



Nossos Clientes

- > VW realiza 1ª Semana do Cliente e aumenta pontuação no índice de satisfação, com média de 4,78 (em cinco) para vendas e pós-vendas.
- > Abasteça Consciente: empresa lança calculadora digital de combustível e emissão de CO₂ para incentivar uso do etanol com foco na sustentabilidade com a redução de emissões de poluentes.
- > VW Sign&Drive, programa de carros por assinatura, está disponível agora para todo o Brasil e amplia portfólio com o SUVV Taos.
- > PVEX movimentou R\$ 90 milhões em quatro dias de evento on-line reunindo toda Rede de Concessionárias.

Ações centradas na experiência do consumidor

A Volkswagen do Brasil trabalha de forma intensa e constante para elevar a experiência e a satisfação dos clientes com a marca. Para isso, busca posicionar seus produtos de maneira adequada para que seja uma marca desejável e acessível ao consumidor e ao mesmo tempo rentável e sustentável financeiramente. Também procura transmitir, de forma clara e assertiva, as novidades em tecnologia, inovação e serviços para criar uma percepção positiva com os diversos públicos.

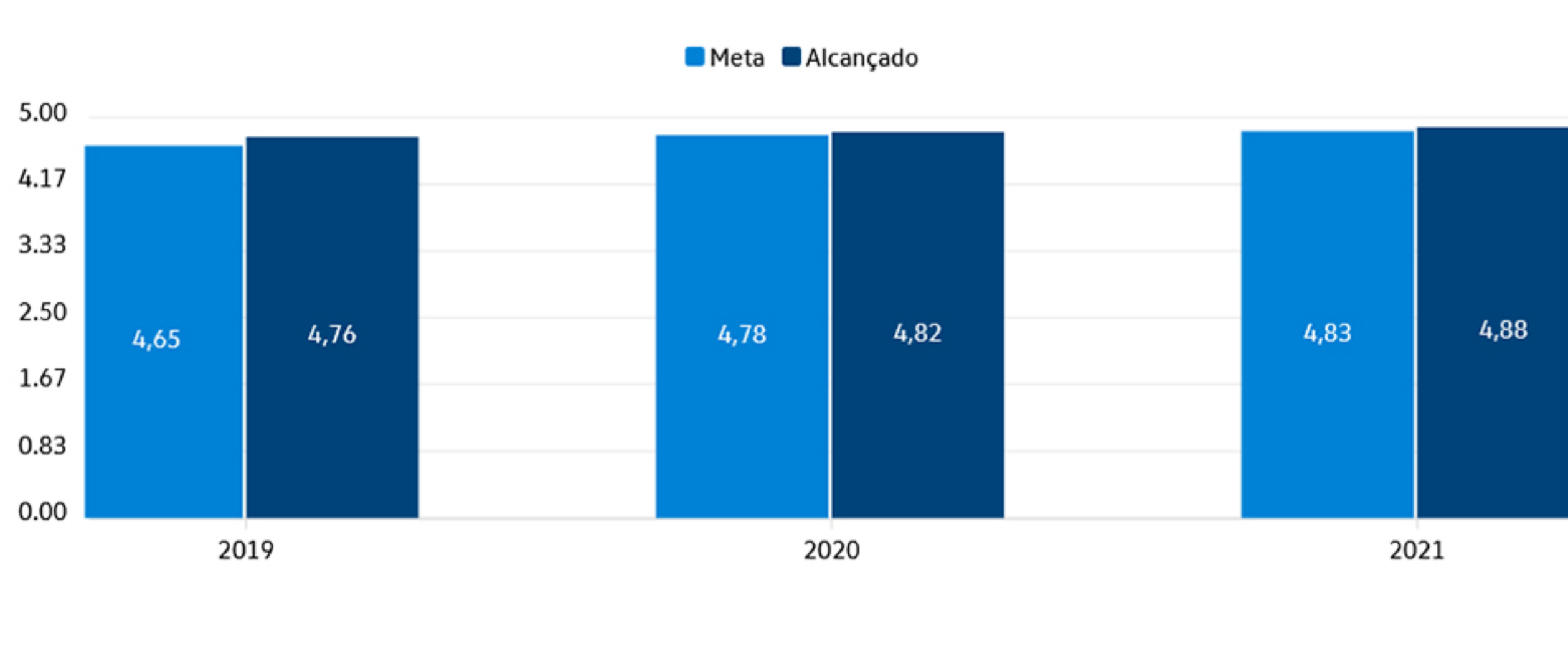
Foi pensando assim que, em 2021, a empresa criou a primeira Semana do Cliente, trazendo para dentro das fábricas as vozes de seus consumidores, a fim de refletir sobre a forma como as atividades e processos da Marca impactam na experiência. Em cinco dias de trocas com parceiros como Google, Disney, Facebook e Verizon, foram colocados em perspectiva temas como a transformação cultural das empresas e a voz do cliente nas mídias sociais, jornada do cliente, engajamento do público, programas de fidelidade, processos de qualidade, pesquisas de satisfação, a revolução no comportamento do cliente e a importância do trabalho centrado no consumidor. Apenas nos webinars internos, 2,3 mil espectadores estiveram conectados às apresentações.

