



Informacja prasowa

17 sierpnia 2022

Infolinia Elektromobilności: nieszablonowy projekt marki Volkswagen w Polsce

- Volkswagen od ponad roku wspiera swoją sieć dealerską za sprawą specjalnej infolinii, oferującej pomoc przedstawicielom marki w odpowiedzi na zróżnicowane zapytania klientów, a także użytkownikom aut elektrycznych marki Volkswagen
- oprócz standardowej działalności Infolinii Elektromobilności, jakim jest wsparcie telefoniczne i mailowe, eksperci przeprowadzają również streamingi, których program opracowany jest na bazie najczęściej zadawanych pytań
- eksperci infolinii kontaktują się również z klientami, którzy w tym roku odebrali swoje elektryczne samochody marki Volkswagen, aby wesprzeć ich w użytkowaniu wszystkich systemów, w jakie wyposażone są ich auta
- najwięcej pytań, które klienci zadawali zarówno doradcom w salonach, jak i ekspertom Infolinii Elektromobilności dotyczyło systemów zwiększających bezpieczeństwo i planowania długich tras samochodem elektrycznym

Rozwój elektromobilności wiąże się z koniecznością zdobycia wiedzy i umiejętności przez sprzedawców nowych samochodów. Volkswagen rok temu postanowił, że poza szkoleniami (odbywającymi się stacjonarnie, jak i zdalnie) w związku z rosnącym zainteresowaniem samochodami elektrycznymi i hybrydowymi, istnieje potrzeba uruchomienia platformy, która pozwoli doradcom w salonach poszerzyć wiedzę o elektromobilności. Tak powstała „Infolinia Elektromobilności”, która od kilku miesięcy świadczy też usługi skierowane do klientów, którzy nabyli już swojego Volkswagena – elektrycznego lub hybrydowego.



W ramach Infolinii Elektromobilności są przeprowadzane streamingi, których tematyka jest oparta na najczęściej zadawanych pytaniach.

W tym roku infolinia zyskała nową odsłonę – oprócz wsparcia dla doradców w salonach marka Volkswagen udziela go także klientom, którzy jeżdżą autami elektrycznymi lub hybrydowymi. Jak to wygląda w praktyce? Eksperci z infolinii, podczas rozmowy telefonicznej z klientem, upewniają się, że użytkownicy potrafią w pełni wykorzystać możliwości systemów zwiększających bezpieczeństwo oraz możliwości, jakie dają samochody elektryczne i hybrydowe marki Volkswagen. Zdarza się, że eksperci spotykają się z klientami.

„Jak zrodził się pomysł infolinii? Zaobserwowaliśmy, że klienci często zadają bardzo szczegółowe pytania związane nie tylko z naszymi samochodami, ale i ich użytkowaniem. Naszym priorytetem jest zadowolenie klientów, więc przedstawiciele Volkswagena powinni znać odpowiedzi na te pytania. W ramach Infolinii Elektromobilności nie poprzestajemy więc na kontakcie telefonicznym: przeprowadzamy streamingi, których tematyka oparta jest na najczęściej zadawanych pytaniach czy przygotowujemy materiały wideo dla naszych doradców” – mówi Małgorzata Borowiec, kierownik szkoleń i jakości w marce Volkswagen.

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:

www.vw-press.pl



Informacja prasowa

Projekt został uruchomiony we wrześniu 2021 roku – od tego czasu eksperci szkoleniowi obsługujący Infolinię Elektromobilności odbyli dziesiątki rozmów, udzielając wielu informacji czy porad.

Nie brakowało także zapytań trafiających do naszych doradców od klientów, którzy odebrali już swoje samochody i tak zrodził się pomysł poszerzenia zakresu działań infolinii.

„Z biegiem czasu zebraliśmy wiele ciekawych doświadczeń – pomagając doradcom, pracującym w salonach marki w całej Polsce zauważyliśmy, że potrzebują oni wsparcia m.in. w zakresie kwestii formalnych. Wiele szczegółowych zapytań dotyczyło m.in. dofinansowania zakupu samochodu elektrycznego z programu 'Mój Elektryk' czy procesu zakupu wallboxów ID. Charger. – mówi Szymon Łuczak, ID.Ekspert pracujący dla Infolinii Elektromobilności.

Odbiór nowego samochodu to szczególny moment, nie brakuje wówczas emocji. Między innymi dlatego klienci zapominają wówczas o zadaniu nurtujących ich pytań lub o informacjach przekazanych im przez doradcę przed wyjazdem z salonu. Volkswagen postanowił więc indywidualnie kontaktować się z każdym z klientów, którzy w tym roku odebrali samochód elektryczny lub hybrydowy typu plug-in. Kontakt taki następuje po około 4-5 tygodniach od wydania pojazdu.

„W pierwszej kolejności umawiamy się na kontakt telefoniczny. To okazja na udzielenie odpowiedzi na pytania, które pojawiły się u klienta w pierwszych tygodniach użytkowania samochodu” – mówi Szymon Łuczak. Średni czas trwania rozmowy z klientem to 15 minut, a wśród najczęściej poruszanych wątków są m.in. sposób działania rekuperacji w samochodzie, planowanie długich tras, działanie systemów asystujących kierowcy czy aplikacji WeConnect. W indywidualnych przypadkach eksperci marki Volkswagen proponują możliwość odbycia bezpłatnej wizyty u klienta, aby udzielić ewentualnego wsparcia czy przekazać kilka porad bezpośrednio przy samochodzie.

„To innowacyjne rozwiązanie i widzimy, że klienci bardzo doceniają takie indywidualne podejście do ich zapytań. Rozmowy telefoniczne czy kontakt osobisty pozwalają nam na szczegółowy instruktaż oraz nawiązanie dobrych relacji z klientami. Nasi eksperci niejednokrotnie pozostają w kontakcie z klientami na długo po spotkaniach. Zdarza się nawet, że niektórzy z użytkowników modeli ID. wysyłają naszym specjalistom informacje o swoich imponujących wynikach z zakresu ecodrivingu, chwając się niskim zużyciem energii na dłuższych trasach” – mówi Małgorzata Borowiec.

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na przeszło 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach. Volkswagen konsekwentnie napędza zmiany w świecie motoryzacji, stawiając na rozwój gamy aut elektrycznych z rewolucyjnej rodziny ID. W ramach strategii „Way To Zero”, marka zmierza do osiągnięcia pełnej neutralności węglowej w 2050 roku.
