

Несмотря на все политические потрясения, происходящие в последние месяцы на Украине, общество старается не впадать в кризис и не поддаваться упаднническим настроениям, старается жить и строит планы на ближайшее будущее.
Бизнес-сообщество принимает стратегические меры, направленные на удержание рынка и потребителя, а сам потребитель старается как можно более правильно распределить свои финансовые ресурсы.

Представительство компании Renault на Украине подвело первые итоги своей деятельности в 2014 году, согласно которым французский бренд занял второе место по популярности у покупателей в сегменте легковых и легких коммерческих автомобилей (до 3,5 т).

Со слов управляющего филиалом компании, этого удалось добиться благодаря гибкой ценовой политике и стимулированию продаж акционными предложениями и бонусами.

Доля Renault на рынке Украины в феврале 2014 года составила 6,9%, эти данные предоставило агентство Автоконсалтинг, которое регулярно собирает статистику долей автомобильного рынка Украины. Коммерческие автомобили Renault заняли нишу в 13,2% и вышли на третье место по стране.

Популярность бренда во многом обязана флагману компании, автомобилю победившему

в номинации «Соотношение «цена-качество» конкурса «Автомобиль года Украины 2014» - Renault Logan.

Феликс Быстров, специально для Renaultstory.ru: " Стратегические новости Renault "