

Hyundai Motor revela su visión de futuro a los Concesionarios Europeos en la mayor convención

- Hyundai Motor acoge a 2.600 participantes en Madrid en su primera reunión para distribuidores europeos
- Visión y estrategia corporativa para los próximos cinco años, bajo el lema de 'Next Level: Our Journey To 2021'
- Se anunciaron nuevos productos e iniciativas, incluyendo 30 nuevos modelos y derivados en Europa para 2021

20 de febrero de 2017 - Más de 2.600 participantes se sumaron a la Convención pan-Europea de Concesionarios de Hyundai 2017, celebrada en Madrid del 13 al 15 de febrero. Bajo el lema 'Next Level: Our Journey To 2021', la compañía anunció su visión y estrategia futura a todos sus Concesionarios Europeos. Fue el mayor evento organizado por Hyundai Motor, y la primera vez que toda la red de concesionarios europea se reunía. El programa de 48 horas se celebró en dos pabellones del recinto ferial de IFEMA, con una superficie de 24.000 m2.

Los ejecutivos presentaron las estrategias y nuevas iniciativas para conseguir el objetivo de convertirse en la primera marca asiática en Europa para el año 2021. Los temas abarcaron desde la dirección de ventas y mejora de la marca, a los programas de servicio al cliente y estrategia de venta al por menor.

Entre los aspectos más destacados estuvo la presentación de nuevos modelos, enseñando algunos de los 30 productos que vendrán a Europa durante los próximos cinco años. Entre ellos se encuentran los nuevos modelos y derivados en nuevos segmentos para Hyundai, destacando los productos clave como SUV y coches ecológicos.

"Hyundai es una de las marcas de coches de más rápido crecimiento en Europa, habiendo aumentado nuestro volumen de ventas en un 86% durante los últimos diez años", dijo Hyung Cheong Kim, Presidente y CEO de Hyundai Motor Europe. "Ahora, queremos pasar al siguiente nivel, con el objetivo de continuar nuestra historia de éxito y convertirnos en la marca número uno de coches asiáticos en Europa. Nuestra red de concesionarios desempeñará un papel fundamental para que se pueda cumplir este objetivo tan ambicioso. A través de nuestra convención pan-Europea, hemos inspirado y motivado a nuestros socios distribuidores a invertir en su futuro con la marca Hyundai para estar listos para nuestro viaje a 2021".

Los concesionarios comentaron positivamente sobre la magnitud del evento, que transmitió el poder de la marca Hyundai. Habiendo recibido la perspectiva a largo plazo para Hyundai en Europa, dijeron que se sienten seguros de planificar su futuro y estar preparados para los próximos nuevos productos. Las reacciones también se refirieron a la gran impresión creada por la participación de altos

dirigentes de la compañía así como de los principales representantes del departamento de Diseño de la sede central de Corea, incluyendo el Presidente y Director de Diseño, Peter Schreyer.

Hyundai Motor tiene una red de más de 1.600 concesionarios en Europa, con más de 2.100 puntos de venta que atienden a clientes en 31 países. Además de los tradicionales puntos de venta, la marca está desempeñando un papel pionero en la digitalización. Ya se han establecido conceptos exitosos, como la tienda Click2Drive de Madrid, dos puntos de venta de Rockar Hyundai en Londres y la oferta de compra a distancia “Click-To-Buy” en todo el país, que conlleva todo el proceso de compra online para los clientes del Reino Unido.

La gama actual de coches Hyundai es la más joven entre todos los competidores en Europa - el modelo más antiguo, el i20, fue introducido hace sólo dos años. Los nuevos modelos impulsarán el plan de crecimiento futuro, ayudando a atraer más clientes a elegir Hyundai. El primero de ellos tendrá su estreno mundial en el Salón del Automóvil de Ginebra 2017 el próximo mes, al que seguirán más modelos durante este año.

Sobre Hyundai Motor Co.:

Establecida en 1967, Hyundai Motor Company se ha comprometido a convertirse en un compañero de por vida más allá de los automóviles. La compañía, que lidera el Grupo Hyundai Motor, tiene una estructura de negocio innovadora, capaz de utilizar sus recursos como el acero fundido de sus altos hornos para la producción de automóviles, ofreciendo la mejor calidad en vehículos de gran éxito de ventas como el Elantra, Sonata y Génesis. Hyundai Motor tiene ocho bases de producción y siete centros de diseño y técnicas fuera de Corea del Sur y en 2016 vendió 4,86 millones de vehículos a nivel mundial. Con casi 110.000 empleados en todo el mundo, Hyundai Motor continúa mejorando su línea de productos con modelos localizados y se esfuerza por reforzar su liderazgo en tecnología limpia, siendo la primera marca en producir en serie a nivel mundial un vehículo con motor de hidrógeno, el ix35 Fuel Cell y el IONIQ con tres versiones disponibles en una única plataforma. <http://worldwide.hyundai.com> y <https://www.hyundai.news>

Sobre Hyundai Motor Europa:

En 2016, Hyundai Motor Europa logró la matriculación de 505.396 unidades - un aumento del 7,5 % respecto a 2015 - se ha renovado prácticamente el 90% de toda la gama. El 90% de los vehículos que Hyundai Motor vende en la región se diseñan, construyen y se prueban en Europa para satisfacer las necesidades de los clientes europeos. Y el 90% se fabrica en dos plantas locales de la República Checa y Turquía, que ofrecen una capacidad anual combinada de 600.000 unidades. Hyundai vende vehículos en 31 países europeos a través de 2.500 puntos de venta. Hyundai ofrece su exclusivo paquete de garantía: 5 Años de Garantía sin Límite de Kilómetros en todos los vehículos nuevos que se venden en la región, que ofrece a sus clientes una garantía de cinco años sin límite de kilometraje y cinco años de asistencia en carretera.