**Sztuczna inteligencja zmienia sprzedaż aut – już teraz korzysta z niej 67% dealerów, a wkrótce 80% [NOWE DANE OTOMOTO]**

* **Sprzedaż samochodów wkracza w nową erę, którą zdominuje oferta samochodów chińskich, elektromobilność oraz elastyczność w wyścigu po klienta.**
* **Rośnie waga sztucznej inteligencji - dziś wykorzystywanej w sprzedaży już przez 67% autoryzowanych dealerów aut nowych - w przyszłości do nawet 80%.**
* ***-*** *Dane te jednoznacznie wskazują, że sztuczna inteligencja przestaje być dodatkiem, a staje się fundamentem przewagi konkurencyjnej. Dealerzy, którzy już dziś inwestują w AI, budują trwałą pozycję rynkową***- mówi Tomasz Sułkowski, Senior Head of Sales w OTOMOTO.**

**Trendy rynku, które zmieniają branżę**

Rynek motoryzacji przechodzi od kilku lat intensywną transformację – a w najbliższych latach procesy te przyspieszą. Wraz z rewolucją na rynku, zachodzą wielkie zmiany w roli sprzedawców pojazdów, którzy stają przed nowymi wyzwaniami. Jak wynika z najnowszego raportu “Dealerzy Jutra” opracowanego przez OTOMOTO, w którym przebadano sprzedawców samochodów w całym kraju już teraz są one dostrzegane przez branżę.

Jak wskazują dane raportowe, jednym z kluczowych trendów, który już teraz zmienia rynek, jest napływ chińskich samochodów. Dziś tylko 6% spośród przebadanych przez OTOMOTO sprzedawców handluje pojazdami chińskimi, ale aż dla 52% będzie to ważny kierunek w przyszłości.

Drugim bardzo ważnym nurtem, który już teraz rozwija się dynamicznie, jest elektromobilność – sprzedaż pojazdów hybrydowych i elektrycznych.

*- Te trendy nie pozostawiają sprzedawcom wyboru. “Dealerzy jutra” muszą być gotowi na szybkie zmiany i umieć się do nich adaptować. Nasze badanie pokazuje, że aż 53% sprzedawców samochodów uważa elastyczność za kluczową kompetencję. To nie tylko skuteczne reagowanie na nowe kierunki na rynku i w ofercie, ale też umiejętność do pracy z bardzo różnymi klientami – od osób o przede wszystkim skoncentrowanych na budżecie, przez bardzo wymagających nabywców do najmłodszych klientów, którzy stawiają na zupełnie nowe kanały sprzedaży. Elastyczność musi dziś iść w parze z cyfryzacją i personalizacją - te elementy przestają być dodatkiem i stają się fundamentem konkurencyjności* *–* komentuje **Tomasz Sułkowski, Senior Head of Sales w OTOMOTO**.

**Dealer Jutra, czyli cyfryzacja sprzedaży w oparciu o dane**

**Obok zmieniających się aspektów rynkowych mających wpływ na funkcjonowanie zespołów sprzedażowych, jako równie istotne jawią się czynniki związane bezpośrednio z kupującymi.** W opinii aż połowy sprzedających samochody wzrost znaczenia handlu e-commerce będzie jednym z kluczowych trendów dla przyszłości branży motoryzacji. Sprzedawca przyszłości jest cyfrowo zaawansowany, buduje mocną rozpoznawalność online oraz aktywnie korzysta z social mediów. Są to odpowiednio to druga i trzecia najczęściej wskazywane cechy opisujące “dealera jutra”po 44% badanych.

Cyfryzacja sprzedaży i profesjonalny wizerunek zbudowany w sieci niewątpliwie uwiarygodnia przekaz sprzedawcy, a bardzo często pozwala zapoznać się z udostępnianą tam ofertą. Budowanie silnego wizerunku opartego o nowoczesne kanały i narzędzia jest więc ważnym czynnikiem kształtującym wiarygodność i pozycję dla dwóch najbardziej wymagających grup, które wskazują sprzedawcy w badaniu – nabywców premium i generację Z.

