



28 de mayo 2020

Volkswagen impulsa productos financieros más flexibles para apoyar a sus clientes en la crisis del Covid-19

- La marca lanza al mercado diferentes alternativas para adaptarse a la situación particular de cada tipo de cliente
 - Desde fórmulas de renting con cuotas reducidas al 50% durante los 8 primeros meses, a otras en las que la permanencia la fija el cliente
 - Volkswagen ha sido una de las marcas pioneras en las fórmulas de pago por uso para particulares y autónomos
 - Albert García, director de Marketing de Volkswagen: “Debemos de ser muy sensibles con la situación actual. Los consumidores en este momento necesitan más flexibilidad que nunca. Con estas iniciativas queremos facilitar a nuestros clientes el acceso a un vehículo”
-

Madrid – Mayor flexibilidad, simplicidad y accesibilidad. Estas son las premisas en las que ha trabajado Volkswagen a la hora de diseñar una batería de productos financieros con el objetivo de apoyar a sus clientes en la crisis del Covid-19. Son productos a la medida de sus necesidades, que se adaptan al momento actual y que le ofrecen la posibilidad de modificar las condiciones cuando la situación lo requiere.

Volkswagen lanza al mercado nuevos productos a la medida del cliente. De esta forma, la marca suma a su oferta tradicional, una nueva modalidad de renting, que ha denominado *Step Renting*. A través de esta fórmula, el cliente pagará únicamente el 50% de la cuota durante los ocho primeros meses a partir de la primera mensualidad. Esta campaña es válida para los modelos Polo, Golf, Passat, Touran, T-Cross, T-Roc, Tiguan, Tiguan Allspace y los eléctricos e-up! y e-Golf.

Para aquellos clientes que necesitan una mayor flexibilidad y un producto sin ataduras, Volkswagen lanza *Easy Renting*, una nueva fórmula que permite la cancelación del contrato a partir de los 12 meses. Con una entrada inicial mínima, esta modalidad es aplicable para el modelo Golf VII.

Estas nuevas campañas suponen un paso más en la estrategia de Volkswagen, que ha sido una de las marcas pioneras en la adopción de fórmulas de pago por uso para particulares. Fórmulas muy extendidas en otros sectores –como el de la telefonía– y con las que el cliente está muy familiarizado en su día a día. Para Albert García, director de Marketing de Volkswagen en España, “era necesario dar una respuesta a este momento de excepcionalidad. Despejar las dudas del consumidor con nuevos productos que le den confianza. Debemos de ser muy sensibles con la situación actual. Los consumidores en este momento necesitan más flexibilidad que nunca. Con estas iniciativas queremos facilitar a nuestros clientes el acceso a un vehículo”.

Contacto de prensa
Volkswagen Comunicación

Eva Vicente
Directora de Comunicación de Volkswagen
Tel. 91.248.86.00
eva.vicente@volkswagengroup.es

Ana Rivas
Jefe de prensa de Comunicación Corporativa
ana.rivas@volkswagen.es



More at
volkswagen-newsroom.com



El renting permite al usuario olvidarse de los imprevistos y pagar una cuota, que incluye un amplio abanico de servicios, como el seguro y el mantenimiento. "En un momento como el actual el renting se postula como una fórmula muy atractiva, porque aporta certidumbre y tranquilidad al cliente, al tener todos los gastos en una única cuota", asegura el directivo.

El renting a particulares se ha impuesto como una de las grandes tendencias que han marcado al sector del automóvil durante los últimos años. Una tendencia que muchos expertos coinciden al señalar que se acelerará con la crisis del Covid-19. Este producto llegó a España a finales de los años 90, pero no terminó de despegar. El concepto de la propiedad todavía contaba con muchísimo arraigo entre los consumidores españoles y los clientes consideraban que era un producto caro y complejo, muy asociado además a las grandes empresas. Fue en el año 2015 pero, sobre todo desde finales de 2017, cuando ha tenido un crecimiento exponencial.

En el caso de Volkswagen las operaciones de renting a particulares, con la financiera de la marca, crecieron más de un 300% entre 2017 y 2019. Y es que el pago por uso con todos los servicios incluidos es una compra inteligente que cada día atrae a más clientes. "Desde Volkswagen, hemos apostado además por una comunicación muy innovadora para atraer al cliente hacia este tipo de productos que, sin duda, tienen muchas ventajas. Como la campaña del Polo y el Golf, en las que comunicábamos el coste por día, o la campaña de renting compartido, que lanzamos el pasado año", concluye Albert García.