



HISTÓRIA

Značku AVIS založil v roku 1946 Warren Avis, na Slovensko sa dostala v roku 1996 zásluhou Vladimíra Ortha. V roku 1946 bol AVIS jedinou autopožičovňou pôsobiacou na letiskách, o štyri roky neskôr sa začala značka rýchlo šíriť cez „franšizy“ a iné typy vlastníctva. V roku 1963 AVIS predstavil slávny slogan „We try harder“, o desať rokov nato prišiel AVIS s inovatívnym a jedinečným rezervačným systémom, ktorý bol jedným

z najväčších krokov vpred. Spoločnosť ponúka zákazníkom širokú škálu služieb, pokiaľ ide o obchodné alebo voľnočasové aktivity, v Európe je popredným dodávateľom služieb v segmente požičiavania automobilov – ročne eviduje prostredníctvom siete s viac ako 6 000 predajnými miestami v 167 krajinách sveta vyše sedem miliónov zákazníkov. AVIS Europe a AVIS Inc. majú v USA vzájomne úzke obchodné väzby, spoločné technológie a marketingové akcie. Požičiavanie vozidiel preniklo do mnohých sfér podnikania a dnes už má rôzne podoby. Na Slovensku AVIS dosahuje približne 40-percentný podiel na trhu autopožičovní, na medzinárodnej úrovni predstavuje zhruba 37-percentný podiel.



požičovne automobilov a operatívneho lízingu. V roku 2003 vznikla samostatná divízia AVIS Lease, ktorej hlavná činnosť je zameraná výlučne na poskytovanie služieb v oblasti operatívneho lízingu motorových vozidiel. Cieľom AVISu je poskytovať služby autopožičovne, či už cestujú po Slovensku, alebo jazdia v zahraničí. Súkromné osoby, rodiny, malé a stredné podniky i veľké nadnárodné

firmy sú častými zákazníkmi spoločnosti. Služby autopožičovne častokrát sprevádzajú ďalšie druhy osobnej prepravy, bežná je kombinácia leteckých spoločností s autopožičovňami. Vďaka aktívnym reklamným kampaniam a najširšej pobočkovej sieti je AVIS najvýznamnejšou značkou v oblasti autopožičovní. V tuzemsku je taká početná pobočková sieť, akú v tomto roku predstavila spoločnosť AVIS, nevidaná. S 27 pobočkami má na Slovensku bezkonkurenčne najširšiu sieť – takýto vysoký počet je typický skôr pre veľké západné krajiny. Pri neustálom rozvoji a budovaní značky, širokej ponuke a rozsiahlej pobočkovej sieti sa však nezabudlo ani na základnú prioritu, ktorou sú spokojní zákazníci – ich nadšenie a spokojnosť posúvajú spoločnosť vpred. Aktívnou komunikáciou so zákazníkmi získava spoločnosť cenné informácie, ktoré transformuje do reálneho prostredia požičiavania vozidiel na Slovensku i vo svete. Cieľom firmy je ponúkať tie najhorúcejšie novinky zo sveta automobilov a sprístupniť tak zákazníkom to najmodernejšie a najatraktívnejšie,

Trendy v tomto segmente sa menia a nové prichádzajú zväčša zo západných krajín. Mnohé firmy majú skúsenosti aktivity, alebo aj manažment v zahraničí, odkiaľ na Slovensko prúdia nové nápady. Medzi ne patrí i riešenie osobnej prepravy a financovanie vozového parku. Súčasným trendom je rozširovanie vozového parku takzvaným outsourcingom, kde spoločnosti uprednostňujú požičiavanie vozidiel a operatívny lízing.

INOVÁCIE

AVIS ponúka množstvo atraktívnych kategórií vozidiel. V roku 2014 je v ponuke až 19 rozličných kategórií, každá vie ponúknuť niečo iné, a tak si vie vybrať úplne každý. Rok 2014 priniesol okrem novinek vo vozovom parku aj mnoho nových pobočiek a inovácií, ktoré uľahčujú celý proces prenájmu. Za zmienku stojí inovatívny spôsob financovania prenájmu prostredníctvom aplikácie, ktorá je dostupná priamo na webovej stránke www.avis.sk. Vďaka tomu si vie každý auto objednať a zaplatiť z pohodlia domova alebo kancelárie. Spoločnosť sa koncentruje na mnohé aktivity, predovšetkým na služby

čo sa na trhu objaví. Aplikovanie moderných informačných technológií – v súčasnosti rozhodujúca hybná sila rozvoja – do služieb a ďalšie zjednodušenie už aj tak veľmi jednoduchého procesu prenajímania vozidiel je výzvou pre AVIS do budúcnosti. V tomto smere spoločnosť veľmi pružne reaguje na novinky zo sveta motorizmu, inovuje svoju flotilu, optimalizuje vek a nájazd km vozidiel (AVIS má na Slovensku najmladšiu flotilu s najnižším počtom najjazdených kilometrov) a prispôsobuje sa potrebám svojich zákazníkov, pretože firme záleží na ich spokojnosti a bezpečnosti.

