

 AutoBrief

magazin

ožujak / 2026

Što se prodavalo
u 2025?

Fotografije stvaraju
prvi dojam

Fiskalizacija 2.0
i eRačuni

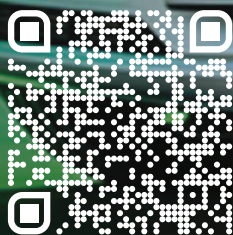
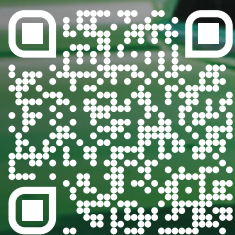
Kako kupiti pravo
vozilo?



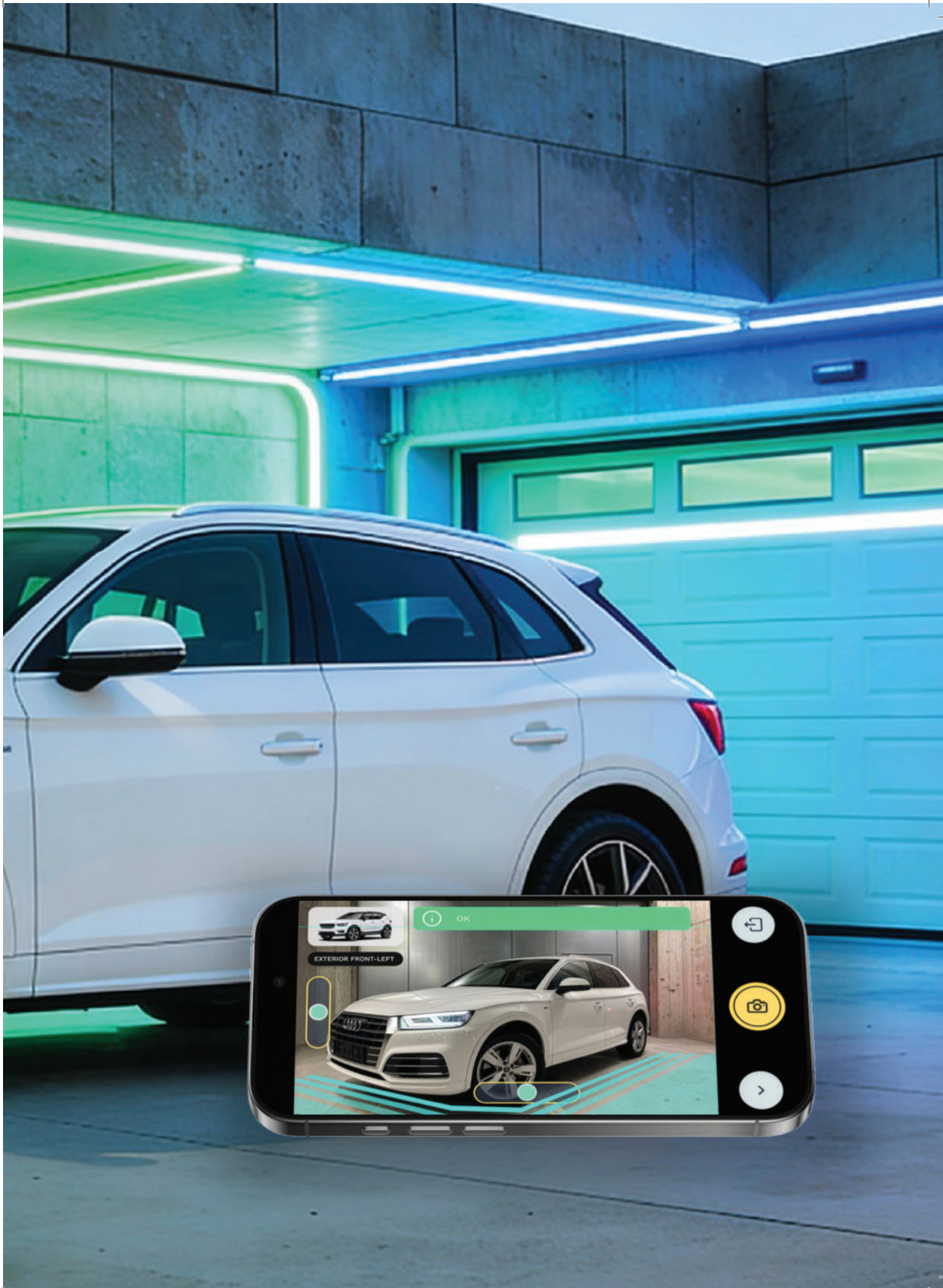
 AutoBrief

Autobrief Companion

Prodaja vozila počinje
s prvom fotografijom.
Zato koristi alat koji
profesionalno radi za tebe.



Preuzmite probnu verziju aplikacije koja se stalno nadograđuje.



Sadržaj

NOVOSTI

Novo vodstvo AutoBriefa	6
Adria report	8

NABAVA

Pregled aukcija	10
Ne odustajte nakon neuspješne ponude	11
AutoBrief pomoć pri nabavi	14

E-RAČUNI

Što trebate znati	18
Kako sve funkcionira u AutoBriefu	20

JAMSTVA

Motive Service	26
----------------	----

AUTOBRIEF COMPANION

Zašto su važne dobre fotografije	28
Aplikacija koja radi umjesto Vas	30

PREGLED TRŽIŠTA

Vodeće marke u EU	12
Preferencije kupaca	24
Tržište električnih vozila	32

INTERVJU

Jan Mrhar – Što planira AutoBrief	34
-----------------------------------	----

Izdavač:
Briefd d.o.o.

Odgovorni urednik:
Maša Petan

Autori:
Tomaž Kavčič
Maša Petan

Fotografije:
MotiveService
AutoBrief

Grafički dizajn:
Kaja Šajn
Kristijan Zagoričnik

Tisk:
Tiskarna Medium d.o.o.

40+, ali s jasnim prioritetima

Što ima novoga? Pa, dosta toga. I da – autor ove kolumne je pred nekoliko dana napunio 40. To je ona faza kad više ne trčiš za svakom idejom, nego biraš one koje imaju smisla. Manje buke, više fokusa. Ispada da je 2025. bila upravo takva godina i za AutoBrief.

Godina u kojoj smo svjesno usporili, posložili prioritete i fokusirali se na projekte koji donose stvarnu vrijednost korisnicima.

Jedan od naših glavnih fokusa u 2025. bila je Fiskalizacija 2.0 u Hrvatskoj. Od samog početka smo je postavili kao jasni prioritet – jer smo znali koliko je važno da trgovci imaju gotovo rješenje koje je zakonski ispravno, stabilno i jednostavno za korištenje.

U projekt je uloženo puno rada, testiranja i usklađivanja sa stvarnim zakonodavnim i financijskim zahtjevima. Susreli smo se sa nizom izazova – od tumačenja propisa do tehničkih detalja – ali cilj je cijelo vrijeme bio isti: omogućiti hrvatskim trgovcima da do zakonski potrebnog rješenja dođu što lakše i bez nepotrebnog stresa. I sada to mogu na AutoBriefu!

Nedavno smo za auto trgovce organizirali stručno predavanje na temu Fiskalizacije 2.0 i ovim putem želim izraziti veliko zadovoljstvo sa odazivom auto trgovaca i interakcijom sa našom predavačicom. Sa pregrštom korisnih informacija vjerujem da smo uspjeli trgovcima pobliže objasniti koje sve promjene nam donosi fiskalizacija 2.0, a samim time i olakšali prelazak na novi način izdavanja računa.

Drugi veliki fokus bio je Adria report – prvo regionalno, izvješće o tržištu automobila u pet zemalja. Nije riječ samo o podacima, nego o njihovom čišćenju, povezivanju i pretvaranju u konkretne uvide. Vjerujemo da tržištu treba pouzdan kompas, a ne nagađanja, jer podaci su moć. Pravi podaci su prednost. A oni podaci koje znaš koristiti – čine razliku.

Treći projekt je AutoBrief Companion – aplikacija koja podiže standard prezentacije vozila na oglasima. Profesionalne fotografije, ujednačen izgled oglasa i

brza objava – sve na jednom mjestu, izravno s mobitela.

Iza aplikacije su mjeseci razvoja, testiranja i dizajna, s jednim ciljem: da svaki trgovac može brzo i jednostavno napraviti profesionalni oglas koji kupcu odmah ulijeva povjerenje. I to sad možete koristiti u suradnji sa AutoBriefom. Vjerujemo da ćemo ovom aplikacijom postaviti standard profesionalnog oglašavanja vozila.



Krunoslav Podolski

VODITELJ KLJUČNIH KLIJENATA

Hvala Vam što nas pratite i što vjerujete u nas i naša inovativna rješenja. Napomenuo bih samo da smo 2025. godinu iskoristili za postavljanje čvrstih temelja – a najbolje tek dolazi.

Što je novo u AutoBriefu?

Promjena vodstva s jasnom vizijom budućnosti

U 2025. godini u AutoBriefu je došlo do promjene na mjestu direktora tvrtke. Dosadašnji direktor **Marin Vladović** krenuo je prema novim izazovima. Zahvaljujemo mu na uspješnom vođenju tvrtke proteklih godina i na značajnom doprinosu razvoju platforme kakvu poznajemo danas.

U 2025. godini u AutoBriefu je došlo do promjene na mjestu direktora tvrtke. Dosadašnji direktor Marin Vladović krenuo je prema novim izazovima. Zahvaljujemo mu na uspješnom vođenju tvrtke proteklih godina i na značajnom doprinosu razvoju platforme kakvu poznajemo danas.

Vođenje tvrtke preuzeo je Jan Mrhar, stručnjak s više od desetljeća iskustva u vođenju razvojnih timova u automobilske industriji te dosadašnji tehnički direktor tvrtke Preskok.

Jan se obvezao na strategiju koja stavlja još veći naglasak na stabilna, pouzdana i dugoročno održiva digitalna rješenja. "Naš razvoj nikada nije pratio trendove. Radije smo ostali vjerni provjerenom pristupu: dubokom razumijevanju poslovanja, stabilnoj arhitekturi i sustavima koji izdržavaju opterećenja. Zato naša rješenja i danas pokreću ključne dijelove poslovanja naših klijenata", naglašava.

Strategiju digitalne transformacije već aktivno provodimo. U časopisu već možeš pročitati o novim funkcionalnostima koje dodatno pojednostavljaju proces oglašavanja zaliha i trgovcima otvaraju novi prodajni kanal.

To je još jedan korak prema dugoročnom cilju: da AutoBrief postane središnja platforma za trgovanje i prodaju vozila na regionalnom i europskom tržištu.



Jan Mrhar

DIREKTOR AUTOBRIEF

Ekipa raste: u AutoBriefu pozdravljamo dva nova suradnika

Kraj godine u AutoBriefu obilježilo je širenje tima. Posljednjih mjeseci pridružila su nam se dva nova suradnika koja će svojim znanjem i energijom značajno pridonijeti sljedećoj fazi razvoja tvrtke.



LUKA LIEBER

Kao voditelja poslovnog razvoja (Head of Business Development) pozdravili smo Luku Liebera. Prije AutoBriefa, Luka je prošao razdoblje širenja na nova tržišta, a sa svojim iskustvom, strateškim razmišljanjem i dobrim razumijevanjem automobilskog poslovanja preuzima ključnu ulogu u oblikovanju naših budućih priča o uspjehu.



MATIC SKUHALA

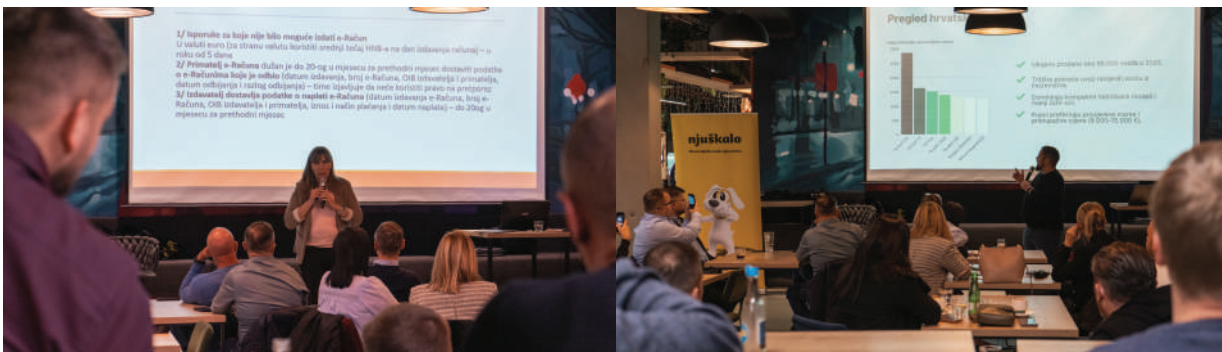
Timu se kao IT Project Manager pridružio i Matic Skuhala. Protekla godina bila je za AutoBrief vrlo intenzivna u pogledu razvoja. Iza nas je pokretanje aukcijske platforme za vozila te razvoj mobilne aplikacije, a u takvom tempu vođenje projekata je ključno. Matic donosi bogato iskustvo u vođenju projekata, a timu se pridružilo i posebno pojačanje – psić Luna, koja ga svakodnevno prati na posao.

Događaj u Hrvatskoj: pripreme za Fiskalizaciju 2.0 u praksi

Važan naglasak ovogodišnjih aktivnosti bio je i događaj u Zagrebu, posvećen nadolazećoj Fiskalizaciji 2.0, koja će značajno promijeniti način izdavanja i fiskaliziranja računa u trgovini vozilima. Događaju je prisustvovalo oko 50 trgovaca vozilima, što je potvrdilo da je tema za tržište iznimno aktualna.

Predstavili smo postupak dobivanja FINA certifikata, pripremu potrebne dokumentacije, učitavanje certifikata u AutoBrief te cjelokupan proces obrade, izdavanja, zaprimanja i fiskalne potvrde računa unutar platforme. Događaj nije bio samo teorijski – veliki naglasak stavljen je na praktične primjere i konkretna pitanja iz svakodnevnog poslovanja trgovaca.

Reakcije sudionika bile su vrlo pozitivne, a događaj je još jedan dokaz da AutoBrief ne razvija samo softver, već aktivno stoji uz trgovce i pomaže im u suočavanju s regulatornim promjenama.



Kad podaci zamijene osjećaj, tržište progovara brojkama

Predstavljanje Adria Reporta: izvješća o automobilskom tržištu regije Adria

Adria Report je regionalno izvješće o automobilskom tržištu koje smo u AutoBriefu prvi put pripremili u studenom s ciljem da tržišne podatke pretočimo u korisne uvide za svakog trgovca vozilima. Zašto? Jer znamo da je vrlo teško donositi odluke bez podataka. Mi Vam želimo pomoći da odlučujete ispravno.

Izvješće, u koje je uloženo mnogo truda, temelji se na vlastitim podacima i analizama prodaje fizičkim osobama te B2B prodaje. Nastalo je kao odgovor na sve veću kompleksnost tržišta, gdje se cijene, zalihe i potražnja mijenjaju brže nego što se može osjetiti samo intuicijom ili iskustvom.

Adria Report sastoji se od četiri sadržajne cjeline koje zajedno nude cjelovit pogled na tržište:

1. Prvi dio donosi pregled **brojki na tržištu** i daje uvid u to što se stvarno prodaje i kojom brzinom.
2. Drugi dio u potpunosti je usmjeren na **tržište električnih vozila**, bez obzira na to jesu li nova ili rabljena.
3. Treći dio prikazuje **cjenovne trendove** te usporedbu **cijena oglašanih i prodanih vozila**.
4. Četvrti dio nudi uvid u **kupovne preferencije kupaca**, razvijen u suradnji s istraživačkom kućom Valicon, koji pokazuje što kupci traže danas, a što će vjerojatno tražiti sutra.