Índice de satisfação dos clientes

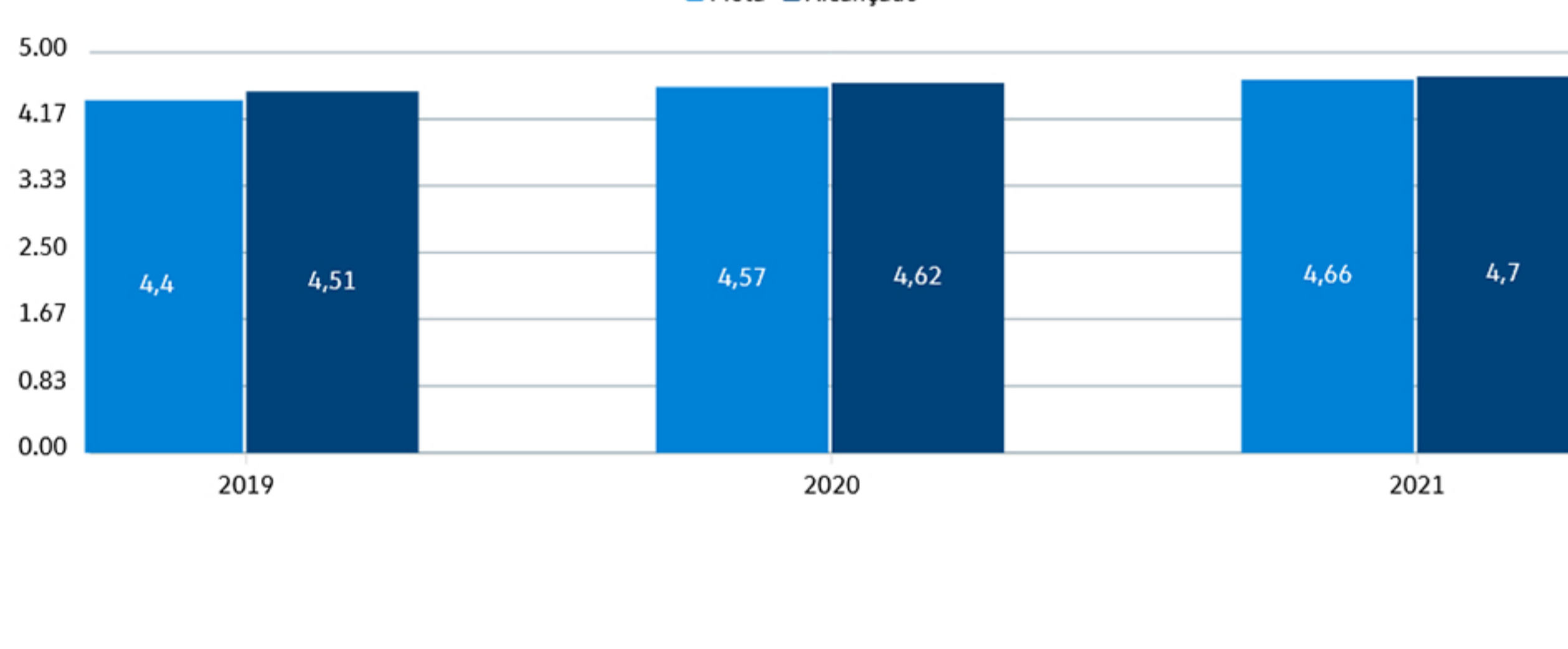
A Volkswagen do Brasil obteve a nota de 4,88 em Vendas e 4,69 em Pós-Vendas na pesquisa CEM (Customer Experience Management), com tendência positiva e ascendente dentro dos objetivos traçados para 2021. A pesquisa utiliza uma pontuação por estrelas, que vai de 1 a 5.

