



NOUVELLE PROMESSE CLIENT NISSAN: UN TOURNANT MAJEUR EN MATIERE DE SERVICE AUX CLIENTS

En bref :

- Nissan est le premier constructeur à déployer une offre complète de services à ses clients sur l'ensemble du continent européen;
- Au centre de la **Nouvelle Promesse Client Nissan**: plus de transparence et de compétitivité;
- Avec sa promesse, la Marque place la satisfaction de ses clients au cœur de sa stratégie en leur offrant plus de transparence et de compétitivité;
- Ce lancement sera accompagné du réaménagement des 2 500 concessions Nissan en Europe d'ici 2018, dont 450 sites réaménagés d'ici mars 2016.

LA NOUVELLE PROMESSE CLIENT NISSAN

Nissan vient d'annoncer le lancement de sa **Nouvelle Promesse Client**, qui marque une évolution majeure en termes de service à la clientèle.

Le cœur de ce programme consiste en une toute **Nouvelle Promesse Client Nissan**, qui se traduira par une uniformité de services au niveau européen. Avec cette initiative, Nissan souhaite repositionner le client au centre de chacune de ses initiatives.

Cette **Nouvelle Promesse Client Nissan** s'articule autour de 4 axes :

- Véhicule de remplacement gratuit: afin que les clients Nissan puissent rester mobiles même pendant qu'ils confient leur véhicule au réseau Nissan, Nissan s'engage à mettre gratuitement à leur disposition un véhicule de remplacement ou s'ils le préfèrent une autre solution de mobilité;
- Entretien Nissan au meilleur prix: Nissan s'engage à fournir à ses clients le meilleur rapport qualité prix sur leurs entretiens et réparations;
- Assistance Nissan gratuite illimitée: quel que soit l'âge du véhicule, Nissan s'engage à offrir à ses clients 1 an d'assistance à chaque révision;
- Diagnostic systématique offert: Nissan s'engage à effectuer avec ses clients un diagnostic gratuit au moyen d'une tablette numérique en proposant des tarifs et contenus clairs pour le client.

Nissan continue également de proposer à ses clients un numéro d'assistance unique, accessible 24h/24 et 7jour/7, pour toutes leurs questions.

C'est la première fois qu'un constructeur déploie ce type d'initiative sur l'ensemble d'une région du globe, preuve de l'engagement que prend Nissan à ouvrir l'industrie automobile à plus de transparence en termes de prix et de services après-vente.

Guillaume Cartier, Senior Vice President for Sales and Marketing, Nissan Europe, a déclaré : « *Nissan est enthousiaste à l'idée de faire évoluer le parcours d'expérience client, en ligne et dans ses showrooms. Le client est ainsi replacé au centre de chacune des initiatives de la marque, côté vente mais également après-vente. En se démocratisant et en obligeant les constructeurs à réévaluer leur façon d'interagir, Internet a révolutionné la façon dont les consommateurs procèdent à leurs recherches et achètent leur voiture. Les toutes nouvelles initiatives de Nissan en terme d'expérience client valoriseront le design, l'interactivité, la confiance, et la technologie, afin de transformer l'expérience de nos clients* ».

« *Qualité et confiance sont les principales caractéristiques de notre **Nouvelle Promesse Client Nissan**, et nous pensons qu'il doit en être ainsi quel que soit l'endroit où l'on vit en Europe. Nous sommes très enthousiastes aux vues des premiers commentaires de nos clients, et nous nous engageons à 100% afin de leur donner toute la clarté et la confiance nécessaires lors de l'achat et de l'entretien d'un véhicule Nissan* ».

LE NEW RETAIL CONCEPT NISSAN

L'introduction de cette **Nouvelle Promesse Client Nissan** à travers l'Europe est appuyée par le lancement de la nouvelle identité des concessionnaires Nissan, dite New Retail Concept. Suite au succès de tests déjà menés à Oxford et Moscou et à la réorganisation de 125 sites à travers l'Europe, la Marque poursuit ses efforts afin de parvenir à 450 concessions réaménagées d'ici mars 2016, et vise à repenser l'ensemble de son réseau d'ici 2018. Cette transformation porte déjà ses fruits sur les premiers sites opérationnels et valorise l'engagement de la Marque d'innover autrement, tout en optimisant la satisfaction client et le volume de ventes.

Un client ne se rendant aujourd'hui en moyenne qu'une seule fois en concession avant de procéder à l'achat de sa voiture - contre cinq visites il y a environ dix ans - l'expérience au sein du showroom est plus que jamais décisive pour les constructeurs. Parallèlement, il est clé de se concentrer sur l'expérience digitale, puisque celle-ci est souvent le premier lien entre la Marque et le client. Sur certains marchés, Nissan a ainsi déployé des technologies innovantes, telles que la réception sur tablette en ateliers Nissan. L'objectif est de mettre en avant davantage de transparence sur l'entretien des véhicules.

À propos de Nissan Europe

Avec la plus forte implantation européenne de tous les constructeurs étrangers, Nissan emploie en Europe environ 17 600 personnes à travers ses centres de design, R&D, production, logistique, et ses activités commerciales. Au cours du dernier exercice fiscal, les usines Nissan basées au Royaume-Uni, en Espagne, et en Russie ont produit plus de 675 000 véhicules, notamment des crossovers primés, des citadines, des SUV, des utilitaires et des véhicules zéro émission dont la Nissan LEAF, véhicule 100 % électrique le plus populaire avec 96 % de ses clients qui recommanderaient ce modèle à leurs proches. Nissan propose actuellement en Europe une gamme de 23 modèles innovants sous les marques Nissan et Datsun.

A propos de Nissan Motor Co

Nissan Motor Co., Ltd., deuxième constructeur automobile japonais, est basé à Yokohama au Japon, et fait partie de l'Alliance Renault-Nissan. Avec un effectif d'environ 247 500 personnes dans le monde, Nissan a vendu sur l'exercice fiscal 2014 près de 5,32 millions de véhicules, générant un chiffre d'affaires de 1 138 milliards de yens (103,6 milliards de dollars environ). Nissan propose une gamme complète de plus de 60 modèles sous les marques Nissan, Infiniti et Datsun. Nissan est le leader de la mobilité zéro émission, dominée par les ventes de La LEAF, premier véhicule 100 % électrique de grande série et voiture électrique la plus vendue de l'histoire.