyczepy i autobusy (17,8 proc. udział w rynku). Inne aktywa, takie jak: sprzęt IT, samoloty, statki, tabor kolejowy i pozostałe pojazdy mają 4,4 proc. udział w rynku, podczas gdy nieruchomości zaledwie 1,2 proc.

Trendy w grupach

Pojazdy lekkie: Branża leasingowa w 2020 r. sfinansowała pojazdy lekkie (tj. pojazdy osobowe i dostawcze do 3,5 t) o łącznej wartości 33,3 mld zł, co stanowiło wynik o 5,7 proc. niższy niż rok wcześniej. Segment pojazdów lekkich odnotował relatywnie dobry wynik w całym roku, pomimo 35,2-proc. spadku w II kw. 2020 r. Zakupy aut osobowych (dynamika na koniec roku: -6,7 proc. r/r) zostały utrzymane m.in. dzięki subwencjom z Tarczy Finansowej 1.0. Subwencje zapewniły płynność przedsiębiorców oraz utrzymały zatrudnienie w firmach.

Na finansowanie pojazdów dostawczych i ciężarowych do 3,5 t (dynamika na koniec roku wyniosła -0,3 proc. r/r) wpłynął rozwój sektora e-commerce. W 2020 r. obserwowaliśmy także wyraźny wzrost średniej wartości kontraktu w zakresie finansowania pojazdów lekkich (szacowany na 8,9 proc. r/r). W du-

PERŁY POLSKIEGO LEASINGU



ŁĄCZNE AKTYWA SFINANSOWANE PRZEZ FIRMY LEASINGOWE W 2020 I 2019 R. [MLD ZŁ, R/R]

Finansowanie ogółem



Źródło: Związek Polskiego Leasingu

Struktura finansowania przedmiotów



żej mierze był on efektem ok. 10-proc. wzrostu cen nowych aut osobowych w Polsce. Maszyny i inne urządzenia: Sektor finansowania maszyn, który najmniej odczuł skutki recesji, znalazł się w 2020 r. wśród głównych kategorii finansowanych środków trwałych. W omawianym okresie łączne finansowanie udzielone przez branżę leasingową na inwestycje w maszyny i inne urządzenia wyniosło 20,4 mld zł, przy -5 proc. dynamice r/r dla tego segmentu (dane na koniec 2020 r.).

Dodatkowo wyniki obserwowaliśmy w zakresie finansowania maszyn rolniczych (+11,7 proc. r/r), sprzętu medycznego (+15,4 proc.) czy maszyn dla przemysłu spożywczego (+10,3 proc. r/r). Słabsze wyniki były udziałem sektorów mocno skorelowanych ze zmianami koniunktury: maszyn do produkcji tworzyw sztucznych i obróbki metali (-21,1 proc. r/r) czy maszyn poligraficznych (-20,9 proc. r/r). Pojazdy ciężarowe: Pandemia w największym stopniu obniżyła wo-

lumen finansowania pojazdów ciężarowych. W tym segmencie rynku, gdzie uwzględnione zostały takie aktywa, jak: pojazdy ciężarowe powyżej 3,5 t, ciągniki siodłowe, naczepy i przyczepy oraz autobusy, ujemne dynamiki były udziałem wszystkich grup produktów. Skumulowane dane ZPL na koniec 2020 r. pokazują, że branża leasingowa podpisała nowe kontrakty o łącznej wartości 12,5 mld zł, przy dynamice segmentu pojazdów ciężarowych na poziomie -26,8 proc. r/r.

– Od drugiej połowy 2019 r. do sierpnia 2020 r. obserwowaliśmy serię kilkunastu miesięcy spadków finansowania w ujęciu rocznym. Na wcześniejsze problemy branży transportowej, związane z wdrażaniem Pakietem Mobilności, nałożył się największy po II wojnie światowej kryzys gospodarczy w strefie euro oraz obostrzenia w transporcie towarowym i pasażerskim. W rezultacie doszło do silnych zaburzeń rynku w obszarach związanych z transportem międzynarodowym i transportem zbiorowym. Największe spadki na poziomie 50-60 proc. odnotowaliśmy w pierwszych miesiącach pandemii. Półrocze zamknęło się ujemną dynamiką na poziomie 39 proc. Od listopada 2020 r. notujemy już wyraźne odbicie w finansowaniu sektora TRK (średnia dynamika 28,9 proc. r/r). – mówi Andrzej Sugajski, dyrektor generalny ZPL.

czasie. Prognozują również istotne pogorszenie jakości portfela, mocniejsze, niż miało to miejsce w IV kwartale 2020 r. Jednocześnie z początkiem 2021 r. firmy spodziewają się przyspieszenia aktywności sprzedażowej, chociaż nie będzie ono tak wyraźne jak obserwowane w IV kwartale 2020 r. Firmy leasingowe spodziewają się wyższego poziomu finansowania dla większości badanych grup środków trwałych. Wyraźne wzrosty finansowania oczekiwane są dla pojazdów lekkich oraz dla sektora nieruchomości. Trochę słabsze, ale wciąż wyraźnie pozytywne perspektywy rysują się dla finansowania maszyn i IT. Natomiast negatywne perspektywy są spodziewane w obszarze finansowania środków transportu ciężkiego.

Jak wygląda prognoza ZPL na koniec 2021 r.?

W 2021 r. rynek leasingu odrobi straty poniesione w ubiegłym roku. Dynamika branży leasingowej w 2021 r. na poziomie 11 proc. będzie zgodna z prognozowanym wzrostem inwestycji prywatnych i scenariuszem rozwoju gospodarczego w Polsce. W bieżącym roku branża leasingowa może udzielić łącznego finansowania o wartości przekraczającej 77,8 mld zł.

Co firmy leasingowe mówią o kolejnych miesiącach roku?

Według kwartalnego odczytu badania koniunktury branży leasingowej, realizowanego wśród osób odpowiedzialnych za sprzedaż w firmach leasingowych zrzeszonych w ZPL, w I kwartale 2021 r. ankietowane firmy oczekują wzrostu zatrudnienia, po nieznacznej redukcji obserwowanej w ostatnim

Idea Getin Leasing

Dziękujemy za zaufanie.

Idea Getin Leasing po raz piąty z rzędu
Firmą Przyjazną Klientowi



2020 • 2019 • 2018 • 2017 • 2016

ideagetinleasing.pl aukcje.ideagetin.pl ☎ 801 199 199

Tytuł „Firma Przyjaznej Klientowi” przyznany został przez Klientów Idea Getin Leasing. Podstawą procesu certyfikacyjnego były wyniki niezależnych badań satysfakcji, doświadczeń i prawdopodobieństwa rekomendacji. Badanie zostało zrealizowane techniką CATI w dniach 19-29 października 2020 roku przez agencję badawczą Experience Institute.

PERŁY POLSKIEGO LEASINGU

Szanowi Państwo!

