



6 Juillet 2021

Focus sur les clients : Volkswagen nomme un Responsable Expérience Client

- Dr Markus Kleimann aura la responsabilité de renforcer l'expérience client intégrée
- Nouvelle unité interdisciplinaire destinée à renforcer l'orientation client à l'ère de la mobilité numérique grâce à une gestion holistique de l'expérience utilisateur
- Les exigences et les attentes des clients seront au centre du développement des produits et services tout au long du cycle de vie
- Ralf Brandstätter, Président du Directoire : « Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen évolue vers une entreprise technologique axée sur le client. »

Volkswagen poursuit la mise en œuvre cohérente de sa stratégie de marque ACCELERATE et crée le cadre pour renforcer l'expérience client intégrée à l'ère de la mobilité numérique. Une unité de projet nouvellement créée servira d'interface avec toutes les divisions et régions concernées et établira un système global de gestion de l'expérience utilisateur. Les exigences et les commentaires des clients deviendront l'axe central du développement des véhicules et des services tout au long de leur cycle de vie. L'objectif est de créer une expérience client de premier ordre à chaque point de contact avec la marque Volkswagen. Dr Markus Kleimann, ancien Responsable de la Série G3 (mid- and full-size), dirigera la nouvelle unité.

« En raison de la numérisation croissante des véhicules, de nouvelles interfaces avec nos clients sont créées à l'intérieur comme à l'extérieur de leurs véhicules. Aujourd'hui plus que jamais, une expérience client intégrée et la mise en œuvre rapide des exigences des clients sont devenues un facteur de différenciation clé », a déclaré Ralf Brandstätter, Président du Directoire de la marque Volkswagen. « Volkswagen est en passe de devenir une entreprise technologique axée sur le client. Avec notre stratégie ACCELERATE, nous avons fortement aligné nos process sur les besoins de nos clients – du développement de nos véhicules, en passant par la configuration, l'achat d'un véhicule, notre offre de services numériques et jusqu'aux rendez-vous à l'atelier.

Volkswagen a nommé Dr. Markus Kleimann en tant que Responsable Expérience Client (Customer Experience Officer (CXO)) avec la responsabilité de la gestion globale et du développement systématique des interfaces clients. Avant de diriger la Série G3, Markus Kleimann a occupé des fonctions telles que Directeur du Développement et Directeur de la Stratégie en Amérique du Sud et dans des pays tels que la Chine, où il était chargé de définir et développer des produits spécifiques au marché et adaptés aux besoins des clients régionaux, par exemple, la Virtus et le Taigo au Brésil. En tant que Responsable Expérience Client, il veillera à ce que les attentes et les exigences des clients soient intégrées à toutes les étapes du développement des produits et services.

« Pour nous, une expérience client intégrée signifie utiliser les remarques des clients dans le développement ultérieur de nos produits et services. Ceci est primordial dans le cadre de la compétitivité qui se joue au niveau de la satisfaction client. Avec notre nouvelle unité, nous créons le cadre qui nous permettra d'intégrer les exigences des

Contact presse

Communication Volkswagen Group /
Volkswagen
Leslie Peltier
Responsable Relations Presse
Tel: 01 49 38 88 80
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Audrey Vasseaux
Attachée de presse
Tel: 01 49 38 88 02
audrey.vasseaux@volkswagen.fr

Communication Volkswagen
Adrien Boutroue
Attaché de presse
Tel: 01 49 38 88 40
adrien.boutroue@volkswagen.fr



<https://media.volkswagen.fr/>



clients dans notre offre plus rapidement et de manière plus cohérente à l'avenir. Il est particulièrement important de rendre nos services intuitifs à l'utilisation, de les intégrer dans la vie et l'expérience de nos clients et de prévoir les nouvelles évolutions », déclare Markus Kleimann.

Avec notre stratégie de marque ACCELERATE, nous voulons faire de Volkswagen la marque de mobilité durable la plus attractive. À cette fin, l'entreprise poursuit sa transformation numérique, accélérant ainsi son cheminement pour devenir un fournisseur de mobilité basée sur les logiciels. De nouveaux business modèles basés sur les données, l'intégration de logiciels dans les véhicules et un écosystème numérique nouvellement créé deviendront les compétences clés de l'entreprise. Parallèlement, Volkswagen poursuit l'électrification systématique de son parc de véhicules.

La marque Volkswagen est présente dans plus de 150 pays dans le monde et produit des véhicules dans plus de 30 sites répartis dans 13 pays. En 2020, Volkswagen a livré environ 5,3 millions de véhicules dont les best-sellers Golf, Tiguan, Jetta ou Passat ainsi que les modèles à succès 100% électriques ID.3 et ID.4. Actuellement, environ 184 000 personnes travaillent pour la marque Volkswagen dans le monde. Plus de 10 000 sociétés commerciales et partenaires de services employant 86 000 collaborateurs travaillent également pour la marque Volkswagen. Avec sa stratégie ACCELERATE, Volkswagen avance continuellement sur son développement en tant que fournisseur de mobilité orienté vers le logiciel.
