

GROUPE RENAULT

3 000 000 DE VEHICULE DACIA VÂNDUTE DIN 2004!

- În doar 10 ani de prezență pe piețele mature din Europa, Dacia a câștigat peste 3 000 000 de clienți.
- Vehiculul Dacia cu numărul 3 000 000 este un Sandero Stepway și a fost achiziționat de un client din Spania.

Marti, 14 octombrie, la standul Dacia din cadrul Salonului Auto de la Paris, un client spaniol a primit din partea lui Nicolas Wertans, Directorul de Vânzări al Grupului Renault la nivel mondial, cheile mașinii sale, un model Dacia Sandero Stepway. Și nu orice vehicul, ci modelul Dacia cu numărul 3 000 000 vândut din anul 2004 și până în prezent.

„Cu 3 milioane de vehicule vândute în mai puțin de 10 ani, Dacia este un caz unic în universul auto mondial, a declarat Nicolas Wertans, Director de Vânzări al Grupului Renault la nivel mondial. Marca Dacia a creat și a întreținut un puternic climat de încredere și de proximitate cu clienții săi, totul datorită unei promisiuni simple și clare care răspunde întocmai așteptărilor unei clientele aflate în căutarea unor vehicule fiabile, sigure, cu echipamente și prestații moderne la prețuri accesibile”.

Dacia: o poveste de succes

2014 se anunța din nou un an excelent pentru Dacia, în contextul în care vânzările mărcii progresează cu 24,4% pe primul semestru.

De altfel, Dacia - marca ce oferă cea mai tânără gamă de modele din piața auto mondială - înregistrează o creștere a rezultatelor în toate țările din Europa. În această zonă geografică, creșterea vânzărilor este de 36,2% pe primul semestru al anului în curs.

În bazinul mediteranean, Dacia a reușit să crească în cota de piață în toate țările din regiune, în ciuda unor contexte economice mai puțin favorabile.

În concluzie, marca Dacia continuă să se dezvolte iar, ca element de noutate, va începe să fie comercializată și pe piața din Israel înainte de sfârșitul anului, aceasta după ce în 2013 s-a lansat cu succes în alte 6 țări: Marea Britanie, Irlanda, Danemarca, Norvegia, Cipru și Malta.

Dacia: mai mult decât o marcă, o comunitate în continuă expansiune

Dincolo de succesul său comercial incontestabil, Dacia a știut să adune în jurul ei numeroși clienți care

s-au regăsit în conceptul de „smart buy” promovat de marcă la nivel internațional.

În numeroase țări, clienții se adună pentru a schimba păreri dar și pentru că împărtășesc valorile promovate de marcă: spiritul liber, simplitatea și generozitatea.

Aceste evenimente iau din ce în ce mai multă amploare și se transformă, cu fiecare an, în adevărate momente de convivialitate ce creează o legătură puternică între clienți și marcă.

În ceea ce privește rețelele sociale, Dacia a reușit deja să strângă peste 2 milioane de fani pe Facebook în doar 4 ani.

<http://dev.gruprenault.ro/media/presa/comunicate-de-presa/2017/3-000-000-de-vehicule-dacia-vandut-e-din-2004>