Przedsiębiorcom coraz trudniej w obecnej, covidowej rzeczywistości, myśleć o inwestycjach. Wielu z nich zastanawia się, jak ograniczać koszty, a nie je eskalować. Naprzeciw tym oczekiwaniom wyszła branża leasingowa. Jej przedstawiciele uważnie przyglądali się potrzebom swoich klientów, temu, jak się zmieniają, i skroili w ramach swoich firm oferty szyte na miarę dzisiejszych potrzeb. W ramach plebiscytu Perły Polskiego Leasingu wyróżniliśmy tych, którzy znaleźli

najlepszy sposób na wsparcie klientów, a także tych, którzy pamiętają, jak ważni są ich pracownicy. W tym specyficznym czasie to właśnie od zaangażowania tych ostatnich zależy w dużej mierze satysfakcja kontrahentów.

Jak radzi sobie branża leasingowa? Jak się zmieniła i czego możemy spodziewać się w tym segmencie w najbliższym czasie? Zapraszamy do lektury wypowiedzi zaproszonych na łamy ekspertów. Inspirującej lektury.

Redakcja



Za umiejętne korzystanie z wiedzy i doświadczenia, którymi firma wyróżnia się na tle konkurencji, w budowaniu relacji z klientem opartej na zaufaniu. Za wdrażanie w życie dewizy: To be the most customer-centric mobility management company, co każdemu, kto korzysta z usług Business Lease, pozwala czuć się w centrum uwagi. Znajduje to odzwierciedlenie w wynikach badań satysfakcji klientów. Na skali od -100 do 100 firma jest już od ponad roku na poziomie 90 punktów.

Business Lease to ekspert w dostarczaniu rozwiązań Car Fleet Management, który oferuje usługi z zakresu finansowania pojazdów wraz z pakietem dodatkowych usług dopasowanych do indywidualnych potrzeb klienta oraz zarządzania flotą. Dzięki ciągłemu doskonaleniu firma zawsze zapewnia najbardziej innowacyjny produkt na rynku. Opieka, którą Business Lease obejmuje Klientów czyni firmę wyjątkową w wicie biznesu.

Za nowoczesne, innowacyjne i wygodne narzędzia wspierające zakup leasingu w konfiguracjach określonych przez klienta. Leasing z Gwarancją Zwrotu samochodu i rozliczenia umowy w dowolnym momencie jej trwania, bez dodatkowych kar czy opłat oraz konieczności zapłaty wszystkich pozostałych opłat leasingowych. To narzędzie, które daje poczucie bezpieczeństwa i wygody w każdej chwili trwania umowy, bez względu na to, czy firma dynamicznie się rozwija czy dotknął ją gospodarczy kryzys lub inne trudne do przewidzenia okoliczności (jak te z COVID-19).

GO-leasing to czołowa, dynamicznie rozwijająca się partnerska sieć brokerów leasingu i kredytów samochodowych. Obsługuje klientów na terenie całego kraju w 60 oddziałach. Współpracuje z blisko 40 sprawdzonymi i renomowanymi firmami leasingowymi i bankami – dzięki temu wie, gdzie otrzymasz leasing lub kredyt samochodowy najkorzystniej. To firma niezależna, pracuje w imieniu i na rzecz swoich klientów, wybierając dla nich bezpłatnie i skutecznie najkorzystniejsze oferty leasingu na rynku, dbając przy tym o optymalne rozwiązania podatkowe.

Za szybkie reagowanie na pojawiające się potrzeby klientów i dostosowywanie procesów do zmian rynkowych. W 2020 r. firma poszerzyła ofertę, m.in. o finansowanie fotowoltaiki, podpisywanie umów z wykorzystaniem wideoweryfikacji, finansowanie aut dostępnych od ręki na platformie autokatalog.pl. W związku z pandemią i trudnościami, jakie dotknęły wielu klientów, Idea Getin Leasing jako jedna z pierwszych firm leasingowych w Polsce, zaproponowała klientom możliwość obniżenia rat nawet o 80 proc. aż do 6 miesięcy.

Idea Getin Leasing należy do czołowych firm leasingowych w Polsce. Jest ekspertem najnowocześniejszych rozwiązań w zakresie finansowania firm. Wspiera rozwój polskich przedsiębiorców – mikro, małych i średnich firm – oferując konkurencyjny pakiet usług finansowych. Zespół Idea Getin Leasing to ponad 1 tys. doświadczonych specjalistów – ekspertów w swoich obszarach, których kompetencje skierowane są na realizację potrzeb i oczekiwań klientów. Dzięki bardzo dobrej współpracy z siecią dealerów i dostawców, firma oferuje konkurencyjne ceny pojazdów, maszyn i urządzeń. Umożliwia finansowanie sprzętu nowego i używanego. W 2020 r. Idea Getin Leasing poprawiła wynik sprzedaży (+0,4 proc. r/r), zwiększając udział w rynku finansowania ruchomości do 5,7 proc.

SPRAWNIE FUNKCJONOWAĆ W TRUDNYCH WARUNKACH RYNKOWYCH

EFL obchodzi w tym roku 30 lecie swojej działalności. Podczas trzech dekad stabilnego funkcjonowania sfinansował inwestycje ponad 330 tys. firm, działając i rosnąc w siłę w zmieniających się warunkach zewnętrznych.



**Justyna
Gudowska-Pohling**

menadżer ds. badań marketingowych
i rynkowych, Europejski Fundusz
Leasingowy

kich pracowników, wsłuchiwanie się w potrzeby klientów i mocna, stabilna marka.

Czerpiąc z doświadczenia

EFL budował swoją markę przez 30 lat. Dzisiaj klienci postrzegają go jako eksperta na rynku, firmę dostosowującą ofertę do ich potrzeb, mającą proste i przyjazne procedury i co okazało się najważniejsze – w okresie kryzysu spowodowanego pandemią – bycie firmą fair. Jak dowiodło przeprowadzone przez nas badanie, to właśnie ten element – bycie prawdziwym partnerem w biznesie, które wyraża się w dbałości o klientów zarówno w dobrych, jak i trudnych czasach, okazał się kluczową wartością dla przedsiębiorców w roku pandemicznym. Marzec 2020 r. przyniósł nieoczekiwaną konieczność zmiany oraz

szybkiej adaptacji do nowych warunków pracy i prowadzenia biznesu. Przyniósł również ogromną mobilizację do działania.

EFL – jak wszystkie firmy leasingowe – stanął między innymi przed takim wyzwaniem jak zapewnienie bezpieczeństwa podczas obsługi sprzedażowej klientów finansujących swoje inwestycje w EFL. W trybie pilnym został opracowany i wdrożony proces dający możliwość podpisania umowy leasingowej w sposób zdalny. Drugim równie istotnym wyzwaniem – z racji tego, że obostrzenia związane z pandemią mocno uderzyły w niektóre branże – było przygotowanie programów pomocowych związanych z odroczeniem spłat rat leasingowych dla naszych klientów.