Na metodologia, todos os clientes são contactados em até 48 horas após ter qualquer experiência com uma das concessionárias VW. Dessa forma, o feedback retrata uma vivência ainda recente na memória, possibilitando uma visão transparente da experiência do cliente com a Marca. São 5 perguntas que rapidamente podem ser respondidas, por e-mail ou SMS – e em um futuro breve por meio do WhatsApp e do App Meu VW.

Vendas



Pós-vendas



Calculadora Digital Abasteça Consciente

A Volkswagen segue reforçando a digitalização em prol do cliente e do meio ambiente. Pensando nisso, a empresa lançou a calculadora digital Abasteça Consciente para saber qual combustível é mais vantajoso: etanol ou gasolina. Muito além da questão financeira, a ferramenta mostra qual será a emissão de CO₂ (dióxido de carbono) de acordo com o combustível escolhido, considerando a metodologia "poço-à-roda". Dessa forma, o cliente pode olhar – ao mesmo tempo – para o bolso e para o meio ambiente.

A novidade está integrada ao aplicativo "Meu Volkswagen", que já oferece uma ampla jornada digital para o cliente, que pode consultar informações de seu veículo, agendar serviços e, agora, ver qual combustível é mais vantajoso em poucos cliques. Em seis meses (de julho a dezembro de 2021), o aplicativo recebeu 1,4 milhão de acesso.

VW Sign&Drive é ampliado

Depois do sucesso da fase inicial do VW Sign&Drive, programa de carros por assinatura, o serviço foi ampliado para toda a rede de concessionárias no Brasil e ganhou novos modelos no portfólio. A expansão do VW Sign&Drive foi anunciada em setembro; antes ele estava disponível apenas em São Paulo. Nivus e Taos entraram na plataforma do serviço, ampliando o leque de SUVs, que já conta com T-Cross e Tiguan, além do Jetta e Virtus.

O programa VW Sign&Drive, em parceria com a Assobrav e com a Fleet Solutions Brasil, empresa da Volkswagen Financial Services, permite que o cliente assine de forma digital o serviço por um período de 12, 18 ou 24 meses. A adesão é toda feita pelo website em apenas seis passos. Os planos variam de acordo com o modelo desejado, prazo da assinatura e franquia de quilometragem escolhida. Estão incluídos na assinatura: documentação (IPVA, licenciamento e emplacamento), seguro, manutenção preventiva e franquia de até 2.500 km para rodar por mês.



Taos no VW Experience

Depois do T-Cross e do Nivus, o Taos também se juntou ao universo da realidade aumentada. Pelo aplicativo VW Experience é possível projetar o novo SUV da marca, seja em miniatura ou em tamanho real, permitindo inclusive que o usuário interaja com o veículo, abrindo e fechando as portas e até simular que está dirigindo o modelo.