Riječ je o jedinstvenom izvješću ove vrste koje sustavno prati automobilsko tržište u pet država: Sloveniji, Hrvatskoj, Srbiji, Bosni i Hercegovini te Sjevernoj Makedoniji. Tržišta koja su blizu, a istovremeno iznenađujuće različita – upravo se u tim razlikama često kriju prilike.



Podaci koji imaju težinu

Automobilsko se tržište već dugo ne ponaša prema pravilima koja smo poznavali prije nekoliko godina. Cijene fluktuiraju brže nego ikada prije, dostupnost se mijenja preko noći, a preferencije kupaca više nisu razumljive.

Posljedično, bez pravih podataka Vaše odluke brzo postaju nesigurne. Zato Adria Report ne želi biti samo još jedno mišljenje ili prognoza bez podloge, već alat za razumijevanje tržišta. Alat koji pokazuje što se na tržištu doista događa – danas, jučer, ali i sutra.

Srž Adria Reporta su stvarni tržišni signali. Ne ocjene, ne osjećaji, ne prosjeci bez konteksta. Izvješće se temelji na kombinaciji podataka o prodaji fizičkim osobama i B2B transakcijama, što omogućuje širi i realističniji pogled na tržište rabljenih vozila. Takav pristup ponekad znači da brojke nisu "lijepe" ili pojednostavljene – ali su poštene. I upravo im to daje vrijednost.

Sa standardiziranom metodologijom i usporedivim pokazateljima, Adria Report omogućuje da se tržište čita kao cjelina, a ne kao skup nepovezanih informacija.

Kretanja cijena, dinamika zaliha, uvozni tijekovi i usvajanje novih tehnologija nisu predstavljeni kao izolirani podaci, već kao dio iste priče.

Projekt koji raste s tržištem

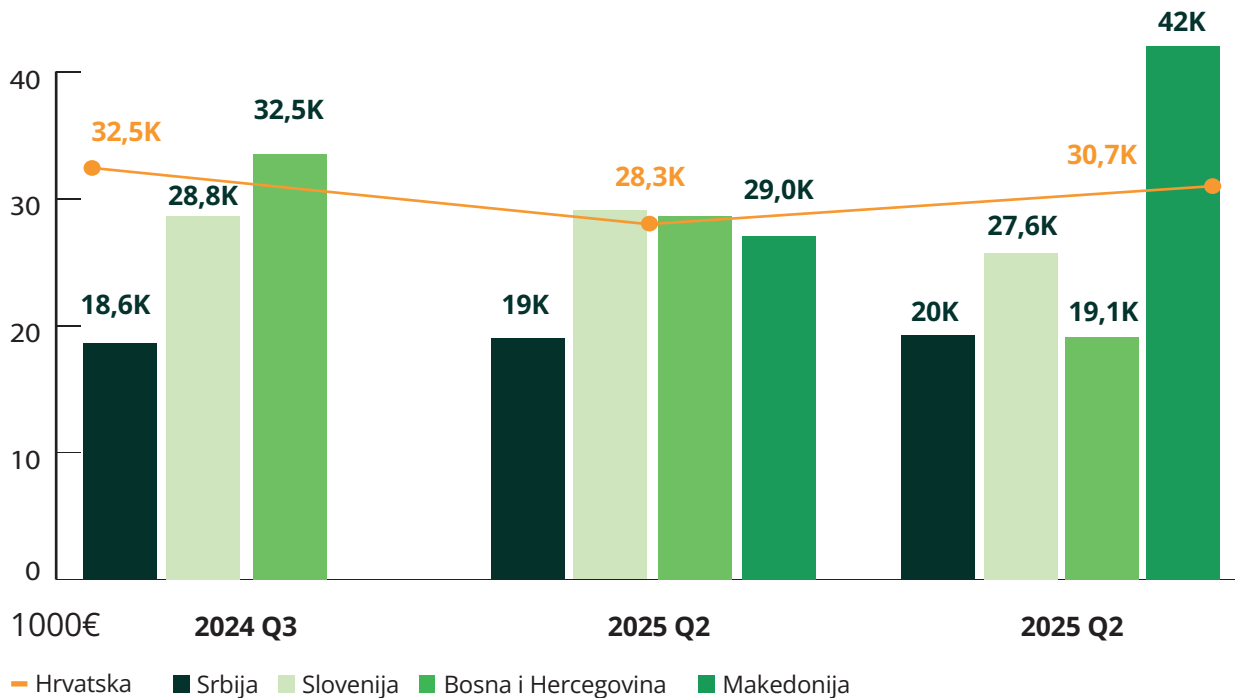
Adria Report nije jednokratni dokument. To je projekt koji ćemo nastaviti provoditi – tržište po tržište. Jer tržište nije statično i jer razumijevanje zahtijeva kontinuitet. Tek kroz vrijeme trendovi postaju uistinu vidljivi, odstupanja smisljena, a promjene razumljive.

Svako novo izdanje gradi se na prethodnom. Dodaje kontekst, potvrđuje ili razbija očekivanja i otvara nova pitanja. Upravo u tome je njegova vrijednost: ne u tome da ponudi konačne odgovore, već da pomogne postaviti bolja pitanja.

Zašto je dobro da nas čitate

Adria Report namijenjen je svima koji na automobilsko tržište ne gledaju površno. Trgovcima koji žele bolje razumjeti potražnju i optimizirati zalihe. Partnerima koji trebaju pouzdanu podlogu za planiranje i procjenu rizika. Medijima i stručnoj javnosti koji traže vjerodostojan izvor brojki u kontekstu.

Ako Vas zanima kamo se tržište kreće, onda je Adria Report pravi suputnik. Ne kao sudac, već kao kompas. I upravo je to njegova misija: pomoći u razumijevanju tržišta onakvog kakvo jest. I onakvog kakvo postaje.

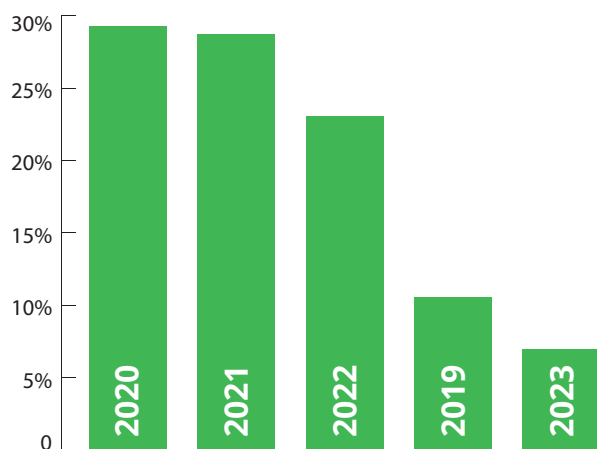


Medijan cijena električnih vozila ostalih država u odnosu na Hrvatsko

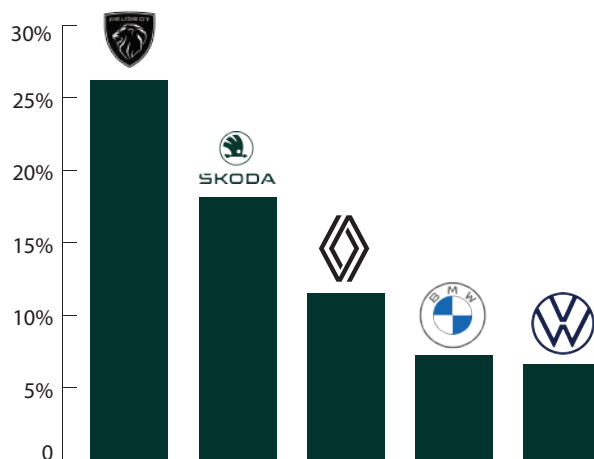
Što se traži na aukcijama?

Statistike protekle godine na našoj aukcijskoj platformi nude dobar uvid u to koja su vozila među korisnicima aukcija bila najpoželjnija i kamo je bilo usmjereno najviše zanimanja.

Podaci prikupljeni na razini oba tržišta zajedno te odvojeno za Hrvatsku i Sloveniju jasno pokazuju da Trgovci na aukcijama prate provjerene marke i modele, kod kojih dobro poznaju dinamiku cijena i potražnju na tržištu rabljenih vozila. Također traže mlađa vozila, najradije godišta 2020., 2021. i 2022.



Udio vozila na aukciji prema godini prve registracije



Udio prvih 5 marki prema broju ponuda

U ukupnom pregledu za oba tržišta najviše je interesa bilo usmjereno prema marki **Peugeot**, koja je kroz cijelu godinu vodila po broju predanih ponuda. Slijedila je **Škoda**, a potom **Renault**, **BMW** i **Volkswagen**. Radi se o kombinaciji marki koje objedinjuju pouzdanost, dostupnost i dobru prodajnu vrijednost, stoga ne čudi što se redovito pojavljuju na vrhu ljestvica zanimanja. Kod modela nema jednog izrazitog pobjednika, već više različitih kompaktnih i svestranih vozila, što potvrđuje da trgovci traže prilike u širokom rasponu ponude.

Zanimljivo je da je najviše aukcijskih vozila s godinom prve registracije 2020., a slijede 2021. i 2022. Tek potom s priličnom razlikom dolaze godine 2019. i 2023. Razred 5 - 7 godina starosti također je vrlo zanimljiva opcija, dok se mlađa ili starija vozila traže nešto manje.

Aukcijska platforma u sklopu AutoBriefa je stoga prostor u kojem se ponuda stalno obnavlja i gdje imaš pristup širokom izboru vozila različitih marki, segmenata i cjenovnih razreda.

Kada podatke pogledamo odvojeno, vide se razlike između oba tržišta. U Sloveniji je interes najviše usmjeren na **Peugeot** i **Škodu**, a slijede **Renault**, **BMW** i **Volkswagen**, što odražava vrlo pragmatičan pristup nabavi vozila. Na hrvatskom tržištu prvo mjesto zauzima **Renault**, za njim **Škoda**, potom **Audi**, **BMW** i **Ford**.

AUKCIJE

Zašto moraš licitirati deset puta da kupiš jedan auto – i zašto je to dobra vijest?

Velik broj trgovaca na aukcijama se susreće s velikim očekivanjima. Pronađete zanimljivo vozilo, predate ponudu, pratite aukciju do kraja – i na kraju izgubite vozilo. Jednom, dvaput, triput. Nakon nekoliko neuspješnih pokušaja brzo se javi osjećaj da “to ne funkcionira” ili da je konkurencija premoćna. U stvarnosti se, zapravo, događa nešto posve normalno.

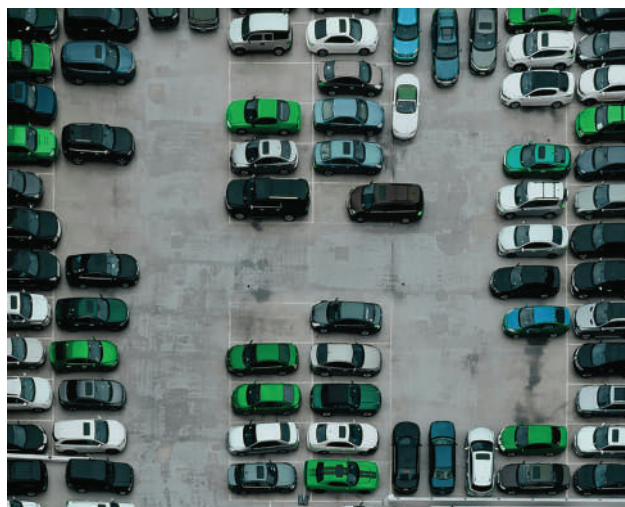
Na konkurentnim europskim tržištima prosjek je jasan: **Da biste kupili jedno vozilo, morate sudjelovati u aukciji otprilike deset puta.** To ne znači da devet puta griješite. To znači da sudjelujete u okruženju u kojem ima puno zanimljivih vozila, ali još više brzih i vrlo konkurentnih kupaca. Upravo zato nije realno očekivati da ćete pobijediti na svakoj aukciji za koju predate ponudu.

Ključna pogreška koju čine manje iskusni trgovci je ta da neuspjeh razumiju kao znak da treba odustati. Profesionalni pristup je upravo suprotan. Neuspješne aukcije nisu poraz, već dio procesa. Oni su način na koji upoznajete tržište, konkurenciju i realne cjenovne granice.

Disciplina pri sudjelovanju u aukciji jedna je od najvažnijih osobina dobrog trgovca. Prije svake aukcije morate znati do koje cijene vozilo ima smisla. Kada se ta granica prijeđe, treba se povući bez žaljenja i pričekati sljedeću priliku. A tih je prilika mnogo.

Tu do izražaja dolazi prednost velike i dinamične zalihe u našoj aukcijskoj platformi. Vozila se neprestano mijenjaju, nove se aukcije pojavljuju svaki dan, a struktura ponude osvježava se tijekom cijelog tjedna. Trgovci koji našu aukcijsku platformu posjećuju više puta tjedno i redovito prate događanja, imaju znatno veće šanse da ulove pravo vozilo u pravo vrijeme.

Upravo zato vrijedi jednostavno pravilo: **Sudjeluj češće u aukcijama, redovito ih prati i ne odustaj prebrzo.** Pritom si vrijedi pomoći i jednostavnim, ali vrlo učinkovitim pristupom AutoBrief aukcijske platforme: postavljanjem maksimalne ponude.



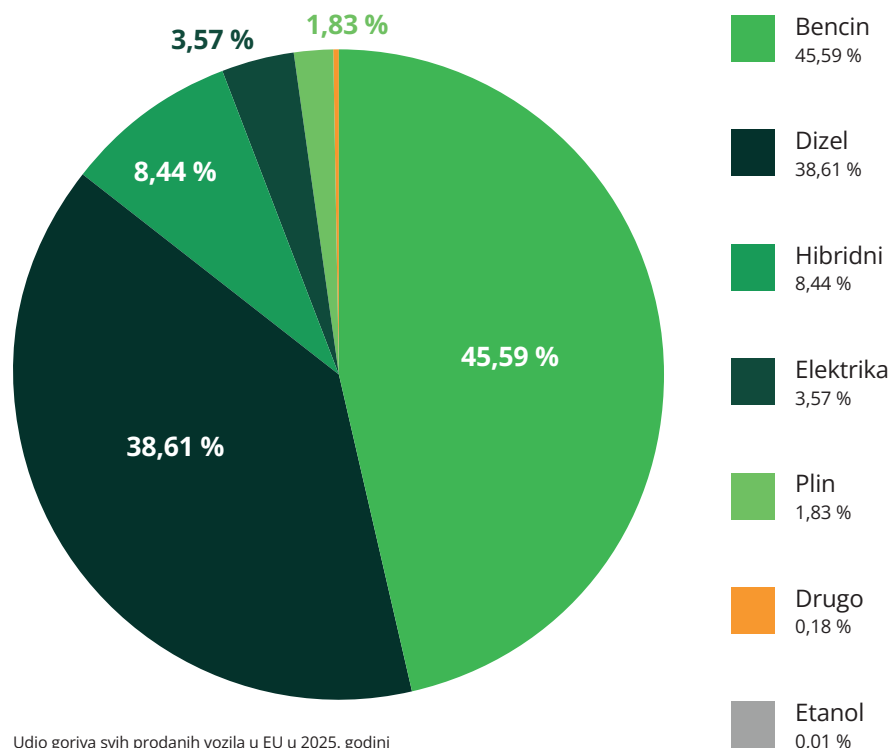
Umjesto da svaku aukciju pratite do posljednje minute i odlučujete u hodu, na našoj platformi možete unaprijed odrediti najviši iznos koji ste spremni platiti za određeno vozilo. Sustav zatim automatski podiže Vašu ponudu umjesto Vas – korak po korak – sve do granice koju ste postavili. Na taj način vozilo nećete izgubiti zbog nepažnje, kašnjenja ili trenutne odsutnosti; izgubit ćete ga samo onda kada cijena premaši Vaš izračun i kada kupnja jednostavno više nema smisla.

