*Warszawa, 30.09.2021 r.*

**Premio – rodzina z tradycjami**

**Marka Premio powstała w Niemczech w 1996 r. pod parasolem koncernu Goodyear. Dekadę później weszła na polski rynek stając się jednym z pionierów w rozpowszechnianiu nowych standardów w branży serwisowej. W ciągu 15 lat swojej działalności w Polsce Premio było świadkiem przeobrażenia branży, ewolucji w nastawieniu klientów do usług oponiarskich i serwisowych oraz daleko idących przemian technologicznych.**

Jak zmienił się rynek motoryzacyjny z perspektywy Premio na przestrzeni 15 lat? „Znacząco. Dla przykładu w 2006 roku nie było SUVów na 22 lub 23 calowych oponach, a teraz tego typu samochody stały się normą na polskich drogach. Jednocześnie zmieniła się struktura własności parku samochodowego, 15 lat temu zdecydowanie większy udział w sprzedaży nowych aut mieli klienci indywidualni, natomiast dzisiaj stanowią oni tylko ¼ rynku. Chcąc rozwijać serwis trzeba jak najlepiej współpracować z użytkownikami flotowymi, a na tym polu Premio jest liderem rynku” – zauważa **Mateusz Brzeziński z serwisu Premio Matmar w Warszawie**.

**W jedności siła**

Partnerami Premio zazwyczaj zostają serwisy – przedsiębiorstwa rodzinne, które już działają w branży. Co ciekawe, ich właściciele często zaczynali od jednego stanowiska, by po latach działalności pod szyldem Premio móc pochwalić się rozwiniętymi, prężnie działającymi firmami. Tak dynamiczny rozwój jest możliwy dzięki ogromnemu zaangażowaniu partnerów, ale też nowoczesnym, sprawdzonym rozwiązaniom i narzędziom, które Premio dostarcza swoim franczyzobiorcom oraz wypracowanemu know-how nie tylko na temat opon i szybkiej mechaniki, ale także zarządzania, systemów informatycznych, promocji i szkoleń. Wspólne dla wszystkich są też działania marketingowe. Synergia tych wszystkich elementów pozwala osiągać spektakularne wyniki – **serwisy Premio obsługują 1000 000 aut rocznie**.

„Właśnie minęło 15 lat kiedy to podjęliśmy kluczową decyzję podpisując „pierwszą” umowę Premio. Doskonale pamiętamy ten czas, kiedy razem uczyliśmy się na błędach, ale i cieszyliśmy się ze wspólnych sukcesów.“ – mówi **Wojciech Tobor z serwisu Premio Tob-Gum w Radzionkowie i Bytomiu**. „W mojej ocenie naszym największym osiągnięciem jest znakomite partnerstwo z centralą, jak i innymi serwisami Premio. Na spotkaniach ogólnopolskich jak i europejskich, gdzie gościmy kolegów z innych krajów, czujemy się jak wielka rodzina. Wszyscy darzą się wzajemną sympatią, a to pozwala na budowanie mocnej sieci od wewnątrz.” – dodaje W. Tobor.

Podobnego zdania jest **Krzysztof Rasch, właściciel Premio Ring w Gdańsku, pierwszego zwizualizowanego serwisu Premio w Polsce**. „Kiedy zaproponowano mi, abym jako pierwszy serwis w Polsce dołączył do sieci Premio czułem, że warto się zgodzić, że przyłączenie się do tej rodziny niesie ze sobą zupełnie nową jakość w obsłudze klienta detalicznego i flotowego. Narzędzia, które oferowało Premio pozwalały pozytywnie myśleć o przyszłości i oferować zupełnie nową jakość usług, zbliżoną, a w niektórych aspektach nawet przewyższających tę znaną z niejednego autoryzowanego serwisu w Polsce. Dzisiaj, z perspektywy 15 lat wiem, że było to bardzo dobra decyzja. Pod szyldem Premio działa już 150 punktów, i jestem przekonany, że będzie ich jeszcze więcej, ponieważ każdy przedsiębiorca dąży do podnoszenia jakości świadczonych usług, a z Premio jest to możliwe. Mogę z dumą powiedzieć, że zmieniamy branżę motoryzacyjną na lepsze!”

Dla **Marcina Adamka, właściciela serwisu Premio A&S w Łodzi**, który dołączył do sieci w 2019 roku, ważnym argumentem jest rozpoznawalność marki, ale też wsparcie ze strony Goodyear. „Centrala Premio jest jedną z bardziej renomowanych firm działających w branży oponiarskiej w Polsce. Ten prestiż przełożył się też na kontrakty ze znanymi flotami samochodowymi, co dla nas było jednym z koronnych argumentów za przystąpieniem do sieci. Liczyliśmy, że ta współpraca pozwoli nam jeszcze bardziej rozwinąć naszą firmę i wykorzystać posiadane umiejętności na większą skalę. Tak się stało, co więcej rozwój firmy przerósł nasze najśmielsze oczekiwania. Flagowymi produktami Premio są opony zaliczane do Grupy Goodyear, która jest bardzo szanowana na polskim rynku i doceniana przez naszych klientów. Dla nas to bardzo istotne, aby odpowiadać na potrzeby klientów.”- wyjaśnia Adamek.

Premio stara się być o krok przed konkurencją realizując projekty, które wybiegają daleko w przyszłość i zarazem są w stanie sprostać postępowi technologicznemu najnowszych pojazdów oraz wymaganiom klienta cyfrowego. Systemy IT, kalendarze elektroniczne, programy obsługi technicznej pojazdu, portale zakupowe, aplikacje mobilne, to tylko niektóre z przykładów cyfrowej ewolucji, jaka dokonała się w serwisach. Wszystko po to, aby klienci wychodzili z warsztatu z pozytywnymi doświadczeniami i z poczuciem, że zostali dobrze obsłużeni.

**Przyszłość widzą w jasnych barwach**

Eksperci Premio nie mają wątpliwości, że przyszłość stoi pod znakiem rosnących wymagań klienta ostatecznego w kontekście jakości obsługi, jak i serwisu samochodów. Są jednak spokojni o swoją przyszłość - ich orężem jest siła marki o ugruntowanej pozycji na rynku, za którą stoi 150 najlepszych serwisów w Polsce.

**Premio**

Premio to obecnie 150 punktów serwisowych typu fast-fit na terenie całej Polski, w których można serwisować opony, układy wydechowe i hamulcowe lub wymienić olej. Sieć Premio od początku swojego istnienia związana jest z marką Goodyear. Dlatego w punktach serwisowych w Polsce oferowane są przede wszystkim opony należących do amerykańskiego koncernu marek takich jak: Goodyear, Dunlop, Fulda, Sava czy polska Dębica.

***Więcej informacji udziela:***

**Marlena Garucka-Kubajek**

**Biuro Prasowe Goodyear**

**Alert Media Communications**

**Tel. (22) 546 11 00, 506 051 987**

**e-mail:** **goodyear@alertmedia.pl**