



4 de septiembre de 2017

Scania prosigue con la presentación de su nueva generación de camiones

Scania se adentra en la segunda fase del mayor lanzamiento de su historia con la exposición de productos y servicios centrados especialmente en el segmento europeo de la construcción. El lanzamiento comenzó a finales del verano de 2016 con la presentación en París de soluciones para actividades de larga distancia y se prolongará hasta entrado el año 2019 antes de que todo esté listo en los mercados de todo el mundo.



“A cualquier persona ajena a Scania quizás le resulte difícil imaginar la envergadura de los preparativos que un lanzamiento de este calibre supone para esta empresa, que está presente en todo el mundo en cuanto a ventas y producción”, asegura Stefan Lindblom, responsable de lanzamientos de Scania. La frecuencia de lanzamientos y la secuencia de estos dependen, entre otros factores, del modo en que reconfiguremos la producción. Antes que nada, sin embargo, resulta crucial contar con un equipo comercial formado, ya que lo que vendemos son soluciones a la carta personalizadas para cada cliente a partir de condiciones sin parangón.”

Se podría afirmar que con el lanzamiento organizado para septiembre, que prevé eventos de prensa y actividades destinados a clientes de la construcción provenientes de mercados europeos, Scania ha llegado a la mitad del viaje. Sin embargo, la nueva generación de camiones no se presentará por completo en todos los mercados hasta el año 2019.

“Esto va más allá de un mero cambio en la generación de modelos”, asegura Lindblom. Simultáneamente, estamos subiendo una marcha en nuestro esfuerzo por aupar a Scania al liderazgo indiscutible en la oferta de soluciones de transporte sostenible del hoy y del mañana. Aprovechándonos de la digitalización, nos centramos cada vez más en las metas de optimizar la rentabilidad de los clientes y en contribuir a lograr un futuro que no dependa de los combustibles fósiles.”

El lanzamiento en Europa se despliega en tres fases, que responden a los tres segmentos: actividades de larga distancia, sector de la construcción y vehículos destinados a entornos urbanos, en que Scania parcela el mercado de camiones. En sus comunicaciones, Scania tiene en cuenta las distintas perspectivas que



envuelven la elección de camiones y servicios según sea usted propietario, conductor o comprador dentro del sector de transporte.

“Cuando todo se haya calmado, habremos presentado la oferta de soluciones de transporte basadas en los camiones más modernos del mundo a posibles clientes en más de 100 mercados”, dice Lindblom. Esto constituye una inversión agregada en formación y en relaciones con los clientes por valor de más de 100 millones de EUR, que impulsará el potencial y la marca de Scania a niveles desconocidos desde un punto de vista global.”



Para obtener más información, póngase en contacto con:

Stefan Lindblom, vicepresidente de lanzamientos de mercado de Scania
Tel.: +46 70 558 14 42; Correo electrónico: stefan.lindblom@scania.com

Scania figura entre los proveedores de soluciones de transporte líderes en todo el mundo. Nos movemos, junto a nuestros socios y clientes, hacia un sistema de transporte sostenible. En 2016, entregamos a nuestros clientes 73 100 camiones, 8300 autobuses y 7800 motores industriales y marinos. Las ventas netas se situaron en alrededor de 104 000 millones de SEK, de las cuales aproximadamente un 20 % estuvo relacionado con servicios. Scania, fundada en 1891, opera en la actualidad en más de 100 países y cuenta con más de 46 000 empleados. Las labores de investigación y desarrollo se concentran en Suecia, y cuenta con filiales en Brasil y la India. La producción tiene lugar en Europa, Latinoamérica y Asia, y se dispone de centros de producción regionales en África, Asia y Eurasia. Scania forma parte de Volkswagen Truck & Bus GmbH. Para obtener más información, consulte www.scania.com.