

Volkswagen Group España Distribución impulsa su eficiencia comercial con IA

NTT DATA desarrolla una solución tecnológica basada en Salesforce para optimizar las ventas y la atención al cliente

VOLKSWAGEN GROUP ESPAÑA DISTRIBUCIÓN

El cliente

Volkswagen Group España Distribución es uno de los principales distribuidores de vehículos del país. Fundada en 1993, comercializa vehículos, piezas, recambios y servicios de las marcas Volkswagen, Audi, Škoda y Volkswagen Vehículos Comerciales en la Península y Baleares, además de Ducati en España y Portugal. Integrada en el Grupo Volkswagen, primer fabricante de automoción europeo, la compañía forma parte de un proceso de transformación global basado en la electrificación y el software, con más de 9 millones de vehículos entregados en 2023.

Su red comercial y de atención gestiona miles de interacciones mensuales con clientes que esperan información actualizada, una respuesta inmediata y un proceso de compra claro, continuo y fiable. Para mantener y reforzar su liderazgo, VGED buscaba modernizar su modelo de relación comercial y unificar su operativa sobre una plataforma sólida, escalable y capaz de evolucionar con el propio negocio.

La transformación digital del sector de la automoción avanza con fuerza, impulsada por la necesidad de ofrecer experiencias más fluidas, personalizadas y coherentes en todas las fases del proceso de compra. Un cliente cada vez más informado y digital demanda inmediatez, continuidad entre canales y una interacción sin barreras. En este escenario, disponer de procesos integrados, datos unificados y capacidades avanzadas de Inteligencia Artificial se ha convertido en un factor determinante para mejorar la eficiencia operativa y reforzar la competitividad.

Con este propósito, NTT DATA está desarrollado para Volkswagen Group España Distribución una solución tecnológica basada en Salesforce para optimizar el proceso de venta de vehículos y elevar de forma significativa la experiencia de cliente. Gracias a esta plataforma, que incorpora tecnología de IA, la empresa automovilística ha avanzado hacia un modelo comercial más ágil, coherente y transparente.

50%

de reducción en tiempo
de generación de
ofertas

1

Innovation Award

Distinguida con el Salesforce
Partner Innovation Award 2025
en Automoción

20%

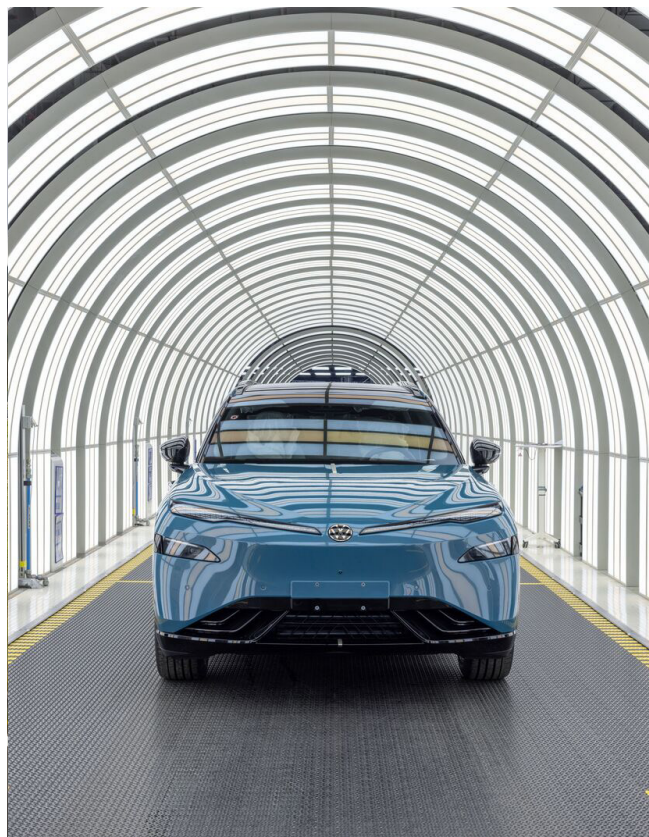
reducción de errores
en propuestas
comerciales

Necesidad de negocio

La experiencia de compra en automoción se ha vuelto plenamente omnicanal. Los clientes comparan modelos online, contactan desde diferentes canales, solicitan ofertas personalizadas y esperan que cualquier interlocutor, ya sea un comercial, un call center o un asesor en concesionario, disponga de toda su información desde el primer instante.

Antes del proyecto, los procesos internos de Volkswagen Group España Distribución estaban distribuidos entre múltiples sistemas y flujos independientes por marca y canal. Esta fragmentación dificultaba la visión unificada del cliente, ralentizaba la gestión de oportunidades, incrementaba las cargas manuales y reducía la consistencia en la comunicación y en la calidad del servicio.

La compañía necesitaba, por tanto, integrar sus plataformas, centralizar datos, homogeneizar procesos y dotar a su red comercial de herramientas unificadas que permitieran gestionar todo el ciclo comercial, desde la exploración hasta la entrega del vehículo, con mayor eficiencia y trazabilidad. También era esencial habilitar capacidades de IA que aceleraran la generación de ofertas, facilitaran la búsqueda de alternativas de stock y mejoraran el desempeño del contact center.