Koje su marke i pogoni pobjednici EU tržišta vozila u 2025?

Analiza ukupnog EU tržišta te dvaju najvažnijih tržišta – francuskog i njemačkog, otkriva uvid u strukturu pogona, koncentraciju prodaje kod vodećih marki te omjere između onoga što se na tržištu najviše oglašava i onoga što se zapravo prodaje.

1. Pogoni: fosilna stvarnost unatoč električnim ambicijama

Na razini cijele Europe benzinski pogon ostaje najčešći izbor i predstavlja **45,6 % svih prodanih rabljenih vozila**, dok mu dizel slijedi vrlo blizu s **38,6 %**. Zajedno, klasični pogoni i dalje obuhvaćaju više od **84 % ukupnog tržišta**, što jasno pokazuje da se prijelaz na alternativne pogone na sekundarnom tržištu odvija znatno sporije nego kod novih vozila.



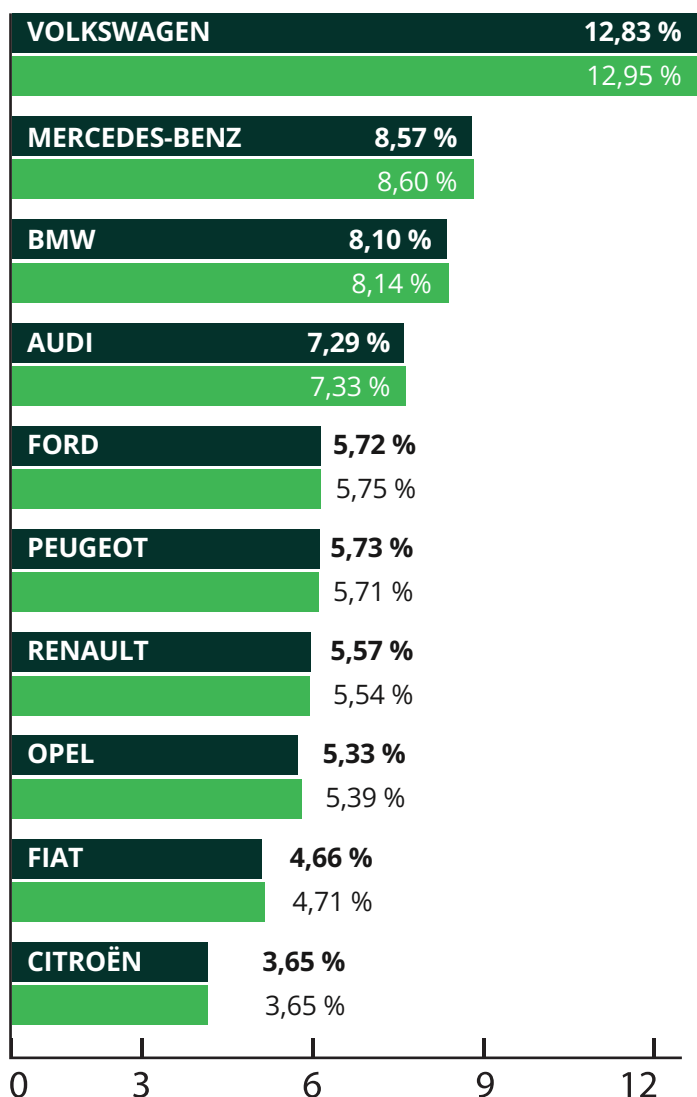
2. Top marke: europski kontinuitet i nacionalne posebnosti

Na razini cijele Europe tržištem dominiraju provjerene marke. **Volkswagen** zauzima prvo mjesto s gotovo **13,0 % svih prodaja**, a slijede **Mercedes-Benz (8,6 %)**, **BMW (8,1 %)**, **Audi (7,3 %)** i **Ford (5,72%)**. Prvih pet marki zajedno predstavlja više od **42 % svih prodanih vozila**, što ukazuje na visoku koncentraciju tržišta.

Njemačko tržište još je izraženiji primjer koncentracije, gdje Volkswagen doseže čak **19,3 % prodaje**. I francusko tržište je vrlo lokalno usmjereno: **Peugeot (14,9 %)** i **Renault (14,4 %)** gotovo su izjednačeni na vrhu.

■ Top 10 oglašavanih marki u 2025. godini

■ Top 10 prodanih marki u 2025. godini



3. Oglašeno vs. prodano: iznimno usklađeno tržište

Usporedba oglašanih i prodanih vozila na razini EU otkriva iznenađujuće male razlike. **Volkswagen** predstavlja **12,83 %** svih oglasa i **12,95 %** prodaje, što znači gotovo savršeno podudaranje.

To jasno pokazuje da trgovci u 2025. godini oglašavaju prvenstveno ona vozila za koja unaprijed znaju da imaju visoku vjerojatnost prodaje.

Europsko tržište u 2025. godini ostalo je stabilno, predvidljivo i izrazito pragmatično. Mali razmak između oglašavanog i prodanog potvrđuje da tržište djeluje učinkovito i bez većih odstupanja u ponudi.

Kako ti AutoBrief pomaže kupiti pravo vozilo?

U AutoBriefu stalno razvijamo rješenja s jednim ciljem: **trgovcima rabljenim vozilima ponuditi najbolje moguće korisničko iskustvo** – takvo koje štedi vrijeme, smanjuje rizik i pomaže u donošenju dobrih kupovnih odluka na svakom koraku.

Dva rješenja se posebno ističu: **napredno filtriranje i podaci o prosječnoj tržišnoj cijeni**, koji se izračunavaju izravno s tržišta. Zajedno čine alat pomoću kojeg u nekoliko sekundi možete prepoznati prilike, izbjeći lošu kupnju i povećati maržu.

1. Filteri

DA PRONAĐEŠ TOČNO ONO ŠTO TRAŽIŠ

Filtri na AutoBrief dražbama dizajnirani su tako da rade za Vas – brzo, jednostavno i precizno.

FILTRIRANJE PO VOZILU

Bez obzira na to tražite li kompaktni Golf, električni Zoe ili dostavno vozilo za poslovnog klijenta – filteri Vam pomažu da odmah suzite izbor. Korisnici najčešće biraju prema:

- marki i modelu,
- mjenjaču,
- gorivu,

- cjenovnom rangu,
- kilometraži,
- državi izvora,
- starosti vozila ili
- datumu prve registracije

Rezultat? Pregled samo onih vozila koja **realno odgovaraju Vašem interesu**, bez nepotrebnog klikanja i gubljenja vremena.

FILTRIRANJE PO VRSTI AUKCIJE

Svaki trgovac ima svoj način kupnje – neki preferiraju redovite dražbe, drugi one “na slijepo” (blind) ili one s fiksnom cijenom.

AutoBrief Vam omogućuje da pregledate samo one vrste dražbi koje su za Vas relevantne. Tako ostajete usredotočeni na prave prilike.

VLASTITI FILTRI – VAŠ OSOBNI ASISTENT

Jedna od najpopularnijih funkcionalnosti među trgovcima je mogućnost spremanja vlastitih filtera. Kada jednom postavite kombinaciju koju najčešće tražite (npr. Audi – automatik – do 100.000 km – Nizozemska), jednostavno je spremite i sustav će:

- sačuvati Vaš filter,
- prikazivati samo relevantna vozila,
- po želji Vas **automatski obavijestiti** kada se pojavi novo vozilo koje odgovara Vašim kriterijima.

2. Prosječna tržišna cijena

NAJMOĆNIJI ALAT PRI ODLUČIVANJU

Drugi ključni element AutoBrief dražbi je podatak koji trgovci ocjenjuju kao “game-changer”: prosječna tržišna cijena, izračunata na temelju stvarnih tržišnih podataka.

Kada klikom otvorite određeno vozilo, AutoBrief odmah prikazuje obojeni indikator koji služi kao hitri kompas svakog trgovca.

To znači da možeš **u nekoliko sekundi procijeniti kvalitetu svake ponude**, bez dodatnog provjeravanja cjenika ili analiziranja sličnih vozila iz drugih izvora.

ZELENA: ODLIČNA PRILIKA

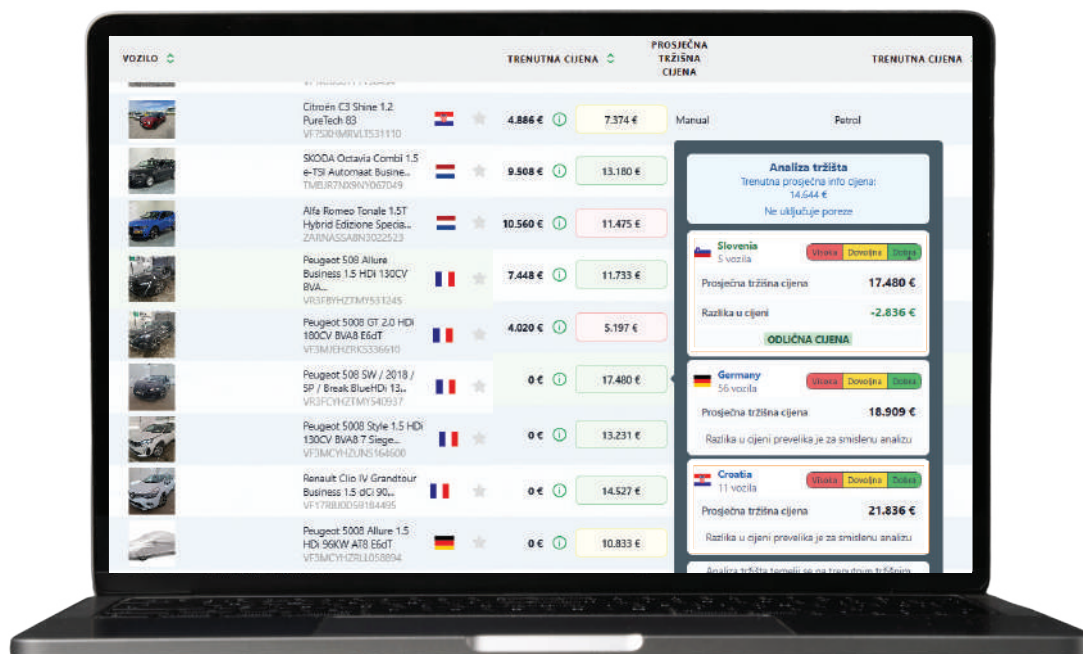
Cijena je ispod tržišnog prosjeka. Riječ je o ponudi s dobrim potencijalom za visoku maržu.

ŽUTA: CIJENA JE POŠTENA

Ponuda je u skladu s tržištem. Odluka ovisi o pojedinačnoj strategiji i specifičnim potrebama.

CRVENA: OPREZ

Cijena premašuje prosječnu tržišnu vrijednost. Za konačnu ponudu preporučuje se dodatno razmatranje.



3. Izravan uvid

U PODOBNA VOZILA NA DRUGIM TRŽIŠTIMA

Kao što vidite semafor boja uz prosječnu tržišnu cijenu (zelena, žuta ili crvena), AutoBrief Vam ne prikazuje samo ocjene – već i dokaze na kojima se ti podaci temelje. Prvo automatski prikazuje tržište na kojem se trgovac nalazi za svako vozilo.

Ako ste slovenski trgovac, dobit ćete najprije cijenu na slovenskom tržištu, hrvatski na hrvatskom tržištu itd.. Zatim za isto vozilo dobivate dovoljno podataka iz drugih najvećih europskih tržišta. To je ovisno o modelu i količini dostupnih oglasa.

PREGLED TRŽIŠTA – DETALJI ZA SVAKO POJEDINO TRŽIŠTE

Ako želite još detaljniji uvid, možete kliknuti na polje s državom. Tada se otvara Pregled tržišta za odabranu državu, gdje vidite:

- prosječnu cijenu za tu državu,
- pouzdanost podataka,
- razlike u cijeni u usporedbi s ponudom na dražbi.

Ovaj je pregled iznimno koristan kada želite provjeriti kako se pojedina država odnosi prema određenom modelu – neki modeli su na njemačkom tržištu jeftiniji, a na francuskom skuplji, što Vam može pomoći u oblikovanju strategije ponude.

Trenutna cijena: 12.200 € Informativni izračun: 13.487 € Prosječna tržišna cijena: 16.108 €

Postavite ponudu (korak po 1 €): 12201 € Ne uključuje poreze **Postavite ponudu**

Postavite kao Max ponudu: 12202 € Ne uključuje poreze **Postavite kao Max ponudu**

Istraživanje tržišta 🇺🇸 🇧🇪 🇨🇷 🇫🇷 +1

Filtriraj po zemlji

-- sve zemlje --

- 🇺🇸 AUSTRIA (1 stranica)
- 🇧🇪 BELGIUM (1 stranica)
- 🇨🇷 CROATIA (1 stranica)
- 🇫🇷 FRANCE (3 stranice)

IZRAVAN PRISTUP OGLASIMA KOJI ČINE TRŽIŠNU CIJENU

Dajemo Vam i mogućnost da jednim klikom otvorite izravne oglase koji čine izračun prosječne cijene.

To znači da možete:

- provjeriti opremu, fotografije, stanje i kilometre usporedivih vozila, samo jednim povezivanjem izravno na portal gdje se usporediva vozila nalaze;
- vidjeti je li cijena na nekom tržištu za usporediva vozila doista takva kao što smo napisali.

To je potpuna transparentnost – ne vidite samo brojke, već i izvor podataka.

Na tim tržištima vidite:

- **prosječnu tržišnu cijenu** za isto ili usporedivo vozilo,
- **broj vozila na temelju kojih je izračun napravljen,**
- te **cijenu u odnosu na dražbu**, koja Vam na prvi pogled govori je li ponuda dobra ili visoka.

Tako možete odmah razumjeti zašto je određena cijena označena kao dobra, poštena ili visoka. Bez nagađanja – sve se temelji na stvarnim tržišnim podacima.

Skoda Kodiaq Business 2.0 TDI 150CV BVA7 E6dT

PROJEKCIJA NA SLIJEPO ZATVARA SE: 10MIN Zadnje ažuriranje: 15.12.2025 13:41

Prosječna tržišna cijena: 17.480 €

Ne uključuje poreze

Informativni izračun

Vaša ponuda (Ne uključuje poreze) 13.301,00 €

Ostali troškovi

Naknada za licitaciju	335,00 €
Posredovanje u prodaji	350,00 €
Prijevoz *	460,00 €
Naknada za dokumentaciju **	95,30 €
DMV(WLTP) **	104,00 €
Ukupno	14.645,30 €

Cijene ne uključuju PDV osim ako nije drugačije navedeno. Izračun je informativan i može sadržavati pogreške! Stvarne cijene mogu varirati.

* Informativna cijena prijevoza odnosi se na glavni grad države. Točna cijena bit će određena nakon potvrde pruzimanja i konačne lokacije.

** Prikazujemo informativni izračun. Ukoliko vozilu nedostaju potrebni dokumenti za reguliranje postupka uvoza (npr. COC), te ćemo dokumente pribaviti o trošku kupca.

