Strategie, sinceritate, îndrăzneală, informație in afacerile cu inchirieri auto Bucuresti

BUCURESTI - 25 ianuarie 2018 ora 09:17
Comunicat tip General in Turism

Despre firmele de închirieri auto, din București sau din alte orașe ale țării, cred că sunt foarte puțini oameni care pot spune că nu știu cu ce se ocupă. Dintre cei mulți, care știu că închirierea de mașini e una dintre soluțiile la care pot apela persoanele obligate să locuiască pentru o vreme într-o localitate, alta decât cea de reședință, bineînțeles, părerile sunt împărțite. Există anumite prejudecăți și prea puțină experiență personală în domeniu, de aceea informațiile legate de acest fel de afacere sunt întodeauna binevenite.



Rent a Car

Despre firmele de închirieri auto, din București sau din alte orașe ale țării, cred că sunt foarte puțini oameni care pot spune că nu știu cu ce se ocupă. Dintre cei mulți, care știu că închirierea de mașini e una dintre soluțiile la care pot apela persoanele obligate să locuiască pentru o vreme într-o localitate, alta decât cea de reședință, bineînțeles, părerile sunt împărțite. Există anumite prejudecăți și prea puțină experiență personală în domeniu, de aceea informațiile legate de acest fel de afacere sunt întodeauna binevenite.

Strategii ale firmelor rent a car

După un anume timp de funcționare, orice firmă își poate vedea punctele slabe și poate acționa pentru a elimina cauzele acestor slăbiciuni. La fel, își poate regla din mers strategia de a lucra cu clienții, astfe încât aceștia să apeleze la aceeași firmă pentru a-și rezolva problemele.

Chiar dacă sunt destul de multe firme de inchirieri auto București în jur de 300, ăsta fiind și un argument clar că afacerea funcționează, merită să cauți, să înțelegi, să cunoști cât mai multe lucruri legate de rent-a-car-ul bucureștean.

Una dintre firmele cu vechime, firma Kamo Auto Expert, pe pagina de gardă a site-ului personal, referitor la strategia pe care a ales să o urmeze pentru dezvoltarea afacerii, declară că este adepta celebrului model win-win. Asta ar trebui să demonteze o listă mare de prejudecăți. Evident, există firme ale căror proprietari sau angajați, încearcă să câștige ceva în plus și pe căi mai puțin corecte. De exemplu, există firme care practică taxe ascunse. Foarte pe scurt, clienții care apelează la serviciile acestora, vor fi neplăcut surprinși la un moment dat, fiindcă prețul pe care vor trebui să-l plătească pentru închiriere e ceva mai mare decât cel pentru care au semnat contractul... Sunt apoi firmele care își supra-estimează calitatea serviciilor și care au prețuri mai mari decât celelalte firme, deși furnizează aceleași servicii.

O firmă care a ales însă drept strategie acest „win-win” n-ar trebui să fie bănuită de așa ceva. Fiindcă win-win înseamnă în primul rând respect, apoi empatie, termen prea puțin folosit în afaceri, de fapt, după o analiză serioasă a termenului și tehnicilor, reflectă o realitate logică: clientul nu înseamnă concurență, asta înseamnă că nu firma nu pierde nimic prin sinceritate și ofertă generoasă. Dimpotrivă, a câștigat un client fidel. Foarte posibil ca această strategie să necesite un timp ceva mai îndelungat pentru a da roade, însă tot ce e solid construit are o durată de existență mai mare, inclusiv în afaceri.

Iar referitor la sinceritate, site-ul firmei e astfel întocmit încât cel care caută informații va găsi doar informații reale, pornind de la locurile de unde poate fi ridicată mașina și până la clauzele contractuale, prezentate fără să lase loc de interpretări, fără trimiteri spre citate scrise cu litere mici în subsolul paginii.

Concluzie

Cineva, indiferent cine, care vrea să închirieze o mașină în București, nu are nevoie de abilități speciale sau de foarte mulți bani. Afacerea e gândită pentru oameni normali, cetățeni ai României.

Despre Kamo Auto Expert

O firmă care a ales însă drept strategie acest „win-win” n-ar trebui să fie bănuită de așa ceva. Fiindcă win-win înseamnă în primul rând respect, apoi empatie, termen prea puțin folosit în afaceri, de fapt, după o analiză serioasă a termenului și tehnicilor, reflectă o realitate logică: clientul nu înseamnă concurență, asta înseamnă că nu firma nu pierde nimic prin sinceritate și ofertă generoasă. Dimpotrivă, a câștigat un client fidel. Foarte posibil ca această strategie să necesite un timp ceva mai îndelungat pentru a da roade, însă tot ce e solid construit are o durată de existență mai mare, inclusiv în afaceri.

Eugen Calin Tesa
office@kamoauto.ro
0752261217
KAMO AUTO EXPERT