

Dacia alcanza los mejores resultados en su historia coincidiendo con el lanzamiento de su nueva imagen

Motor | 12-09-2023 | 14:06



Dacia

Dacia se encuentra inmersa en una transformación que está marcando un antes y un después en su historia. Esto se refleja claramente en los impresionantes resultados que ha obtenido la marca en 2023, coincidiendo con el lanzamiento de su nueva imagen. Dacia ha logrado alcanzar los mejores resultados de su historia, con una cuota de mercado para particulares del 9%, superando además la cifra de 50,000 pedidos de modelos que incorporan su innovadora imagen.

Estos logros han posicionado a Dacia en el cuarto lugar del mercado de particulares en España, con un total de 24,038 unidades vendidas hasta la fecha. Además, el Dacia Sandero se mantiene como el vehículo más vendido a particulares durante todo el 2023, manteniendo su liderazgo en el mercado español durante más de una década.

Dacia ha marcado un hito en tecnología ecológica con su oferta 100 ECO-G, convirtiéndose en líder en el mercado de vehículos GLP con medio millón de unidades vendidas en todo el mundo, incluyendo casi 50,000 vehículos GLP en España, liderando este mercado nacional desde 2017, con una cuota del 86% en 2023.

La nueva imagen de marca se ha implementado simultáneamente en toda la gama de vehículos Dacia, siendo la primera vez que se lleva a cabo tal hazaña en la industria automovilística. Los nuevos vehículos Dacia inspiran aventura, viajes en familia al aire libre, libertad y momentos compartidos. Esto se logra a través de un diseño que enfatiza la robustez, la sencillez, la durabilidad y la habitabilidad, con colores y materiales inspirados en la naturaleza.

Dacia está redefiniendo las reglas del juego al priorizar un consumo más responsable y sostenible. Esto se traduce en la eliminación progresiva de materiales como elementos de decoración cromados o falsos acabados de aluminio, así como la decisión de no utilizar cuero de origen

animal, siguiendo esta política desde hace varios años.

Dacia es una marca que comprende a la perfección lo que es esencial para sus clientes, ofreciendo la mejor relación valor/precio y redefiniendo constantemente lo esencial. En 2023, Dacia ha revolucionado nuevamente la industria con sus últimas novedades: la Gama Extreme, el Spring Electric 65 y el Jogger Hybrid 140. Aunque los ingredientes del éxito de Dacia se mantienen constantes, ahora se apoyan en una nueva identidad visual que refleja sus valores de simplicidad, autenticidad y robustez, siempre a precios accesibles. El liderazgo de Dacia no es una casualidad, es el resultado de una estrategia basada en un modelo de negocio exitoso.

Para entender el origen de este éxito, es importante mirar hacia atrás. Tras el lanzamiento del Logan en 2004, un modelo que democratizó la compra de vehículos nuevos, Dacia presentó en 2008 el Sandero, un vehículo urbano robusto y ágil que se ha convertido en un exponente de la "compra inteligente". En 2010, Dacia introdujo el Duster, su primer SUV. En la primavera de 2021, llegó la revolución eléctrica con el modelo Spring, el vehículo eléctrico más asequible de Europa, democratizando la movilidad eléctrica. El último pilar en completar la gama Dacia fue el Jogger en 2022, reinventando el concepto de vehículo familiar de hasta 7 plazas y haciéndolo accesible para todos.

Dacia Completa la Transformación de su Red Comercial

La red de concesionarios de Dacia también ha experimentado una transformación importante, en línea con la nueva imagen de marca y la gama de productos. Manteniendo los valores clave de sencillez, robustez y espíritu aventurero, la nueva imagen refuerza la visibilidad tanto en el exterior como en el interior de las concesiones, así como la modernidad de la red. La primera concesión a nivel nacional en adoptar por completo la nueva imagen de Dacia se encuentra en Madrid (Dacia Retail Group, Avenida de Burgos), que ha renovado tanto su aspecto exterior como interior. Dacia planea que para finales de 2023, toda su red de concesionarios haya completado su transformación y adoptado la nueva identidad de marca.

Puntos de Venta Eco-Responsables

La nueva imagen interior de las concesiones Dacia se basa en los principios de funcionalidad, flexibilidad, responsabilidad ecológica y control de costos. El diseño de las salas de exposición se centra en la frugalidad y se han mantenido únicamente los elementos esenciales para la distribución y la experiencia del cliente.

Estas salas de exposición se han diseñado para adaptarse a diferentes tamaños de espacios y al número de vehículos expuestos, utilizando mobiliario móvil y adaptable. Los materiales utilizados son en su mayoría reciclados y duraderos, y se ha prestado especial atención a la eco-responsabilidad en la elección de paneles, alfombras, pintura de paredes, suelos, lámparas, y más.

En particular, las bases de los paneles están hechas de ladrillos fabricados a partir de neumáticos reciclados, ensamblados con el emblema de Dacia. El "Dacia Link" se encarga de unir literalmente estos elementos de construcción y representa un enfoque eco-responsable en la práctica.

Además, se ofrecerá una gama de productos de merchandising en los puntos de venta, marcando un regreso importante ya que Dacia no había vendido productos de este tipo desde 2019. La primera colección estará centrada en objetos esenciales para conectar con la naturaleza, incluyendo

una mochila, una gorra, una botella de agua y un impermeable, todos diseñados con un enfoque eco-responsable, desde su diseño hasta su distribución.

Una Experiencia de Compra Simplificada, Tanto Física como Digital, Más Cercana a las Necesidades de los Clientes

Para mejorar la relación con los clientes, se ha modernizado todo el proceso de compra, tanto en línea como en las concesiones. Los mensajes son claros en todas las etapas del proceso, las áreas son fácilmente identificables, y los clientes cuentan con puntos de referencia precisos para orientarse tanto en el exterior como en el interior de las instalaciones, incluyendo el servicio posventa.

Para estar más cerca del cliente, los vendedores ahora se sientan junto a ellos, compartiendo una pantalla que facilita el intercambio y la configuración del vehículo, aumentando la confianza y la transparencia en el proceso.

Además, la aplicación de realidad aumentada Dacia AR permite a los vendedores mejorar la experiencia del cliente mostrándoles vehículos que no estén en exhibición, recorrer el vehículo a escala 1-1, ampliar detalles e incluso permitir a los clientes "sentarse" en el interior de forma virtual. Esta solución inteligente se adapta a las necesidades cambiantes de los clientes.

Dacia abre un nuevo capítulo en su historia, marcado por una imagen más moderna y contundente. La implementación de la nueva imagen en las concesiones es un claro indicador de sus ambiciones cumplidas.

Autor: Redacción