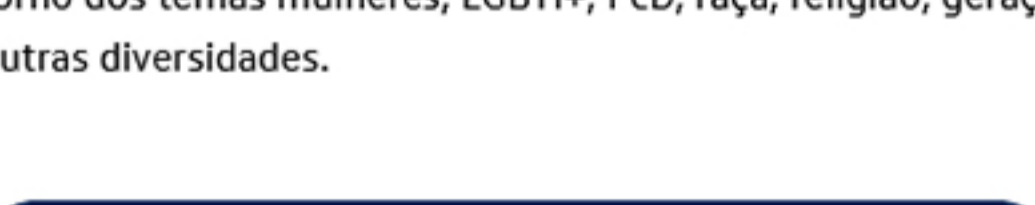
O VW Experience é mais um dispositivo de conveniência para o cliente, que passa a ter uma forma diferenciada de ver um carro. A ferramenta digital veio complementar outras que a Volkswagen oferece, como o DDX e o Meu VW, reforçando a robustez da digitalização na marca. O aplicativo já foi baixado por mais de 800 mil pessoas em 100 países e está disponível gratuitamente para as plataformas iOS e Android.



Diversidade & Inclusão para concessionárias

A Cartilha de Diversidade e Inclusão da Volkswagen ganhou uma versão para a rede de concessionárias em parceria com a Assobrav (Associação Brasileira de Distribuidores Volkswagen). O guia prático, com linguagem simples e orientações claras, tem como objetivo que todas as pessoas que trabalham nas mais de 480 concessionárias da marca no País – cerca de 14 mil no total – tenham acesso ao conteúdo e possam garantir um atendimento respeitoso e inclusivo a todos os clientes da Volkswagen.

A ideia surgiu no Programa Hackaton de 2020 (de aceleração da cultura de inovação) e traz reflexões, orientações e exemplos de comportamentos em torno dos temas mulheres, LGBTI+, PcD, raça, religião, gerações, estética e outras diversidades.



Diversidade Volkswagen

1ª edição virtual do VEX

O Vendas Experience (VEX) ganhou sua versão digital em 2021. Para se adequar ao cenário atual da pandemia, o evento, que reúne a Rede de Concessionárias, migrou para as telas dos computadores e smartphones, mas manteve sua interatividade com cinco workshops, estande de parceiros e a oportunidade de dialogar diretamente com o VP de Vendas & Marketing. A excelência na satisfação do cliente, a digitalização dos processos e as novas estratégias da Volkswagen foram alguns dos temas colocados em debate nessa edição.

3.000

participantes

20

estandes de parceiros da Volkswagen

3 dias

de evento on-line

PVEX fortalece rede nacional

"Encantar Clientes, a essência do nosso negócio" foi o tema escolhido para o Pós-Vendas Experience 2021 (PVEX). O encontro on-line contou com toda a Rede de Concessionárias da marca para debater ideias e ampliar perspectivas. O evento é também uma oportunidade para a Volkswagen apresentar suas estratégias de mercado e lançar programas.