Wesprzeć klientów

Dzięki mobilizacji wszystkich pracowników wsparliśmy klientów w tym trudnym dla wszystkich czasie. Warto było, bo klienci to zauważyli i docenili – w badaniu satysfakcji klientów i konkurencji otrzymaliśmy

bardzo wysokie noty za współpracę w roku 2020. Stopień zadowolenia ze współpracy z leasingodawcą w czasie pandemii został oceniony na 8,9 pkt (w skali od 0 do 10), a wskaźnik NPS wzrósł w 2020 r. do 62, z 57 w 2019 r. Co więcej, jest on wyższy od średniej dla konkurencji, dla której NPS wyniósł 57. Oznacza to, że w trudnym, wymagającym 2020 r. powiększył się odsetek lojalnych klientów w naszym portfelu, co dowodzi, że w oczach klientów stanęliśmy na wysokości zadania. Kluczowym elementem, który pozytywnie wpłynął na wskaźnik NPS jest ocena współpracy z EFL podczas pierwszej i drugiej fali pandemii. Bycie fair w stosunku do klientów w trudnych momentach jest dla nich momentem prawdy, który został zweryfikowany pozytywnie. O sile marki EFL świadczy nie tylko wysoki wskaźnik NPS, który wyraża prawdopodobieństwo polecenia marki w przyszłości, ale także realne polecenia w przeszłości. Z przeprowadzonego badania wynika, że bli-

sko połowa Klientów podpisujących umowę z EFL w 2020 roku, na pytanie, skąd dowiedziała się o ofercie EFL, wskazała polecenie przez znajomych przedsiębiorców. To dowodzi ogromnego zaufania do marki, a kluczowe mogło okazać się nasze 30-letnie doświadczenie na rynku leasingu i przejście zwycięsko przez wiele kryzysów w przeszłości. Warto również podkreślić, że od lat EFL koncentruje się na klientach i ich potrzebach. W roku 2020 podejście to nabrało podwójnego znaczenia: wypracowane przez nas rozwiązania były testowane z klientami przed i po wdrożeniu. To pozwalało szybko i na bieżąco reagować na potrzeby klientów, umacniając tym samym pozycję EFL na rynku leasingu.

O badaniu

Badanie zostało przeprowadzone w okresie od września 2020 do stycznia 2021 przez niezależną agencję badawczą IPSOS. Badanie zostało zrealizowane na próbie N=750 klientów EFL oraz N=250 klientów konkurencji.

W roku 2020 spółka wypracowała wynik zbliżony do 2019 r. (-0,7 proc. r/r), podczas gdy rynek odnotował ponad 10 proc. spadek wartości finansowanego wolumenu. Co więcej, EFL zwiększył udziały rynkowe do 8,1 proc., z 7,3 proc. w 2019 r. Nie byłoby to możliwe, gdyby nie doświadczenie, mobilizacja wszyst-

PERŁY POLSKIEGO LEASINGU

To be the most customer-centric mobility management company, czyli jak zadbać o komfort klientów



Z Arturem Sulewskim, dyrektorem zarządzającym Business Lease Poland, rozmawiała Katarzyna Mazur.

na takich zasadach, które są zgodne z oczekiwaniami klienta, a wręcz, jeżeli to jest możliwe, aby wykraczał ponad nie.

Jak te oczekiwania klientów zmieniły się w Pana ocenie na przestrzeni ostatniego roku?

Nasz użytkownik, czyli kierowca samochodu służbowego, musi być maksymalnie „zaopiekowany”. Firmy skupiają się dziś nie tylko na tym, czy cena jest najniższa na rynku. Wręcz przeciwnie, są w stanie więcej płacić za to, żeby użytkownik samochodu był traktowany po partnersku. Przedsiębiorcy doceniający swoich pracowników dostarczają im narzędzia, które są komfortowe. I my w ten komfort musimy się wpisać, zdejmując z klientów jak najwięcej czynności dodatkowych, tak aby ich pracownicy – kierowcy mogli się skupić na tym, co robią najlepiej, co stanowi ich główny biznes.

Jesteście Państwo w trakcie wdrażania systemu informatycznego, który jeszcze bardziej usprawni komunikację z klientami i przebieg różnych procesów związanych z ich obsługą.

Wdrażamy system, który pozwoli na komunikację z klientem, kierowcą, 24 godziny na dobę. To jest rozwiązanie hybrydowe – w godzinach pracy firmy w gotowości będą nasi pracownicy, po godzinach rolę tę będzie przejmował operator Assistance, a na najczęściej pojawiające się pytania będą też mogły odpowiadać boty. W tych najbardziej powtarzalnych kwestiach będziemy mogli zdać się na technologię.

Firma to nie tylko klienci, to przede wszystkim pracownicy. Jak oni odnaleźli się w tej nowej rzeczywistości?

Są zmotywowani, bardzo zaangażowani. Nie odczuliśmy na płaszczyźnie zawodowej żadnych negatywnych skutków. Na czyście ludzkim poziomie nasi pracownicy tęsknią za tym, żeby się spotkać, żeby wyjść na kawę, porozmawiać *face to face*. Pracujemy w systemie hybrydowym, ale jeśli ktoś ma poczucie, że bezpieczniej czuje się w domu, nie musi przyjeżdżać do biura w ogóle. Widoczną różnicę dostrzegamy natomiast ze względu na ogólnorynkowe zaniepokojenie. Klienci boją się w tej chwili podejmować nowych decyzji, boją się zobowiązań na 3-4 lata, a to jest standardem w leasingu operacyjnym.

W jaki sposób łagodzą Państwo te obawy klientów?

Żeby wesprzeć ich w trudnych okolicznościach, wychodzimy im naprzeciw. Popularnym jest obecnie wydłużanie kontraktów, np. na rok. Klienci są przekonani, że w tym czasie sytuacja się wykrystalizuje i będzie wiadomo, na czym wszyscy stoimy i w którą stronę zmierza gospodarka. Na znaczeniu zyskuje jeszcze jedna usługa, która na rynku jest od dawna – *sale-and-lease-back*. Firmy, które w 2018 i w 2019 r. miały bardzo dobre wyniki finansowe, pozwoliły sobie na zakup floty, na zakup bardzo drogiego samochodu, w tej chwili przekalkulowały, że te środki bardzo by się przydały do rozwoju działalności firmy, a czasem wręcz do ochrony przed upadkiem. W takich sytuacjach pomagamy, odkupując od nich samochody – klient dostaje gotówkę, równoważącą wartość księgowej samochodu, a nam płaci tylko raty miesięczne, dzięki czemu znacznie spadają mu koszty.

Ma Pan poczucie, że ta prokliencka postawa, proludzka wręcz, to wynik tego, że u podłoża firmy leży rodzina?

Jestem o tym przekonany. Podam konkretny przykład. Kiedy w ubiegłym roku zaczęła się pandemia, część z naszych współpracowników nie widziała w zbyt jasnych barwach przyszłości swoich biznesów. Małe serwisy, punkty usługowe, z którymi pracujemy, były zagrożone, znacząco spadły im obroty. Nie wszyscy ich partnerzy biznesowi byli w stanie regulować swoje zobowiązania na czas. To rodziło niepokój. Decyzją właściciela Business Lease do wszystkich współpracujących z nami firm zostały wysłane pisma, żeby się nie obawiali, że nie będziemy opóźniać płatności, nasza sytuacja finansowa i ponad 100 lat doświadczenia pozwala nam realizować swoje zobowiązania terminowo i oczywiście rozumiemy ich, bo nasza firma też się wywodzi z serwisów, wiemy, że oni są na pierwszej linii frontu, więc jeśli się tylko da, będziemy im pomagać, żeby przetrwali ten trudny czas. To nie były puste słowa. Za nimi poszły czyny. Gdyby nie rodzinny rodowód spółki, nie wiem, czy byłoby w jej działalności miejsce na taką empatię.

