**Carsalon.pl - platforma online do zakupu samochodów puszcza oko do klientów i dealerów**

**Carsalon.pl, platforma zakupu samochodów w Internecie ruszyła po 5 miesiącach testów i planuje pozyskać do końca roku 800.000 odwiedzających i ponad 60.000 zarejestrowanych użytkowników.**

Tak ambitne plany mają zostać zrealizowane dzięki wsparciu inwestorów instytucjonalnych oraz prywatnych. Obecnie zarząd prowadzi rozmowy z funduszami inwestycyjnymi i osobami prywatnymi. Celem jest pozyskanie do 10 mln zł na inwestycje w dalszy rozwój technologiczny. - *W roku 2020 planowane jest wdrożenie wielu nowych funkcjonalności aplikacji zarówno dla klientów jak i dealerów* – podkreśla Michał Słomkowski, prezes Carsalon.

Zdaniem władz spółki, [Carsalon.pl](http://Carsalon.pl) jest obecnie jedyną platformą, która łączy klientów zainteresowanych kupnem samochodu z bezpiecznego źródła z autoryzowanymi dealerami na terenie całej Polski. Firma podpisała umowy z 80 salonami dealerskimi w kraju takich marek jak m.in. BMW, Mercedes, Audi, Fiat, Toyota, VW, Skoda, Ford, Seat. Do końca roku liczba ta ma wzrosnąć do 400.

Carsalon wchodzi na rynek z dużymi perspektywami. Rozwój nowoczesnych technologii i zmiana przyzwyczajeń konsumentów sprawia, że już ponad 90 % zakupów samochodów rozpoczyna się za pomocą Internetu. Polska podąża za trendami europejskimi, gdzie ok 5-6 proc. sprzedawanych pojazdów odbywa się Online.

Przewaga platformy jest bardzo szybki (nawet w ciągu kilku minut) i prosty proces odpowiedzi na pytanie klientów i przedstawienie oferty. Po tym, jak klient konfiguruje swój wymarzony samochód, dokładna specyfikacja trafia do współpracujących z [Carsalon.pl](http://Carsalon.pl) dealerów. Może też wybrać spośród kilkuset samochodów dostępnych od ręki. Dużą zaletą jest to, że cały kontakt odbywa się za pośrednictwem platformy, a wysyłanie ofert jest maksymalnie zautomatyzowane. To znacznie skraca czas i obniża koszty obsługi klientów przez sprzedawców w salonach samochodowych. Co więcej, dealer samodzielnie decyduje o warunkach przedstawianych każdemu klientowi.

Istotny jest czas odpowiedzi, tak aby oferty trafiały do klientów najpóźniej w godzinę od złożonego zapytania. *- Po godzinie, dwóch od zapytania ofertowego klient zupełnie traci zainteresowanie danym produktem, dlatego stawiamy na szybkość i rzetelność pracy sprzedawców. W Internecie nie ma czasu na zwłokę* - mówi Michał Słomkowski, prezes zarządu [Carsalon.pl](http://Carsalon.pl).

Platforma daje również korzyści dla dealerów: pozwala dealerowi na promocję swojej firmy, zwiększenie zasięgu i świadomości wśród konsumentów, a nie tylko rozpowszechnianie danej marki samochodów.

*- Dealerzy otrzymują niezależne rozwiązanie - platformę online, która dodatkowo promuje ich logotyp* – dodaje Michał Słomkowski.