



27 września 2021

Volkswagen wygrywa Wielki Test Salonów organizowany przez tygodnik „Auto Świat”

- Volkswagen doceniony w „Wielkim Teście Salonów”, przeprowadzonym co roku przez redakcję tygodnika „Auto Świat”
- wszyscy dealerzy marki uczestniczą w wewnętrznym programie, który zakłada promowaniejazd testowych, w szczególności jazd autami typu BEV i PHEV
- wysokie kompetencje pracowników, uzyskiwane dzięki rozbudowanemu systemowi szkoleniowemu

„Celem naszej codziennej pracy oraz pracy dealera marki Volkswagen jest dostarczenie usługi mobilności, która z perspektywy klienta jest najefektywniejsza i finansowo uzasadniona. Czas to pieniądz, więc jako marka dbamy o czas naszych klientów. Większość rozmów handlowych odbywa się dzisiaj w sposób zdalny, bez wizyty w salonie, często nawet aż do momentu wydania auta. Dlatego obsługa klientów zarówno w świecie on-line jak i off-line musi być realizowana na równie wysokim poziomie” – mówi Tomasz Piasny, dyrektor rozwoju sieci dealerskiej Volkswagena.



Volkswagen zwyciężył w „Wielkim Teście Salonów”

Już osiemnasty raz redakcja tygodnika „Auto Świat” przeprowadziła coroczne badanie, w ramach którego tzw. „tajemniczy klienci” odwiedzali salony poszczególnych marek samochodowych, dążąc co wyłonienia dealerów świadczących najwyższej jakości usługi. Test Salonów „Auto Świata” był zrealizowany przy współpracy z agencjami badawczymi Minds&Roses oraz Kantar. Aż trzynastu spośród siedemnastu dealerów marki

Volkswagen otrzymało rewelacyjne rezultaty, osiągając wskaźnik ogólnego poziomu spełniania standardów wynoszący ponad 90%. Salon Volkswagen Leliek Opole osiągnął maksymalny możliwy wynik, okazując się najlepszym w całym badaniu! „Tajemniczy klienci” podczas wizyt w salonie wykazywali zainteresowanie głównie zakupem modeli: Golf czy Tiguan.

Do najważniejszych filarów sukcesu Volkswagena w tegorocznej edycji Wielkiego Testu Salonów należą: zachęcanie klientów do jazd testowych (szczególnie modelami typu BEV i PHEV), podwyższone standardy higieny i bezpieczeństwa w czasie pandemii oraz wysokie kompetencje pracowników salonów.

Niebagatelne znaczenie dla marki Volkswagen ma rozwój salonów z myślą o wymogach elektromobilności. Dostępność ładowarek dla klientów przy każdym salonie i fakt, że są w nich wydzielone strefy zarezerwowane dla aut elektrycznych, tzw. strefy ekspozycji wyposażone również w wallbox, mocno przyczyniają się do sukcesu marki na tej płaszczyźnie. Dodatkowo, wszyscy dealerzy uczestniczą w wewnętrznym programie, który zakłada promowanie jazd testowych, w szczególności jazd

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw-press.pl





Informacja prasowa

samochodami typu BEV i PHEV. Dla wielu klientów jest to pierwsza okazja do poznania możliwości samochodu elektrycznego.

Pracownicy salonów Volkswagena podnoszą kompetencje poprzez system szkoleniowy dopasowany do ich indywidualnych oczekiwań, który obejmuje regularne szkolenia produktowe wraz z porównaniem do konkurencji, szkolenia zdalne (on-line / live streaming), które pozwalają uzyskać wiedzę bez opuszczania punktu dealerskiego, wizytę trenera, który odwiedza salon i przekazuje personelowi wiedzę z zakresu konkretnych modeli (np. BEV i PHEV).

Do wielu dobrych praktyk, które są stosowane przez dealerów Volkswagena należą m.in. zapewnienie sprzedawcom narzędzi do zdalnej obsługi klientów, informowanie klientów o tym, w jaki sposób mogą skontaktować się z dealerem, dezynfekcja i ozonowanie samochodów testowych.

„Bardzo precyzyjnie monitorujemy wszystkie kluczowe interakcje pomiędzy klientami a dealerami, aby mieć pełną wiedzę o naszych mocnych stronach jak i o deficytach. Stworzyliśmy wewnętrzny „Wskaźnik Jakości Obsługi” opisujący codzienne doświadczenie Klienta w naszych salonach. Wskaźnik ten analizujemy i dyskutujemy z Dealerami po to, aby nasze usługi były na jeszcze wyższym poziomie. Wynik naszej marki w Wielkim Teście Salonów pokazuje ze działania, które podejmujemy są trafne” – zaznacza Tomasz Piasny, dyrektor rozwoju sieci dealerskiej marki Volkswagen.

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach. Volkswagen konsekwentnie napędza zmiany w świecie motoryzacji, stawiając na rozwój gamy aut elektrycznych z rewolucyjnej rodziny ID. W ramach strategii „Way To Zero”, marka zmierza do osiągnięcia pełnej neutralności węglowej w 2050 roku.