100 lat na rynku na świecie, 20 lat w Polsce plus Pana doświadczenie to miks kompetencji, który długofalowo jest w stanie przynieść coś wyjątkowego. Jakie Pan widzi perspektywy dla rozwoju firmy?
Zaangażowanie i motywacja pracowników to jest podstawowa rzecz, na której się skupiamy.

Mocno wierzę w to, że jeśli zadbasz o swojego pracownika, to on zadba o twojego klienta. Bardzo mocno nad tym pracujemy. Widać to w wynikach badań satysfakcji klientów. Na skali od -100 do 100 jesteśmy już od ponad roku na poziomie 90 punktów. Patrząc na rynek, to jest bardzo wysoki wskaźnik. To zadowolenie widzimy też w lojalności klientów, którzy są z nami praktycznie od początku. Oczywiście rozważają zmianę, analizują rynek, sprawdzają, co się dzieje, ale mimo wszystko zostają z nami, bo czują się przez nas uczciwie traktowani i doceniają naszą elastyczność. Jesteśmy np. jedyną firmą na rynku, która oferuje tzw. matrycę kalkulacyjną. To narzędzie, które w bardzo transparentny sposób przedstawia klientowi, jak będą się zmieniały jego koszty w przypadku, kiedy kontrakt, który był pierwotnie założony, zmieni się w górę lub w dół.

Podsumowując: narzędzia, które dostarczacie, pozwalają klientom sprawniej funkcjonować.

Przed wszystkim dają im poczucie transparentności. W obecnym kryzysie dookoła jest tyle niewia-

domych, że ludzie poszukują pewnych obszarów, w których ją znajdują. Z naszego punktu widzenia to jest bardzo istotne i klienci to potwierdzają w badaniach satysfakcji, że przewidywalność kosztów i łatwość oszacowania, jak się one zmienią w przypadku zmiany założeń kontraktowych, jest niezwykle ważna. Otaczają nas same znaki zapytania, więc im więcej możemy ich skreślić i zamienić na pewnik, tym bardziej poziom komfortu w nas jako ludziach rośnie. Chcemy ten komfort zapewnić swoim klientom. Potwierdzają oni, że robimy to dobrze: na przykład jeden z naszych kontrahentów, firma Delphi Technologies w osobie Pani Karoliny Wijas, administratorki floty, tak opisuje podejście do współpracy reprezentowane przez Business Lease: „Dostawca zorientowany na potrzeby klienta to taki, który dostosowuje się do rynku i skupia się na indywidualnych potrzebach klienta. Daje poczucie pełnej opieki, zawsze wraca z informacją zwrotną, niezależnie czy jest dobra, czy zła. W biznesie najważniejsze jest, żeby zawsze znaleźć rozwiązanie w kryzysowych sytuacjach”. Każda pozytywna informacja zwrotna to dla nas impuls do bycia jeszcze lepszymi.

Business Lease najbardziej zorientowaną na klienta firmą zarządzającą mobilnością



Elias Drakopoulos, Chief Executive Officer at Business Lease Group

Firma AutoBinck Group została założona w Holandii w 1907 r. Od ponad wieku działamy w branży motoryzacyjnej, świadcząc wysokiej jakości usługi klientom w całej Europie.

Dlatego było dla nas bardzo naturalne, że 20 lat temu zdecydowaliśmy się kontynuować naszą ekspansję w Europie Środkowej i wejść na ważny polski rynek. Jesteśmy bardzo dumni z naszego zespołu doświadczonych i oddanych współpracowników w biurach w Warszawie i Wrocławiu. Koncentrują się na dostarczaniu najwyższej jakości usług swoim klientom i robią wszystko, by Business Lease był firmą pierwszego wyboru dla partnerów biznesowych. Podążając za naszą odnowioną tożsamością korporacyjną, która równoważy nasze historyczne korzenie rodzinne z naciskiem na innowacje niezbędne do odniesienia sukcesu w ciągle zmieniającym się krajobrazie mobilności, wkrótce wdrożymy zupełnie nową, najlepszą w swojej klasie platformę IT, która pomoże im w doskonaleniu we wszystkim, co robią. Mając wszystkie gotowe elementy, będziemy nadal z powodzeniem ulepszać i rozwijać naszą polską firmę, jednocześnie realizując naszą wizję uczynienia Business Lease najbardziej zorientowaną na klienta firmą zarządzającą mobilnością. Dziękuję wszystkim naszym klientom, partnerom i pracownikom za bycie częścią naszej rodziny przez te pierwsze 20 lat i nie mogą się doczekać wspólnej pracy na dalszej drodze.

W jaki sposób, jakimi narzędziami i jakimi decyzjami, chcecie sprawić, że klient poczuje, że jest w centrum uwagi?

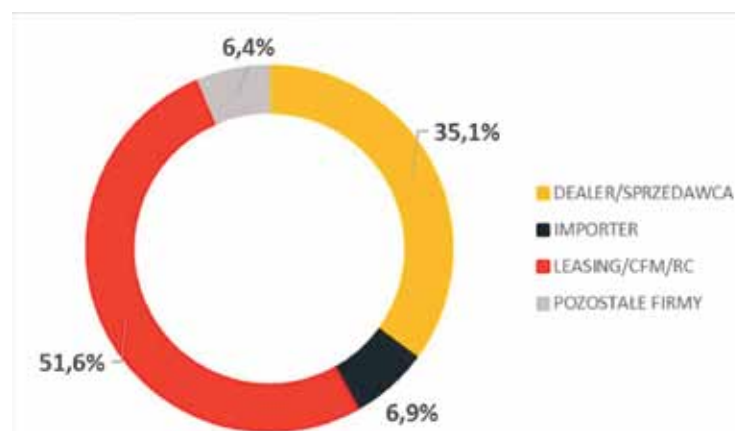
To zawsze było w DNA naszej firmy, naszych pracowników i programy, na jakich już dziś pracujemy, zbudowane są na takim podejściu. To, co zmieniliśmy, to sposób manifestacji. Do niedawna posługiwaliśmy się hasłem *Passion for mobility*, które można było rozumieć na różne sposoby. Teraz jasno deklarujemy, że chcemy być najbardziej przyjazną „customer-centric” firmą na rynku. Niezależnie od tego, w jakie systemy byśmy to hasło ubrali, najważniejsi są ludzie, którzy rozumieją i stosują nasze motto w swoich codziennych działaniach. Dla nas wszystkich, reprezentujących Business Lease, klient musi być najważniejszy. W pewnym sensie korzystamy z tych samych narzędzi, które mają nasi konkurenci, kupujemy samochody w tych samych serwisach, serwisujemy często w tych samych miejscach. Żeby się wyróżnić, musimy sprawić, że kierowca poczuje, że się nim opiekujemy. Bycie „customer-centric” wyraża się dla nas także w tym, jak np. współpracujemy z serwisem. Chcemy, aby działał on

PERŁY POLSKIEGO LEASINGU

Leasing napędza elektromobilność

Pod koniec grudnia 2020 r. po polskich drogach jeździło 18 875 elektrycznych samochodów osobowych (ECV = BEV + PHEV)¹. Tylko w ubiegłym roku przybyło 8 099 takich nowych samochodów. Nabywcy instytucjonalni odpowiadają za 85,4 proc. rejestracji nowych samochodów elektrycznych w kraju. W tej grupie prym wiodą leasingodawcy, którzy zarejestrowali ponad połowę wszystkich nowych aut elektrycznych, nabytych przez firmy w 2020 r.

