

# Face2Face

NEWSLETTER FROM THE VOLVO CAR CORPORATION

MARS 04

Dragi kolege,  
Izložba automobila u Ženevi je uvijek siguran znak da stiže proljeće. Ove godine Volvov izložbeni prostor bio je zaista "super", a povod za to je bio naš najnoviji konceptualni model YCC ili Your Concept Car (automobil po Vašem konceptu).

Ono jedinstveno u YCC modelu je činjenica da ga je u potpunosti ostvario tim sastavljen isključivo od žena. To je nešto dosad nezabilježeno u svijetu automobila, pa je zanimanje za YCC bilo ogromno i prije nego što su obrisi automobila skicirani.

Svrha svih konceptualnih automobila je da se ispitaju nova rješenja u područjima kao što su oblikovanje, materijali, funkcije ili segmenti. U tom smislu YCC se ne razlikuje od drugih konceptualnih vozila. Završeno vozilo u sebi sadrži čitav niz zamisli koje želimo provjeriti kroz reakciju javnosti.

Mislim da će doprinos YCC-a biti velik upravo zahvaljujući činjenici da su u projektu sudjelovale isključivo žene. Prvo i najvažnije je da time pokazujemo da mi u Volvo Cars nismo samo puni riječi o isticanju kompetentnosti žena – mi svoje riječi pretvaramo u djela. Nadam se da će YCC pokazati svim našim zaposlenicima da prema svima postupamo jednako, da je mogućnost napredovanja u tvrtki otvorena svima bez obzira na spol. Nadam se također da ćemo podjednako privući i žene i muškarce da posao potraže u savršenom radnom okruženju Volvo Carsa.

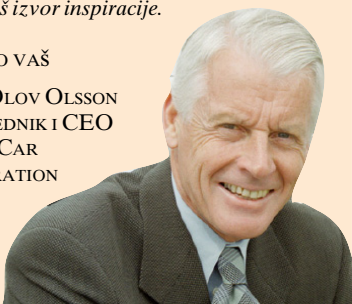
YCC je izuzetno zanimljiv i s komercijalnog gledišta. Sve ideje koje su ugrađene u YCC utemeljene su na potrebama i željama ženskih kupaca. Sukladno tome, bilo bi najlakše pretpostaviti da je taj automobil zamišljen samo za ženske korisnike. Daleko od toga. Budući da istraživanja pokazuju kako očekivanja žena, kad je o funkcionalnosti automobila riječ, često nadilaze očekivanja muškaraca, uvjereni smo da je YCC zasigurno automobil za svakoga. Pazeći posebno na potrebe žena, dokazali smo da shvaćamo da žene predstavljaju postojano rastuću skupinu kupaca. Činjenica da ovaj automobil ima upadljivo privlačan oblik pokazuje da su i žene, poput muškaraca, jednako zainteresirane za oblikovanje.

Vjerujem da Vi kao zastupnik možete mnogo učiniti kako biste u Volvo privukli više ženskih kupaca.

Razmislite što je to što bi žene moglo privući u Volvo. Neka konceptualni model YCC bude Vaš izvor inspiracije.

ISKRENO VAŠ

HANS-OLOV OLSSON  
PREDSJEDNIK I CEO  
VOLVO CAR  
CORPORATION



## Počinjemo primati narudžbe za V50

Akcija lansiranja Volva V50 u punom je zamahu. Paul Gustavsson, direktor Projekata novih vozila u Marketing Sales and Services (Marketing prodaje i usluga), objašnjava:

Nakon što je V50 promoviran krajem prošle godine, kampanja lansiranja je maksimalno pojačana. Probne vožnje za novinare organizirane su u Španjolskoj u veljači, a odazvalo se oko 700 specijaliziranih novinara iz čitavog svijeta. Tijekom ožujka i travnja V50 stići će na svoja prva tržišta – u Skandinaviji – a krajem lipnja bit će predstavljen na najvažnijem tržištu, u Sjedinjenim Američkim Državama.

Novi Volvo S40 dočekan je u medijima s puno pohvala, a i model V50 izuzetno je dobro prihvaćen u švedskom tisku.

"Dosad nismo imali prilike vidjeti novinske prikaze modela V50 na drugim tržištima, ali novinari s kojima smo razgovarali vrlo su impresionirani," iznosi Paul Gustavsson i zaključuje:

"Upravo smo počeli primati narudžbe za V50 i zanimanje na tržištu je ogromno."

Planirano predstavljanje modela V50 je neznatno odgođeno. Ukratko, opravdanje za ovo zakašnjenje može se svesti na sljedeće: potpuno novi proizvod koji se stvara u potpuno novoj tvornici, u kombinaciji s problemima kapaciteta s kojima se susreću neki dobavljači.

