

С началом 2014 года в компании запущена программа рестайлинга и внедрения новых стандартов обслуживания клиентов. Больше всего изменений произойдет во внешнем облике салонов, их сотрудников, а также произойдет внедрение современных технологий в методы продаж и обслуживания автомобилей.

По заявлению представителя одного из салонов в Петербурге, до 2016 года компания Renault поставила задачу всем дилерам сделать шоу-румы более современными, технологичными и способными удовлетворить самый важные потребности покупателей автомобилей. Сотрудникам автоцентров мужского пола работающих в коммерческих отделах предписано находиться в современных модных черных костюмах в купе с желтым (в крайнем случае, бежевым) галстуком на фоне белоснежной рубашки, а также обозначенными новыми стилизованными бейджиками. О требованиях к внешнему виду сотрудников-женщин не сообщается. Изменения также коснутся шоу-румов, зоны выдачи новых автомобилей и помещений сервисной зоны.

Также программой стилизации предусмотрено внедрение в зонах продаж современных телекоммуникационных технологий, и речь не идет о наличии бесплатного Wi-Fi (он у большинства автосалонов уже и так есть), а например, о создании интерактивных зон оборудованных планшетными компьютерами-демонстраторами информации о представленных автомобилях.

По сообщениям самой компании Renault стало известно, что действительно такая программа есть, но она не столь масштабна как ее представляют дилеры и не

оговаривает конкретных сроков по ее внедрению.

Андрей Барр, специально для Renaultstory.ru: " Стратегические новости Renault "