

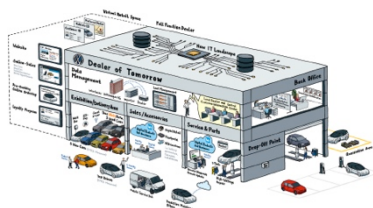


19 października 2018

Volkswagen cyfryzuje sprzedaż – nowa era zakupu samochodów już od 2020 roku

- Volkswagen gruntownie modernizuje model sprzedaży – program będzie wprowadzony w Europie w kwietniu 2020 r.
- transformacja w sprzedaży jest możliwa dzięki postępowi w dziedzinie cyfryzacji i łączności z siecią modeli marki Volkswagen
- rozszerzenie działalności internetowej i umożliwienie sprzedaży bezpośredniej
- bardziej indywidualny kontakt z klientem poprzez nowe kanały oraz miejsca sprzedaży

Poznań – Volkswagen rozwija sieć sprzedaży i dopasowuje ją do wizji przyszłości. Marka wraz ze swoimi dealerami zamierza całkowicie zmodyfikować model dystrybucji. Na terenie Europy projekt zostanie uruchomiony w kwietniu 2020 roku. W Berlinie Volkswagen oraz Europejska Rada Dealerów przedstawili wizję przyszłości, która dotyczy 5.400 dealerów Volkswagena, partnerów serwisowych oraz 54 tysięcy pracowników w Europie. Jej celem jest całodobowe wsparcie dla klientów daleko wykraczające poza sprzedaż aut. Wszystko to będzie możliwe dzięki unikalnemu identyfikatorowi klienta – Volkswagen ID. Każdego roku Volkswagen wprowadzi około 5 milionów klientów w świat nowej mobilności i zaoferuje im indywidualne usługi w oparciu o ich własne konto ID. Zmieni się również doświadczenie związane z zakupem auta. Sprzedaż online zostanie rozbudowana, a sprzedaż bezpośrednia tą drogą stanie się w końcu możliwa. Sieć będzie powiększona o pięć nowych elementów sprzedaży i obsługi, w tym salony wystawowe lub salony pop-up. Jednocześnie sprzedaż stanie się bardziej elastyczna i efektywna.



Nowy model salonu Volkswagena

„To właściwy krok we właściwym czasie” – powiedział Jürgen Stackmann, Członek Zarządu ds. Sprzedaży marki Volkswagen. „Przyjęliśmy takie podejście, ponieważ nasze otoczenie zmienia się w tempie zapierającym dech w piersiach. W świetle nowych technologii, wyższych oczekiwań

Kontakt

Volkswagen PR

Tomasz Tonder

PR Manager

Tel: +48 690 406 401

tomasz.tonder@volkswagen.pl

Patryk Tryzubiak

Koordynator ds. PR & Corporate Affairs

Tel: +48 690 406 416

patryk.tryzubiak@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw.press-bank.pl



klientów i nowych producentów wchodzących na rynek”.

Według Stackmanna marka Volkswagen jest wyjątkowo dobrze pozycjonowana, ma wykwalifikowanych partnerów handlowych i serwisowych oraz dobrze rozwiniętą sieć logistyczną, a także silną grę produktów i niezwykle lojalnych klientów. Członek Zarządu ds. Sprzedaży marki Volkswagen powiedział także, że przedstawiony model sprzedaży to połączenie obecnej infrastruktury z nowymi elementami, które w przyszłości będą definiować biznes. Będą nimi takie elementy, jak usługi cyfrowe i nowoczesne produkty oraz nowe możliwości ich sprzedaży.

Modernizacja modelu sprzedaży wynika z rozwoju w dziedzinie cyfryzacji i łączności z siecią samochodów Volkswagena, który osiągnie zupełnie nowy wymiar wraz z wprowadzeniem na rynek w 2020 roku elektrycznych modeli z rodziny I.D. Od tego momentu klienci Volkswagena z ich osobistym numerem identyfikacyjnym znajdą się w centrum świata nowej mobilności, wraz z 24-godzinny wsparciem, które wykracza poza zakup samochodu. „W ten sposób dowiemy się więcej o potrzebach naszych klientów i dzięki specjalistycznemu zarządzaniu danymi będziemy w stanie opracować optymalną ofertę, która będzie dostosowana do indywidualnych potrzeb każdego klienta. Już jest to z powodzeniem stosowane w innych sektorach” – kontynuował Jürgen Stackmann.