Ime vozila	Povijest ponuda	Slična vozila
TMBJJ7NS2M8009438		
152.638 km		
01.09.2020		
2019		
Diesel		
148		
Automatic		
153		

4. Informativni izračun

POTPUNA TRANSPARENTNOST SVIH TROŠKOVA

Kada govorimo o pametnoj kupnji, filteri, tržišni podaci i uvid u usporediva vozila čine tek polovicu priče.

Druga polovica – često i važnija – jest jasan i transparentan uvid u to koliko će Vas vozilo uistinu koštati.

Budući da je naš cilj trgovcu dati potpunu kontrolu nad odlučivanjem, informativni izračun u AutoBrief aukcijama osmišljen je tako da slijedi isti princip kao i svi ostali podaci: nema skrivenih troškova, nema nagađanja, samo jasni i provjerljivi iznosi.

ŠTO OVAJ INFORMATIVNI IZRAČUN OMOGUĆUJE?

Kada otvorite vozilo, ispod trenutne cijene prikazan je informativni izračun koji u stvarnom vremenu prikazuje konačnu cijenu nabave. Sve je raščlanjeno, pregledno i postavljeno u nizu koji trgovcu treba za brzu procjenu troškova.

U izračun su uključeni:

- Vaša ponuda, (jasno prikazano uključuje li iznos PDV ili ne)
- trošak dražbe,
- trošak posredovanja,
- trošak transporta,

Klikom na malu ikonu "i" otvara se potpuno novi prozor u kojem je objašnjeno od čega se sastoji svaki trošak.

ZAŠTO JE TO VAŽNO?

Jer Vam ovakav izračun omogućuje:

- da izbjegnute iznenađenja,
- da jasno razumijete razliku između cijene dražbe i stvarnog troška nabave,
- da uspoređujete različita vozila na razini konačne cijene,
- te donosite odluke na isti način kao da je bilo koje vozilo izravno ispred Vas.

To je upravo ona transparentnost koju trgovci ističu kao ključnu u svom radu.

PROMJENJIVE STAVKE? I TO JE JASNO OZNAČENO.

Budući da se pojedini troškovi, poput transporta, uvoza ili PPMV-a, mogu razlikovati ovisno o državi ili aktualnim propisima, te su stavke označene sa * i dodatno objašnjene ispod izračuna. Tako uvijek znate koje su brojke fiksne, a koje treba provjeriti.

Bez obzira na to pratite li dnevno stotine vozila ili tražite pojedinačne prilike, AutoBrief Vam pomaže da vidite ono što je najvažnije: što se isplati kupiti.

Ako još ne koristiš dražbe putem AutoBriefa, registriraj se i nabavljaj vozila bez poteškoća.

FISKALIZACIJA 2.0 I E-RAČUNI

Sve što trgovac vozilima mora znati

Hrvatska je u 2026. godinu ušla s najvećom promjenom na području računa i izvještavanja u više od desetljeća. Uvedena je Fiskalizacija 2.0, koja prvi put spaja dva svijeta – klasičnu fiskalizaciju (računi za fizičke osobe) i e-račune (računi između poduzeća).

Za trgovce vozilima to znači znatno digitaliziraniji, stroži, ali i pregledniji sustav u kojem se svaki izdani i primljeni račun mora ispravno označiti, poslati državi i dobiti potvrdu.

Glavna novost je da od 1. siječnja 2026. nadalje F1 i F2 računi automatski putuju u Poreznu upravu, svaki sa svojim načinom obrade. **Pritom trgovac mora paziti i na KPD – 6-znamenkastu oznaku koja definira što se točno prodaje ili koja se usluga naplaćuje** – te na NKD oznaku djelatnosti poduzeća, iz koje se polazi pri određivanju ispravnog KPD-a.

Za većinu trgovaca promjena je na papiru izgledala zahtjevno. U praksi, cijeli se proces vrlo brzo posložiti

ako poduzeće ima:

- sustav za izdavanje računa koji podržava e-račune,
- digitalni certifikat za fiskalizaciju,
- uređenu vezu s IP posrednikom, kao što je FINA.

AutoBrief već danas u potpunosti automatizira izradu F1 i F2 računa, slanje prema državi te osigurava potpunu integraciju s prodajnim procesima.

2. Što su računi F1, F2 i F3 i kada ih trgovac koristi?

Promjene u fiskalizaciji donijele su tri jasne vrste računa koje trgovci vozilima moraju razumjeti. Sistem je jednostavan:

STAVKE:						
IME	JEDINICA	KOLIČINA	POREZ	CIJENA	POPUST	UKUPNO
<input type="text" value="Naziv stavke"/>	<input type="text"/>	1	Bez <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text"/>	0 % <input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text" value="Opis stavke"/>			KPD šifra <input type="text" value="Pretraži po šifri ili nazivu..."/> <small>Obavezno za hrvatske e-račune od 1.1.2026</small>			
<input type="button" value="+ DODAJ STAVKU"/>						

F1 – RAČUN ZA FIZIČKE OSOBE (B2C)

To je “klasični” račun koji trgovac izdaje kupcu – fizičkoj osobi, bez obzira na način plaćanja (gotovina, kartica, transakcijski račun). Od 1. 1. 2026. sustav mora automatski poslati podatke iz računa Poreznoj upravi, koja potom vraća potvrdu.

ŠTO F1 RAČUN MORA SADRŽAVATI?

- datum i vrijeme,
- broj računa,
- način plaćanja,
- iznose po poreznoj stopi,
- OIB operatera,
- ZKI + QR kod (obavezno od 2026.).

F2 – E-RAČUN IZMEĐU PODUZEĆA (B2B, B2G)

To je račun koji se izdaje drugoj pravnoj osobi. Od 2026. svaki F2 e-račun automatski putuje u Poreznu upravu, a primatelj ga mora:

- **potvrditi kao zaprimljen (u roku 5 dana),**
- **prihvatiti ili odbiti**, uz obavezan razlog kod odbijanja.

F2 RAČUN MORA SADRŽAVATI:

- podatke o izdavatelju i primatelju,
- količinu i vrstu robe/usluge,
- KPD kod (obavezno!),
- datum isporuke,
- iznose po stopama,
- poziv na broj izvornog računa kod ispravka,
- IBAN ili virtualni račun izdavatelja.

F3 – OBIČAN (NEFISKALIZIRAN) RAČUN ZA INOZEMSTVO ILI POSEBNE SLUČAJEVE

F3 je ručno izrađen račun koji se koristi u situacijama koje ne ulaze u domaću fiskalizaciju – primjerice kod poslovanja s inozemstvom ili u slučajevima kada zakon ne zahtijeva e-račun.

Radi se o uobičajenom, nefiskaliziranom računu, koji se u AutoBriefu izdaje jednako brzo kao F1.

3. Kako koristiti različite tipove računa?

Kao što smo već spomenuli, glavna novost je da od 1. siječnja 2026. F1 i F2 računi automatski putuju u Poreznu upravu, svaki s vlastitim protokolom obrade. Kao trgovac vozilima, ovoj se promjeni ne može pobjeći. Najvažnije promjene za trgovce su:

1 OBVEZNA FISKALIZACIJA F1 I F2 RAČUNA

Svaki izdani račun automatski ide u Poreznu upravu, gdje se provjerava njegova ispravnost.

2 PRIMATELJ E-RAČUNA MORA POTVRDITI RAČUN

Dosad je bilo dovoljno poslati račun. Po novome, sve dok kupac (poduzeće) ne potvrdi račun, on se ne smatra dovršenim. Tek nakon potvrde primatelja račun je pravovaljan.

3 KPD POSTAJE OBAVEZAN DIO E-RAČUNA

Za svaku stavku na F2 računu mora biti odabran točan šesteroznamenasti KPD koji precizno opisuje što se prodaje.

Pogrešan KPD = pogrešan račun + rizik kazni.

Više o tome na sljedećoj stranici.

4 QR KOD NA F1 RAČUNIMA

Od 2026. F1 računi moraju sadržavati QR kod koji omogućuje trenutnu provjeru računa. Provjeri omogućava li tvoj program jednostavno generiranje QR kodova na računima.

5 E-IZVJEŠTAVANJE ZA POSEBNE SLUČAJEVE

Ako određeni e-račun ne možeš izdati (npr. primatelj nema registriranu e-adresnu točku), dužan si podatke poslati putem e-sustava u roku od 5 dana.

4. KPD i NKD – kako izabrati ispravan kod (i zašto je to toliko važno)

Jedna od ključnih novosti je da trgovac na svakom F2 računu mora označiti točan KPD kod koji opisuje ono što prodaje (npr. automobil, gume, uslugu ...). Što više roba ili usluga prodaješ, više ćeš kodova morati koristiti.

Postupak je jednostavan, ali zahtijeva dosljednost:

KORAK 1 PROVJERI SVOJ NKD

Svako poduzeće ima registriranu djelatnost (npr. 46.71 – trgovina na veliko motornim vozilima).

NKD ima 5 znamenki – uvijek uzmi prve četiri.

KORAK 2 PRONAĐI ODGOVARAJUĆI SEKTOR U KPD KLASIFIKACIJI

U KPD klasifikaciji vidiš pripadaš li sektoru G (trgovina), C (proizvodnja), I (ugostiteljstvo) itd. Kada pronađeš pravi sektor, nastavljaš dalje.

KORAK 3 ODABERI 6-ZNAMENKASTI KPD KOJI NAJTOČNIJE OPISUJE STAVKU NA RAČUNU

Primjeri za trgovce vozilima:

- 46.71.11 – Usluge trgovine na veliko putničkim motornim vozilima
- 46.72.02 – Ostali dijelovi i pribor za motorna vozila
- 46.73.00 – Motocikli i pribor

Važno:

- Ako kod ima manje od 6 znamenki – NIJE ispravan.
- Ako odabereš KPD koji ne odgovara djelatnosti – račun je pogrešan.
- KPD nije obvezan za maloprodaju, koristi se samo na e-računima.

Za sve nedoumice uvijek se možeš obratiti službenoj podršci: kpd@dzs.hr

5. E-računi u AutoBriefu – jednostavno, brzo i zakonski ispravno

E-račune i fiskalizaciju 1.0 možete izdavati izravno iz AutoBrief sustava, uz automatsko povezivanje s postojećim procesima – posebno s prodajom vozila. Prije nego što počnete izdavati e-račune u AutoBriefu, u postavkama morate imati uključenu poreznu blagajnu i učitati važeći digitalni certifikat. Više o tome možete pročitati na sljedećim stranicama.

Računi (4) E-RAČUNI										
Datum izdavanja		Datum valute								
Od:	Do:	Od:	Do:							
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>							
BROJ	DATUM ↓	DATUM VALUTE	KLIJENT	IZNOS	STAVKE	STATUS				
5/P1/1	11. 11. 2025	26. 11. 2025	Vivus	999,00 €	avto 2	ODBIJENO				
3/P1/1	11. 11. 2025	26. 11. 2025	Vivus	9.999,00 €	Avto Porsche	PLAĆANJE PRIMLJENO				
2/P1/1	11. 11. 2025	26. 11. 2025	Vivus	5.555,00 €	avtu	ODOBRENO				
1/P1/1 STORNIRANO	11. 11. 2025	26. 11. 2025	Vivus	555,00 €	avto	ODOBRENO				

Ako je certifikat valjan, polje na vrhu bit će označeno zelenom bojom i prikazat će poruku: Vaš certifikat je učitani. Tako je postavljeno u cijeloj aplikaciji. Ako je certifikat istekao ili ste unijeli pogrešan broj, polje će se obojiti crveno i upozoriti Vas da nešto nije u redu s certifikatom.

SLANJE E-RAČUNA

Kada kliknete na Kreiraj račun, možete odabrati kupca (postojećeg ili dodati novog) te vozilo ili uslugu na koju se račun odnosi. Sustav zatim automatski popunjava podatke o vozilu, podatke o kupcu te iznose i poreze, koje provjerite i po potrebi ispravite.

Zatim dodajte KPD šifru (prema uputama) te po potrebi uključite dodatne stavke, napomene ili robu odnosno usluge. Kada su svi podaci točni, račun spremite klikom na Spremi račun.

Svi podaci prikazani na računu automatski se šalju Poreznoj upravi te, putem posrednika FINA-e, primatelju računa. Račun se izrađuje i šalje u XML i PDF obliku te čeka da kupac potvrdi zaprimanje. Primatelj, kao i Vi, može račun prihvatiti ili odbiti, a promjene statusa računa jasno su vidljive u AutoBriefu.

TIJEKOM PROCESA MOŽETE VIDJETI RAZLIČITE STATUSE:

- POSLANO → račun poslan
- POTVRĐEN PRIMITAK → primatelj potvrdio primitak računa
- ODBIJENO → račun odbijen
- ODOBRENO → račun prihvaćen
- PLAĆANJE PRIMLJENO → račun plaćen (unos se ručno)

Ako je Vaš račun odbijen, potrebno je ručno kliknuti na STORNIRAJ RAČUN, čime se odmah šalju podaci o storniranju (odobrenju) Poreznoj upravi. Nakon toga možete izdati novi račun. **Izdavatelj e-računa dužan je najkasnije do 20. dana u mjesecu za prethodni mjesec u sustav (AutoBrief) ručno unijeti zaprimljena plaćanja za izdane račune.**

Ulazni E-računi E-RAČUN

Status: Sve računi Datum od: 05. 02. 2023 Datum do: 06. 02. 2023 Pretraživanje: SveRačun, Odbijeni, ODOB...

Vrsta računa: Sve računi

ID DIOVI RAČUNA

BRJ RAČUNA	VRSTA RAČUNA	OBRAVLAČ	DATUM PRIMITKA	ROK ZA PLAĆANJE	IZNOS	STATUS	PLAĆILO	Akcije
131E11 (Park 02 03 04000 407000000 00000 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	04.02.2023	07.03.2023	34.599,00 EUR	▲ POTVRĐEN PRIMITAK		✓ PRIHVATI ✖ ODBI
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 00000)	Račun	BRIEFD O.O.O. (000 000000000)	30.01.2023	03.03.2023	20.000,00 EUR	▶ PLAĆANJE PRIMLJENO	EVODITRAJ PLAĆILO +	
101E11 (Pogon 008 0000 1,2 Parkovi 1 00 000 00 0000								

PRIMANJE E-RAČUNA

Primanje e-računa funkcionira na sličan način. Nakon što e-račun stigne, potrebno je svaki račun pojedinačno potvrditi kao primljen. Zatim ga možete pregledati te odlučiti hoćete li ga prihvatiti ili odbiti. U svakom trenutku imate pregled svih zaprimljenih e-računa, koje možete pretraživati i filtrirati prema vremenskim razdobljima, statusu, broju računa, nazivu tvrtke ili OIB-u, a moguće je i pratiti statistiku po odabranim razdobljima.

Kada potvrdite primitak e-računa, AutoBrief će automatski pošiljatelju poslati potvrdu da je e-račun zaprimljen, prihvaćen i potvrđen, a račun će dobiti status Odobreno. Ako tijekom potvrđivanja dođe do pogreške, sustav će Vas o tome obavijestiti porukom s objašnjenjem razloga.

6. Što trgovcu treba da koristi e-račune putem AutoBriefa?

Za pravilno funkcioniranje potrebna su samo tri elementa:

KORAK 1

POSLOVNI APLIKACIJSKI CERTIFIKAT

Nakon što završite prethodni korak, potrebno je od Fine zatražiti i Poslovni aplikacijski certifikat za fiskalizaciju.

