

Communiqués de presse

Mar 02, 2021 | ID: 277408

Tous les modèles Volvo 100 % électriques bientôt disponibles en ligne uniquement

Volvo Cars réorganise en profondeur sa manière de rencontrer le consommateur et transformera son modèle commercial traditionnel en passant en ligne et en consolidant sa relation client.

L'entreprise aspire également à devenir un constructeur tout électrique d'ici 2030. Elle lancera donc dans les prochaines années une nouvelle gamme de véhicules électriques disponibles en ligne uniquement.

Dans le cadre de sa nouvelle stratégie commerciale, Volvo Cars investira massivement dans ses canaux de vente en ligne et améliorera la lisibilité de son offre de produits grâce à des barèmes de prix fixes et transparents.

Outre la vente en ligne, Volvo Cars se concentrera sur une offre client à la fois pratique et complète, entièrement placée sous l'égide de l'enseigne Care by Volvo.

« L'avenir de Volvo Cars repose sur trois piliers : l'électrique, l'activité en ligne et la croissance », explique Lex Kerssemakers, responsable des opérations commerciales mondiales. « Nous voulons offrir à nos clients la tranquillité d'esprit et l'insouciance de posséder une Volvo en ôtant la complexité inhérente à l'achat et à la conduite d'une voiture. Simplification et praticité constituent la pierre angulaire de tout ce que nous entreprenons. »

La stratégie de Volvo Cars est axée sur un segment en très forte croissance dans l'industrie automobile mondiale, à savoir le marché de l'électrique haut de gamme. La marque entend s'imposer en tant que leader sur ce segment et se focalisera dorénavant uniquement sur le développement de voitures électriques.

Parallèlement à son investissement massif dans les plates-formes de vente en ligne, Volvo Cars consolidera sa relation client ainsi que le lien avec ses partenaires distributeurs. Ces derniers restent en effet des acteurs essentiels à l'expérience client et continueront à gérer toute une variété de services incontournables tels que la préparation, la livraison et l'entretien des véhicules.

« L'intégration du en ligne et du hors-ligne doit être exhaustive et harmonieuse, souligne Lex Kerssemakers. Quelle que soit l'évolution du client dans son parcours (en ligne, chez le concessionnaire, dans un Studio Volvo ou au volant), son expérience doit être optimale. »

Connue jusqu'ici en tant que service d'abonnement de Volvo Cars, l'enseigne Care by Volvo étendra son champ de compétences pour proposer une offre client plus vaste destinée à accroître la praticité au sens large.

L'achat en ligne d'une Volvo électrique s'accompagnera d'un forfait confort incluant des éléments comme l'entretien, la garantie, l'assistance routière, mais aussi l'assurance chaque fois que possible ainsi que des options de recharge à domicile.

Sur sa boutique en ligne phare (volvocars.com), l'entreprise simplifiera radicalement le processus d'acquisition d'une Volvo électrique et en réduira le nombre d'étapes.

Les clients pourront ainsi choisir parmi plusieurs modèles électriques préconfigurés et attractifs,

qui seront faciles à commander et rapidement livrés.

La mise en place de modèles tarifaires fixes et transparents illustrera la praticité et la simplification de l'offre. Ce système permettra d'éliminer le recours à la négociation, d'accroître la transparence et de renforcer la confiance.

Volvo Car Group en 2020

Au cours de l'exercice fiscal 2020, le résultat d'exploitation de Volvo Car Group a atteint 8,5 milliards de SEK (839 millions d'euros), contre 14,3 milliards de SEK (1,4 milliard d'euros) en 2019. Le chiffre d'affaires pour cette période s'élève à 262,8 milliards de SEK (25,9 milliards d'euros), contre 274,1 milliards de SEK (27 milliards d'euros) en 2019. Sur l'ensemble de l'année 2020, les ventes mondiales ont atteint de 661 713 véhicules, soit une baisse de 6,2 % par rapport à 2019 (705 452 unités).

À propos de Volvo Car Group

Volvo existe depuis 1927. Aujourd'hui, Volvo est une des marques automobiles les plus connues et les plus respectées au monde, avec 661 713 véhicules vendus en 2020 dans une centaine de pays. Volvo Cars appartient à la société chinoise Zhejiang Geely Holding (Geely Holding) depuis 2010.

En 2020, Volvo Cars comptait, en moyenne, environ 40 000 employés à plein temps. Le siège social, le développement produit, le marketing et l'administration de Volvo Cars sont principalement situés à Göteborg, en Suède. Le siège de Volvo Cars en Chine se trouve à Shanghai. Ses principales usines de production de voitures se situent à Göteborg (Suède), Gand (Belgique), en Caroline du Sud (États-Unis) et à Chengdu et Daqing (Chine) ; les moteurs sont fabriqués à Skövde (Suède) et Zhangjiakou (Chine), et les éléments de carrosserie à Olofström (Suède).

Fort de sa nouvelle ligne directrice « Freedom to Move », Volvo Cars entend offrir à ses clients la liberté de se déplacer de manière personnalisée, durable et sûre. Cette volonté se traduit par une triple ambition pour l'entreprise : d'ici au milieu de cette décennie, faire en sorte que les véhicules tout électriques représentent la moitié de ses ventes mondiales et générer 5 millions de contacts directs avec ses clients. Volvo Cars s'est aussi engagé à réduire son empreinte carbone avec l'ambition de devenir une entreprise climatiquement neutre d'ici à 2040.

Mots clés:

Sustainability, Press Releases, Electrification

La description et les faits repris dans le matériel de presse concernent la gamme de voitures internationale de Volvo Cars. Les équipements peuvent être optionnels. Les spécifications peuvent varier en fonction du pays et peuvent être modifiées sans préavis.

Contact média

Wout De Vuyst

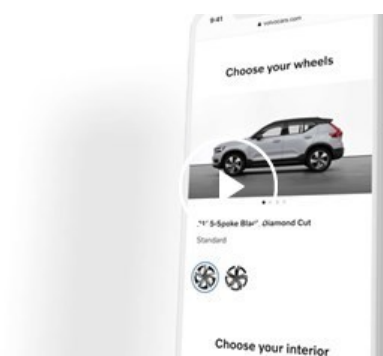
Public Relations Specialist
wout.de.vuyst@volvocars.com

Photos analogues



[Plus d'images >](#)

Vidéos analogues



[Plus de vidéos >](#)

[media.volvocars.com >](https://media.volvocars.com)

[volvocars.com >](https://volvocars.com)

Droit d'auteur © 2025 Volvo Car Corporation (ou ses affiliés ou concédants de licence).