

Autovehicolul și secolul XXI

de Marcel URS



Cumpărarea unei mașini, noi sau folosite, este pentru mulți dintre noi o experiență dacă nu unică, atunci una care ne rămâne în minte pentru multă vreme. Experiența cumpărării unui autovehicol depinde de multe ori de dealerul pe care îl alegem.

Trăim într-o societate în care poți să îți dai seama de caracterul unei persoane, după ce fel de autovehicol conduce. Cu alte cuvinte, de multe ori, ești judecat nu după cum te îmbraci sau cum te porți, ci după felul de autovehicol pe care îl conduci. În România, de exemplu, sunt cazuri în care copiii și familia rămân flămânde sau nu au cu ce să se îmbrace, numai ca tatăl sau mama să conducă o mașină decentă. Sau, de exemplu, tot venitul unei familii este investit în mare parte într-un autovehicol.

Nu este același lucru și în Statele Unite, unde sistemul este construit în jurul autovehicolului. Conduci mașina zilnic la servicii, la cumpărături, prin parc, în vizite la prieteni, la biserică etc. Autovehicolul este mai mult o necesitate decât un obiect de lux. Însă, și aici, poți să îți dai seama ce fel de caracter are șoferul după felul de autovehicol pe care îl conduce sau după “bumper sticker-ul” de care îl are în partea din spate a mașinii. De exemplu, mașinile marca Subaru au ca șofer o persoană care are apartenențe politice caracteristice unui democrat, pe când un FORD truck este condus în mare parte de un Republican. Dacă pe parbrizul din spate se găsește un “bumper sticker” cu mesajul “Impeach Bush” îți dai seama că șoferul este democrat, dar dacă vezi un “bumper sticker” cu mesajul “Support Our Troops” (Sprijiniți trupele noastre) poți să juri că la volan se află un republican.

Tot autovehicolul reflectă și condiția socială a individului. Cu cât este mai vechi și mai neîngrijit autovehicolul, cu atât mai sărac este individul. Și, pentru că suntem oameni, obișnuim să judecăm o persoană după aparențe.

Autovehiculele de marcă japoneză, de exemplu, Lexus, Toyota sau Honda, sunt cunoscute în general de persoane de origine asiatică, pe când mașinile de marcă Americană ca GM, Chrysler, Chevrolet etc. sunt conduse de americanii care sunt mândri de naționalitatea lor.

Dacă observi un Oldsmobile sau un Cadillac pe stradă, poți să te aștepti să vezi la volan un "Baby Boomer" (o persoană care s-a născut imediat după cel de al doilea război mondial).

În special în vremea noastră, când prețul benzinei a ajuns la peste 3 dolari, sunt la modă autovehiculele cu consum mic, dar acestea sunt de multe ori foarte scumpe pentru că folosesc tehnologii avansate care sunt în curs de perfecționare.

Se pare însă că, prețul benzinei nu este un obstacol pentru conducătorii de SUVs, sau mașini de teren cum le mai spunem noi, care sunt notorii pentru consumul enorm de carburanți, însă este în același timp un model special pentru americanul de rând.

Cum să alegi un dealer bun, și cum poți să îți dai seama dacă acesta o să îți ofere un deal bun sau nu? Aici sunt câteva criterii:

1. Agenții de vânzare stau în fața clădirii gata să sară pe tine când intri în incinta dealerului.

De obicei, dealer-urile decid care client este ajutat de agent. La un dealer de elită, agentul de vânzare stă în lăntu. Clientul este lăsat să privească în jur pentru puțină vreme, apoi este întrebat respectuos, dacă poate să fie ajutat cu ceva.

2. Agentul de vânzare dispare la un moment dat și alt agent îi ia locul.

Acesta este un procedeu de vânzare prin care clientul este obosit la maxim, numai să semneze contractul odată. Acest sistem este în favoarea dealer-ului nu a clientului.