Głównym odbiorcą nowych samochodów na polskim rynku są przedsiębiorcy – w 2020 r. zarejestrowali oni 72,6 proc. nowych samochodów osobowych (311 tys. sztuk)². Nabywcy instytucjonalni w największym stopniu odpowiadają także za rejestrację samochodów z napędem elektrycznym (samochody elektryczne ECV = BEV + PHEV). W 2020 r. zarejestrowali oni 6 914 nowych elektrycznych samochodów osobowych, z czego 51,6 proc. pojazdów zarejestrowały firmy leasingowe, firmy CFM i rent a car, 35,1 proc. dealerzy lub inni sprzedawcy, 6,9 proc. importerzy, natomiast za 6,4 proc. rejestracji odpowiadają pozostałe firmy.

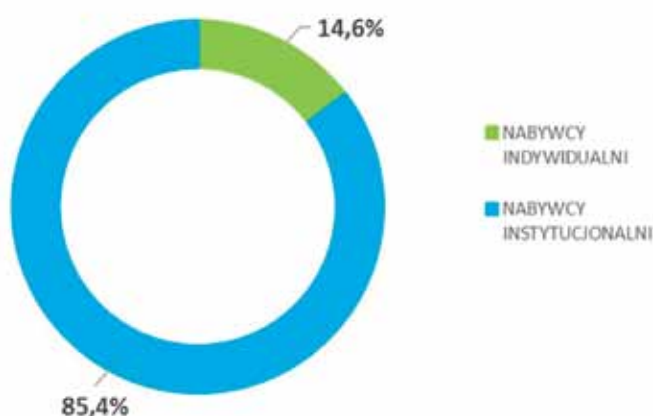


Wykres nr 1: Rejestracje nowych elektrycznych samochodów osobowych przez nabywców instytucjonalnych w 2020 r. Struktura według rodzaju nabywcy. Dane PZPM na podstawie CEP.

Komitetu Wykonawczego Związku Polskiego Leasingu.

Firmy rejestrują nowe pojazdy, a konsumenci samochody używane

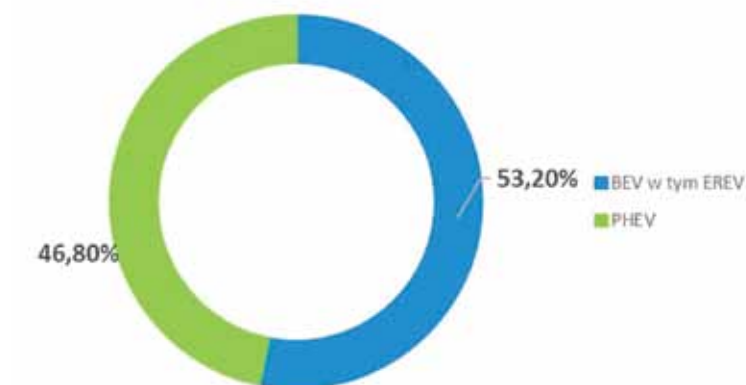
Analizując rejestracje samochodów elektrycznych pod względem rodzaju nabywcy, w 2020 r. nabywcy instytucjonalni odpowiadali za rejestrację 85,4 proc. nowych pojazdów tego typu i 18,6 proc. rejestracji pojazdów używanych sprowadzonych w tym czasie do Polski. Odmienność proporcja jest widoczna w przypadku wyborów klientów indywidualnych – w ubiegłym roku zarejestrowali oni 81,4 proc. używanych samochodów elektrycznych z zagranicy i zaledwie 14,6 proc. nowych pojazdów



Wykres nr 2: Rejestracje nowych elektrycznych samochodów osobowych w 2020 r. Struktura według rodzaju nabywcy. Dane PZPM na podstawie CEP.

z napędem elektrycznym.

– Napędy niskoemisyjne z miesiąca na miesiąc zyskują coraz większą popularność. Bardzo cieszy fakt, że rosnącą grupę nabywców właśnie takich pojazdów stanowią klienci instytucjonalni. Oznacza to, że firmy aktywnie włączyły się w proces poprawy klimatu. Należy jedna zauważyć, że



Wykres nr 3: Stan parku elektrycznych samochodów osobowych (ECV=BEV+PHEV). Wstępny szacunek PZPM na podstawie CEP na koniec 2020 r.

jeździ dużo po całym kraju i powinien mieć możliwość szybkiego naładowania samochodu. Mamy nadzieję, że wraz z wprowadzaniem nowych zachęt do zakupu samochodów niskoemisyjnych – zwłaszcza przez firmy – sukcesywnie będzie rosła ich flota, ale także liczymy na to, że znacząco wzrośnie liczba stacji ładowania – powiedział Jakub Faryś, prezes Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego.

Jak wygląda park samochodów elektrycznych?

Według stanu na koniec 2020 r. po polskich drogach jeździło 18 875 elektrycznych samochodów osobowych, z których 53 proc. stanowiły pojazdy w pełni elektryczne (BEV) – 10 041 szt., a pozostałą część hybrydy typu plug-in (PHEV) – 8 834 szt. (46,8 proc.).

1. Samochody elektryczne ECV = BEV + PHEV, gdzie BEV (ang. battery electric vehicles) (w tym EREV) to samochody w pełni elektryczne, a PHEV (ang. plug-in hybrid electric vehicles) to hybrydy plug-in.

2. Dane PZPM na podstawie CEP.

Bycie online pomaga działać klientom szybciej i sprawniej

Bycie online skraca czas reakcji, pozwala wspierać przedsiębiorców niezależnie od czasu i miejsca – czy to w momencie decyzji zakupowej i wyboru finansowania, czy też w zakresie obsługi posprzedażowej. Pomaga działać klientom szybciej i sprawniej.

Szczególnie w ostatnim czasie możliwość załatwienia różnych spraw przez Internet była istotnym udogodnieniem dla przedsiębiorców i właścicieli firm. Z jednej strony ze względów bezpieczeństwa i obustronnych związanych z pandemią koronawirusa, z drugiej strony, załatwiając sprawy zdalnie, robimy to wygodniej i sprawniej, a to sprzyja szybszemu powrotowi do aktywności biznesowej sprzed pandemii.

Warto również pomyśleć o firmowych inwestycjach i możliwościach zewnętrznego finansowania. – Nowa maszyna, która umożliwi przekształcenie linii produkcyjnej czy też nowy

samochód, by móc sprawniej rozwinąć towary, mogą okazać się kluczem do sukcesu. Rozumiemy to i w tym obszarze również chcemy wspierać przedsiębiorców. Dlatego dostarczamy rozwiązania, tak aby klienci mieli wygodny dostęp do naszych usług. Klienci ING już od dłuższego czasu mogą składać wnioski online w bankowości internetowej Moje ING lub ING Business. A do tego w zeszłym roku wprowadziliśmy możliwość podpisania umowy leasingu, wykorzystując elektroniczny podpis kwalifikowany. Dzięki temu proces leasingowy może być w 100 proc. online! – mówi Małgo-

rzata Lipska, Senior Manager Centrum Agile w ING Lease (Polska).

