



JEAN-PIERRE DIERNAZ, UN NOUVEAU VICE PRESIDENT MARKETING FRANÇAIS POUR NISSAN EN EUROPE

Un mois après avoir pris ses nouvelles fonctions, Jean-Pierre Diernaz nouveau Vice President Marketing de Nissan pour l'Europe, a exposé sa vision de l'avenir du marketing chez Nissan. Deux éléments clé vont servir les objectifs de Nissan en 2016 : dynamiser la marque grâce à des partenariats sportifs de premier plan déjà en place en Europe et se focaliser sur l'innovation produit.

Jean-Pierre Diernaz, français d'origine, souhaite se concentrer sur les innovations technologiques de Nissan. Pour cela, il s'appuiera sur deux piliers de la stratégie de la marque : les véhicules électriques et la conduite autonome. Fort de son expérience à la tête du département des Véhicules Électriques pour le marché européen, Jean-Pierre Diernaz apportera son expertise en termes de technologies avancées, qu'il souhaite réinvestir dans les campagnes marketing de Nissan centrées sur le client.

Jean-Pierre Diernaz, VP Marketing, Nissan Europe, a déclaré : *« Je suis ravi d'endosser cette nouvelle fonction à un moment si crucial de l'histoire de Nissan. Travailler au marketing signifie être au cœur de l'interaction entre la marque et ses clients, mais c'est également pouvoir exploiter pleinement le potentiel de notre devise "Innovation that excites". L'explosion des données a totalement redéfini notre façon de gérer le business, et nous a permis d'envisager la relation client à partir de nouvelles bases. C'est la raison pour laquelle des plateformes telles que la Ligue des Champions de l'UEFA sont si puissantes. Le client reste notre priorité numéro un. »*.

Concernant cette nomination, Paul Willcox, Chairman Nissan Europe, a ajouté : *« Au cours des dernières années, notre marque est montée en puissance, et je suis convaincu que sous la direction de Jean-Pierre, nous allons poursuivre cette tendance. Sa grande expérience et son expertise en termes de business et d'innovations propres à Nissan, sont une garantie pour notre marque de dépasser le simple stade de constructeur automobile, afin de devenir un véritable pionnier de l'industrie technologique »*.

Les responsabilités de Jean-Pierre Diernaz porteront sur la fidélisation client, le marketing produit, les tarifs de véhicules, et la communication marketing pour l'ensemble des gammes de produits en Europe. L'un des autres enjeux essentiels consistera à poursuivre le partenariat Nissan avec la Ligue des Champions de l'UEFA, ainsi qu'à développer la Nouvelle Promesse Client et le programme d'aménagement des concessions (New Retail Environment).

Jean-Pierre Diernaz reportera à Guillaume Cartier, Senior Vice President, Sales & Marketing, pour Nissan en Europe. Il remplace Bastien Schupp qui occupe désormais le poste de Vice President of Global Marketing Communications chez Renault, partenaire de l'Alliance Renault-Nissan.