



Volkswagen

Information Presse

17 octobre 2018

Digitalisation des ventes : une nouvelle ère s'ouvrira chez Volkswagen à compter de 2020

- **Volkswagen restructure intégralement son modèle de vente – lancement du programme en Europe en avril 2020**
 - **Transformation des ventes axée sur la digitalisation et la connectivité progressives des véhicules Volkswagen**
 - **Développement du commerce en ligne avec la possibilité d'acheter directement en ligne**
 - **Ciblage davantage personnalisé des clients grâce à de nouveaux formats de représentation dont un dédié aux centre-villes.**
-

Volkswagen prépare son organisation de vente pour le futur. La marque va réaligner fondamentalement son modèle de vente en collaboration avec son Réseau. Le nouveau modèle sera lancé en Europe en avril 2020. À Berlin, Volkswagen et le Conseil Européen des Distributeurs Volkswagen (European Dealer Council - EDC) ont présenté leur vision de ce que pourrait être le futur environnement de travail des 5 400 Distributeurs et Réparateurs Agréés Volkswagen et des 54 000 salariés de l'entreprise en Europe. L'objectif est d'offrir aux clients une assistance individuelle 24/24, qui ira bien au-delà de la simple opération de vente, via un identifiant client unique. Chaque année, la marque Volkswagen a l'intention de présenter le nouveau monde de la mobilité à quelque 5 millions de clients internationaux tout en leur offrant des services individualisés via leur identifiant. L'expérience d'achat du véhicule évoluera également. Les ventes en ligne seront largement développées et les ventes directes également possible. Cinq nouveaux formats de vente et de service seront ajoutés tels que des boutiques éphémères type « pop-up » ou des showrooms de centre-villes. Dans le même temps, l'organisation des ventes deviendra plus flexible et plus efficace.

« Cette évolution est indispensable et arrive au bon moment, explique Jürgen Stackmann, membre du Directoire en charge des Ventes de la marque Volkswagen. Nous avons adopté cette approche pour la simple raison que notre environnement commercial change très vite avec l'arrivée de nouvelles



Site Presse France :
media.volkswagen.fr



Volkswagen

technologies, l'évolution des attentes des clients et la présence de nouveaux acteurs sur le marché. »

Selon Jürgen Stackmann, la position de Volkswagen est excellente, avec des Réseaux Vente et Service qualifiés, une organisation logistique bien établie, un portefeuille de produits solide et des clients extrêmement fidèles. Il explique que le nouveau modèle de vente résulte de l'association entre cette infrastructure et les nouveaux éléments qui définiront l'activité de demain, par exemple, les produits et les services numériques ou les nouvelles possibilités de vente de produits et de services en ligne.

Le nouveau modèle de vente est favorisé par la digitalisation et la connectivité croissantes des véhicules Volkswagen, une évolution qui franchira un palier en 2020 avec l'introduction de la nouvelle famille ID. entièrement connectée et électrique. À compter de cette date, les clients de Volkswagen seront équipés d'un identifiant personnel et se retrouveront au cœur d'un monde de mobilité entièrement connecté, avec une assistance individuelle transparente 24/7 qui dépassera largement l'achat du véhicule. « Nous pourrions ainsi en savoir plus sur les besoins des clients et développer des offres personnalisées grâce à une gestion intelligente des données. Cette méthode est déjà utilisée avec succès dans d'autres secteurs », poursuit Jürgen Stackmann.

Dans ce monde de la mobilité, les clients bénéficieront d'une large gamme d'offres personnalisées. Par exemple, les logiciels des véhicules seront actualisés en permanence grâce à des mises à jour sans fil via le réseau des téléphones portables. Les véhicules avertiront le Réparateur Agréé que la date de la prochaine révision approche par le biais d'une application d'entretien préventive. Les clients pourront également accéder à un vaste portefeuille de services de l'écosystème numérique We de Volkswagen : « We Park », « We Deliver », « We Connect ». Certains de ces services dépasseront même le cadre du véhicule client, notamment avec « We Share », la future offre d'auto-partage proposée par Volkswagen.

