



20 de septiembre 2019

La nueva imagen de marca llega a las webs de Volkswagen en España

- Volkswagen y Volkswagen Vehículos Comerciales adaptan la imagen de la Nueva Volkswagen presentada en el pasado Salón del Automóvil de Frankfurt
- volkswagen.es y volkswagen-comerciales.es se renuevan y ofrecerán una experiencia de usuario más sencilla y cercana
- La nueva familia ID. ocupa un espacio destacado en las webs de Volkswagen con contenidos específicos de producto y electromovilidad

Contactos de medios
Volkswagen Comunicación

Departamento de prensa
Eva Vicente
Directora de Comunicación de Volkswagen
Tel.: 91 348 86 00
eva.vicente@volkswagengroup.es

Departamento de prensa
Gustavo Higes
Responsable Consumer Media
gustavo.higes@volkswagengroup.es



More at
volkswagen-newsroom.com

Volkswagen y Volkswagen Vehículos Comerciales adaptan la imagen de la Nueva Volkswagen presentada hace tan solo unos días en el Salón del Automóvil de Frankfurt. Uno de los primeros activos en este cambio de imagen son las páginas web de ambas marcas que ya reflejan el futuro de Volkswagen que será eléctrico, totalmente conectado y con un balance de carbono neutral.



Nuevo espacio de electromovilidad

información que necesitan de una manera más rápida e intuitiva.

Las páginas volkswagen.es y volkswagen-comerciales.es se han renovado para crear una experiencia más cercana del usuario en su relación con las marcas. Gracias a su nuevo diseño y a la interconexión entre los diferentes contenidos, los usuarios que navegan en ella podrán acceder a la

Mayor cercanía y emocionalidad

Las imágenes en esta nueva etapa de Volkswagen también cambiarán, como ya muestran ambas páginas web, para centrarse en las emociones y sentimientos provocadas por su experiencia vital con los vehículos. La atención se centrará en situaciones realistas y auténticas con las que los clientes puedan identificarse de manera natural.

Uno de los protagonistas será además el **nuevo logo**, perfecto para el entorno digital. Mucho más moderno, claro y sencillo, el logo tiene ahora un diseño liso y bidimensional, permitiendo un uso más flexible y siendo fácilmente reconocible en medios digitales.



Nuevas funcionalidades y contenidos

En ambas páginas web, la **electromovilidad** ocupa un lugar muy importante, con un apartado especialmente dedicado a los vehículos electrificados de cada marca y a la llegada de la familia ID. de coches eléctricos, conectados y sostenibles. Será posible acceder también a la Revista ID. que recopila una selección de artículos sobre movilidad eléctrica. En este mismo sentido, también aumentan los contenidos lifestyle que ponen en valor los beneficios que tiene formar parte de la familia Volkswagen.

Las nuevas páginas web incorporan nuevas funcionalidades para facilitarle la vida al cliente. Por ejemplo, el nuevo configurador, ahora es más intuitivo para el usuario. Se ha simplificado de manera que la configuración se pueda realizar según los intereses de cada usuario, y no necesariamente de manera lineal como venía siendo hasta ahora.

La configuración será, por tanto, más sencilla, y sobre la imagen de un vehículo el usuario podrá ir eligiendo qué es lo que quiere configurar en cada momento (las llantas, colores, equipamiento opcional, motorización...) y también concertar una cita con un asesor o cerrar una prueba del vehículo.

Un cambio de dimensión mundial

La nueva imagen de marca es el cambio de marca más completo realizado por una empresa en todo el mundo en los últimos años. En total, 171 mercados estarán involucrados. Se reemplazarán alrededor de 70.000 logotipos en las 10.000 instalaciones en todo el mundo.

El cambio se implementará en varias fases utilizando un enfoque de ahorro de recursos y optimización de costes. En una primera fase, el cambio se realizará en las ubicaciones y los distribuidores en Europa, para en octubre hacerlo en China. El lanzamiento se implementará paso a paso en América del Norte y del Sur, así como en el resto del mundo a partir de principios de 2020. El cambio se completará a mediados del año que viene.

Sobre la marca Volkswagen Turismos:

La marca Volkswagen Turismos está presente en más de 150 mercados alrededor del mundo y produce vehículos en más de 50 plantas de 14 países. En 2018, Volkswagen entregó 6,2 millones de vehículos incluyendo modelos superventas como el Golf, Tiguan, Jetta o Passat. Actualmente, 195.878 personas trabajan para Volkswagen en todo el mundo. La marca también tiene más de 10.000 concesionarios con 86.000 empleados. Volkswagen sigue adelante de forma consistente con el desarrollo de la producción automovil. La movilidad eléctrica, la movilidad inteligente y la transformación digital de la marca son ejes estratégicos clave para el futuro.