Aplikacijski digitalni certifikat koristi se za elektroničko potpisivanje računa i identifikaciju tijekom elektroničke razmjene podataka. Certifikat je usklađen s međunarodnim standardima i prilagođen različitim računalnim platformama.

3. Specifikacija traženih certifikata

Certifikacijsko tijelo (CA)

Fina RDC 2020

Profil certifikata

Aplikacijski certifikat standardne razine sigurnosti (NCP)

Naziv

FISKAL

4. Preuzimanje aktivacijskih podataka*

Preuzimanje aktivacijskih podataka može se obaviti SMS-om i e-poštom, ili osobnim preuzimanjem na lokaciji Fine. Ukoliko se želi dostava aktivacijskih podataka SMS-om i e-poštom jedan dio aktivacijskih podataka biti će dostavljen SMS-om na mobitel, a drugi dio na adresu e-pošte iz točke 2. ovog Zahtjeva, uz uvjet da je prethodno obavljena fizička identifikacija skrbnika.

Preuzimanje aktivacijskih podataka Dostava SMS-om i e-poštom

U poslovnim jedinicama Fine

KORAK 2

PRISTUPNICA ZA INTERNETSKI SERVIS FINA E-RAČUN

Nakon što završite prethodni korak, morate popuniti još Pristupnicu za internetski servis Fina e-račun.

3. PODACI O KORISNIKU INTERNETSKOG SERVISA E-RAČUN ZA POSLOVNE SUBJEKTE - određuje osoba ovlaštena za zastupanje. Znakom X označite na koji će način vaš poslovni subjekt pristupati servisu Fina e-Račun za poslovne subjekte te ovisno o načinu pristupa ispunite ostale podatke.

Web aplikacija - pristup digitalnim certifikatima integriranih u Fina e-karticu/USB token. Potrebno je upisati podatke o korisniku digitalnih certifikata integriranih u Fina e-karticu/USB token.

Ime i prezime OIB

Adresa-mjesto, ulica i broj Broj pošte

Telefon

Adresa e-pošte

Web servis - Pristup aplikacijskim i/ili poslužiteljskim certifikatom.

Naziv aplikacije

Naziv poslužitelja (FQDN) ²

² Poslužiteljski certifikat koristi se kod web servisa s asinkronom obradom poruka, a za web servise sa sinkronom obradom nije potreban.

4. PRAVA KORISNIKA

Moguće je označiti jedno ili više prava. Korisnik može dobiti prava za više poslovnih jedinica koje se nalaze u sustavu poslovnog subjekta, a za svaku novu poslovnu jedinicu potrebno je popuniti novu pristupnicu. Ako vaš poslovni subjekt pristupa putem web servisa odnosno aplikacijskim certifikatom, tom je certifikatu potrebno dodijeliti prava: Pregled i prihvata i/ili Potpis i slanje, ovisno o tome želite li biti samo primatelj računa, samo pošiljatelj računa ili oboje.

Prava korisnika

Unos Pregled i prihvata

Potpis i slanje Slanje obavijesti o plaćanju

Pristup svim poslovnim jedinicama ³

Prava u ime drugog poslovnog subjekta ⁴

³ Ako korisniku želite dati isto/a pravo/a za sve poslovne jedinice poslovnog subjekta, potrebno je poslovne jedinice registrirati na servis Fina e-Račun temeljem Pristupnice za registraciju poslovnog subjekta s poslovnim jedinicama na servis e-Račun za poslovne subjekte te popuniti jednu pristupnicu (ovaj obrazac) na kojoj se označi pravo Pristup svim poslovnim jedinicama, u kombinaciji s drugim pravom/ima. U ovom slučaju se šifra

UPOZORENJE: Ako do sada nikada niste nabavljali certifikat, tada u ovom koraku morate ispuniti i Ugovor o obavljanju usluga certificiranja u **!dva! primjerka**. Dokument možete pronaći OVDJE. Preporučujemo da sve te obrazce uručite osobno na poslovnica Fine, jer će na taj način cijeli postupak biti brži.

KORAK 3

FISK APLIKACIJA I INFORMACIJSKI POSREDNIK

Nakon toga morate preko **Fisk Aplikacije** odabrati **Financijsku agenciju** kao **svog informacijskog posrednika**.

Vrlo bitno: Vezano na odabir Informacijskog posrednika u Fisk Aplikaciji trebate odbiti ponuđenog informacijskog posrednika "elektronički račun", onda bi se trebao prikazati Informacijski posrednik: **Financijska agencija**. To trebate kliknuti i odabrati.

Ukoliko ne postoji opcija "**ODBIJ**" onda je potrebno kontaktirati poreznu da ga makne.

U slučaju da u Fisk Aplikaciji nemate ponuđeno za odabrati Financijsku agenciju kao informacijskog posrednika potrebno je da trgovac za to šalje mail na: e-racun@fina.hr

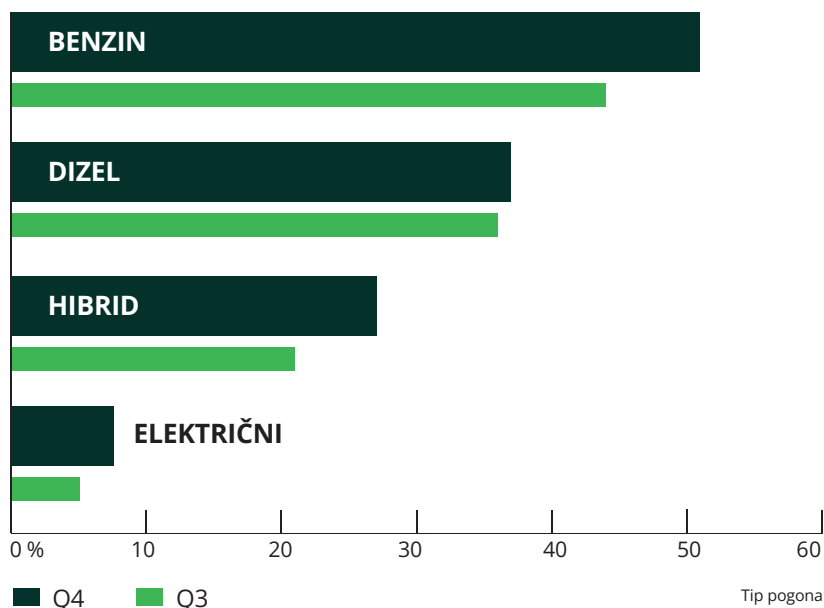
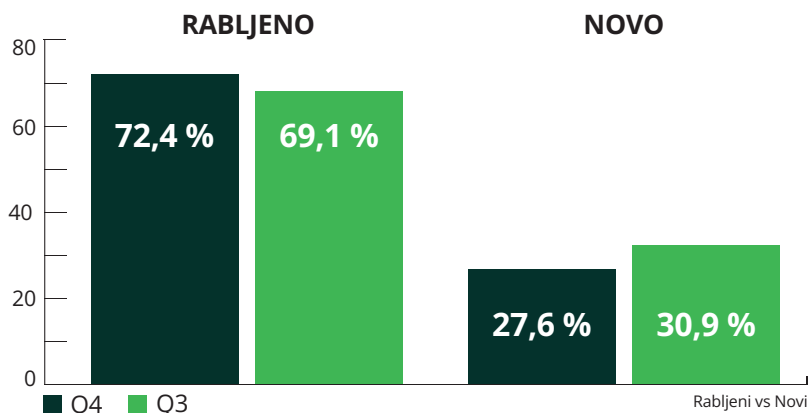
Signal izravno od kupaca:

Ovo su njihove preferencije – prilagodite ponudu pametno

Preferencije kupaca, mjerene na reprezentativnom i metodološki ispravnom uzorku, daju Vam vrlo jasan signal kako se tržište razvija i što će kupci zaista tražiti u trenutku kupnje vozila. Q4 podaci potvrđuju da trendovi iz Q3 nisu bili slučajni – nego da se sada još jasnije profiliraju.

Ako na vrijeme prepoznate te obrasce i prilagodite nabavu i ponudu, prodati ćete brže, uz manji rizik i zdraviju rotaciju zaliha.

Interes za rabljena vozila u Q4 dodatno je porastao. Čak **72,4 %** kupaca razmišlja o kupnji rabljenog vozila, u odnosu na **69,1 %** u Q3. To više nije samo stabilna preferencija – to je jasna dominacija rabljenih. Kupci sve više traže sigurniji omjer cijene i vrijednosti, poznatu povijest vozila i manji financijski rizik. Ako Vam je fokus na rabljenima, tržište Vam u ovom trenutku ide direktno u korist.

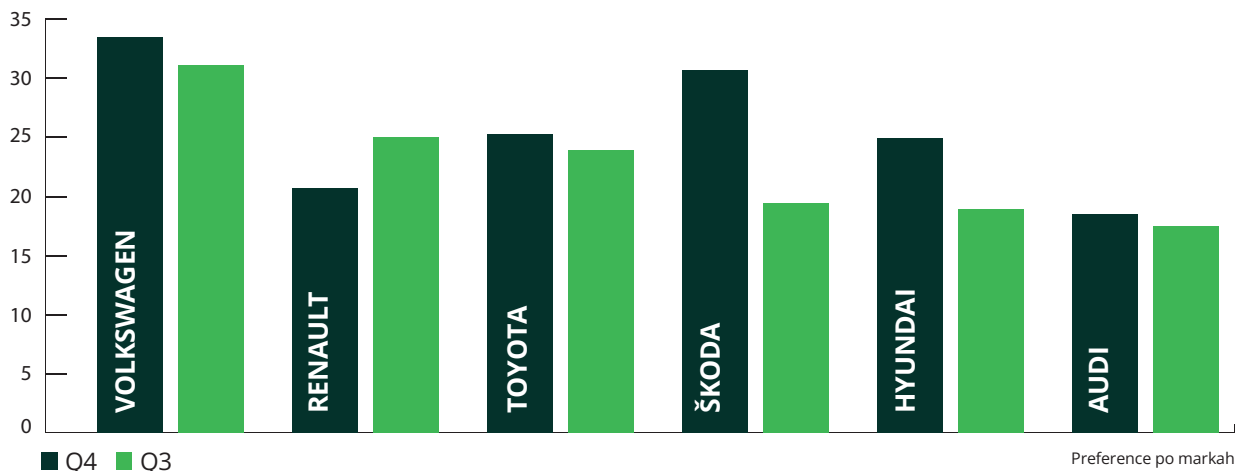


Najveća promjena u Q4 vidi se kod pogona. Benzin bilježi snažan rast i skače s **44,5 % na 51,3 %**, čime se dodatno učvršćuje kao prvi izbor kupaca. Dizel lagano pada, s **37,1 % na 36,6 %**, i nastavlja dugoročni silazni trend. Istovremeno raste interes za alternativama. Hibridi rastu s **21,5 % na 27,2 %**, dok električna vozila bilježe najveći relativni skok – s **4,8 % na 7,7 %**.

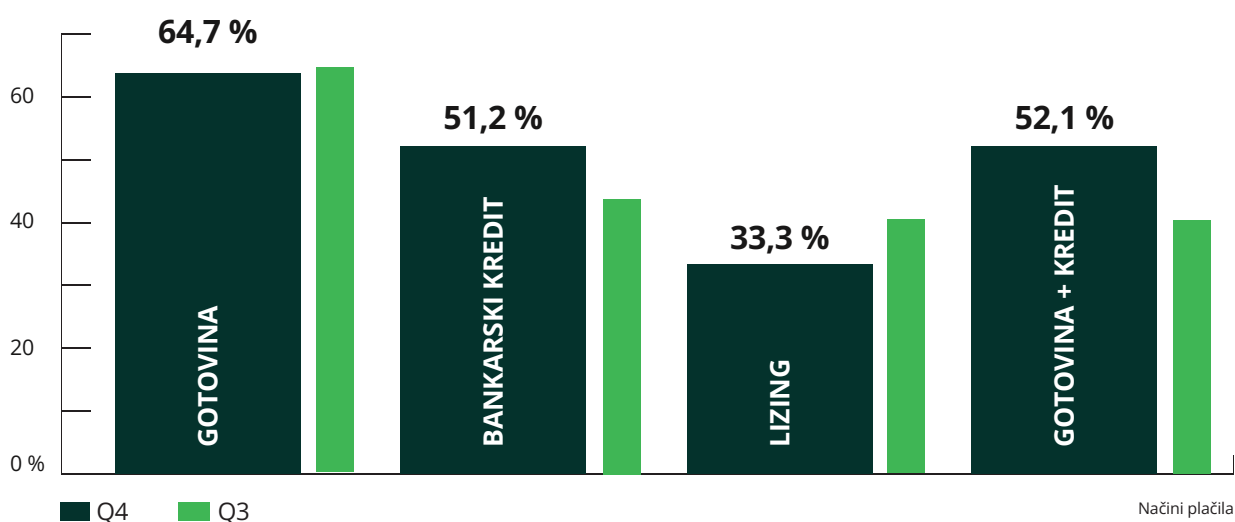
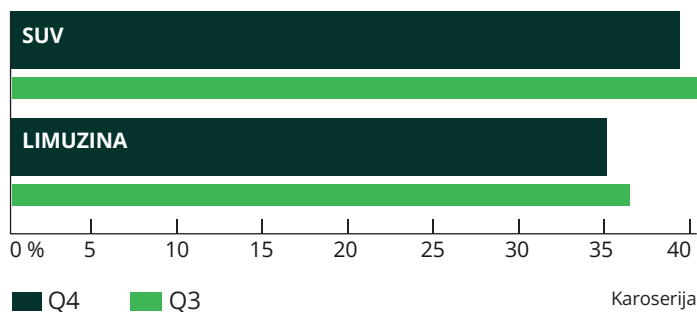
Kupac se očito udaljava od dizela, ali još ne prelazi masovno na full EV. Najčešći izbor postaje kombinacija sigurnog benzina i "prijelaznog" hibrida.

Kupci se i dalje okreću poznatim i pouzdanim markama, ali Q4 donosi zanimljive pomake.

Volkswagen ostaje vodeći i raste s **31,2 % na 33,4 %**, čime potvrđuje status najsigurnijeg izbora. Toyota također jača, s **23,9 % na 25,7 %**, dok Audi blago raste na 17,8 %. Najveći skok bilježi Škoda, koja skače s **19,7 % na čak 30,8 %** i postaje gotovo ravnopravna Volkswagenu. Hyundai također snažno raste, s **19,5 % na 25,3 %**. S druge strane, Renault bilježi pad interesa s **24,0 % na 20,9 %**.



SUV i dalje dominira tržištem, ali bez dodatnog rasta. Interes se blago spušta s **40,6 % na 39,7 %**, dok limuzine padaju s **36,6 % na 34,9 %**. To pokazuje da je potražnja za SUV-ovima dosegla plato. I dalje su najtraženiji, ali više ne rastu po inerciji. To znači da nije presudno imati više SUV-ova, nego imati prave modele, dobru opremu i realne cijene.



Način plaćanja otkriva da kupci postaju finansijski fleksibilniji. Gotovina ostaje visoka i stabilna (64,7 %), ali snažno raste korištenje kredita i kombiniranih rješenja. Bankarski krediti rastu s **44,0 % na 51,2 %**, a kombinacija gotovine i kredita s **46,4 % na 52,1 %**. Istovremeno leasing pada na 33,3 %.