3. Ai sunat departamentul pentru vânzări pe internet și ți-ai făcut o programare cu un agent special ca să ajungi acolo și să te întâlnești cu un agent de vânzare oarecare.

Cu aceasta, tocmai ai pierdut toate avantajele care vin prin folosirea departamentului de internet. Dacă ți s-a promis un preț prin internet, trebuie să insiști să îl primești. Dacă agentul, pe care îl întâlnești în persoană, încearcă să schimbe prețul sau să îți ofere alt deal, lasă-l să vorbească singur și încercă alt dealer.

3. Dacă agentul folosește cuvinte ca "Urmează-mă" sau "Așteaptă aici" – prin aceasta el încercă să vadă dacă te poate controla, din punct de vedere psihic. Când menționează că "trebuie să vorbesc cu șeful" și dispare pentru jumătate de oră, prin aceasta încercă să te convingă să investești timp în tranzacție pentru ca să nu mergi la alt dealer. Acestea sunt câteva dintre tacticile agenților de vânzare. Dacă vrei să fii în control, trebuie să fii spontan. Pleacă din acel loc, în momentul când agentul de cumpărare pleacă să vorbească cu șeful. De fapt, sunt banii și investiția ta, tu trebuie să fii în control.

5. Când le spui că ai dori să ai rata la lună, și agentul de vânzare îți spune "Până la..." (Up to ...), fraza "până la" este o cale subtilă de a mări prețul fără ca tu să știi. De exemplu, spui că vrei ca rata să fie \$350. Agentul te va întreba imediat "Până la ...?", dacă nu ești atent vei zice, "Oh, până la \$400". Prin aceasta, tocmai ai adăugat \$50 pe lună. Încearcă să descoperi această expresie "până la ..." (up to...), căci s-ar putea să te coste dacă o treci cu vederea.

6. Vor încerca să te ia de la autovehicolul pe care îl vrei tu la un altul. Agenții de vânzare sunt instruiți să "vândă din stoc" care înseamnă că sunt nevoiți să vândă tot ce au la momentul respectiv pe inventar. Aceasta înseamnă că ei vor încerca să te convingă că modelul pe care tu îl dorești de o anumită culoare nu este așa de popular ca următorul model care are mai multe opțiuni și care este doar cu ceva mai scump. Semnul că un agent de vânzare este bun este dacă acesta încearcă să asculte care nevoile tale, și încearcă orice ca să te mulțumească.

7. Stai de vorbă cu un agent de vânzare care are o atitudine relaxată, când la un moment dat, un individ solid se așează în preajmă. Acesta este o tactică de intimidare a subconștientului. Tu trebuie să fii în control, și să nu te lași intimidat.

8. "Autovehicolul care a fost în reclamă, nu mai îl avem." Reclamele auto sunt o momeală pentru a atrage clienți la dealere. Potrivit legii, ei trebuie să îți vândă autovehicolul respectiv la prețul pe care l-au avut în reclamă. Probabil o să îți spună că este vândut sau că a fost o greșeală în reclamă și o să încerce să îți vândă un alt autovehicol. Acesta nu este un semn bun pentru un deal corect.

9. Mașina pe care vrei să o dai "înăuntru" (care vrei să o schimbi pentru una nouă) dispare în atelierul lor, și ți se va spune că au pierdut cheia. Ideea din spatele acestei șmecherii este că, odată pierdute cheile de contact, trebuie să cumperi o mașină de la ei. Spune-le că ai cheie de rezervă și că vrei să pleci acasă. O să "găsească" cheile în ultimul moment.

10. Dacă nu te simți confortabil sau te simți intimidat pleacă de acolo imediat.

În final, în momentul în care te simți că "pierzi teren" pleacă de acolo imediat. Sunt sute de dealere în jur care abia așteaptă să îți ia banii și să îți ofere un autovehicol la prețul pe care tu îl dorești și modelul pe care tu îl preferi.