



Volvo Car France

Communiqués

Date de publication Sep 18, 2019 | ID: 257503

Volvo Cars remporte la catégorie du Prix Site Internet au Grand Prix des Marques Automobiles 2019



Le Journal de l'Automobile et Kantar récompensent les constructeurs automobiles pour la qualité de leur relation client lors du Grand Prix des Marques Automobiles 2019. A l'occasion de la cérémonie de la 12^{ème} édition du Grand Prix des Marques Automobiles, le 17 septembre 2019 au Pavillon Vendôme, Volvo Cars a reçu le prix Site Internet.

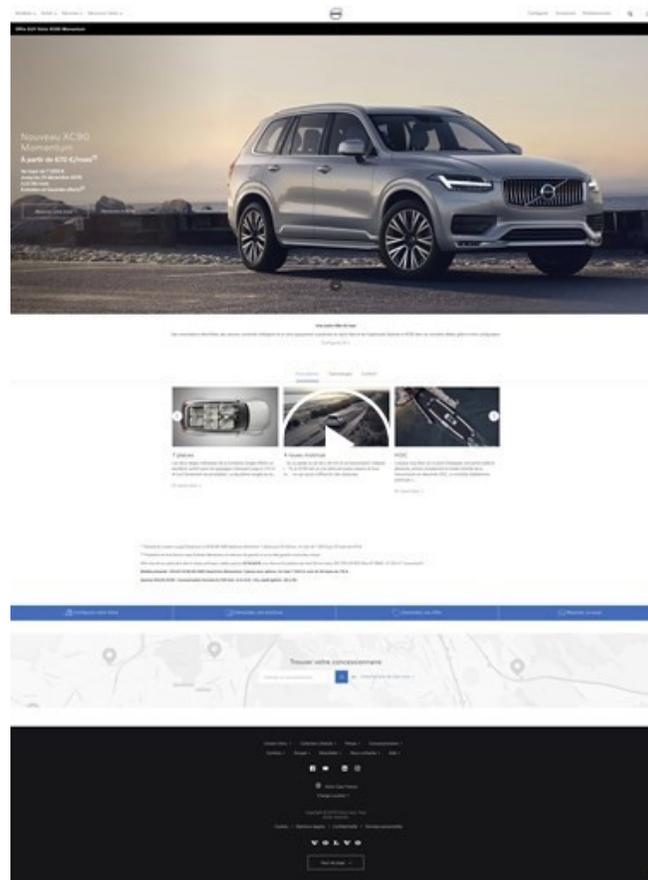
Basé sur les résultats de l'étude Car 360° de Kantar, le Grand Prix des Marques Automobiles place les clients en seuls juges des constructeurs et détaille leur relation avec leur marque automobile à travers l'expérience produit et l'expérience de marque. Réalisée en juin 2019 auprès de 2 000 clients possesseurs de véhicules neufs ou d'occasion parmi 25 marques représentatives du marché automobile en France, l'étude s'intéresse à l'appréciation des agréments de conduite, du design et des coûts d'utilisation, ainsi qu'aux trois points de contacts parmi les plus influents dans l'automobile, à savoir la concession, le digital et le service après-vente.

Lors de cette nouvelle édition du Grand Prix des Marques Automobile, c'est l'expérience digitale de marque offerte par Volvo Car France qui a été saluée avec le prix Site Internet. Cette distinction vient récompenser le travail effectué au quotidien pour rendre le site volvocars.com/fr ergonomique et ainsi faciliter le parcours client. Simplifier la vie des utilisateurs, le leitmotiv de la marque qui trouve son écho sur le site internet et porte ses fruits puisque le trafic a augmenté d'environ 50 % sur les deux dernières années pour dépasser les 400 000 visites mensuelles, quand le nombre de leads générés a été multiplié par trois.

Le point fort du site Volvo révélé par l'étude Car 360° réside dans son design et son esthétique. Les visiteurs ont également mis en avant la qualité et la richesse du contenu proposé. L'ergonomie du site et sa rapidité de fonctionnement sont également bien notées.

David Laventure, Responsable Marketing Digital & Relationnel de Volvo Car France, a reçu le prix au nom de la Marque et donné les clés de la réussite du site internet Volvo Car France, développé en collaboration avec Havas Digital Factory, « *Le site internet volvocars.com/fr s'appuie sur une plateforme globale très flexible qui nous permet de le personnaliser pour répondre aux attentes du marché français et d'assurer une cohérence avec nos campagnes de communication, ainsi les visiteurs se retrouvent dans un espace familier. Nous veillons à mettre à leur disposition des contenus riches et précis dans un environnement esthétique reflet du positionnement premium de la marque. Le parcours visiteur a été particulièrement étudié à l'aide de nombreuses données collectées sur le*

site et d'études qualitatives pour le rendre aussi fluide et efficace que possible. Dans les prochains mois, notre site internet comportera de nouvelles fonctionnalités pour simplifier encore le parcours visiteur et la recherche d'informations. Nous intégrerons par exemple un module pour simuler la reprise en ligne des véhicules ; un chat avec des téléconseillers humains sera mis en place ; et nous allons renforcer la personnalisation des contenus présentés sur le site en fonction du profil utilisateur ».



L'expérience digitale offerte par Volvo Cars se poursuit avec l'application mobile Volvo On Call, disponible sur les smartphones, qui permet aux utilisateurs de communiquer avec leur véhicule et d'accéder à certaines fonctionnalités en toute simplicité. Il est alors possible d'envoyer une adresse de son smartphone directement au système de Navigation Sensus de la voiture, d'activer le chauffage ou bien même de gérer le verrouillage de son véhicule à distance.

Ces services digitaux illustrent parfaitement l'ambition de Volvo Cars de libérer l'équivalent d'une semaine par an de temps précieux grâce à ses nouveaux modèles d'ici 2025.

En 2017, Volvo Cars s'était vue attribuer la troisième place au classement général du Grand Prix des Marques Automobiles, une position que la marque occupait déjà en 2015 alors qu'elle avait également obtenu le Prix Qualité. En 2008, lors de la toute première cérémonie du Grand Prix des Marques Automobiles, Volvo avait eu le plaisir de se voir remettre le premier prix dans la catégorie "Satisfaction lors de l'achat du véhicule".

À propos de Volvo Car France en 2018

Volvo Car France a confirmé son bilan positif en 2018, avec une croissance constante pour la cinquième année consécutive portée par le succès des modèles XC60 et XC40. En 2018 Volvo Car France a réalisé 18 349 immatriculations en progression de plus de 13 %, meilleure performance depuis 1985. La marque Volvo est distribuée en France depuis 1953. Le siège social est depuis 2011 situé à Nanterre et intègre 60 collaborateurs. Volvo Car France dispose d'un réseau de distribution de 122 points de vente, à travers 52 partenaires.