HODNOTA ZNAČKY

Úspech značky netreba hľadať iba v komplikovaných stratégiách a plánoch, je založená na obchodnej filozofii stotožňujúcej sa so sloganom „We try harder“. Tento slogan sa zapísal do histórie reklamy ako jeden z najdlhšie fungujúcich a najviac rešpektovaných. Za jeho vznikom nie je treba hľadať kreatívny nápad, ale skôr obchodnú filozofiu. Hodnotu značky znásobuje aj skutočnosť, že zamestnanci spoločnosti vedia nielen rozprávať, ale aj počúvať. V snahe presvedčiť zákazníkov, že AVIS sa snaží viac ako všetci ostatní, bola celá reklamná kampaň zameraná na úprimné a pravdivé vyhlásenia o obchodnej filozofii. Celý manažerský tím cestoval po všetkých pobočkách po celej krajine, hovoril s každým zamestnancom a vysvetľoval, že úspech kampane a rovnako ich činnosti závisí od kvality poskytovaných služieb. Každý zamestnanec dostal k výplate kópiu aktuálneho inzerátu alebo materiálov z reklamnej kampane, aby sa dokázal stotožniť s myšlienkami a filozofiou značky. Dlhoročnými skúsenosťami v oblasti prenajímania vozidiel si značka AVIS získala silnú pozíciu aj ako odberateľ a vďaka tomu dokáže s maximálnym dôrazom na kvalitu splniť i tie najnáročnejšie požiadavky klientov. Vo filozofii AVISu je na prvom mieste vždy zákazník – z toho vyplýva,



že základným cieľom je dosahovanie dlhodobých partnerských vzťahov, permanentné sledovanie potrieb zákazníkov a navrhovanie optimálnych riešení ich potrieb. Za rok 2013 AVIS získal ocenenie najlepšia autopožičovňa pre podnikateľov, udelila mu ho medzinárodná spoločnosť „World Travel Awards“. Výber kandidátov bol výsledkom zozbierania viac ako 800 000 hlasov zo 171 krajín sveta.

SPOLOČENSKY ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Spoločnosť sa zaradila do programu „Carbon Neutral Company“ a je nositeľom certifikátu „Carbon Neutral Operations“. Spoločenská a sociálna zodpovednosť vedie firmu prenajímať vozidlá s čo najnižším zaťažením životného prostredia. AVIS sa aktívne podieľa na mnohých podporných akciách, často sa stáva, že je aj iniciátorom takýchto akcií. Korporatívna a osobná zodpovednosť firmy a jej zamestnancov v minulosti neraz viedla k početným peňažným zbierkam; okrem iného AVIS SR organizoval finančnú pomoc pre Japonsko, keď ho v roku 2011 postihlo ničivé zemetrasenie. Pre viac radosti hospitalizovaných detí a seniorov podporuje AVIS aj odborné občianske združenie Červený nos. Okrem iného AVIS podporuje aj medzinárodne úspešný študentský projekt pretekárskeho vozidla Slovenskej Technickej Univerzity. Tím študentov sa aj vďaka AVISu zúčastňuje medzinárodných súťaží s formulou, ktorú si svojpomocne skonštruovali. AISEC – študentská organizácia – za podpory AVISu, už niekoľkokrát organizovala konferencie so zamestnávateľmi a študentmi, ktoré napomáhajú talentovaným študentom uplatniť sa v praxi. AVIS pravidelne podporuje benefičné podujatia pre mentálne postihnuté deti, ktoré inak nemajú možnosť zažiť atmosféru kultúrnych podujatí a koncertov, popritom sa môžu vzdelávať na pripravených workshopoch.



ONDREJ ORÍŠEK
SUPERVISOR AVIS DOWNTOWN BRATISLAVA

„Chceme, aby značku AVIS ľudia vnímali ako synonymum kvality a profesionality. Naším cieľom je, aby každému, kto si chce prenajať vozidlo, automaticky napadol AVIS a stal sa tak symbolom prenájmu áut. My v AVISe robíme naše cesty krajšími, bezpečnejšími a aj vďaka nám sa na cestách stretávame s modernými vozidlami, ktoré ľudia radi šoférujú a majú potešenie z jazdy. Vďaka nášmu tímu robíme z vybavenia prenájmu rýchlu a jednoduchú záležitosť, ktorú je možné vykonať aj z pohodlia domova. Bavi nás byť priekopníkmi a novátormi v tom, čo robíme, s cieľom spraviť iným radosť.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- 1946 – BOLA ZALOŽENÁ AUTOPOŽIČOVŇA AVIS
- 6 000 – JE PŘIBLIŽNÝ POČET PREDAJNÝCH MIEST SPOLOČNOSTI
- 600 000 – JE POČET PRENÁJÍMANÝCH VOZIDIEL SPOLOČNOSTOU AVIS VO VIAC AKO 168 KRAJINÁCH SVETA
- 27 – PREDAJNÝCH MIEST MÁ AVIS NA SLOVENSKU
- 5 MESAČOV – JE PRIEMERNÝ VEK PRENÁJÍMANÝCH AUTOMOBILOV (NAJMLADŠIE V SR)
- 19 – JE POČET KATEGÓRIÍ VOZIDIEL
- 85 % – FLOTILY MÁ DIESELOVÉ MOTORY