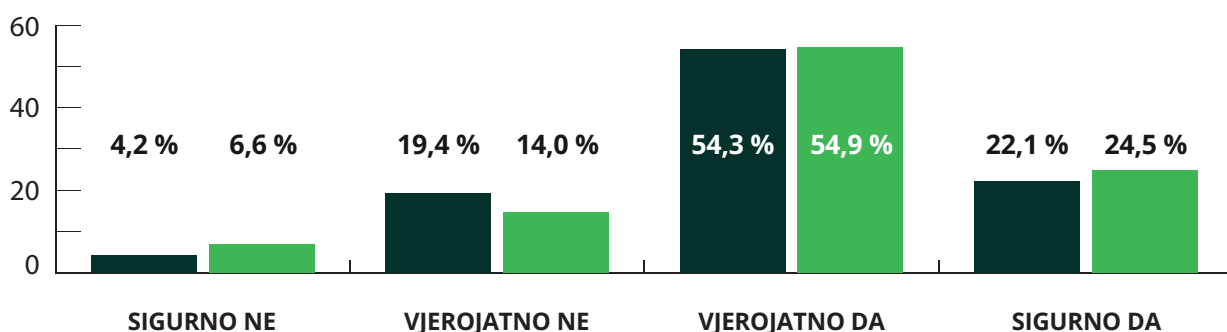
JAMSTVA

Jamstva postaju nova norma:

zašto ih kupci sve više očekuju – i zašto si trgovci bez njih više ne mogu priuštiti prodaju

Ako je još prije nekoliko godina jamstvo bilo shvaćeno kao dodatak, rezerviran prvenstveno za opreznije kupce, danas se situacija na tržištu rabljenih vozila potpuno promijenila.

U većini kvartala u razdoblju 2023.–2025. između 72 % i 80 % ispitanih u našem najnovijem istraživanju preferencija kupaca odgovorilo je da bi jamstvo “vjerojatno” ili “vrlo vjerojatno” izabrali. Još je važnije da udio onih koji se jamstvu odlučno priklanjaju (“sigurno da”) u nekim kvartalima prelazi 20 %, što je za tržište rabljenih vozila iznimno visok broj. Riječ je o jasnom signalu trgovcima: jamstvo više nije opcija – ono je nužnost.



■ Q3 ■ Q4

Koliko je vjerojatno da biste se odlučili za jamstvo? Vir: Adria report (AutoBrief)

Zašto takva sklonost kupaca jamstvima?

1. JER TRŽIŠTE POSTAJE MANJE PREDVIDLJIVO

Cijene vozila osciliraju, ponuda je ponegdje ograničena, a prosječna starost vozila raste. Kupcito dobro znaju. Jamstvo im omogućuje kontrolu nad rizikom koji ne žele preuzimati sami.

2. JER KUPCI TRAŽE SIGURNOST, NE SAMO NISKU CIJENU

Mnogi trgovci još uvijek vjeruju da kupci biraju isključivo na temelju cijene. Podaci dokazuju suprotno: kupci su spremni platiti nešto više ako to znači veću sigurnost i predvidljive troškove u prvoj godini vlasništva.

3. JER JAMSTVO JAČA POVJERENJE U PRODAVATELJA

Uloga trgovca se mijenja. Nije više dovoljno samo ponuditi vozilo – kupci danas očekuju da im trgovac osigura cjelovito, sigurno i bezbrižno iskustvo. Jamstvo je jedan od ključnih gradbenih elemenata povjerenja jer pokazuje da trgovac stoji iza svog vozila. Zašto bi, dakle, kupac izabrao trgovca koji mu jamstvo ne nudi?

4. JER DOBRA ISKUSTVA STVARAJU NOVE KUPCE

U vremenu kada svaki kupac ima pristup internetskim recenzijama i društvenim mrežama, najveća konkurentska prednost trgovca upravo je njegova reputacija. Jamstva smanjuju negativna iskustva, povećavaju zadovoljstvo i vode do više preporuka, ponovnih kupnji i stabilnijeg poslovanja.

Zašto je to toliko važno za trgovce?

Ako kupci doživljavaju jamstvo kao standard, tako ga mora doživljavati i trgovac. Trgovci koji jamstva ne nude redovito ili sustavno danas riskiraju gubitak dijela tržišta – posebno mlađih kupaca, koji su jamstvima najskloniji.

Za trgovce to znači:

- + jamstvo mora biti dio osnovne ponude, a ne dodatna opcija koju spomeneš na kraju;
- + svaki prodajni stol mora imati pripremljenu ponudu jamstva – vidljivu, jasnu i objašnjivu;
- + trgovci moraju znati prodati jamstvo, ne kao trošak, već kao korist za kupca;
- + veća ponuda jamstava znači više prodaje, veću dodanu vrijednost i manje postprodajnih komplikacija.



MOTIVE SERVICE®
EUROPE



Zašto izabrati Motive Service

Ako su jamstva danas standard koji kupci očekuju, logično je pitanje tko i na koji način taj standard može pouzdano osigurati u praksi. Upravo tu na scenu stupaju specijalizirani partneri koji trgovcima omogućuju da jamstvo ne ostane samo obećanje, već stvarna i operativna dodata Motive Service je tvrtka koja ima izuzetan know how u sektoru produljenih auto jamstava.

Prisutna je na EU tržištu od 2001. godine i trenutno je, samo na teritoriju Hrvatske i Slovenije, preko 20.000 vozila na cesti čiji popravci i pomoć na cesti su koordinirani od strane Motive Service-a. Osim toga koordinacija jamstva, popravka kao i pomoć na cesti važeći su za cijelu Europsku Uniju.

Trenutno radimo s preko 500 provjerenih autosalona rabljenih i novih vozila, a brojka progresivno raste.

Surađujemo s preko 150 ugovorenih servisnih partnera zahvaljujući kojima se kvarovi otklanjaju brzo i učinkovito. Surađujemo s HAK Uslugama, koji uspješno obavlja uslugu call centra i pomoći na cesti, 365 dana u godini, 24/7 u sklopu aktivnosti našeg poduzeća.

Prednost koordinacije jamstva koje nudi Motive Service, je iznimno široka paleta dostupnih dijelova, mogućnost koordinacije jamstva za vozila do 12 godina starosti, besplatna asistencija i zamjensko vozilo od strane naših partnera (Hak usluge, AMZS, ACI) u svim zemaljama EU. Vrlo značajna prednost Motive Service-a je u tome da u trenutku kada nastupi kvar, nema udjela od strane vlasnika vozila što je u odnosu s drugima rijetkost. Ukoliko kupac odabere vozilo s jamstvom, osiguran je od eventualnih prekomjernih troškova otklanjanja kvara koji nerijetko dosegnu i iznos pola vrijednosti automobila.

Potrebno je napomenuti da Motive Service ima mogućnost nabave zamjenskih dijelova preko kanala matičnog poduzeća u Sloveniji, koje se ponosi vlastitim centrom za obnovu i reparaciju te skladištem koje uvijek ima na stanju preko 100 tvornički obnovljenih motora i ostalih dijelova za skoro sve marke vozila. U slučaju težih kvarova MS je u mogućnosti otkloniti kvar brzo i kvalitetno; u većini slučajeva moguće je dostaviti dio za bilo koju marku vozila u roku od 48 sati na što su izuzetno ponosni.

Fotografije vozila stvaraju prvi dojam

Fotografije su često ključni čimbenik koji odlučuje hoće li kupac kliknuti na oglas ili ga potpuno ignorirati. U vremenu kada većina kupaca započinje svoj proces kupnje na internetu, upravo fotografije stvaraju prvi – a često i zadnji – dojam o vozilu i trgovcu.

Istraživanja tvrtke Redline potvrđuju da fotografije nisu samo estetski element, već ključni dio korisničkog iskustva pri kupnji. **Čak 90 % kupaca navodi da su slike jedna od najvažnijih informacija pri odabiru trgovca.**

Realne i kvalitetne fotografije stvaraju osjećaj transparentnosti. Kupac vidi vozilo onakvo kakvo jest – sa svim malim ogrebotinama, unutrašnjosti i ostalim detaljima. To smanjuje osjećaj rizika i povećava povjerenje. Loše, generičke ili nejasne fotografije uzrokuju upravo suprotno: kupac ih doživljava kao prikriivanje stanja vozila, što često znači izgublenu priliku prije nego što uopće klikne na oglas.

Kako stvoriti kvalitetnu fotografiju koja privlači kupce?

Praksa i testiranja pokazuju da se uspješne objave temelje na nekoliko jednostavnih načela:

1. Upotreba pravih fotografija

Uvijek koristite stvarne slike vozila. "Stock" fotografije ne uvjeravaju kupce i ne ulijevaju povjerenje.

2. Raznolikost kadrova

Kupci žele vidjeti više od same vanjštine. Najtraženiji kadrovi su unutrašnjost: upravljač, sjedala, instrumentna ploča.

3. Visoka kvaliteta

Dobra osvjetljenost, oštri detalji i pravilni kutovi snimanja su ključni. Izbjegavajte zamućene, tamne ili izobličene snimke.

4. Čista slika

Fotografije bi trebale biti bez nepotrebnih logotipa, naljepnica ili teksta koji prekrivaju vozilo. Na mobilnim uređajima ti su elementi posebno ometajući.

Kada se sve to spoji, postaje jasno: **dobra fotografija nije luksuz, već osnova suvremene prodaje vozila.**

7 koraka do dobrih fotografija vozila

1

Prava oprema:

Za dobre fotografije preporučuje se ulaganje u kvalitetan fotoaparat, ali budući da su današnji mobilni telefoni vrlo napredni, većini trgovaca dovoljan je dobar telefon s kvalitetnim fotoaparatom. Dobar telefon, naravno, ne znači ništa bez pridržavanja sljedećih koraka.

2

Izbor lokacije:

Neutralna pozadina (salon ili prostrano parkiralište) pomaže kupcu da ostane fokusiran na vozilo. Ako nemate idealnu pozadinu, u tome Vam pomaže aplikacija **AutoBrief Companion**, koja zamućuje ili potpuno uklanja i zamjenjuje neprikladnu pozadinu.

3

Pravilno osvjetljenje:

Preporučuje se fotografiranje na prirodnom svjetlu, rano ujutro ili po ravnomjernoj naoblaci. Time izbjegavamo oštre sjene i jake odsjaje.



Uređene boje i poravnanje vozila.



Slika je tamna zbog lošeg svjetla i boje ne dolaze do izražaja

4

Zabilježite sve kutove vozila:

Važno je slikati vozilo iz svih glavnih kutova. Time se vidi cjelokupno stanje vozila. Ako kupac ne vidi neku stranu, često pretpostavlja da želite nešto sakriti.

5

Pobrinite se da je kamera poravnata s vozilom:

Nitko ne voli nagnute fotografije. Kamera bi trebala biti poravnata s vozilom, jer nagnute snimke smanjuju profesionalnost. Pri tome Vam može pomoći vođeno fotografiranje u aplikaciji AutoBrief Companion, koja Vas obavještava kada je kadar poravnat.

7

Uredite fotografije:

Važno je odvojiti vrijeme za uređivanje fotografija. Prilagodite kontrast kako bi vozilo više došlo do izražaja i poigrajte se s bojama kako biste postigli ravnotežu boja.

6

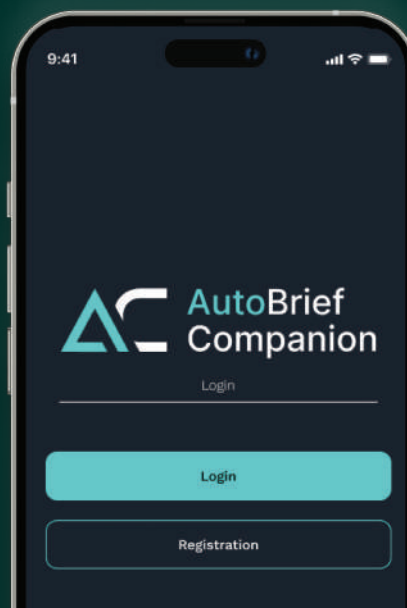
Ne zaboravite na unutrašnjost:

Zatvorite vrata vozila i pokušajte snimiti cijelu instrumentnu ploču u jednom snimku. Za to je najbolje koristiti širokokutnu kameru. Posebno fotografirajte važne elemente (navigaciju, gume, opremu) po potrebi.

Mobilna aplikacija AutoBrief Companion

Kao što je već nekoliko puta spomenuto, cijeli postupak obuhvaća snimanje fotografija i njihovu obradu. Upravo to omogućuje naša mobilna aplikacija. **AutoBrief Companion** predstavlja najbrži put od fotografiranja vozila do objavljenog oglasa.

S aplikacijom svaki trgovac može fotografirati vozilo, urediti fotografije i odmah ih objaviti na najvećim portalima u Sloveniji i Hrvatskoj.

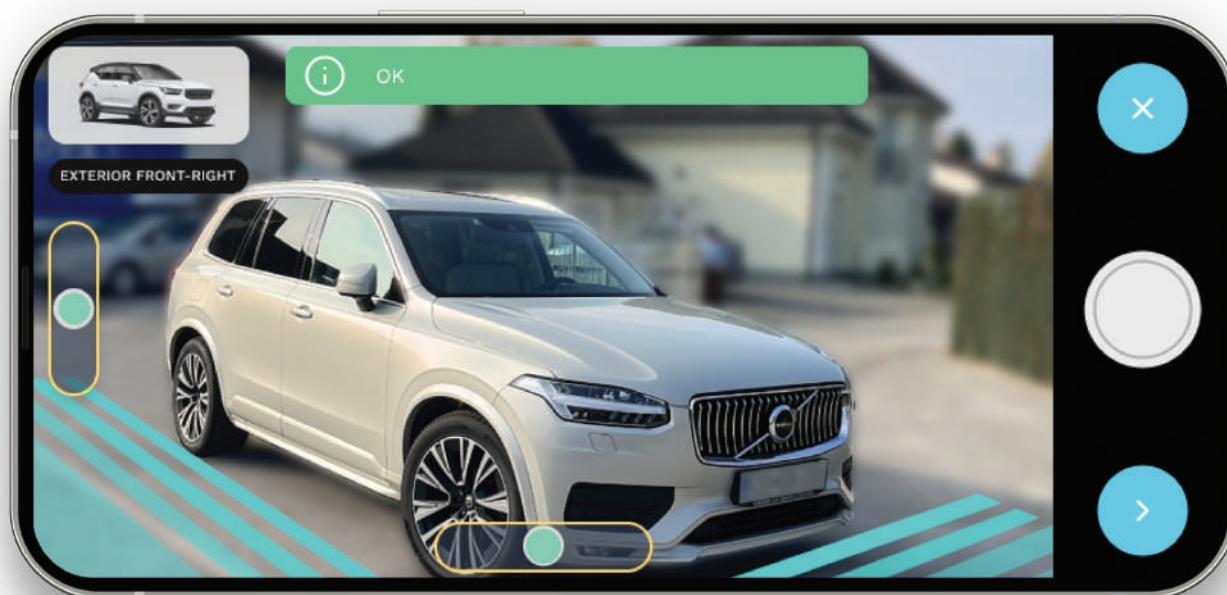


TRI GLAVNI KORACI APLIKACIJE:

1. Fotografiraj

Aplikacija te korak po korak vodi kroz proces fotografiranja, kako bi s lakoćom zabilježio sve ključne kadrove vozila – od eksterijera do interijera. Ne moraš brinuti o pravilnim kutovima jer ti aplikacija pomaže poravnati vozilo. Zahvaljujući jedinstvenom procesu, kod nijednog vozila nećeš zaboraviti nijedan bitan kadar.

S vođenom navigacijom osiguravaš da je svaki automobil snimljen na jedinstven i profesionalan način, što rezultira većim povjerenjem kupaca i većom potražnjom.



