



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

Volkswagen incrementará la eficiencia en Marketing

- En el año 2020 la Marca Volkswagen planea mejorar la eficiencia en marketing en un 30 por ciento con un presupuesto de medios que se mantendrá estable en 1.5 mil millones de euros.
- Para 2020, la partida digital en la mezcla de medios crecerá a casi el 50%, en el año 2015 esta partida era del 25%.
- El número de elementos de campaña se incrementará por cinco, con el objetivo de tener una comunicación más directa y personalizada con los consumidores.
- La red global de agencias de Volkswagen se reducirá de alrededor de 40 agencias a tres agencias líderes.
- Jürgen Stackmann, Miembro del Consejo de la Marca Volkswagen para Ventas: "La Marca se manejará de una forma más productiva y centralizada".

Puebla, Pue., 26 de noviembre de 2018. Para el año 2020, la Marca Volkswagen planea mejorar su eficiencia en Marketing en un 30 por ciento, al mismo tiempo que mantendrá estable su presupuesto en este mismo rubro con 1.5 mil millones de euros. Para 2020, la partida digital en la mezcla de medios crecerá a casi el 50%, en el año 2015 esta partida era del 25%. En el trasfondo de una forma cada vez más personalizada de acercarse a los clientes, el número de elementos de campaña como películas o publicidad se incrementará en cinco veces más. En el futuro, la Marca Volkswagen reducirá su red global de 40 agencias a 3 agencias líderes. El Grupo Omnicom será responsable de Europa y Sudamérica, WPP de Norteamérica, mientras que Cheil continuará activa para la Marca Volkswagen en China.

A partir de 2019 Volkswagen centrará sus actividades de marketing en estas regiones, en cuatro nuevas centrales que se establecerán en Berlín, Nueva York, São Paulo y Beijing. Jürgen Stackman, Miembro del Consejo de la Marca Volkswagen para Ventas: "La Marca se manejará de una forma más productiva y centralizada. Con las nuevas alianzas, alcanzaremos un nivel de poder de innovación en marketing sin precedentes. Gracias a un panorama de agencias más focalizado y la expansión de nuestras actividades digitales, seremos significativamente más eficientes. La profunda transformación de Volkswagen,

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

mauricio.galvez@vw.com.mx

sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico

www.twitter.com/Volkswagen_MX

www.youtube.com/VolkswagenMx

www.plus.google.com/+VolkswagenMexico



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

será más evidente aún para nuestros consumidores el próximo año con el lanzamiento mundial de nuestra familia ID., lo que cambiará fundamentalmente nuestra forma de hacer marketing”.

Jochen Sengpiehl, Director de Marketing de la Marca Volkswagen Vehículos para Pasajeros comentó: “Gracias a nuestro nuevo modelo de ventas, en el futuro, estaremos en la posición de comunicarnos directamente con nuestros clientes. En el pasado, el contacto directo se hacía a través de los distribuidores. Ahora personalizaremos nuestras ofertas a un nivel mucho más allá de lo que se había hecho”.

Los cambios en marketing se enfocarán en cuatro áreas principales. En el **área de producto**, los temas clave para 2019 serán la octava generación del Golf y el ID. Ambos autos estarán completamente conectados, lo que también permitirá ofrecer servicios digitales directamente en el auto. Además, Volkswagen planea desarrollar nuevas **plataformas digitales** tales como la nueva plataforma de servicios “We” con ofertas como el servicio de entregas “We Deliver”. Volkswagen y diconium están desarrollando una plataforma de ventas donde los clientes podrán comprar y administrar funciones bajo demanda para los vehículos. En el 2020, la Marca espera recibir en su página global a 360 millones de visitantes, 70% más que en 2015.

Nuevas **plataformas de marca**, nuevas alianzas con DFB y UEFA también serán nuevos acercamientos en marketing. El nuevo **diseño de Marca**, que rejuvenecerá y modernizará la imagen de la Marca, probablemente sea presentado en primavera.

Volkswagen planea lograr estas tareas principalmente con el nuevo modo de trabajo a través de centrales. Las cuatro centrales pondrán a las personas más creativas bajo un solo techo. En cada caso, entre 100 y 200 empleados trabajaran en campañas con un enfoque integrado, multifuncional y desarrollarán contenido desde la estrategia a la implementación y distribución. Por primera vez, este enfoque hará posible generar campañas globales.

En el futuro, la comunicación directa entre Volkswagen y sus consumidores se hará a través de un número de identificación personal, que se introducirá con el nuevo sistema de ventas de la Marca que se implementará en 2020. Esto permitirá la creación de una experiencia holística e individualizada a través de todos los puntos de contacto con

Contacto con medios:

Volkswagen México

Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano

mauricio.galvez@vw.com.mx

sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico

www.twitter.com/Volkswagen_MX

www.youtube.com/VolkswagenMx

www.plus.google.com/+VolkswagenMexico



Volkswagen

• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 •

Volkswagen, y en marketing también. El análisis y uso de los datos del mercado y de los clientes, así como el desarrollo de herramientas digitales avanzadas y de inteligencia artificial jugarán un rol clave.

Contacto con medios:
Volkswagen México
Mauricio Gálvez / Ingrid Serrano
mauricio.galvez@vw.com.mx
sara.serrano@vw.com.mx

www.facebook.com/VolkswagenMexico
www.twitter.com/Volkswagen_MX
www.youtube.com/VolkswagenMx
www.plus.google.com/+VolkswagenMexico