“Dealer przyszłości” swoje strategie i działania, sprzedażowe i wizerunkowe, opiera na analityce danych jako fundamencie decyzji - tak uważa 1/3 ogółu sprzedawców samochodów. Co ważne, znaczne większe nadzieje w danych pokładają zarówno autoryzowani dealerzy aut nowych (35%), niezależni sprzedawcy pojazdów używanych (34%), jak i dealerzy wielomarkowi (33%).

**Dealerzy aut nowych pionierami sztucznej inteligencji**

Sprzedaż oparta na analityce będzie napędzana przez sztuczną inteligencję. Warto zauważyć, że dziś tylko 35% ankietowanych za cechę sprzedawcy przyszłości uważa aktywne używanie sztucznej inteligencji, ale wśród autoryzowanych dealerów aut nowych sytuacja wygląda zgoła odmiennie. Są oni trendsetterami w tym obszarze - aktywne wykorzystanie sztucznej inteligencji jest dla nich naturalnym krokiem i dzieje się tu i teraz – dziś robi to już 2 na 3 z nich, a w najbliższej przyszłości będzie według deklaracji z badania *–* aż 80%.

*- Sztuczna inteligencja staje się kluczowym motorem transformacji sprzedaży samochodów – trend ten już dziś wyraźnie dostrzegają autoryzowani dealerzy nowych aut. Co istotne, autoryzowane salony wykorzystują AI w znacznie szerszym zakresie niż niezależne podmioty. Przykładem przewagi nad ogółem badanych jest używanie rozwiązań wspierających generowanie leadów sprzedażowych opartych na sztucznej inteligencji. Według naszego badania autoryzowani dealerzy aut nowych robią to 2,5 razy częściej od niezależnych sprzedawców! Dwukrotnie częściej sięgają również po chatboty, wirtualnych asystentów oraz narzędzia AI do zarządzania relacjami z klientami. Szczególnie wyraźna jest różnica w częstotliwości korzystania z asystentów wirtualnych – korzysta z nich niemal co trzeci dealer autoryzowany, podczas gdy wśród ogółu sprzedawców jest to jedynie co szósty. Dane te jednoznacznie wskazują, że sztuczna inteligencja przestaje być dodatkiem, a staje się fundamentem przewagi konkurencyjnej. Dealerzy, którzy już dziś inwestują w AI, budują trwałą pozycję rynkową, podczas gdy ci, którzy zignorują ten trend, ryzykują pozostanie na peryferiach rynku –* podsumowuje **Tomasz Sułkowski**.

[**Pełen raport Dealerzy Jutra znajduje się do pobrania TUTAJ**](https://admin.otomotonews.pl/wp-content/uploads/2025/09/Dealerzy-Jutra.-Raport-OTOMOTO_19.09.pdf)

—

**O badaniu**

Raport „Dealer Jutra” powstał na podstawie badania przeprowadzonego w sierpniu 2025 roku wśród 350 profesjonalnych sprzedawców samochodów. Respondentami byli wyłącznie przedstawiciele firm zajmujących się odpłatnym obrotem pojazdami nowymi i używanymi: samochodami osobowymi, dostawczymi i motocyklami.

Największą grupę stanowili właściciele i pracownicy komisów samochodowych (55% próby), dalej autoryzowani dealerzy (28%), niezależne salony (8,5%) oraz niezależni sprzedawcy (8,5%). Badani to osoby doświadczone – średnio z 13-letnim stażem w branży, reprezentujące zarówno sprzedawców, jak i kadrę menedżerską.

Większość uczestników działa w dużych miastach (64%), a aż 63% firm sprzedaje rocznie ponad 150 pojazdów. Dla pełniejszego obrazu wyniki prezentowane są zarówno w ujęciu ogólnym, jak i z rozróżnieniem na poszczególne typy sprzedawców.

Celem badania było uchwycenie obrazu „dealera jutra” – elastycznego, cyfrowego i gotowego na zmieniające się potrzeby klientów, a także wskazanie trendów, które będą kształtować rynek motoryzacyjny w nadchodzących latach.

**O OTOMOTO**

OTOMOTO to platforma należąca do Grupy OLX, skupiająca wokół siebie ekosystem narzędzi wspierających w zakupie i sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych, a także pojazdów ciężkich i maszyn rolniczych oraz części motoryzacyjnych. Co miesiąc z platformy korzysta prawie 14 milionów użytkowników.