Zmieniające się potrzeby klientów

Świat wokół nas się zmienia, zakupy w Internecie i praca zdalna stały się codziennością. Zmieniają się również preferencje i oczekiwania klientów. – Mimo trwającej pandemii przedsiębiorcy i właściciele firm coraz odważniej i chętniej myślą o nowych inwestycjach. Z drugiej strony są bardziej świadomi i chcą wiedzieć, jakie mają możliwości finansowe, w jakich kwotach mogą się poruszać. W odpowiedzi na te oczekiwania stworzyliśmy produkt Easy Leasing. Na podstawie wpływów na konto firmowe klientowi zostanie udostępniony w bankowości internetowej Moje ING lub ING Business indywidualnie wyzna-

czony limit na leasing. W ramach niego będzie mógł sfinansować samochód osobowy, dostawczy czy ciężarowy, a już niedługo także inne potrzebne w firmie urządzenie. Dobierając takie parametry, jak udział własny, okres leasingu czy wartość wykupu, klient sam będzie mógł dopasować ratę do swoich potrzeb. Zapewniamy prosty, szybki i zdalny proces. Nie wymagamy żadnych dodatkowych dokumentów finansowych ani zabezpieczeń. Wniosek o leasing złożysz oczywiście zdalnie w bankowości internetowej ING, a umowę będzie mógł podpisać elektronicznie lub w każdym oddziale ING Banku – dodaje Małgorzata Lipska.

Umowa podpisana i co dalej?

Portal klienta ING Lease oraz moduły leasingowe w bankowo-

ści internetowej ING umożliwiają małym, średnim i dużym firmom, a także korporacjom nie tylko skorzystanie z oferty leasingu i dopełnienie formalności w sposób całkowicie zdalny. Dają także możliwość obsługi online umów leasingowych. Tym samym, ceniąc swój czas, można szybko i wygodnie pobrać faktury za raty leasingowe, sprawdzić między innymi harmonogram spłat, status faktur, rozliczenia wpłat, a także inne, szczegółowe informacje dotyczące umów leasingu. Oprócz tego można również złożyć wniosek online dotyczący zmian w umowie lub dotyczący przedmiotu leasingu. Klient ING Lease może korzystać z portalu czy bankowości internetowej ING w każdym momencie, bez ograniczeń i bez wychodzenia z domu.

PERŁY POLSKIEGO LEASINGU

Co pozwala firmom z branży leasingowej sprawnie funkcjonować w trudnych warunkach rynkowych?

Nie da się ukryć, że koronawirus odcisnął swoje piętno na rynku automotive. Jak podaje Europejskie Stowarzyszenie Producentów Pojazdów (ACEA), już na samym początku pandemii, bo w kwietniu ubiegłego roku, sprzedaż pojazdów w Europie spadła prawie o 80 proc. w porównaniu do analogicznego okresu w 2019 r.



Artur Hamerlik

starszy menedżer produktu, Santander Consumer Multirent

W Polsce w tym czasie również odnotowano spadek w wysokości 67 proc., co zapewne było spowodowane ostrożnością klientów, którzy nie wiedząc, jak rozwinie się sytuacja epidemiologiczna, woleli ograniczyć się do codziennych, zwykłych wydatków i nie podejmować decyzji, które mogłyby okazać się ryzykowne dla domo-

wych budżetów. Eksperti uważają, że bieżący rok też nie zapowiada się dobrze pod tym względem, ponieważ III fala pandemii może spowodować wstrzymanie decyzji o nabyciu auta u części klientów.

W obliczu wyzwań

Ostrożność w podejmowaniu decyzji o zakupie samochodu to jednak nie jedyne utrudnienie, z którym zmagają się – i walczą nadal branża motoryzacyjna. Wraz z nadejściem epidemii koronawirusa pojawiła się konieczność dostosowania biznesów do rządowych obostrzeń, które znacząco utrudniały ich prowadzenie.

Jak wynika z ostatniej edycji badania KPMG i PZPM „Barometr nastrojów menedżerów firm motoryzacyjnych”, pandemia i związane z nią ograniczenia wymusiły poja-

wienie się i wzrost znaczenia tzw. wirtualnych salonów, dzięki którym w bezpiecznych, domowych warunkach leasingodawca umożliwia wybór interesującego pojazdu oraz metody jego finansowania.

Przeniesienie biznesu do sieci pociągnęło za sobą konieczność wprowadzenia innych internetowych udogodnień, takich jak połączenia wideo z klientami czy zdalne zawieranie umów leasingowych. Proces ten rozpoczyna się od połączenia z doradcą przez wideorozmowę, podczas której – po uprzedniej weryfikacji tożsamości – klient podpisuje papierową wersję dokumentu, a następnie dostarcza ją do przedstawiciela instytucji leasingowej (np. pocztą lub kurierem). Po podpisaniu przez leasingodawcę zostaje odesłana do klienta.

Prowadzenie działalności w trudnych warunkach

Rozwiązania te pomagają branży leasingowej w prowadzeniu działalności w trudnych warunkach, w których klienci kierują się ostrożnością, zarówno jeśli chodzi

o wizytę w salonach dealerskich, jak i o naruszanie swoich oszczędności. Wirtualny salon pozwala im dobrać finansowanie w wariantach dopasowanych do ich indywidualnych potrzeb i możliwości, natomiast zdalna komunikacja z przedstawicielem leasingodawcy ogranicza ryzyko zarażenia się koronawirusem. Już przed III falą pandemii umowy „na odległość” stanowiły 10 proc. wszystkich wniosków o finansowanie podpisanych w Santander Consumer Multirent.

Co jeszcze ma znaczenie w trudnych warunkach rynkowych i pozwala pozytywnie wyróżnić się firmom z branży leasingowej? Przede wszystkim dbałość o klienta, przejawiająca się w wyprzedzaniu jego potrzeb i zwracaniu uwagi na problemy, które dotyczą go w obecnej sytuacji. Biorąc pod uwagę fakt, że większość leasingobiorców posiada jednoosobowe działalności gospodarcze i łącząc to z ich niepewnymi dochodami, spowodowanymi pandemią, oczywiste jest, że pewne

produkty finansowe, nawet tymczasowo, musiały ulec zmianie.

Różne formy pomocy

Leasingodawcy skupili się więc na oferowaniu różnych form pomocy, m.in. leasingu z karencją. Rozwiązanie to polegało na tym, że przy zawarciu umowy klient otrzymywał prolongatę np. trzech rat leasingowych. Drugą formą było odroczenie płatności w czynnych umowach z aktywnymi harmonogramami spłat.

