



## LE RESEAU NISSAN LANCE UN VASTE PLAN DE RECRUTEMENT NATIONAL

- Le réseau Nissan propose près de 300 postes à pourvoir
- Nissan partenaire du Salon de l'Emploi Automobile 2016

En 2015, Nissan a multiplié les records de ventes à l'échelle mondiale, européenne et nationale. Avec une part de marché VP de 3,87% et 74 102 immatriculations enregistrées, Nissan a réalisé une remarquable performance sur le marché français des véhicules particuliers. Dans le cadre de cette croissance constante qui dure depuis 2007, la marque a lancé début 2016 un vaste plan de recrutement, afin de renforcer ses équipes, poursuivre la dynamique engagée au cours des dernières années, soutenir la mise en place de sa Nouvelle Promesse Client et préparer son futur.



Tous les secteurs d'activité des concessions sont concernés par le plan de recrutement de Nissan. Des postes de chefs de ventes, conseillers service (après-vente), vendeurs, vendeurs sociétés, techniciens et master techniciens seront ainsi proposés dans les semaines à venir, soit au total 300 postes à pourvoir en concession Nissan. Une agence spécialisée dans le recrutement automobile est en charge de mener à bien le projet.

Par ailleurs, Nissan est partenaire du Salon de l'Emploi Automobile 2016 qui, pour sa cinquième édition, se tiendra le 1<sup>er</sup> avril à Paris. Seul forum de recrutement exclusivement dédié à l'industrie automobile en France, cet événement est l'occasion pour les professionnels du secteur d'être directement au contact des recruteurs, afin de favoriser les opportunités d'embauche et d'élargir leur réseau professionnel. Cette année, Nissan proposera de nombreux entretiens sur place.

La croissance de Nissan ne se mesure pas uniquement au niveau des ventes et des parts de marché. En effet, en 5 ans, le parc roulant Nissan a augmenté de plus de 40%. Parallèlement, la marque s'emploie actuellement à façonner la mobilité du futur en investissant significativement dans la recherche et le développement de technologies innovantes autour de l'électrique et de la conduite autonome. Afin de poursuivre ce projet ambitieux et d'accentuer la dynamique en cours, Nissan souhaite attirer des profils qualifiés.

Ce plan de recrutement fait en outre partie intégrante de la stratégie de la marque, qui consiste à placer la satisfaction client au cœur de ses priorités et initiatives. Ainsi, la Nouvelle Promesse Client reflétant une évolution majeure en termes de prestation, est en cours de déploiement en France et en Europe. Celle-ci se traduit notamment par une uniformité de services au niveau européen, et est appuyée par le lancement d'une nouvelle identité des concessionnaires Nissan, appelée New Retail Environment.

L'objectif consiste à repenser l'ensemble du réseau d'ici 2018, afin de valoriser les engagements de la marque en matière de qualité, d'innovation et d'accessibilité, pour une satisfaction client optimale. Dans ce cadre, les

équipes présentes dans le réseau ont un rôle clé à jouer pour la marque. C'est pourquoi Nissan met l'accent sur la formation et la sensibilisation à la marque, afin d'améliorer toujours plus l'expérience des clients en concessions.