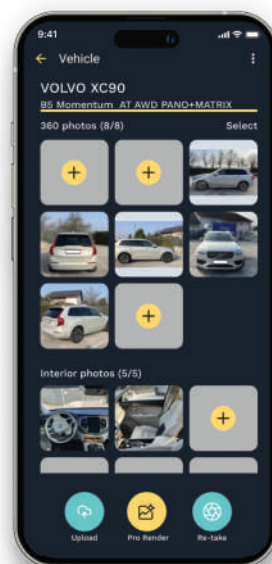
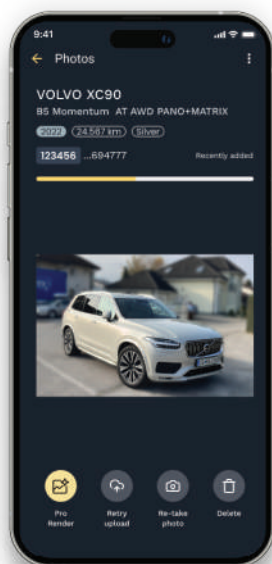
2. Uredi

Unutar aplikacije možeš brzo urediti fotografije:

- dodati svoj logotip,
- ukloniti ili zamijeniti pozadinu,
- poboljšati osvjetljenje i boje,
- te sakriti ili "blendati" registracijske pločice.

Sve su fotografije ujednačeno uređene, pa tvoji oglasi izgledaju profesionalno.

Najbolje od svega je što se sve to događa automatski za sve fotografije, bez potrebe da trošiš vrijeme pazeći na svaki pojedinačni efekt.



3. Objavi

Kada završiš, sve se fotografije zajedno s vozilom automatski prenose u AutoBrief zalihu.

Kako? Preko VIN dekodera svi podaci o vozilu zajedno sa slikama prenose se na potrebna mjesta bez ručnog unosa.

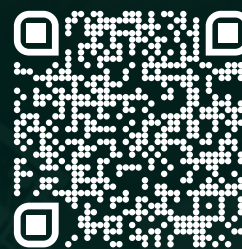
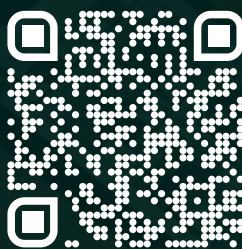
Zatim samo upišeš cijenu i jednim klikom objaviš vozilo na portalima i društvenim mrežama.

U svijetu gdje kupci najprije vide fotografiju, a tek potom vozilo, kvaliteta snimaka je od presudne važnosti.

AutoBrief Companion omogućuje svakom trgovcu da – bez dodatne opreme ili znanja – stvori profesionalne fotografije koje prodaju vozila brže.

Testnu verziju aplikacije možeš instalirati na svoj telefon već danas.

Dostupna je u App Storeu i Google Playu. Više o aplikaciji možeš pročitati na www.autobrief.io/hr/companion-app.

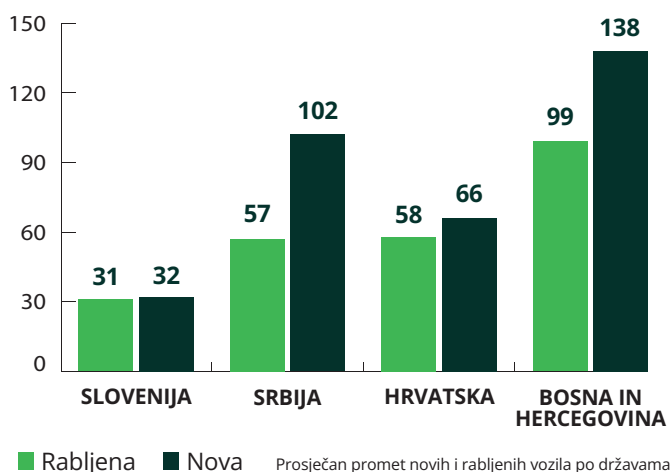


Električna vozila u Hrvatskoj: tržište koje još traži svoj ritam

Hrvatsko tržište električnih vozila u posljednjih se godinu dana razvija prilično drugačije od nekih drugih tržišta u regiji. Iako je električna mobilnost već čvrsto ukorijenjena u raspravama o budućnosti automobilizma, podaci našeg istraživanja pokazuju da stvarni proboj na hrvatskom tržištu još nije uspio. Električna vozila su prisutna, ali njihova uloga ostaje ograničena – kako po obujmu prodaje, tako i po brzini kojom se okreću na tržištu.

Segment električnih vozila u Hrvatskoj relativno je malen i znatno osjetljiviji na oscilacije nego, primjerice, tržište rabljenih vozila s motorima s unutarnjim izgaranjem ili hibrida. Električni automobili se prodaju, ali sporije, uz više razmišljanja i izrazit oprez kupaca.

U Hrvatskoj električna vozila u prosjeku pronađu novog vlasnika u oko dva mjeseca (**66 dana**), što je nešto brže nego u većini zemalja regije. Brži promet pokazuju rabljena električna vozila, koja se prodaju prosječno za **58 dana**, što potvrđuje da hrvatski kupci električna vozila sve češće prepoznaju kao dobru vrijednost za novac.

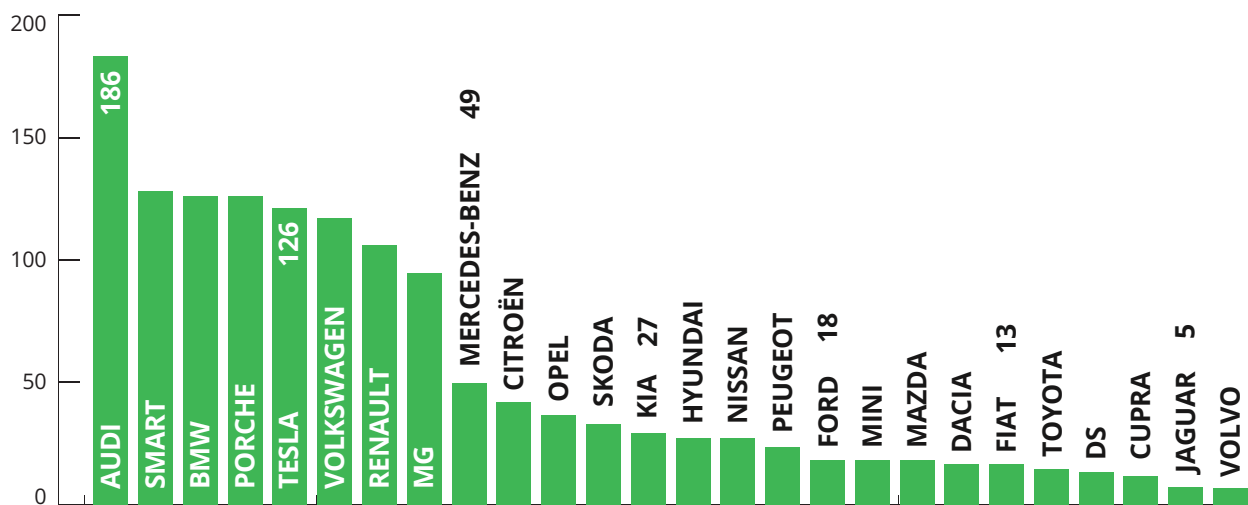


Marke: ograničena koncentracija i oprezni kupci

Hrvatsko tržište električnih vozila po markama je manje raspršeno nego na razvijenijim EV tržištima. Prodajom dominira uži krug marki koje imaju ili snažnu prepoznatljivost ili dugogodišnju prisutnost na tržištu. Kupci kod električnih vozila još izraženije nego drugdje traže povjerenje u marku, što znači da se rjeđe odlučuju na eksperimentiranje.

Unatoč tome, grafikoni pokazuju i prve znakove promjena. Na tržištu se pojavljuju nove marke, prvenstveno iz Kine, koje s cjenovno dostupnijim modelima i bogatom serijskom opremom polako pridobivaju pozornost. **MG je uvjerljivo na prvom mjestu novih električnih vozila**, čime ostavlja daleko iza sebe sve europske konkurente. Među prvih pet nalazi se još jedan kineski proizvođač – **DongFeng** – koji dodatno potvrđuje da interes za kineske električne marke stabilno raste.

Na vrhu ljestvice rabljenih električnih vozila u Hrvatskoj nalazi se **Audi**, a slijede **Smart** i **BMW**, dok su **Porsche** i **Tesla** i dalje među najtraženijima u višem cjenovnom razredu. **Volkswagen** i **Renault** bilježe stabilnu prodaju u srednjem segmentu, dok **MG** kao nova marka polako jača svoju prisutnost i u ovom dijelu tržišta.



Najprodavanije marke rabljenih električnih vozila u Q3 2025

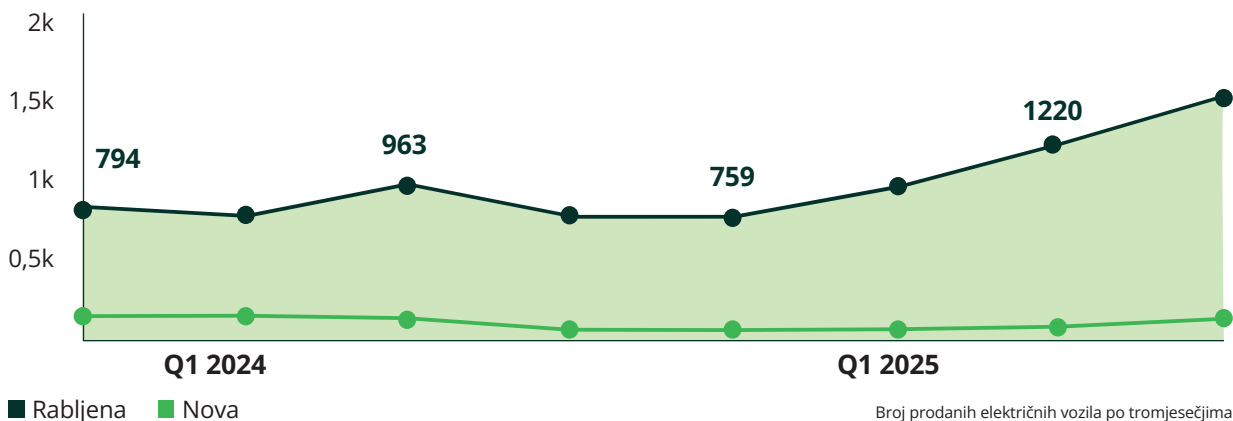
Cijene i očekivanja: tržište još uvijek opipava granicu

Podaci za hrvatsko tržište pokazuju jasnu povezanost između prisutnosti marke u oglasima i stvarnih prodajnih rezultata. Marke koje su češće prisutne na internetskim platformama i oglasnicima u pravilu ostvaruju i veću prodaju, što potvrđuje važnost digitalne vidljivosti u segmentu električnih vozila. **Audi je najoglašavanija marka rabljenih električnih vozila u Q3 2025. godine.** Slijede BMW i Tesla, dok Renault i Smart s nešto manjim brojem oglasa također ostvaruju solidne prodajne rezultate.

Kod novih električnih vozila u Hrvatskoj uočava se sličan obrazac – marke koje su najvidljivije u oglasima postižu i najbolje prodajne rezultate. Najaktivniji oglašivač u Q3 2025. bio je **MG**, čime potvrđuje vodeću poziciju među novim električnim markama. Slijede **Dacia** i **Peugeot**, dok **DongFeng** i **Opel** također bilježe dobar odaziv kupaca.

Električna mobilnost kao dugoročna igra

Podaci našeg istraživanja jasno pokazuju da električna vozila u Hrvatskoj još nisu masovni proizvod, već segment u fazi traženja ravnoteže. Tržište postoji, interes postoji, ali prijelaz se odvija sporije i suzdržanije. Kupci su oprezni, cjenovno vrlo osjetljivi i snažno usmjereni na racionalnost. Hrvatsko EV tržište ne razvija se eksplozivno – razvija se postupno. I upravo se u tom postupnom razvoju skrivaju prilike za one koji tržište čitaju strpljivo i uz podršku podataka.



Broj prodanih električnih vozila po tromjesečjima

INTERVJU

Ne razvijamo funkcionalnosti zato što su zanimljive, već zato što rješavaju problem trgovca

Vođenje AutoBriefa prošle je godine preuzeo Jan Mrhar, dugogodišnji suoblikovatelj automobilskog tržišta s iskustvom u razvoju kompleksnih sustava i radu s velikim igračima automobilske industrije. Zato ne čudi da je upravo pod njegovim vodstvom AutoBrief predstavio veliku novost – aplikaciju Companion, koja trgovcima vozilima omogućuje upravljanje poslovanjem putem mobitela.

Kao netko tko je duboko uključen u svijet automobilizma – od tvrtke Preskok do projekata za međunarodne koncerne – u intervjuu se osvrnuo i na to kako se industrija i trgovci moraju prilagoditi promjenama koje nezaustavljivo dolaze.

Prošle godine postao si direktor AutoBriefa, a već dugo si duboko uključen u svijet automobilizma preko Preskoka, radiš i za velike koncerne poput Stellantisa i Hertza... Kako danas vidiš automobilsko tržište?

Tržište sada suočava s izazovima koji su drukčiji nego dosad – tehnologija se mijenja i razvija brže nego što je poduzeća u proizvodnji mogu pratiti, EU regulativama usporava konkurentnost automobilske industrije u odnosu na strana tržišta, gdje propisi manje zadiru u suverenitet poduzeća i njihovu sposobnost prilagodbe tržišnim uvjetima. Skup razvoj i proizvodnja dodatno dovode do “nekonkurentnih” cijena uvezenih vozila, primjerice kineskih marki. One doduše imaju poteškoće zbog još nerazvijene servisne mreže i slabije prepoznatljivosti brenda, ali već dosežu 6 % ukupnog tržišnog udjela.



Jan Mrhar

DIREKTOR AUTOBRIEF

Dolaziš iz okruženja u kojem si vodio razvojne timove i brinuo o kompleksnim, ali korisnicima prilagođenim sustavima. Što će od tog pristupa sada biti još vidljivije u AutoBriefu?

U vođenju razvojnih timova vrlo sam brzo primijetio da ljude ne motiviraju samo bonusi ili pogodnosti, već prije svega **jasni ciljevi, metodologija rada i dobra struktura**. To posebno vrijedi u manjim timovima – a AutoBrief je upravo takav primjer. To je vjerojatno i najuočljivija razlika otkad sam preuzeo vodstvo tvrtke.

Moje polazište je jednostavno: **stopostotno povjerenje u pojedinca**, uz jasno očekivanje odgovornosti. Kada imaš ljude koji razumiju zašto nešto rade i znaju da je to njihova odgovornost, dobiješ dobro podmazan stroj. Takav sustav može funkcionirati i bez moje prisutnosti, što je za mene ključni pokazatelj zdrave organizacije.

Drugi važan dio su **jasno definirani ciljevi**, koji su izravno povezani s isporukom stvarne vrijednosti našim klijentima. Ne razvijamo nove funkcionalnosti zato što su zanimljive, već zato što rješavaju konkretan problem trgovca. Vjerujem da znanjem i iskustvom stečenim kroz rad s različitim sustavima, tržištima i poslovnim modelima možemo naše klijente “nagraditi” funkcionalnostima koje se u praksi doista pokažu učinkovitima u većim sustavima i prodajnim mrežama.

AutoBrief je premašio 400 aktivnih trgovaca i više od 10.000 svakodnevno provjerenih vozila. Gdje vidiš najveći potencijal za daljnji rast?

AutoBrief se dokazao na dva tržišta, ali to ne znači da ćemo stati. Najveći potencijal vidimo u tri smjera. Prvo, **širenje na druga europska tržišta**, gdje su problemi trgovaca vrlo slični, a digitalizacija još uvijek fragmentirana.