Le commerce en ligne sera une composante essentielle du nouveau modèle de vente et fait actuellement l'objet d'un développement majeur. Dans le cadre de son nouveau partenariat digital avec son Réseau, Volkswagen va créer une plate-forme Internet conjointe qui gèrera l'intégralité du parcours d'achat jusqu'à la signature du contrat, y compris les étapes de financement, de paiement et même de reprise de l'ancienne voiture. Les clients pourront choisir dans



Volkswagen

l'ensemble de la gamme de modèles de la marque et effectuer leur achat en ligne, auprès du Distributeur sélectionné. La nouvelle plateforme offrira pour la première fois à Volkswagen la possibilité d'effectuer des ventes directes ; la marque a l'intention de l'utiliser principalement pour les logiciels et les services en ligne.

Les personnes qui préfèrent garder un contact personnel avec la marque et avec le Réseau auront, à l'avenir, le choix entre différents points de contact. Cinq nouveaux formats de représentation viendront s'ajouter au format traditionnel qui regroupe Vente et Service au même endroit. À l'avenir, les Distributeurs ne seront tenus d'avoir qu'un seul lieu regroupant toutes leurs activités. Ils pourront optimiser leur représentation, en accord avec la marque, de manière à améliorer leur efficacité et à mettre davantage l'accent sur le Client, en utilisant notamment des show-rooms de centre-ville, des boutiques éphémères – pop up, des ateliers déportés type « usine après ventes », , des centres dédiés aux véhicules d'Occasion ou des concessions au format ajusté. « Nous croyons en ce nouveau modèle commercial qui renforcera la responsabilité entrepreneuriale du Réseau », explique Matti Pörhö, Président du Conseil Européen des Distributeurs, qui représente les intérêts des différents Conseils des Distributeurs Volkswagen en Europe. « Le Réseau jouera un rôle clé dans les secteurs de la digitalisation et de l'e-mobilité, qui s'annoncent comme les grandes évolutions de demain. Pour relever ces challenges, , il doit disposer d'une viabilité financière solide. » M. Pörhö salue également l'esprit de coopération ouvert et équitable qui règne chez Volkswagen : « Nous avons activement participé à l'élaboration du modèle commercial dès le départ ».

Volkswagen et l'EDC ont scellé le nouveau modèle de vente à l'occasion de l'événement organisé à Berlin. Pour cela, Jürgen Stackmann et Matti Pörhö ont signé symboliquement le nouveau contrat qui régira les relations entre le constructeur et son Réseau Européen à compter d'avril 2020. Au début de l'été, le Conseil des Distributeurs Volkswagen en Allemagne avait déjà exprimé son accord sur le contenu du contrat, suivi par les Importateurs Européens quelques semaines plus tard. Tous les Réseaux Européens devront signer le nouveau contrat d'ici à la fin du mois de novembre.



Volkswagen

A propos de la marque Volkswagen: "Demain démarre aujourd'hui"

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 50 usines implantées dans 14 pays. En 2017, Volkswagen a produit plus de 6 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat. Actuellement, 198 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. La marque dispose également d'un réseau de 7 700 distributeurs et 74 000 employés.

Volkswagen prend continuellement de l'avance sur le développement de la production automobile de demain. L'électro-mobilité, la mobilité intelligente et la transformation digitale de la marque sont les sujets stratégiques clés pour l'avenir.

A propos de European Dealer Council (EDC)

Le European Dealer Council est une organisation-cadre des conseils des distributeurs Volkswagen, Audi et Véhicules Utilitaires Volkswagen de 21 pays en Europe. Le EDC sert de plate-forme de dialogue entre les distributeurs, les fabricants et les importateurs concernés. Tous les membres du conseil sont propriétaires de grands groupes de négoce de voitures. Matti Pörhö (Finlande) est président du EDC depuis cinq ans. L'organisation a été créée en 1991 et son siège se trouve à Hanovre, en Allemagne.
