**„Moller Auto“ skelbia rezultatus: pernai augo ir automobilių pardavimai, ir servisų paslaugų apimtys**

**Remiantis automobilių prekybos bendrovės „Moller Auto“ veiklos rezultatais Baltijos šalyse, 2023 metais labiausiai augo elektromobilių segmentas – pernai, palyginti su 2022 metais, elektromobilių pardavimai išaugo 63 proc. Naudotų automobilių parduota 26 proc. daugiau, o naujų automobilių pardavimų apimtys buvo stabilios ir išliko 2022 m. lygyje. „Moller Auto“ servisų apyvarta Lietuvoje per metus išaugo 12,8 proc.**

Pasak „Moller Auto“ generalinės direktorės Baltijos šalims Izidos Gerkenos, nepaisant nuolatinių iššūkių pasaulinėje ekonomikoje, praėjusiais metais žmonių pasitikėjimas savo finansinėmis galimybėmis didėjo, o asmeninis mobilumas išliko prioritetų sąrašo viršuje tiek perkant automobilį, tiek jį prižiūrint ar remontuojant.

„Pernai metai parodė ne tik didelį gyventojų susidomėjimą nuosavais automobiliais, bet ir jų pasikeitusį požiūrį į naudotus automobilius, ypač, jei jie yra įsigyjami prekybos salonuose, kurie užtikrina transporto priemonės kokybę, istorijos tikrumą, suteikia galimybę gauti garantiją ir panašiai. Skirtingai nei ankstesniais metais, naudotų automobilių segmente visus metus buvo fiksuojami nuosekliai dideli pardavimai, o metų pabaigoje jie buvo rekordiniai. Na, o naujų automobilių pardavimų apimtys buvo stabilios, 2022 metų lygyje. Tai vertiname kaip teigiamą rezultatą, kadangi ankstesniais metais šis segmentas patyrė nemažai iššūkių. Svarbu paminėti, kad šiais metais ir toliau aktyviai plėsime tiek naujų, tiek naudotų automobilių pasiūlą savo klientams“, – sako I. Gerkena.

Bendrovės „Moller Auto“ naudotų automobilių asortimente be „Audi“ ir „Volkswagen“ automobilių taip pat yra tokių markių kaip „Škoda“ ir „Volvo“ automobilių. 2023 m. paklausiausi naudotų automobilių modeliai buvo „Volkswagen Passat“, „Volkswagen Golf“, „Volkswagen Tiguan“, „Škoda Kodiaq“ ir „Volkswagen Arteon“.

Naujų automobilių segmente populiariausi „Audi“ modeliai buvo „Audi Q7“, „Audi Q3“, „Audi Q5“, Audi A6“ ir „Audi Q8“. Paklausiausi nauji „Volkswagen“ automobiliai Lietuvoje buvo „Volkswagen T-Cross“, „Volkswagen Tiguan“, „Volkswagen Golf“, „Volkswagen Taigo“ ir „Volkswagen T-Roc“.

**Pernai augo elektromobilių populiarumas**

Praėjusiais metais paaiškėjo, kad nors automobiliai su vidaus degimo varikliais išlieka pirmuoju pasirinkimu, sparčiai didėjanti elektromobilių paklausa yra lūžio taškas, lemiantis reikšmingus įpročių pokyčius, kuomet vairuotojai renkasi aplinkai draugiškesnius judumo sprendimus. 2023 m. „Moller Auto Baltic“ prekybos atstovybėse elektromobiliai sudarė 9,4 proc. visų naujų automobilių pardavimų ir, lyginant su 2022 m., buvo 3,7 proc. didesni. Paklausiausi šiame segmente buvo „Volkswagen“ modeliai – „Volkswagen ID.4“, „Volkswagen ID.3“ ir „Volkswagen ID.Buzz“, už jų rikiavosi „Audi e-tron“ ir „Audi Q4 e-tron“.

„Elektromobilių populiarumo augimą taip pat galėjo lemti pastaraisiais metais vis dažniau privačiuose namuose įsirengiamos saulės elektrinės, kas sudaro galimybę įkrauti automobilį jų pagaminta elektra. Be to, į rinką patenka vis daugiau naudotų elektromobilių. Prie šio segmento augimo prisideda ir valstybės parama privatiems asmenims, įsigyjantiems tokias transporto priemones. Visgi, valstybės finansavimas nėra prieinamas juridiniams asmenims ir, apskritai, jis dar yra nepakankamas, kad Lietuva galėtų sparčiai pereiti prie aplinkai draugiškesnių judumo sprendimų“, – sako I. Gerkena.

**Visuomenės edukavimas didina servisų paslaugų paklausą**

2023 m. bendrovės „Moller Auto“ Lietuvoje valdomų servisų apyvarta buvo 12,8 proc., o pelnas – 13,1 proc. didesni nei 2022 m.

„Pardavėjai daug prisidėjo prie automobilių savininkų edukavimo apie automobilių serviso paslaugas, ypač daug dėmesio skirdami rizikoms, su kuriomis susiduriama automobilį patikint remontuoti vadinamosiose „pilkosiose zonose“. Tiek žinios, tiek ir tai, kad į rinką patenka automobiliai su technologiškai vis sudėtingesniais sprendimais, kurių nesertifikuoti servisai negali tinkamai suremontuoti dėl kompetencijų, sąlygų ir įrangos trūkumo, yra dalis veiksnių, turėjusių teigiamos įtakos mūsų servisų paslaugų paklausos augimui, taip pat padidėjusiam klientų lojalumui“, – dalinasi I. Gerkena.

**Tęs savo kelionę „vieno langelio“ koncepcijos link**

„Moller Auto“ strateginis tikslas ateityje – tapti pirmaujančiu „vieno langelio“ koncepcijos prekybos tinklu Lietuvoje ir Baltijos šalyse, o tai reiškia modernią patirtį klientams, siūlant jiems skirtingas paslaugas vienoje vietoje.

„Diegdami šią koncepciją ir gerindami klientų patirtį, pernai investavome į skaitmeninius pardavimo kanalus ir naujų paslaugų kūrimą. Svarbu paminėti, kad atsižvelgdami į klientų įvairovę, ateityje planuojame įtraukti ir naudotų automobilių asortimentą. Šiais metais toliau dirbsime ties „vieno langelio“ pardavimų plėtra, stiprindami esamas paslaugas“, – sako bendrovės generalinė direktorė Baltijos šalims.

**Apie „Moller Auto“:**

„Moller Auto“ įmonių grupė veikia visose trijose Baltijos šalyse – Latvijoje ir Lietuvoje ji atstovauja automobilių prekės ženklus „Volkswagen“ ir „Audi“, Estijoje – automobilių prekės ženklą „Volkswagen“ ir „Škoda“ autorizuotus servisus. „Moller Auto“ įmonių grupę Baltijos šalyse sudaro dešimt įmonių, kurių bendra audituota apyvarta Baltijos šalyse 2022 m. siekė 315 mln. eurų, o audituotas pelnas po mokesčių – 8,3 mln. eurų.