

Volvo propõe despertar os sentidos

A Volvo Cars avança com uma nova estratégia de marketing global que lhe permitirá comercializar e vender automóveis de forma nunca antes vista na indústria automóvel. De acordo com as palavras do vice-presidente sénior de marketing, vendas e serviço ao cliente na Volvo Cars: ao longo de décadas, o marketing automóvel tem seguido um determinado padrão que é reproduzido por toda a indústria automóvel. Agora, a Volvo Cars opta por desafiar essa lógica e implementar uma estratégia orientada para as suas próprias necessidades, sublinhou Alain Visser.

Um dos principais desenvolvimentos da nova estratégia, passa pela presença em apenas três salões automóveis internacionais de referência. Um europeu, um americano e um terceiro asiático. Para além disso, realizará anualmente um evento Volvo, para divulgar os seus produtos e a marca. Optará ainda por colocar as vendas e o marketing online no centro da estratégia, ao mesmo tempo que reforçará drasticamente a oferta em termos dos concessionários e serviços, que passarão a despertar alguns dos 5 sentidos, com produtos suecos.