W świecie przyszłej mobilności klienci będą mogli korzystać z szerokiej gamy ofert dostosowanych do ich potrzeb. Na przykład, auta będą zawsze posiadać najnowszą wersję systemów dzięki bezprzewodowej aktualizacji oprogramowania za pomocą sieci komórkowej. Samochody powiadomią także dealera o zbliżającym się terminie wykonania kolejnej usługi serwisowej za pośrednictwem aplikacji dla serwisu. Klienci będą mieli również dostęp do szerokiego wachlarza usług zawartych w systemie Volkswagen We, takich jak We Park, We Deliver czy We Connect. Nie zabraknie również usług wykraczających poza własne auta klientów, takich jak We Share - planowany program Volkswagena oferujący wspólne użytkowanie samochodów.

Na rozwój nowego modelu sprzedaży największy wpływ będzie miała obsługa online. W ramach nowego partnerstwa z dealerami Volkswagen opracuje wspólną platformę internetową, która będzie obsługiwać cały proces zakupu aż do zawarcia umowy, w tym finansowanie, płatności, a nawet sprzedaż samochodów używanych. Klienci będą mogli wybierać z całej gamy modeli marki i dokonywać online zakupu samochodu u wybranego dealera. Dla Volkswagena nowa platforma po raz pierwszy będzie oferować możliwość sprzedaży bezpośredniej; marka zamierza



wykorzystać tę funkcję głównie w dziedzinie oprogramowania i sprzedaży usług online.

Osoby, które wolą utrzymywać osobisty kontakt z marką i z dealerem będą miały do wyboru różne opcje z tym związane. Oprócz tradycyjnych salonów zajmujących się sprzedażą i serwisem pod jednym dachem, pojawi się pięć nowych usług. Dealerzy będą mogli kształtować swoją ofertę w porozumieniu z odpowiednim importerem, tak aby ich działalność była bardziej efektywna i jeszcze bardziej dbała o klienta. Dzięki temu powstaną specjalne salony wystawowe, salony typu pop-up i centra samochodów używanych.

„Wierzimy w nowy model biznesowy, ponieważ wzmocni on przedsiębiorczą odpowiedzialność dealerów” – powiedział dr Matti Pörhö, przewodniczący Europejskiej Rady Dealerów (EDC), która reprezentuje interesy Rad Dealerów Volkswagena w całej Europie. „W obszarach cyfryzacji i mobilności elektrycznej – najważniejszych planów na przyszłość – kluczową rolę będą odgrywać dealerzy. Aby sprostać tym wyzwaniom, dealerzy potrzebują solidnych podstaw rentowności”. Pörhö pochwalił otwartą i pełną zrozumienia współpracę z Volkswagenem – „Od samego początku aktywnie uczestniczyliśmy w kształtowaniu nowego modelu biznesowego”.

Podczas spotkania w Berlinie Volkswagen i związek dealerów zaakceptowali nowy model sprzedaży, a Jürgen Stackmann i Matti Pörhö symbolicznie podpisali nową umowę, która od kwietnia 2020 roku będzie regulować stosunki między producentem i dealerami w Europie. Już na początku lata niemieckie Stowarzyszenie Dealerów zgodziło się na treść umowy, następnie zaakceptowali ją również pozostali europejscy przedstawiciele marki. Do końca listopada wszyscy europejscy dealerzy mają podpisać nową umowę.



O Europejskiej Radzie Dealerów (EDC)

Europejska Rada Dealerów jest organem, który chroni prawa dealerów marek Volkswagen, Audi oraz Volkswagen Samochody Użytkowe z 21 krajów Europy. Rada jest organem służącym dialogowi pomiędzy dealerami, a producentem i importerem marki w danym kraju. Wszyscy jej członkowie są właścicielami wielkich grup dealerskich. Dr. Matti Pörhö z Finlandii jest prezesem rady od pięciu lat. Organizacja została utworzona w 1991 roku, a jej siedziba mieści się w Hanowerze.

O marce Volkswagen: „Przyszłość bliżej Ciebie”

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach, w 14 krajach. W 2017 roku Volkswagen wyprodukował ponad sześć milionów samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan, Jetta czy Passat. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 198.000 pracowników na całym świecie. Marka posiada także ponad 7.700 punktów dealerskich, w których pracuje 74.000 osób. Volkswagen konsekwentnie napędza rozwój motoryzacji. Pojazdy elektryczne, inteligentna mobilność oraz cyfrowa przemiana to główne punkty strategii marki na przyszłość.
