

VOLKSWAGEN CELEBRA CON ÉXITO LA “PRODUCT EXPERIENCE 2011”

- **Un total de 7.500 invitados de 20 países han pasado por Alicante para asistir a unas innovadoras jornadas de formación que la marca ha organizado para toda la red de Europa.**
- **Para este encuentro se han reunido 182 vehículos, con el nuevo urbano up! como principal protagonista.**

Directores de ventas y asesores comerciales de toda Europa han acudido a Alicante desde el 6 de octubre hasta el 10 de diciembre para asistir a la primera “Product Experience” de Volkswagen, unas jornadas de formación con las que la marca ha querido acercar sus dos nuevos modelos a los máximos responsables de sus entregas. Con un pionero concepto de formación, con contenidos unificados y centralizados, en este encuentro de trabajo se ha desarrollado un programa que complementaba la formación teórica de producto con pruebas dinámicas del Beetle y del up! para que los asistentes pudieran comprobar de primera mano las propiedades de los dos nuevos modelos de Volkswagen. Reforzar la especialización en producto y mejorar las cualidades y técnicas del proceso de ventas con una clara orientación hacia al cliente para buscar su máxima satisfacción, han sido los objetivos de esta Product Experience de Volkswagen.

Los asistentes han podido trabajar en diferentes Workshops centrados cada uno de ellos en diferentes momentos del proceso de venta, desde el primer contacto con el cliente y los conocimientos de producto, hasta la entrega y atención posterior. Todos los Workshops se han impartido con diferentes metodologías centradas en actividades prácticas. Para poderlo llevar a cabo de esta forma, el proceso de formación comienza semanas antes con un *training online* que hay que realizar y superar con éxito antes de asistir a esta formación presencial, de manera que la parte teórica se trabaja con anterioridad.

Estas sesiones de trabajo se han alternado durante cada jornada con las pruebas dinámicas de los vehículos y la comparativa con algunos modelos de la competencia. Para ello se han destinado al evento un total de 182 vehículos (84 up!, 23 Beetle y 5 Escarabajo de Volkswagen, y 70 de otras marcas). De esta forma los asistentes han tenido la oportunidad de experimentar sobre el asfalto las principales novedades tecnológicas de Volkswagen, como el sistema de Freno de Emergencia en ciudad con el ESP del up!. Comprender mejor el funcionamiento de estas prestaciones y las ventajas que aportan a la conducción es clave para garantizar que luego lo transmitan al cliente con el mayor rigor y precisión.

La Product Experience 2011 es una muestra más de la voluntad innovadora de Volkswagen, esta vez aplicada a aspectos de formación, y cobra especial importancia con el lanzamiento de su nuevo modelo ultracompacto up!, con el que la marca entra en el segmento de los vehículos pequeños diseñados para el entorno urbano.