



Volkswagen reedita su campaña de más éxito: los clientes pagarán la mitad de su cuota de renting durante seis meses

- La marca lanzó una fórmula similar tras la pandemia con el objetivo de facilitar a sus clientes el acceso a un vehículo de su gama
- Volkswagen ha sido una marca pionera en la adopción de fórmulas de pago por uso para particulares.
- Albert García, director de Marketing de Volkswagen: “En el contexto actual de inflación debemos de ofrecer más flexibilidad que nunca para facilitar a nuestros clientes el acceso a un vehículo”

Contacto con medios

Eva Vicente
Directora de Comunicación
eva.vicente@volkswagengroup.es

Ana Rivas
Jefa de Prensa de Comunicación Corporativa
ana.rivas@volkswagen.es

Más información
www.comunicacion.volkswagen.es

Madrid, 19 de septiembre –El renting a particulares se ha impuesto como una de las grandes tendencias que han marcado al sector del automóvil durante los últimos años. Este producto llegó a España a finales de los años 90, pero entonces el concepto de la propiedad todavía contaba con muchísimo arraigo entre los consumidores españoles y los clientes consideraban que el renting era un producto caro y complejo. Fue en el año 2015 cuando comenzó a despegar. Desde entonces, ha tenido un crecimiento exponencial.



Volkswagen ha lanzado al mercado un producto a la medida del cliente. De esta forma, la marca suma a su oferta tradicional, una modalidad de renting que tuvo una enorme aceptación entre sus clientes en el pasado. A través de esta fórmula, el cliente pagará únicamente el 50% de la cuota durante los seis primeros meses a partir de la primera mensualidad. Esta campaña es válida para todos los modelos de la gama (48 meses, 10.000 kilómetros al año, sin opcionales).

Volkswagen ha sido una marca pionera en España en la adopción de nuevas fórmulas de pago por uso. Y ha destacado, sobre todo, por su comunicación. “Hemos apostado por campañas muy innovadoras para llamar la atención del cliente y que éste comenzase a ver el renting como una opción de compra inteligente, que aporta certidumbre y tranquilidad al tener todos los gastos



Nota de prensa

-seguro, mantenimiento, etc.- en una única cuota", explica Albert García, director de Marketing de Volkswagen en España.

Tras la pandemia, Volkswagen lanzó una batería de productos financieros con el objetivo de acercarse a sus clientes en ese momento complicado. "Entre las campañas que desarrollamos, lanzamos una muy similar a la que presentamos ahora que tuvo muy buena acogida entre nuestros clientes. De hecho, ha sido la fórmula de renting mejor valorada si atendemos al volumen de contratos que generamos con particulares", explica el directivo.

"Al igual que ocurrió entonces, en el contexto actual de inflación, debemos de ser muy sensibles con la situación del mercado y ofrecer más flexibilidad que nunca para facilitar a nuestros clientes el acceso a un vehículo", concluye.