R\$90 mi

em intenções de pedidos na Feira de Negócios

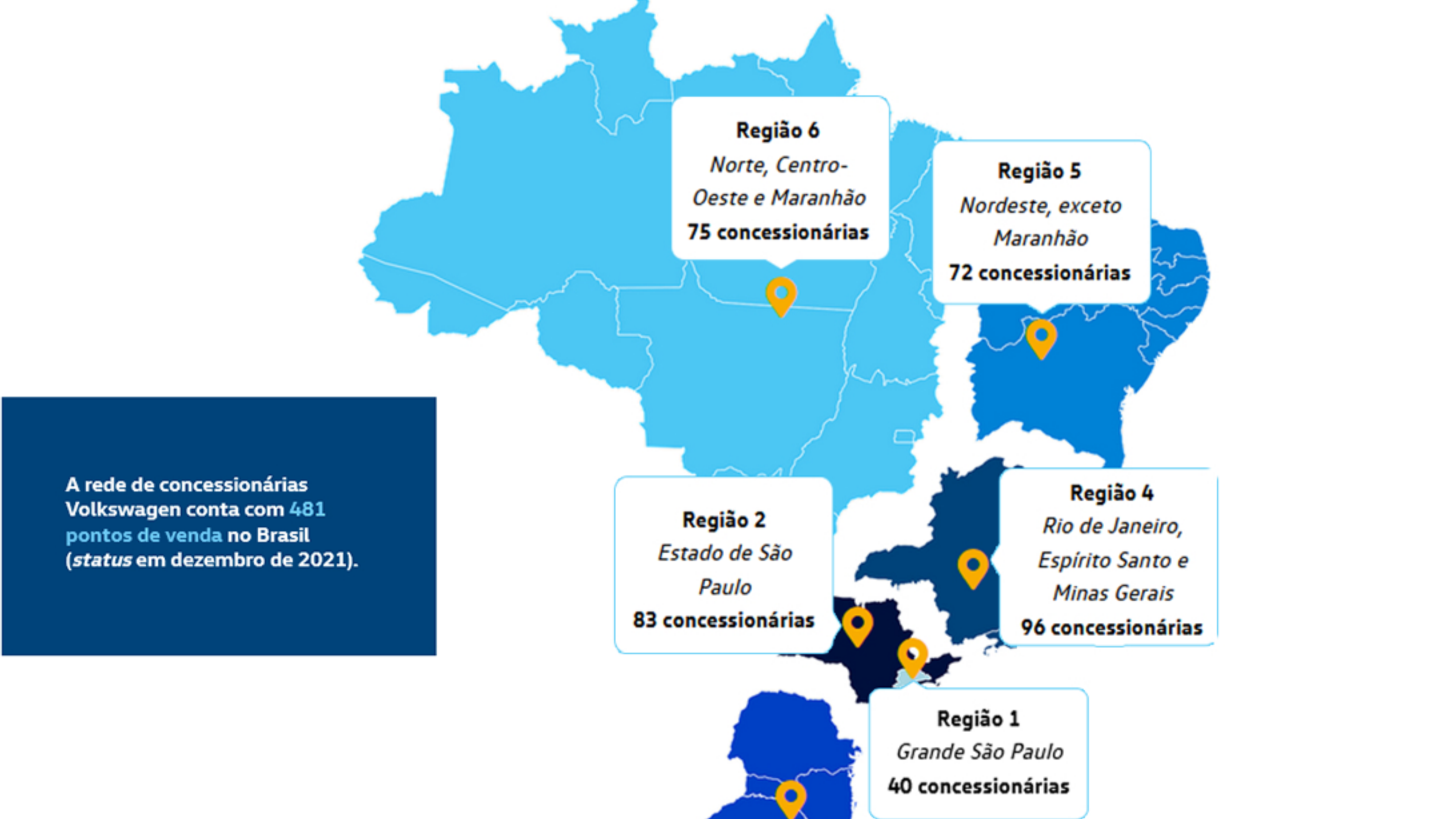
23

estandes de especialistas Volkswagen

1.100

acessos de toda a Rede

Rede de concessionárias



A rede de concessionárias Volkswagen conta com 481 pontos de venda no Brasil (status em dezembro de 2021).



©Volkswagen 2022

Texto legal Volkswagen do Brasil

Especificações técnicas, itens de série, opcionais, acabamento interno, cores e preços estão sujeitos a alterações sem aviso prévio pela Volkswagen do Brasil. Alguns itens podem estar indisponíveis durante esta simulação de configuração ou quando o seu veículo for produzido. Consulte a concessionária sobre a disponibilidade de sua configuração.

Os preços públicos sugeridos estão em reais (R\$). Cada concessionária tem a liberdade de praticar o seu preço específico. Consulte a concessionária de sua preferência para mais informações. Pneus são fornecidos e garantidos pelo fabricante.