"Moramo se potruditi da nam se ne dogodi situacija koja bi bila nepovoljna za kupca, i moramo naporno raditi kako bismo održali dogovorene rokove. Zadovoljstvo kupca mora uvijek biti naš prioritet", komentira menadžer za kvalitetu, Lena Olving.

## Povećano zanimanje za modele koji koriste dvije vrste goriva (Bi-Fuel modeli)

Do 2020. godine deset posto evropskih vozila trebalo bi imati pogon na prirodni plin, na primjer u obliku Bi-Fuel modela. To bi značilo da će oko 23 milijuna automobila biti optimalno prilagođeno čovjekovoj okolini.

Na europskom je tržištu Volvo često prisutniji sa svojim automobilima na prirodni plin nego s automobilima na benzinski pogon. Sjedinjene Američke Države ne raspolažu neophodnom infrastrukturom za distribuciju prirodnog plina na postajama koje prodaju gorivo, a proizvođači plina u SAD-u usmjeravaju svoje napore prema profitabilnijim područjima.

## S60 vodi pred njemačkim rivalima

Test njemačkog moto-magazina "Auto motor und Sport" stavlja Volvo S60 AWD ispred domaće konkurencije, Audiya A4 i BMW-a 330. Udobnost u vožnji, usklađenost s okolinom i ukupna cijena, područja su u kojima je Volvo bio u prednosti, dok je zadnje mjesto zauzeo kad se uspoređivala sigurnost u vožnji.

"Volvo S60 je pobjednik, i u potpunosti zaslužuje svoju zlatnu medalju," piše u magazinu.

## Volvo treći put na ispo-put

Početak ove godine Volvo je treći put sudjelovao na poznatoj izložbi ispo sportova u Münchenu u Njemačkoj. Izložba se održava dva puta godišnje, jednom sa zimskom tematicom, a drugi put je posvećena ljetnim događanjima.

Ove godine ispo je privukao ukupno 55.000 posjetitelja, a kroz tri izložbena prostora kompanije Volvo prošlo je oko 9.000 ljudi. Model Volvo S40 privukao je najviše pažnje, uz novi Volvo V50 i Volvo XC90.

Zanimanje posjetitelja bilo je ogromno, postavljena su brojna pitanja, posebno u vezi novog V50, a sve nas je iznenadilo kontinuirano veliko zanimanje za XC90.

## 2003. značajna za Volvo C70

U 2003. godini za 28% povećana je prodaja jedinog Volvo kabriolet modela, C70. Ukupno je prošle godine prodano 7.840 automobila Volvo C70. U 2002. godini broj prodanih vozila iznosio je 6.148.

Još jedna pozitivna i donekle iznenađujuća pojava bila je ta da do pada prodaje XC70 modela, koji se očekivao nakon uvođenja modela XC90, jednostavno nije došlo. Naprotiv, uspjeh modela XC90 osigurao je još veće zanimanje i za čitav taj program, što je rezultiralo zadovoljavajućom prodajom modela XC70.

## Ohrabrujući rezultati istraživanja

Prema istraživanju provedenom među kupcima novih automobila u 2003. godini, koje pokazuje koliko su kupci novih automobila zadovoljni trgovcima na najvećim evropskim tržištima, Volvo ukupno stoji dobro. U Italiji se Volvo popeo za jedno mjesto, zauzevši drugu poziciju, odmah iza Jaguara. U Njemačkoj je padajući trend zaustavljen i Volvo se u odnosu na prethodnu godinu popeo za pet mjesta, na 22. mjesto. U Francuskoj je Volvo zauzeo sedmo mjesto, čime je za jedno mjesto popravio svoju poziciju u odnosu na prethodnu godinu, dok je u Britaniji Volvo zadržao svoje deveto mjesto. Samo je u Španjolskoj Volvo pao u usporedbi s prethodnom godinom – sa četvrtog mjesta dospio je na osmo.

"Premda možemo uživati u uspjesima koje smo postigli na mnogim našim glavnim tržištima, istraživanje pokazuje da je pred nama još dalek put, želimo li postati najbolji u zadovoljavanju naših korisnika," kaže Anne Belec, Potpredsjednica Prodaje.

## Nastavljen uspjeh modela XC90

Model Volvo XC90 postiže veliki uspjeh u Britaniji. Drugu godinu zasatopno moto-magazin "What Car?" ("Koji automobil?") proglasio ga je najboljim automobilom s pogonom na četiri kotača, a u studenom i prosincu to je bio drugi najprodavaniji SUV model u Britaniji. Ukupno je tijekom 2003. godine u Britaniji prodano 4.000 automobila Volvo XC90. Čini se da će se ta brojka ove godine popeti na 6.500, a upravo će sjajna preporuka magazina "What Car?" potaknuti veću prodaju.