Innym przejawem pomocy była modyfikacja ofert leasingodawców na podstawie możliwości zastosowania wysokiego RV (wartość rezydualna, czyli wartość wykupu pojazdu). Obniża to znacząco koszt raty leasingowej, pozwalając na przeniesienie istotnej części kapitału na zakończenie umowy. Podobne mechanizmy umożliwiają firmom z branży leasingowej zachować stabilne funkcjonowanie w ciężkich czasach spowodowanych przez obecną sytuację epidemiologiczną i wzbudzają entuzjazm wśród klientów, którzy mają poczucie, że ich potrzeby są dostrzegane.

GO-leasing: eksperci w leasingu online

Istnieje na rynku od 8 lat. Skupia ponad 120 doradców w 60 oddziałach w całej Polsce. Współpracuje z 40 firmami leasingowymi, oferując najpopularniejsze formy finansowania samochodów, maszyn i urządzeń. To największa partnerska sieć brokerów leasingu w kraju. Nazywa się GO... GO-leasing.

Zrobisz z nimi ALL

Zaczynali od skromnego, jednego biura w Olsztynie. Byli jedni z pierwszych, którzy do promocji wykorzystali mało znane jeszcze narzędzie Google Adwords. Wkrótce rozrosli się o kolejne oddziały, by pod koniec 2017 r. mieć ich już 60. Z naturalną rotacją ten wynik udaje się utrzymać do dziś. – Wiedzieliśmy, że jako pośrednikowi finansowemu, trudno będzie konkurować z wielkimi firmami leasingowymi – wspomina Grzegorz Olszewski, prezes zarządu i zarazem dyrektor Generalny GO-leasing. – Zaproponowaliśmy więc klientom innowacyjne produkty, których nikt nie oferował. Rozpoczęliśmy z sukcesem prezentować korzyści „Leasingu All Inclusive”, który z czasem klienci poznali jako wynajem długoterminowy. Po latach mamy satysfakcję, że byliśmy jednym z pierwszych ewangelizatorów tego rozwiązania w Polsce – przyznaje z dumą Olszewski.

Online i z botem

W 2019 r. byli już pewni, że czas oferowania leasingu tradycyjnymi kanałami przechodzi do lamusa.

– Rozpoczęliśmy więc prace nad możliwie najpełniejszym oddaniem procesu wyszukania finansowania, wyliczenia raty, złożenia wniosku i natychmiastowego poznania wstępnej decyzji leasingowej na każdy przedmiot online bezpośrednio klientowi – mówi prezes GO-leasing. Dodatkowo szukali nowych kanałów komunikacji i sprzedaży. Tak powstał pomysł, aby wykorzystać (po raz pierwszy na świecie) komunikator Messenger. Przez stworzonego od podstaw GOбота klient każdego dnia i nocy może poznać wysokość raty dowolnego przedmiotu, zostawiając automatycznie swoje dane kontaktowe dla doradcy. Dzięki zintegrowanej platformie LeasinGOnline finansowanie realizowane jest szybko, prosto, wygodnie i bezpiecznie.

Pandemia im nie straszna

Gdy przyszły miesiące „inne od wszystkich” powstał kolejny pomysł, który światło dzienne ujrzał w maju 2020 roku. Produkt „Leasing z gwarancją zwrotu” samochodu w każdym momencie umowy bez konsekwencji okazał się tak bardzo dopasowanym rozwiązaniem

na czas kryzysu, że musiano organizować webinaria pt. „Gdzie jest haczyk?”. – Haczyka oczywiście nie ma, a oferta odpowiada na aktualne potrzeby przedsiębiorców, ale i klientów indywidualnych – wyjaśnia Grzegorz Olszewski. – Na przełomie marca i kwietnia ur. zaczęli do nas wydzwaniać klienci, którzy pytali, czy w obliczu pandemii mogą zrezygnować z wcześniej podpisanej umowy, bo boją się o swoją przyszłość. Stworzyliśmy więc pierwszy i jedyny na rynku produkt na leasing nowego samochodu z gwarancją zwrotu i to zwrotu w każdym momencie umowy, bez dodatkowych kar czy opłat. Pomagamy też klientom szybko sprzedać

samochód i w całkowicie transparentny sposób rozliczamy umowę. Przy rozliczeniu klient nie płaci odsetek od niespłaconych rat leasingowych i wykupu – bierzemy pod uwagę tylko kapitał pozostały do spłaty – wyjaśnia Grzegorz Olszewski. W ten sposób, gdy firmy skupione w Związku Polskiego Leasingu odnotowały spadek aktywów finansowanych leasingiem na poziomie 10,1 proc., spadki r/r w GO-leasing wyniosły jedynie 6,4 proc.

Let's GO auto!

„Leasing z gwarancją zwrotu” stał się szybko pilnie poszukiwanym produktem, który wymusił powstanie oddzielnej strony

– outletu samochodów z nową ofertą finansowania. W ten sposób, szybko i zwinnie, w styczniu 2021 roku (rok po stracie platformy LeasinGOnline i GOбота), powstała nowa odsłona platformy GO-auto.pl. Klienci mogą wybierać już spośród 5000 nowych samochodów ponad 20 marek, w większości dostępnych od ręki. Serwis z zaawansowanymi funkcjami wyszukiwania, filtrowania oraz sortowania umożliwia klientowi rezerwację samochodu i złożenie wniosku online na takich parametrach, jakie będą dla niego optymalne. Oferta dotyczy samochodów osobowych i dostawczych, dla firm i konsumentów.



Grzegorz Olszewski, prezes zarządu i zarazem dyrektor Generalny GO-leasing.

GO auto

- > 5000 samochodów i ponad 20 marek
- > Leasing z gwarancją zwrotu
- > Decyzja online w 5 min.

SPRAWDŹ

PERŁY POLSKIEGO LEASINGU

Wynajem długoterminowy samochodu to alternatywa dla kupna

Kierowca użytkuje samochód „jak swój”, ale nie jest jego właścicielem. To sposób, żeby uniknąć jednorazowo dużego wydatku (jak przy zakupie), a także ograniczyć formalności („odpadają” rejestracja i ubezpieczenie) i obsługę auta (np. serwisową).

Tomasz Jabłoński

prezes zarządu, Grupa Masterlease

Wynajem to rozwiązanie dla osób, które nie mają czasu na formalności i wolą kompleksową formę finansowania, łącznie z serwisem i pełną obsługą pojazdu. Chcą też często wymieniać auta bez dodatkowych kosztów i problemów ze sprzedażą starego modelu. Co ważne, z wynajmu długoterminowego mogą korzystać zarówno przedsiębiorcy, którzy liczą na korzyści podatkowe oraz osoby prywatne.

Oto 4 zalety finansowania auta w wynajmie długoterminowym:

Brak kosztów początkowych

W wynajmie długoterminowym to klient decyduje, czy i jak wysoko będzie opłata na start. Jeśli z niej zrezygnuje, to pierwszym kosztem będzie miesięczna opłata za korzystanie z auta.



Dzięki temu wynajmujący nie musi jednorazowo wydawać dużej kwoty na początku obowiązywania umowy. Jednorazowa wpłata może jednak znacząco obniżyć wysokość miesięcznych rat.