“Naša prednost je što ne nudimo “još jedan” alat, već cjelovit ekosustav – od nabave i oglašavanja do prodaje.”

Drugo, **produblivanje suradnje s postojećim trgovcima**. Kada im ponudimo više digitalnih alata u jednom sustavu – od nabave i oglašavanja do prodaje i administracije – stvaramo veću dodanu vrijednost i dugoročnu lojalnost.

Treće, **pametna upotreba podataka** koje platforma svakodnevno obrađuje. Ti podaci trgovcima pomažu donositi bolje odluke o cijenama, zalihama i prodajnim strategijama.

Nova strategija govori i o potpuno digitaliziranom iskustvu trgovca. Što to konkretno znači u praksi?

Trgovci su danas “katice za sve” u jednoj osobi: traže vozila, rješavaju uvozne postupke, pripremaju vozila za prodaju, bave se marketingom i istodobno su prodavači. Zbog složenosti tržišta previše vremena troše na birokraciju i procese, umjesto na samu nabavu i prodaju vozila. To u AutoBriefu nastojimo riješiti digitalizacijom.

Primjer toga je AutoBrief Companion – mobilna aplikacija koja je prije nekoliko dana ugledala svjetlo dana i koja će postupno rješavati upravo gore opisane probleme te trgovca vratiti fokus na prodaju.

Kako će tvrtka dodatno ojačati proces nabave vozila, koji je jedna od glavnih prioriteta AutoBriefa i prema reakcijama trgovaca često njihov najveći izazov?

Već prošle godine prodajnu smo ponudu proširili s pet novih izvora nabave vozila, a isti tempo rasta planiramo i u 2026. godini. Rast pokazuje i podatak da smo godinu započeli s oko 1.500 vozila na platformi, a završili s više od 10.000. U budućnosti ćemo dodatno pojednostaviti procese i trgovcima omogućiti fleksibilnije limite kako bi mogli slati više ponuda na aukcijama i istovremeno se natjecati za kupnju više vozila.

Slovenija i Hrvatska bile su polazište. Je li europska ekspanzija realan i dostižan cilj?

Da, europska ekspanzija nije samo realna, već je i logičan sljedeći korak. Slovenija i Hrvatska namjerno su odabrane kao početna točka – dovoljno zahtjevne da proizvod testiraš u praksi, a istodobno dovoljno upravljive da možeš brzo učiti i prilagođavati sustav. Ta je faza sada završena.

Već u **2026. planiramo širenje na barem jedno novo tržište u EU** koje je po veličini **približno deset puta veće od zbroja Slovenije i Hrvatske**. Pritom ćemo dodati i niz novih funkcionalnosti koje su izravno vezane uz veća tržišta: naprednije procese nabave, više integracija, više automatizacije te bolju prilagodbu lokalnim pravilima i praksama.

Ne širimo se zato da bismo samo bili prisutni na karti, već zato da izgradimo sustav koji može podnijeti ozbiljno europsko opterećenje, a istodobno zadržati ono što je trgovcima najvažnije – jednostavnost, preglednost i pouzdan rad. Ulaskom na novo tržište dodatno ćemo proširiti i **ponudu vozila u našem Trading hubu**.

Širenje na nova tržišta omogućuje brže pronalaženje boljeg omjera cijene i vrijednosti, a trgovci dobivaju pristup vozilima kojih na lokalnom tržištu često nema ili su znatno skuplja, **čime će se naša “kupovna polica” konkretno povećati i postati raznolikija**.

Već si najavio AutoBrief Companion, koji će pojednostaviti proces oglašavanja i otvoriti novi kanal za pridobivanje kupaca. Što će sve korisnici dobiti s ovom aplikacijom?

Tim se zaista iznimno iskazao i u samo tri mjeseca, uz sve ostale prioritete, razvio potpuno novu aplikaciju, koristeći dijelove rješenja koja smo godinama razvijali za druge potrebe. Sve govori već njezin naziv – Companion (suputnik). Trgovcu će omogućiti upravljanje poslovanjem izravno putem mobilne aplikacije.

U prvoj fazi to uključuje dodavanje vozila na zalihu te fotografiranje vozila uz mogućnost uređivanja pozadine

(uklanjanje, zamjena logotipa, promjena registarskih pločica – branding i sl.).

Aplikacija može funkcionirati i kao samostalno rješenje – korisnik se registrira neovisno o AutoBrief platformi, doda vozilo “na zalihu” i odmah započne s uređivanjem fotografija. Te fotografije potom može koristiti za objavu na različitim portalima.

No prava snaga aplikacije dolazi do izražaja tek u povezivanju s AutoBrief platformom, jer tada sustav na portale obavlja automatski. Upravo je to njezina najveća dodana vrijednost – kada se koristi u tandemu s platformom.

Companion App predstavljen je kao “najbrži put od fotografije do oglasa”. Vođeno fotografiranje, automatska obrada, jedinstveni standard... Koliko ta standardizacija u stvarnosti utječe na prodaju?

Istraživanja pokazuju da se 94 % kupaca najprije odluči kliknuti na oglas u kojem su fotografije profesionalne i ujednačeno predstavljene – dakle, više se ne radi o dodanoj vrijednosti, već o standardu koji izravno utječe na prvi dojam.

Kod upita oglasi s realnim i kvalitetnim fotografijama ostvaruju znatno veći interes: kod novih vozila približno trećinu više potencijalnih kupaca, a kod rabljenih čak 40 % više. Otprilike svaki drugi kupac spreman je vozilo kupiti već samo na temelju online fotografija. Standardizirane fotografije stoga ne znače samo “ljepši oglas”, već imaju vrlo konkretan poslovni učinak: vidljivo veću namjeru kupnje i znatno veće povjerenje u prodavatelja.

Standardizacija koju omogućuje Companion, dakle, nije kozmetika, već konkretan prodajni alat koji dokazano povećava vjerojatnost klika, količinu i kvalitetu upita te skraćuje vrijeme do donošenja odluke kupca.



Kako je Companion prilagođen svakodnevnim uvjetima na terenu? Trgovci žele stvari brzo, jednostavno i bez dodatnog znanja.

Companion sustavno vodi korisnika kroz cijeli proces: jasno određuje **koje objekte fotografirati, iz koje perspektive i kojim redoslijedom**, čime uklanja potrebu za prethodnim razmišljanjem ili iskustvom. Sam proces fotografiranja vremenski je učinkovit, traje svega nekoliko minuta i prilagođen je stvarnim uvjetima rada – parkiralištu, dvorištu, oblačnom vremenu i svakodnevnoj upotrebi.

“ Sva tehnička složenost odvija se u pozadini. Aplikacija automatski obrađuje fotografije, osigurava ujednačen vizualni izgled, uklanja ometajuće elemente iz pozadine i održava jedinstveni standard, čime korisniku štedi dodatno vrijeme i trud.

Rezultat su fotografije profesionalnog izgleda, bez obzira na predznanje ili iskustvo osobe koja ih snima.

Ključna prednost je to što Companion ne zahtijeva promjene u ustaljenim radnim navikama. Radi brzo, intuitivno i integriran je u postojeći prodajni proces. Tako omogućuje da se i u neidealnim uvjetima izrade oglasi koji su kvalitetom usporedivi s profesionalnima. To je posebno važno jer većina kupaca odluke donosi upravo na temelju fotografija.

Hoće li AutoBrief Companion u budućnosti dobiti nove dodatke i funkcionalnosti? U kojem smjeru će se razvijati?

Budući da primjećujemo kako trgovci većinu svog posla žele obavljati putem mobilnih telefona, omogućit ćemo im da cjelokupno poslovanje imaju doslovno na dlanu, kroz mobilnu aplikaciju.

Trgovcima ćemo ponuditi svojevrsnu “kopiju” kompletnog DMS sustava na telefonu – od zaprimanja vozila, fotografiranja, objave vozila na svim kanalima pa sve do izdavanja računa. Na taj će se način moći posvetiti svom primarnom poslu – kupcu – dok će svu administraciju i birokraciju rješavati u svega nekoliko klikova, izravno putem mobitela.

Vratimo se malo unatrag. Ako pogledaš 2025. godinu – kakve si trendove primijetio među trgovcima na hrvatskom i slovenskom tržištu?

Godina 2025. za trgovce je prije svega bila godina prilagodbe. Primijetio sam dvije ključne stvari.

Prvo, trgovci su se počeli znatno ozbiljnije baviti azijskim markama. Kineska vozila više nisu "čudni automobili iz nepoznatih tvornica", već postaju dio redovne ponude. Kupci ih aktivno traže, a neki su trgovci to na vrijeme prepoznali.

Drugo, pred kraj godine pojavila se blaga stagnacija. Prodaje je bilo manje, opreza više, a proces donošenja odluka kod kupaca se produljio. Istodobno raste prodaja starijih vozila s većom kilometražom, dok novija i skuplja vozila prodajno zaostaju. To je posebno vidljivo kod trgovaca koji su navikli na brzi obrt zaliha. Da se tržište hladi jasno pokazuje i naše istraživanje tržišta, što se može vidjeti u našem Adria reportu (više o tome na stranicama 7 i 9).

Što bi danas poručio trgovcima – što im se isplati pratiti i na što trebaju biti spremni u 2026?

Svakako na kineske brendove koje sam već spomenuo. Ti brendovi više ne predstavljaju rubne ili prolazne priče, već postaju stvarnost automobilskog tržišta. Upozorio bih i na nove prodajne kanale. U Sloveniji se suočavamo s gotovo monopolnim položajem na tržištu online oglašavanja, što samo po sebi nije nužno negativno, ali često dovodi do zastoja u razvoju. Virtualni obilasci, online kupnja i novi

načini prezentacije vozila, koji već uspješno funkcioniraju drugdje, kod nas se tek počinju uvoditi. Oni koji će među prvima implementirati te promjene osigurat će si izraženu konkurentsku prednost.

Treba spomenuti i nove nabavne kanale. Trgovci koji se i dalje oslanjaju isključivo na klasične načine nabave sve će se češće suočavati s izazovima u osiguravanju konkurentne i odgovarajuće zalihe vozila.

I još nešto – današnji kupac više nije ograničen samo na slovensko ili hrvatsko tržište. Aktivno pretražuje i uspoređuje ponude diljem Europe te kupuje ondje gdje dobije najbolji omjer cijene i vrijednosti. Samo oni trgovci koji se prilagode novim navikama kupaca moći će uspješno prodavati i izvan lokalnog tržišta.

Za kraj još jedno osobnije pitanje: što te kod AutoBriefa najviše motivira da vjeruješ u ovu priču?

Najviše me motivira to što ne rješavamo neke apstraktne probleme, nego svakodnevne izazove s kojima se trgovci stvarno susreću. U ovoj industriji sam već više od 12 godina i uvijek me fasciniralo koliko se s relativno jednostavnim softverskim rješenjima može konkretno pomoći u prodaji i optimizaciji samog procesa.

Ova je branša dugo funkcionirala po osjećaju, po principu "tako smo uvijek radili", uz puno improvizacije. S pravim rješenjem napokon dobiva sve što joj treba da bude uspješnija i da donosi bolje, informiranije odluke.

A tu je i tim. Nismo velika ekipa, ali svatko razumije zašto nešto gradimo i svatko preuzima svoj dio odgovornosti. To mi jako puno znači. Priča se ne vrti oko jedne osobe, već se oslanja na zdrave temelje i iznimne pojedince koji jesu – ili postaju – vrhunski stručnjaci. AutoBrief zasigurno nije alat koji će trajati jednu sezonu. Vidim ga kao platformu koja zaista može promijeniti način na koji trgovci kupuju, prodaju i upravljaju vozilima. Vjerujem u to jer imamo jasan cilj, čvrste temelje i pritom smo dovoljno prizemljeni da razumijemo što tržištu zaista treba.

Jesi li nas primijetio na našim mrežama?

Prati nas i gledaj zabavne te informativne
videozapise o svijetu automobilizma.



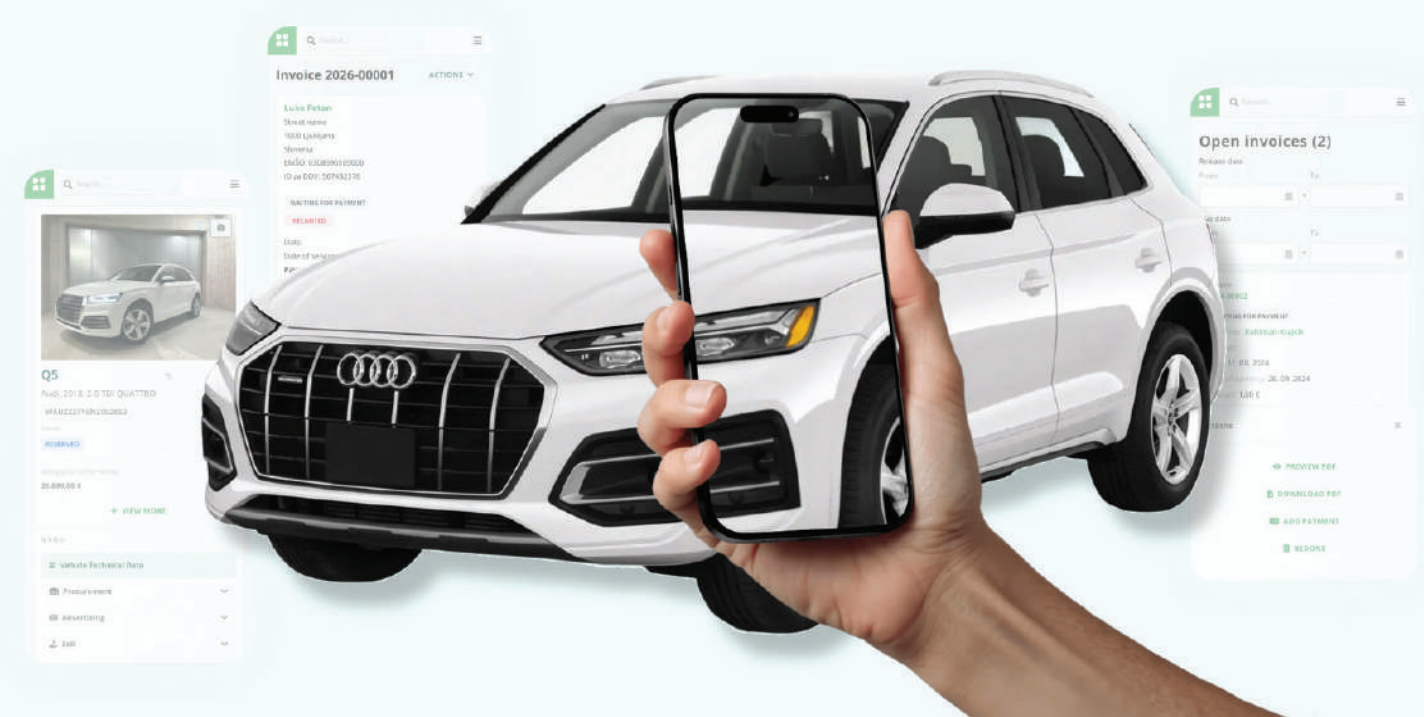
autobrief.hr



@autobrief.hr



AutoBrief



Kupiš. Objaviš. **Prodaš.**

Sve na jednom mjestu za uspješnu nabavu i prodaju vozila.

Za sve trgovce vozilima. Bez obzira na veličinu, iskustvo ili način rada.



Pridruži se više od 400 auto kuća koje za svoje poslovanje već koriste AutoBrief.