



7 november 2018

Volkswagen digitaliseert verkoop: in 2020 begint een nieuw tijdperk in de autoverkoop

- Volkswagen zet zijn verkoopmodel fundamenteel op zijn kop: startschot voor Europa wordt gegeven in april 2020
- Verregaande digitalisering en connectiviteit van de Volkswagen-vloot zijn de motor achter de omschakeling
- Online handel wordt uitgebouwd en rechtstreekse verkoop wordt mogelijk
- Met City Stores en andere nieuwe verkoopformats zullen klanten individueler worden aangesproken

Volkswagen maakt zijn verkoop futureproof. Daartoe gooit het merk samen met zijn concessiehouders het verkoopmodel fundamenteel om. Het startschot voor dit nieuwe model wordt, in Europa, gegeven in april 2020. Hoe de wereld voor de 5.400 verkoop- en servicepartners van Volkswagen en hun 54.000 medewerkers er op het continent uit zal zien, hebben Volkswagen en de Europese dealerorganisatie van het merk zopas in Berlijn voorgesteld. Het doel is om te komen tot een naadloze, individuele klantenzorg - de klok rond en op basis van een uniek Volkswagen-klanten-ID - die veel verder gaat dan de zuivere verkoop. Het merk Volkswagen wil jaarlijks wereldwijd zowat vijf miljoen klanten in de nieuwe mobiliteitswereld laten stappen en op basis van hun ID individuele voorstellen aanreiken. Ook de koopervaring zelf zal er anders gaan uitzien. De online verkoop zal intensief worden uitgebouwd en er zal rechtstreeks verkocht kunnen worden. Daarvoor worden vijf nieuwe verkoop- en serviceformats ontwikkeld zoals showrooms in de steden en pop-upwinkels. Tegelijkertijd moeten concessies flexibeler en efficiënter worden.

"Dit is de juiste stap op het juiste moment", zegt Jürgen Stackmann, lid van de raad van bestuur van het merk Volkswagen. "Wij zetten deze stap omdat onze verkoopomgeving onder invloed van nieuwe technologieën, gewijzigde klantenverwachtingen en nieuwe spelers op de markt ingrijpend verandert."

De vooruitzichten voor Volkswagen zijn uitstekend: gekwalificeerde verkoop- en servicepartners, een uitgebreid logistiek netwerk, een sterk productportfolio en uiterst loyale klanten aldus Stackmann. Het nieuwe verkoopmodel wordt gevormd door de combinatie van deze infrastructuur

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

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



Meer informatie
<http://www.dieteren.be/dieteren-auto-nl.html>



met de nieuwe elementen die het bedrijf in de toekomst vorm zullen geven. Denk maar aan digitale producten en diensten maar ook aan nieuwe online verkoopmogelijkheden voor producten en diensten.

De drijvende kracht achter het nieuwe verkoopmodel is de verregaande digitalisering en connectiviteit van de Volkswagen-vloot die met de introductie van de nieuwe, volledig geconnecteerde en elektrische ID.-modellenfamilie vanaf 2020 een nieuw niveau zullen bereiken. Dan zal de Volkswagen-klant met zijn persoonlijk ID-nummer centraal staan in een volledig geconnecteerde mobiliteitsomgeving. Die zal voorzien in een naadloze, individuele klantenzorg die verder gaat dan de zuivere verkoop van het voertuig en die de klok rond wordt aangeboden. "Op die manier leren wij de wensen van onze klanten beter kennen en kunnen we door intelligent datamanagement voor ieder individu het optimale aanbod uitwerken. In andere sectoren wordt deze methode al met succes toegepast", gaat het bestuurslid verder.

Ecosysteem Volkswagen We

In de toekomst zullen de klanten een veelvoud van op maat gemaakte voorstellen genieten. Zo wordt het voertuig via mobiele telefonie dankzij 'over the air' software-updates helemaal up-to-date gehouden of meldt het voertuig via de zogeheten Predictive Maintenance-app aan de concessie dat de volgende onderhoudsbeurt binnenkort aan de orde is. Maar ook de talrijke aanbiedingen uit het digitale ecosysteem Volkswagen We, We Park, We Deliver of We Connect zullen kunnen worden opgeroepen. Bovendien zullen er ook gegevens over het eigen voertuig worden uitgewisseld, zoals via We Share, de carsharing die Volkswagen op de planning heeft staan.

Bij het uitbouwen van het nieuwe verkoopmodel speelt de online verkoop een belangrijke rol. Daar wordt nu dan ook nadrukkelijk op ingezet. Volkswagen zal in het kader van een nieuw digitaal partnership met zijn concessies een gemeenschappelijk webplatform ontwikkelen dat het volledige koopproces tot en met het afsluiten van een verkoopcontract faciliteert, inclusief financiering, betaling en zelfs het inruilen van een tweedehandswagen. Klanten kunnen uit het volledige modelaanbod van het merk kiezen en de verkoop online met hun favoriete concessie afhandelen. Voor Volkswagen zelf biedt dit nieuwe platform voor het eerst de mogelijkheid om rechtstreeks te verkopen, een mogelijkheid waar het merk vooral voor de verkoop van software en online diensten op wil inzetten.



Wie nog steeds belang hecht aan het persoonlijke contact met het merk en de concessiehouder, zal in de toekomst kunnen kiezen uit verscheidene contactpunten. De klassieke concessie, waar verkoop en service onder één dak worden samengebracht, zal worden aangevuld met vijf nieuwe formats. In de toekomst zal slechts nog één volledig dienstenaanbod per concessie verplicht zijn. Bijkomend kan de concessie - in overleg met de lokale invoerder - aanwezig zijn via stadshowrooms, pop-upwinkels, zogeheten servicefactories, centra voor tweedehandswagens of schaalbare en dus in omvang variabele individueel ingerichte 'concessies'. Op die manier kan de concessiehouder zijn bedrijf in zijn markt efficiënter en met een grotere focus op de klant gestalte geven.

"Wij geloven in het nieuwe businessmodel omdat het het ondernemerschap van de concessie versterkt", zegt Dr. Matti Pörhö, voorzitter van het European Dealer Council (EDC), dat de belangen behartigt van de in Europa gevestigde Volkswagen-handelaars. "De concessies spelen een belangrijke rol bij de grote uitdagingen van de toekomst: digitalisering en elektromobiliteit. De basis hiervoor is een gezonde winstmarge voor de concessies." Pörhö loofde de faire en open samenwerking met Volkswagen: "Van bij het begin al waren wij actief betrokken bij het verruimen van het businessmodel."

Op het evenement in Berlijn bezegelden Volkswagen en de EDC het nieuwe verkoopmodel. Jürgen Stackmann en Matti Pörhö ondertekenden er het nieuwe verdrag dat vanaf april 2020 de relaties tussen de fabrikant en zijn Europese concessiehouders en serviceleveranciers regelt. Aan het begin van de zomer had de Duitse vereniging van concessiehouders al ingestemd met de inhoud van de overeenkomst, nadien volgde ook de goedkeuring van de Europese invoerders. Tegen eind november zullen alle Europese concessies de nieuwe raamovereenkomst ondertekend hebben.