



03 février 2023

Volkswagen lance l'ID. Club, un programme d'essais entre particuliers

- Un programme unique qui met en relation des propriétaires de véhicules Volkswagen ID. et des prospects souhaitant découvrir l'électrique
- Une initiative basée sur l'échange et le partage d'expérience qui fait des clients les ambassadeurs de la gamme Volkswagen ID.
- Des essais organisés entre particuliers pour découvrir les modèles Volkswagen ID.

En ce début d'année 2023, Volkswagen a officiellement lancé son « ID. Club ». Ce club d'ambassadeurs met en relation des propriétaires de modèles ID., la gamme 100% électrique de Volkswagen, avec des prospects en quête d'informations et désireux d'effectuer un essai. L'objectif de l'« ID. Club » est d'initier le plus grand nombre de personnes à la conduite électrique et de dissiper les a priori sur ce type de motorisation. Par le biais des propriétaires de la gamme ID., les personnes potentiellement intéressées pourront obtenir des réponses à toutes leurs questions et découvrir l'usage des modèles électriques au quotidien.

Pour certains clients, le passage à l'électrique reste une source d'interrogations et d'idées reçues auxquelles Volkswagen tente de remédier par le biais de divers outils pédagogiques. Mais il est un constat simple : les clients sont parmi les mieux placés pour dissiper ces doutes en partageant leurs expériences et en renseignant les prospects souhaitant franchir le cap de l'électrique.

« Depuis le lancement de l'ID.3 en 2020, 1^{er} modèle de notre gamme ID., nous avons livré plus de 21 000 modèles ID. à travers la France. Nombre de ces clients sont particulièrement fiers de leur modèle électrique et ont à cœur de partager leur expérience et de renseigner : c'est une force pour notre marque et autant d'ambassadeurs potentiels », précise Gerrit Heimberg, Directeur de Volkswagen France. « Notre souhait était de rassembler ces propriétaires pour qu'ils apportent leur vision et conseils au plus grand nombre. Nous pensons que cette communauté deviendra une source d'informations complémentaire pour nos prospects à un moment crucial de leur parcours d'achat. »

Ainsi, Volkswagen a invité certains de ses clients des gammes ID. depuis plus de 3 mois à candidater à ce programme exclusif. Afin de prendre part à l'expérience, il leur suffit de créer un espace membre sur le site de la marque. Après une session d'intégration rappelant les règles de convivialité et de sérieux essentielles, les membres peuvent y organiser leurs rendez-vous pour être mis en relation, à distance, avec des prospects, répondre à leurs questions, échanger, puis organiser, cette fois-ci en physique, des essais en fonction de leur zone géographique. Pour faciliter les échanges entre ambassadeurs et prospects, différentes plateformes sont prévues : des webinaires sont organisés et des groupes officiels WhatsApp et Facebook sont déjà bien actifs.

Pour les prospects en quête d'informations, le parcours est tout aussi simple : depuis les pages des véhicules en question ([ID.3](#) ou [ID.4](#)) est proposé un accès direct à la plateforme de prise de rendez-vous avec les ambassadeurs ID. proches de leur domicile afin de consulter leurs disponibilités. Une fois la demande de prise de rendez-vous

Contact presse

Communication Groupe
Volkswagen VP et VU
Leslie Peltier
Responsable Communication
Groupe
Tel: 06 60 32 49 20
leslie.peltier@volkswagen.fr

Communication Volkswagen VP
et VU
Michael Martinez
Responsable Presse Produit
Tel: 06 77 65 85 31
michael.martinez@volkswagen.fr

Communication Volkswagen VP
et VU
Audrey Vasseaux
Attachée de presse
Tel: 06 63 76 34 01
audrey.vasseaux@volkswagen.fr



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





Media information

effectuée, les deux parties sont mis en contact afin de s'accorder sur les modalités pratiques du partage d'expérience, à distance ou en physique pour un essai.

Après chaque rencontre, virtuelle ou physique, prospect et ambassadeur sont recontactés individuellement afin d'obtenir un retour d'expérience sur la qualité de leurs échanges et de s'assurer du bon déroulé ainsi que du sérieux de l'ambassadeur lors de l'essai.

En quelques semaines de lancement, ce sont plus de 150 membres qui ont fait part de leur souhait de rejoindre ce programme d'accompagnement dont 120 ont déjà créé leur espace en ligne. « Nous sommes très contents de l'accueil de ce projet par nos clients ID. et poursuivrons son développement tout au long de l'année. Les premiers essais entre particuliers ont déjà eu lieu fin janvier et les retours sont très positifs », conclut Gerrit Heimberg.