



7 novembre 2018

Volkswagen numérise la vente : 2020 marquera le début d'une nouvelle ère dans l'achat d'une automobile

- **Volkswagen transforme radicalement son modèle de vente : lancement en avril 2020 en Europe**
 - **Le changement dans le secteur de la vente est accéléré par les progrès de la numérisation et de la connectivité de la flotte Volkswagen**
 - **L'e-commerce sera renforcé et la vente directe rendue possible**
 - **Des points de vente urbains et d'autres formes de vente inédites cibleront les clients de manière plus individuelle**
-

Volkswagen prépare son organisation des ventes pour le futur. Dans cette optique, la marque opère une refonte fondamentale de son modèle de vente conjointement avec ses concessionnaires. Le lancement du nouveau modèle est prévu pour avril 2020 en Europe. Volkswagen et l'association européenne des concessionnaires de la marque ont présenté à Berlin leur vision du monde à venir pour les 5 400 partenaires de service et concessionnaires ainsi que leurs 54 000 collaborateurs en Europe. L'objectif est de fournir aux clients une assistance individuelle continue 24 h sur 24, allant bien au-delà de l'achat d'un véhicule, sur la base d'un identifiant client Volkswagen unique. La marque Volkswagen ambitionne d'ouvrir les portes du nouvel univers de la mobilité à environ cinq millions de clients par an à travers le monde et de leur offrir des services personnalisés sur la base de leur identifiant. L'expérience d'achat d'un véhicule en elle-même va aussi changer : la vente en ligne va être considérablement renforcée tandis que la vente directe sera rendue possible. Cinq formes de vente et de service inédites, comme les show-rooms urbains ou les magasins éphémères, verront le jour. Dans le même temps, l'activité commerciale deviendra plus flexible et plus efficace.

« C'est la bonne démarche au bon moment », indique Jürgen Stackmann, membre du conseil d'administration de la marque Volkswagen en charge des ventes. « Nous empruntons cette voie, car notre environnement change à toute vitesse face aux nouvelles technologies, au changement des attentes du client et à l'apparition de nouveaux acteurs sur le marché. »

Press contact Volkswagen
Jean-Marc Ponteville
PR Manager
Tél. : +32 (0)2 536.50.36
Jean-marc.ponteville@dieteren.be

S.A. Dieteren N.V.
Maliestraat 50, rue du Mail
1050 Brussel/Bruxelles
BTW/TVA BE0403.448.140
RPR Brussel/RPM Bruxelles



Plus d'informations
<http://www.dieteren.be/dieteren-auto-fr.html>



Jürgen Stackmann ajoute que Volkswagen possède d'excellentes bases : des partenaires de service et concessionnaires qualifiés, un réseau logistique bien établi, un portefeuille de produits solide et des clients extrêmement fidèles. Le nouveau modèle de vente combinera cette infrastructure avec de nouveaux éléments qui définiront les activités dans le futur, par exemple des produits et services numériques ou de nouvelles possibilités de commercialisation en ligne pour les produits et les services.

Ce nouveau modèle de vente est mu par les progrès de la numérisation et de la connectivité de la flotte Volkswagen. Un nouveau niveau sera d'ailleurs atteint avec l'arrivée de la nouvelle famille de modèles ID. électriques et entièrement connectés dès 2020. Dès lors, le client Volkswagen avec son identifiant personnel sera au centre d'un monde de la mobilité totalement connecté qui prévoit une assistance individuelle continue 24 h sur 24 allant bien au-delà de l'achat d'un véhicule. « Nous pourrons ainsi en apprendre plus sur les besoins de nos clients et élaborer des offres taillées sur mesure pour chacun d'eux grâce à une gestion intelligente des données. Cette approche est déjà mise en pratique avec fruit dans d'autres secteurs », ajoute le membre du conseil d'administration en charge des ventes.

Écosystème Volkswagen We

À l'avenir, les clients bénéficieront d'une immense variété d'offres très personnalisées. Le véhicule sera, par exemple, toujours maintenu à jour grâce à des mises à jour logicielles par radiocommunication mobile. La voiture pourra aussi signaler au concessionnaire via l'application de « maintenance prévisionnelle » que le prochain entretien doit être fait. Les clients pourront également consulter les diverses offres de We, l'écosystème numérique de Volkswagen, notamment We Park, We Deliver ou We Connect. En outre, ils pourront disposer de services qui vont au-delà de leur véhicule propre, comme We Share, à savoir l'offre de voitures partagées planifiée de Volkswagen.

L'e-commerce assumera un rôle clé dans la mise sur pied du nouveau modèle de vente et est déjà sensiblement développé. Dans le cadre d'un nouveau partenariat numérique avec ses concessionnaires, Volkswagen va mettre au point une plate-forme Internet commune qui permettra de gérer le processus d'achat complet jusqu'à la conclusion du contrat en passant par le financement, le paiement et même la reprise de véhicules d'occasion. Les clients pourront faire leur choix dans l'ensemble de la gamme de modèles de la marque et réaliser leur achat en ligne avec leur concessionnaire préféré. Pour Volkswagen, cette nouvelle plate-forme proposera pour la première fois la vente directe, possibilité que la marque



veut utiliser principalement dans le domaine des logiciels et des services en ligne.

Les personnes qui souhaitent conserver un contact personnel avec la marque et le concessionnaire pourront choisir entre différents points de contact. Cinq nouvelles formes viendront s'ajouter à la traditionnelle offre globale de prestations qui réunit les activités « ventes » et « services ». À l'avenir, chaque concessionnaire devra uniquement avoir une offre globale de prestations. En outre, le concessionnaire, en accord avec l'importateur concerné, pourra organiser sa présence individuellement à l'aide de show-rooms urbains, de magasins éphémères, de « service factories », de centres de voitures d'occasion ou d'offres globales de prestations de taille variable pour accroître l'efficacité et l'orientation client de son activité dans sa zone de marché.

« Nous croyons dans le nouveau modèle commercial, car il renforce la responsabilité sociétale des concessionnaires », indique Matti Pörhö, président de l'association européenne des concessionnaires (EDC) qui représente les intérêts des associations de concessionnaires Volkswagen établies en Europe. « Les concessionnaires jouent un rôle important dans les domaines de la numérisation et de l'électromobilité, deux tâches majeures pour l'avenir. Pour accomplir ces tâches, il faut une solide rentabilité du commerce. » Matti Pörhö a loué la coopération ouverte et équitable avec Volkswagen : « Nous avons participé activement à l'élaboration du modèle commercial dès le début. »

Lors de l'événement à Berlin, Volkswagen et l'EDC ont scellé le nouveau modèle de vente, Jürgen Stackmann et Matti Pörhö ayant signé symboliquement le nouveau contrat qui régira les relations entre le constructeur et ses concessionnaires et prestataires de services en Europe à partir de 2020. Au début de l'été, l'association allemande des concessionnaires avait déjà approuvé la teneur du contrat, suivie quelques semaines plus tard par les importateurs européens. D'ici la fin du mois de novembre, tous les concessionnaires européens auront signé le nouveau contrat.