

PRESSEINFOS

Mar 02, 2021 | ID: 277870

Neue Volvo Elektroautos ausschliesslich online erhältlich

Zürich - Mit der zunehmenden Elektrifizierung wandelt sich Volvo Cars auch zum digitalen Unternehmen – und verlagert den Direktvertrieb von rein elektrischen Fahrzeugen ins Internet. Auch wenn das traditionelle Vertretermodell vor einem grundlegenden Wandel steht, kommt den Vertragspartnern weiterhin eine wichtige Rolle zu – unter anderem als erste Anlaufstelle und beim Aufbau stärkerer Kundenbeziehungen.

Als Teil seiner neuen Geschäftsstrategie wird Volvo Cars stark in seine Online-Vertriebskanäle investieren, die Komplexität im Produktangebot reduzieren und mit transparenten und festgelegten Preismodellen arbeiten. Unter dem bekannten Namen «Care by Volvo» will sich das Unternehmen dabei auf ein komfortables Komplettangebot konzentrieren.

«Die Zukunft von Volvo Cars ist durch drei Säulen definiert: elektrisch, online und Wachstum», erklärt Lex Kerssemakers, Leiter Global Commercial Operations. «Unsere Kunden sollen in einem Volvo möglichst sorgenfrei unterwegs sein. Dafür nehmen wir ihnen die Komplexität beim Kauf und beim Fahren ab. Vereinfachung und Komfort sind der Schlüssel zu allem, was wir tun.»

Die Strategie konzentriert sich auf das am schnellsten wachsende Segment in der globalen Automobilindustrie: Premium-Elektrofahrzeuge. Volvo Cars will in diesem Bereich eine Führungsrolle einnehmen und konzentriert sich deshalb in Zukunft auf die Entwicklung von Elektroautos.

Digitales und reales Erlebnis aus einem Guss

Parallel zu den Investitionen in die Online-Vertriebskanäle baut Volvo Cars gemeinsam mit den Vertretern stärkere Kundenbeziehungen auf. Die Partnerbetriebe bleiben ein entscheidender Teil des Kundenerlebnisses und gerade in Märkten wie der Schweiz die zentrale Anlaufstelle für Kunden: Volvo Vertreter bieten weiterhin Beratungen und Probefahrten an. Auch wichtige Dienstleistungen wie der Verkauf, die Vorbereitung, Auslieferung und Wartung der Fahrzeuge liegt in der Verantwortung der Vertreter.

«Online und Offline müssen vollständig und nahtlos integriert werden», so Lex Kerssemakers weiter. «Ob online oder offline, in einem Showroom, in einem Volvo Studio oder beim Fahren: Wo auch immer sich der Kunde bewegt, muss das Erlebnis erstklassig sein.»

Aus Fahrzeug-Abo wird Komplettangebot

Care by Volvo, bis vor kurzem als innovatives Fahrzeug-Abonnement von Volvo Cars bekannt, wird umfassend ausgebaut. Die vollelektrischen Volvo Modelle sind dadurch im Komplettpaket mit Service, Garantie, Pannenhilfe, Versicherung und, sofern verfügbar, Ladeoptionen für Zuhause erhältlich.

Das Unternehmen wird den Anmelde- und Bestellprozess für vollelektrische Volvo Modelle nochmals vereinfachen. In weniger Schritten gelangen Kunden künftig zum Wunschauto. Sie können dabei aus zahlreichen vorkonfigurierten Fahrzeugen wählen, die nicht nur einfach und bequem bestellt, sondern auch schnell geliefert werden können. Das transparente Preismodell mit fixen Konditionen macht zudem Verhandlungen überflüssig.

Keywords:

Press Releases, XC40, EX40, 2021, Product News

Beschreibungen und Fakten beziehen sich auf die internationale Produktpalette der Volvo Cars. Beschriebene Ausstattungen können optional sein. Fahrzeugspezifikationen können je nach Land variieren und ohne vorherige Benachrichtigung geändert werden.

Kontakt

Simon Krappl

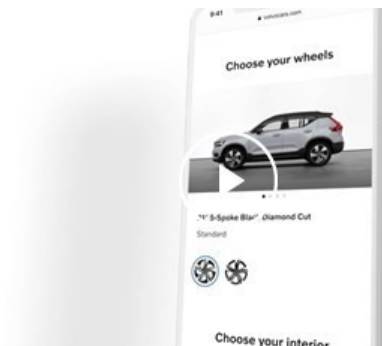
Consumer Experience & PR Director | Switzerland
Volvo Car Switzerland AG
Mobil: +41 79 290 19 60
simon.krappl@volvocars.com

Verwandte Bilder



[Weitere Bilder >](#)

Verwandte Videos



[Weitere Videos >](#)

[media.volvocars.com >](#)

[volvocars.com >](#)

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (oder Tochterunternehmen bzw. Lizenzgeber).