



Andreas Hedström från Burlin Motor, Per Anell och Daniel Alman från Wayke, samt Jakob Ederlöf, Burlin Motor.

FOTO: PETER ÖBERG

Samarbete för kundens bästa

Wayke samlar den digitala bilhandeln på ett ställe

Snabbare, smartare, enklare och tryggare. Det är nyckelorden för den nya digitala marknadsplatsen för bilar – Wayke. Förra veckan besökte representanter från Wayke Umeå för att träffa bilhandlare i stan.

– Wayke är bilbranschens eget Hemnet, säger Andreas Hedström, försäljningschef Burlin Motor.

Handeln på internet ökar, och så även bilaffärerna. Under hösten 2017 lanserades Wayke, den nya digitala handelsplatsen för bilar. Bakom Wayke står bilbranschen i Sverige, och tanken är att samla bilförsäljningen på internet på ett och samma ställe och göra det enkelt och tryggt för den som vill köpa eller sälja begagnad bil.

På Wayke hittar man bilar från både bilhandlare och privatpersoner över hela landet – i dagsläget hela 43 000 bilar.

I Umeå har flera bilhandlare gemensamt bestämt att sluta med andra digitala handelsplatser för att istället satsa på enbart Wayke när det gäller handeln på internet.

– Umeå är unikt, säger Daniel Alman, produktchef Wayke, och lyfter fram samarbetet inom bilhandeln och mellan bil- och mäklarbranscherna, och tidningen Bil & Bostad.

– Det började med Bil & Bostad, berättar Jakob Ederlöf, platschef Burlin Motor. Vi insåg

fördelarna med att annonsera tillsammans och när tidningen väl var etablerad har vi fortsatt att samarbeta. Wayke är ett nytt sätt att synas.

Med i utvecklingen

Wayke togs fram på bara ett år och lanserades i oktober 2017. Innan lanseringen besökte Wayke mängder med bilhandlare för att lyssna på deras önskemål om hur Wayke skulle fungera. Besöket i Umeå nu är en fortsättning på detta.

– Som enskild handlare är det svårt att göra allt, säger Daniel Alman.

– Det händer mycket inom den digitala handeln, fortsätter kollegan Per Anell. På lång sikt kommer bilägandet att förändras. Det är en enormt intressant period just nu och det är viktigt att vi är med i utvecklingen.

För Wayke gäller det att vara lyhörd inför både bilhandlare och konsumenter, men även trenderna inom den digitala handeln. Ett projekt man arbetar på just nu är "Wayke Buddy" där man genom videosamtal ska kunna få råd kring bilar. Allt fler söker också information om bilar på internet innan man besöker bilhandlaren. Just nu testas Wayke i Stockholm ett koncept som heter "Provkör hemma", där man enkelt kan välja en bil man vill provköra och få den hemlevererad.

– Det är en trend överlag, att

få till exempel mat hemlevererad, säger Daniel Alman.

En annan trend är att försäljningen av begagnade bilar privatpersoner emellan minskar och att fler söker sig till bilhandlarna. På några år har andelen av begagnat-affärerna hos bilhandlarna gått från 40 procent till 65 procent. Två anledningar är enkelhet och trygghet.

– Bilhandlaren kan hjälpa med finansiering och garantier, förklarar Per Anell.

Även på Wayke är tryggheten viktig. Bland annat kontrolleras alla bilar mot Carfax register över bilar så att man vet att allting står rätt till med bilens identitet och tekniska specifikationer.

Lyfter fram bilen

Med i Umeå var också Gustav Träff, mannen bakom Youtubekanalen GTBOARD.com, känd bland annat för videor där han ställer de snabbaste bilarna från Bugatti och Koenigsegg mot varandra. Gustav är en bilentusiast av rang och kommer precis från bilsalongen i Genève. Hans filmer därifrån kan ses på hans Youtubekanal som har över 250 000 prenumeranter. Han tipsar om hur man genom att använda sociala medier, foto och video kan lyfta fram bilar.

– En bild säger mer än tusen ord, men en film säger mer än tusen bilder, avslutar Gustav.

Peter Öberg

” På lång sikt kommer bilägandet att förändras. Det är en enormt intressant period just nu och det är viktigt att vi är med i utvecklingen.

Per Anell, Wayke



Gustav Träff (höger) från GTBOARD.com tipsade om hur man kan använda video och sociala medier i marknadsföringen för att göra en bil mer intressant, men passade också på att inspektera sportbilen Lexus LC.