



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le 10 avril 2009

En partenariat avec sept Grandes Ecoles françaises,

RENAULT INNOVE POUR LA FORMATION DE SA FORCE DE VENTE

Du 6 au 22 avril 2009, Renault lance « Campus », une succession de formations commerciales sur les sites de sept Grandes Ecoles d'ingénieurs et de commerce en France. Renault met ainsi à profit sa relation étroite avec le milieu académique pour développer un dispositif pédagogique novateur.

« CAMPUS » : INNOVER POUR ACCOMPAGNER L'OFFENSIVE PRODUITS

Pour bénéficier pleinement du lancement d'une gamme élargie et profondément renouvelée, Renault doit repenser la formation de ses forces de ventes. Les lancements commerciaux s'accroissant, les vendeurs doivent acquérir plus rapidement davantage de connaissances. Cela nécessite d'innover en matière de dispositifs pédagogiques et d'en accroître la personnalisation.

La prochaine échéance de formation est en soi un défi. Quatre nouveaux modèles ont été révélés au salon de Genève 2009 : Nouveau Grand Scénic, Nouveau Scénic, Nouvelle Mégane Estate et Clio III phase 2. Leurs lancements commerciaux s'échelonneront entre avril et juin 2009. Ils feront donc l'objet d'une session de formation commune et unique.

Afin de mener à bien ce projet, Renault a sollicité l'appui de Grandes Ecoles avec lesquelles le Groupe entretient des relations de longue date. Sept d'entre elles ont répondu positivement pour accueillir les stagiaires de Renault sur leurs campus : HEC, Centrale Lille, Centrale Nantes, l'Ecole des Mines de Nancy, l'Ecole des Mines d'Albi, l'INSA Lyon et le CERAM Business School de Nice.

UNE FORMATION INTERACTIVE...

Phase essentielle de découverte des nouveaux véhicules, une pré-formation à distance sera dispensée à chaque stagiaire. Celle-ci inclura notamment un module e-learning et un quiz individuel qui leur permettra d'analyser leur niveau d'acquisition des connaissances.

Direction de la Communication

1967, rue du Vieux Pont de Sèvres – 92109 Boulogne Billancourt Cedex

Tel.: + 33 (0)1 76 84 64 69 – Fax: + 33 (0)1 76 89 08 56

Sites : www.renault.com & www.media.renault.com

© Renault - Direction de la communication / Corporate Communications

Ensuite, les sessions de formation se dérouleront en trois étapes sur les campus des écoles :

- des ateliers, comprenant des jeux de rôles avec des comédiens qui aideront les vendeurs à s'approprier les messages ;
- des essais dynamiques des véhicules, avec, pour la première fois, des tests d'éco-conduite ;
- une validation des acquis, avec la remise d'un « pocket memo », outil pratique reprenant l'essentiel des informations utiles à la vente des modèles concernés.

La formation mettra l'accent sur le caractère interactif et ludique, gage d'une implication des stagiaires et d'une meilleure assimilation des contenus pédagogiques. Ainsi, les résultats du quiz réalisé lors de la pré-formation seront présentés à chaque participant dans un PDA qui leur sera remis en arrivant aux ateliers. Ce PDA, appelé « Spot me », les aidera à évaluer leurs connaissances et leurs marges de progression en continu.

... ENRICHIÉ AU CONTACT DU MILIEU ACADEMIQUE

L'implication de Grandes Ecoles permettra d'enrichir le contenu même de la formation.

Des professeurs interviendront sur des thématiques telles que les comportements des clients en temps de crise, le développement durable ou la recherche de la satisfaction des clients. Un certain nombre d'étudiants participeront également aux ateliers et co-animeront les exercices pratiques.

Enfin, les Juniors Entreprises de chaque école développeront des analyses post-formation sur les acquis des vendeurs. Leurs rapports seront présentés au mois de juin devant un jury Renault qui récompensera la meilleure analyse.

De son côté, Renault poursuit son engagement auprès de ces écoles au travers de parrainages, en vue de stages au sein du Groupe. Des séances d'études de cas, issus du secteur de l'automobile, sont également programmées, avec des intervenants de Renault, spécialistes de la gestion, du marketing ou des ressources humaines.

Contact Presse : Benoît Coquille - Renault Presse : +33 1 76 84 64 69

www.media.renault.com, www.renault.com