Solución

NTT DATA desarrolló para Volkswagen Group España Distribución una plataforma tecnológica integral basada en Salesforce, y concretamente MuleSoft, que transforma por completo el modelo comercial y unifica todos los elementos críticos del ciclo de venta de vehículos. La solución permite una digitalización integral del proceso, abarcando desde la exploración y comparación de modelos hasta la generación de ofertas, la formalización de contratos y la coordinación postventa, creando así un recorrido totalmente continuo y trazable.

La plataforma se sustenta sobre una arquitectura modular y centralizada que conecta los sistemas existentes, estandariza los procesos clave y garantiza la coherencia de la información en cada interacción. Gracias a ello, los equipos disponen de una visión única, fiable y actualizada del cliente, del stock y de la actividad comercial.

Además, la red comercial trabaja ahora con herramientas unificadas, accesibles desde cualquier dispositivo y con datos en tiempo real, lo que simplifica la operativa diaria y permite responder con mayor precisión y agilidad. A esto se suma un amplio conjunto de automatizaciones que reducen la carga manual, minimizan errores y liberan tiempo para dedicarlo a actividades de mayor valor.

La solución incorpora también un enfoque totalmente omnicanal, que permite que cualquier interacción iniciada en la web, la app o en un concesionario pueda continuar sin fricciones en otro canal, manteniendo siempre la coherencia de la información y la continuidad en la experiencia del cliente.

En este entorno integrado, la IA adquiere un papel protagonista. La plataforma, distinguida con el Salesforce Partner Innovation Award 2025 en Automoción, incluye capacidades tan avanzadas como la recomendación automática de vehículos en stock mediante búsqueda semántica, actualmente en fase piloto, que identifica alternativas relevantes más allá de los filtros tradicionales; y la creación automática del historial del cliente para el contact center, consolidando datos procedentes de múltiples canales para acelerar y mejorar la calidad de atención.

España es el primer país europeo, y uno de los primeros del mundo, en implantar esta solución, con el canal de flotas operativo desde finales de 2024 y el despliegue retail previsto para el tercer trimestre de 2026.

“

Esta iniciativa nos ha permitido evolucionar hacia un modelo comercial más eficiente, transparente y orientado al cliente. La integración de IA en nuestros procesos no solo mejora la operativa diaria, sino que refuerza nuestra capacidad para ofrecer una experiencia diferencial a nuestros clientes.”

Alfons Ollé López, Competence Center IT Lead en Volkswagen Group España Distribución

Resultados

La implantación de esta plataforma ha supuesto una evolución significativa en la operativa comercial de Volkswagen Group España Distribución. La integración de procesos, la centralización del dato y la aplicación de capacidades de inteligencia artificial han permitido reducir en un 50% el tiempo de generación de ofertas de vehículos en stock, acelerando la respuesta al cliente y mejorando la competitividad en el punto de venta.

Además, la estandarización de flujos y la automatización de tareas han contribuido a disminuir en un 20% los errores en propuestas comerciales, reforzando la calidad de la información y la fiabilidad del proceso.

Más allá de los indicadores operativos, el proyecto ha consolidado un modelo comercial más ágil, transparente y orientado al dato, donde la red comercial trabaja con una visión unificada del cliente y del stock en tiempo real. El resultado es una organización más eficiente, preparada para escalar y capaz de ofrecer una experiencia coherente y diferencial en todos los canales.

Próximos pasos

Tras el éxito del proyecto en España, el Grupo Volkswagen prevé replicar esta plataforma unificada en otros mercados europeos como Irlanda, por ejemplo. La solución ha demostrado ser escalable, robusta y adaptable, y el trabajo realizado con VGED se ha consolidado como referencia para el despliegue de un modelo común que mejore la eficiencia comercial y la experiencia de cliente en toda la región.



¿Por qué NTT DATA?

NTT DATA, parte del Grupo NTT, es una compañía global líder en servicios empresariales y tecnológicos, con más de 140.000 profesionales en todo el mundo. Su enfoque combina visión estratégica, profundo conocimiento sectorial y capacidades avanzadas en IA, integración de sistemas y plataformas cloud.

En el proyecto de VGED, NTT DATA ha aportado no solo tecnología, sino también acompañamiento en la redefinición del modelo comercial, diseño de procesos, integración con sistemas corporativos y puesta en marcha de casos de uso innovadores basados en Salesforce. Esta combinación de experiencia, innovación y orientación a resultados convierte a NTT DATA en un socio clave para impulsar la transformación del sector de automoción y generar impactos sostenibles y medibles.

“

Nuestro objetivo no era únicamente implantar una nueva plataforma, sino transformar el modelo comercial de Volkswagen Group España Distribución. Hemos integrado procesos, datos e inteligencia artificial para generar eficiencia operativa y una experiencia de cliente verdaderamente omnicanal.”

Fernando Peña Ardanuy, Senior manager, CRM
Solutions en NTT DATA



Conoce más sobre NTT DATA
es.nttdata.com