Usługi dodatkowe

Wszystko, co zajmuje czas i pieniądze przy użytkowaniu samochodu, nie jest już na głowie kierowcy. Miesięczny czynsz wynajmu długoterminowego może pokrywać niemal wszystkie opłaty związane z użytkowaniem samochodu:

- ubezpieczenie komunikacyjne,

- serwis/przeglądy,
 - sezonową wymianę opon wraz z ich przechowywaniem,
 - naprawy blacharskie i mechaniczne,
 - samochód zastępczy w razie awarii.
- W praktyce oznacza to, że w razie problemów z autem wynajmujący wykonuje telefon do firmy, od której wynajmuje auto i to konsultanci zajmują się wszystkimi formalnościami, serwisami, przeglądami, a nawet likwidacją szkód komunikacyjnych. Koszty tych usług są wliczone w miesięczny czynsz. Dzięki temu kierowca już na początku obowiązywania umowy

może przewidzieć, ile wyniesie roczny koszt użytkowania auta.

Wynajmij używane, ale sprawdzone auto

Mysząc o wynajmie, nie trzeba ograniczać się do nowych aut. Aby zminimalizować wydatki, można skorzystać z wynajmu długoterminowego aut używanych. Ciekawym rozwiązaniem w zakresie samochodów używanych są auta pokontraktowe, które pochodzą z polskich salonów. Auta te były nie tylko finansowane, ale również profesjonalnie serwisowane przez wyspecjalizowanego operatora – firmę

leasingową, która dysponuje historią serwisowania pojazdu, pełną wiedzą na temat ich stanu technicznego oraz przebiegu.

Nie tracisz na utracie wartości auta

W wynajmie długoterminowym nie ma problemu związanego ze spadkiem wartości samochodu, powszechnego w przypadku posiadania auta na własność.

Spadek wartości jest inny dla każdej marki i modelu. W dużej mierze wysokość spadku wartości zależy od postrzegania marki przez klientów pod kątem awaryjności oraz obecnych w danym egzemplarzu elementów wyposażenia. Na najbardziej odczuwalną utratę wartości powinni przygotować się właściciele pojazdów premium. Niektórzy klienci obawiają się, że finansując auto w wynajmie długoterminowym, nie będą mogli sprzedać w przyszłości samochodu i przez to nie odzyskają części pieniędzy. Ale to złudna matematyka. Wystarczy podsumować 3-letnie koszty związane z odsetkami od kredytu, ubezpieczeniem, zakupem i wymianą opon, obsługą serwisową, naprawami i oczywiście utratą wartości. Miesięczny czynsz wynajmu może być niższy od standardowej raty kredytowej. Finalnie okaże się, że pieniądze uzyskane ze sprzedaży samochodu kupionego w tradycyjny sposób są mniejsze niż te zaoszczędzone w ramach korzystania z samochodu w wynajmie.

Ekonomia, ekologia i bezpieczeństwo – trzy filary inwestycji w OZE

Inwestycje w odnawialne źródła energii (OZE) u swych podstaw mają jeden z poniższych czynników: ekonomiczny, ekologiczny lub bezpieczeństwa energetycznego. W przypadku bardzo szybko rozwijającego się rynku instalacji fotowoltaicznych (PV) czynniki ekologiczne i ekonomiczne łączą się ze sobą w jednym uzasadnieniu.



Piotr Warmuła

dyrektor Departamentu Technologii, Idea Getin Leasing

Z całą pewnością instalacja taka wytwarza czystą energię, pozwala obniżyć rachunki za prąd, często o kilkadziesiąt procent, i uniezależnia klienta od zmian cen energii elektrycznej w przyszłości. Zakupami tego typu instalacji zainteresowani są zarówno konsumenci, którzy otrzymują dodatkowe mo-

tywatory w postaci np. dostępnej od 1 lipca br. dotacji „Mój Prąd 3.0”, jak i przedsiębiorcy oraz rolnicy, którzy mogą odliczyć od podatku rolnego 25 proc. wartości inwestycji. Wśród rolników, szczególnie wśród hodowców krów, swoją popularność zyskują także mikrobiogazownie jako kolejny przykład inwestycji w OZE.

Wybór finansowania determinują potrzeby

W ubiegłym roku przedsiębiorcy zdecydowanie częściej poszukiwali możliwości pozyskania zewnętrznego finansowania np. fotowoltaiki i sięgali po leasing bądź pożyczkę leasingową. Aby wybrać odpowiednią formę finansowania, warto zapoznać się

z zaletami obu rozwiązań. Leasing umożliwia korzystanie z przedmiotu, a docelowo również jego nabycie, bez konieczności jednorazowego angażowania dużych środków własnych i jest przeznaczony dla firm. W przypadku leasingu operacyjnego raty leasingowe zmniejszają podstawę do opodatkowania podatkiem dochodowym. Leasing operacyjny pozwala również zminimalizować niemal do zera zbędną biurokrację – przedsiębiorca co miesiąc otrzymuje jedną fakturę do zaksięgowania. Instalację fotowoltaiczną można sfinansować również w pożyczce. Tę opcję częściej wybierają gospodarstwa rolne, którym zależy na elastyczniejszych warunkach, własności instalacji i możliwości odliczenia jej części od podatku rolnego. Jest to również jedyne rozwiązanie dla większych instalacji lub farm fotowoltaicznych. Wynika to z faktu, że taka instalacja PV jest traktowana jako budowla i nie może być sfinansowana leasingiem. Dodat-

kowo prawo budowlane wymaga, aby został dla niej przygotowany projekt budowlany. Mikroinstalacje PV do 50 kWp klienci mogą sfinansować za pomocą jednego z tych dwóch produktów. Wybór najbardziej odpowiedniego zależy od: formy rozliczania z US, przywiązania do własności, oczekiwanego okresu finansowania czy przewidywanej możliwości wcześniejszej spłaty zobowiązania. W tym przedziale mocy to głównie indywidualne preferencje i korzyści finansowe będą determinowały wybór formy finansowania.

Zielona perspektywa wpłyne na rozwój produktów

Wśród innych projektów finansowania OZE popularność zyskują także mikrobiogazownie. To rozwiązanie dla rolników, którzy są w stanie zapewnić stały dopływ „paliwa” do swoich biogazowni, czyli gnojowicy. Mikrobiogazowanie tego typu mogą produkować zarówno energię elektryczną, jak i ciepłą. Koszt tego typu inwe-

stycji jest już znacznie większy od instalacji PV, jednak niesie ze sobą inne korzyści. Oprócz standardowego obniżenia rachunków za energię elektryczną i ciepłą pozwala również zagospodarować uciążliwe odpady i wyprodukować pełnowartościowy nawóz.

To tylko przykładowe inwestycje z OZE, które można sfinansować za pomocą leasingu lub pożyczki leasingowej. Coraz większa koncentracja na działaniach proekologicznych, ochronę naszej planety i chęć spełnienia wymogów Europejskiego Zielonego Ładu będzie sprawiała, że rozwiązań OZE, dla których klienci będą poszukiwali zewnętrznych źródeł finansowania, będzie coraz więcej. Tym samym produkty leasingowe, w tym pożyczka będą do tych wymogów dopasowywane, oferując np. uproszczone procedury na mikroinstalacje o określonej wartości czy preferencyjne parametry brzegowe umów, jak np.: niższy udział własny i dłuższe okresy finansowania.