

## **RENAULT E LA SUA RETE S'IMPEGNANO PER LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI NEL MONDO**

- Renault inizia lo sviluppo mondiale della sua Promessa Cliente e s'impegna a offrire, mediante la propria Rete, una qualità di servizio impeccabile.
- L'eccellenza della relazione con i clienti è il quarto pilastro del piano strategico "Renault 2016 – Drive The Change".
- La Promessa si articola in una lista di impegni, che costituiscono il DNA della qualità del servizio Renault in tutto il mondo, pur tenendo conto delle specificità locali.
- Per consolidare il rapporto di fiducia con i suoi clienti, Renault espone pubblicamente i punti in cui s'impegna in tutta la sua rete (13.000 concessionarie + i siti web di ciascun Paese) e lancia una campagna internazionale per comunicare questa Promessa.
- Secondo un'indagine annuale condotta da Renault su 300.000 clienti nella vendita e 900.000 nel post-vendita, oltre 8 clienti su 10 raccomandano Renault per la qualità del servizio.

**François Ruppli, Direttore Sviluppo Reti:** *"La qualità del servizio è fondamentale: per tessere e rafforzare i legami di fiducia con i nostri clienti, per fidelizzarli, per determinare una preferenza nei confronti della nostra marca. La promessa è la formalizzazione della nostra capacità di offrire un servizio di qualità. I clienti hanno bisogno di essere rassicurati, si aspettano che Renault dia loro dei punti di riferimento e dei motivi di fiducia. Dichiarando apertamente il nostro impegno, desideriamo trasformare la relazione con il cliente. Vogliamo che il messaggio sia espresso chiaramente e che sia riconosciuto".*

### **L'eccellenza della rete nella relazione con il cliente, una leva strategica**

L'eccellenza della rete nella relazione con i clienti è uno dei pilastri del piano strategico "Renault 2016 – Drive The Change". Il 10 febbraio 2011, Carlos Ghosn dichiarava: *"La rete di distribuzione è il principale punto di contatto tra la marca e il cliente. Il rafforzamento della marca Renault dovrà quindi necessariamente passare attraverso l'eccellenza della relazione con il cliente. A partire dal 2011, Renault svilupperà in tutta la sua rete gli impegni che mirano a creare una relazione di fiducia duratura e serena con il cliente: che si tratti di riconsegnare l'auto all'orario e al prezzo stabiliti in officina, senza sorprese, o di informare il cliente sullo stato di avanzamento del suo ordine fino alla consegna".*

### **Una promessa sviluppata su scala mondiale**

I punti comuni della Promessa vertono su tre capisaldi:

- *Informare regolarmente il cliente sull'avanzamento dell'ordine della vettura fino alla consegna.*
- *Restituire il veicolo, dopo ogni intervento in officina, rispettando l'ora e il prezzo convenuti.*
- *Offrire gratuitamente tutti gli interventi d'officina eseguiti senza accordo preventivo con il cliente.*

Questi sono i principi base dell'Assistenza Renault in tutto il mondo e le linee guida contenute nel Piano d'Eccellenza Renault "PER 4". Sviluppato nel 2006, "PER 4" struttura l'approccio di Renault alla gestione della qualità per garantire un'uniformità di servizio nel mondo. In 5 anni, ha permesso di migliorare di oltre il 10% i livelli di soddisfazione dei clienti.

Oltre a questi contenuti, vi sono altri impegni che vengono adattati localmente in funzione della maturità del mercato e dell'analisi delle principali ragioni di insoddisfazione dei clienti, nell'intento di avvicinarsi il più possibile alle aspettative. È evidente che un cliente in Argentina, Paese dove la marca Renault è ormai una presenza storica, abbia esigenze diverse da un cliente in Russia, un mercato in rapida espansione.

### **In Italia, gli impegni scelti da Renault sono :**

- *Rispondere alle richieste del Cliente su Internet entro il giorno lavorativo successivo.*
- *Consentire la prova del modello, scelto fra quelli disponibili, entro 2 giorni lavorativi.*
- *Premiare la fedeltà del Cliente, riservandogli iniziative esclusive sul sito "My Renault".*
- *Garantire la qualità dell'assistenza alle Renault a benzina, gasolio, GPL e con Motore Elettrico, mantenendo costantemente elevato il livello tecnico del Personale e delle dotazioni di officina.*

### **Un manifesto di impegni esposto pubblicamente ai clienti**

L'esposizione dei contenuti della Promessa, iniziata a metà ottobre 2011, proseguirà per tutto il 2012 nelle concessionarie della rete Renault per raggiungere i clienti in ogni parte del mondo. In fondo ai manifesti sono indicati chiaramente i recapiti per contattare il Customer Care, nel caso in cui venissero disattesi i livelli di servizio previsti da Renault. Gli impegni sono formulati senza ambiguità e direttamente verificabili.

### **8 clienti su 10 raccomandano Renault per la qualità del servizio**

A fine agosto 2011, un'inchiesta annuale condotta da Renault su 300.000 clienti nella vendita e 900.000 nel post-vendita ha rivelato che l'81,2% dei clienti raccomanderebbe Renault per la qualità dell'assistenza post-vendita e l'89,2% per la qualità del servizio di vendita.

Renault mette in atto rigorosi processi e articolati sistemi di formazione del personale nella sua rete commerciale. Entro fine 2013, oltre 27.000 collaboratori a contatto con la clientela avranno seguito iniziative di training ad hoc.

#### **Per Maggiori Informazioni:**

**Gabriella Favuzza**  
Corporate Communication Manager  
+39 06 4156486  
[gabriella.favuzza@renault.it](mailto:gabriella.favuzza@renault.it)

Siti web: [www.media.renault.com](http://www.media.renault.com) - [www.group.renault.com](http://www.group.renault.com)