



PORSCHE

Comunicato stampa

16 dicembre 2020

S20_5712

Ora l'auto si può acquistare in qualsiasi momento, indipendentemente da dove ci si trova

Porsche apre il canale di vendita online in tutta Europa

Stoccarda. Aumenta il numero degli appassionati del marchio Porsche che possono realizzare il sogno di acquistare la loro auto sportiva comodamente da casa. Dopo il successo riscosso in Germania a partire dalla sua introduzione nell'ottobre del 2019, il canale di vendita online della Casa Automobilistica è stato recentemente esteso ad altri otto paesi europei. I clienti in Spagna, Portogallo, Svizzera, Italia, Francia, ma anche in Polonia, Slovenia ed Estonia possono ora acquistare vetture nuove e usate dai concessionari dei rispettivi mercati attraverso il canale di vendita digitale. A breve seguirà anche il Regno Unito.

"I dati di vendita e il riscontro positivo di clienti e concessionari dimostrano chiaramente che con la nostra strategia di vendita online abbiamo creato le giuste premesse per la vendita di auto in modalità digitale che caratterizzerà il futuro. Continueremo a perseguire questa strategia nel 2021, introducendo la vendita online in altri paesi", ha dichiarato Barbara Frenkel, Vice President Sales per l'Europa. A seconda del mercato, la vendita di auto avverrà il più possibile online, fino alla consegna a domicilio delle vetture ai clienti".

I concessionari dei nove Paesi citati proporranno sulla piattaforma online la maggior parte delle auto nuove e usate a loro disposizione. Tra queste vi sono sia le versioni di serie dei diversi modelli Porsche sia i derivati più esclusivi. Sono inoltre previsti ulteriori ampliamenti della piattaforma, per arrivare a creare un *marketplace* che includa tutti i prodotti e i servizi Porsche.

Nuovi clienti e una vasta gamma di veicoli usati

Le prime analisi condotte nei vari Paesi hanno già messo in evidenza alcune tendenze interessanti. In Italia, ad esempio, il 40% di tutti gli acquirenti online sono nuovi clienti di Porsche. Le auto usate sono particolarmente apprezzate in Italia e rappresentano oltre il 90% delle auto vendute finora attraverso la piattaforma. E poiché gli Italiani da sempre nutrono una passione particolare per l'iconica Porsche 911, è proprio questo il modello più venduto online. La piattaforma sarà ulteriormente sviluppata in funzione dell'analisi del comportamento d'acquisto dei clienti.

Espansione delle attività in tutto il mondo

Oltre al lancio in Europa e alle attività in corso negli Stati Uniti, dall'autunno 2020 anche i clienti cinesi possono accedere online ai prodotti Porsche. In Cina, gli appassionati del Marchio possono cercare e trovare i veicoli usati disponibili presso i partner commerciali Porsche utilizzando WeChat, l'applicazione per smartphone più utilizzata nel Paese. Inoltre, alcuni prodotti lifestyle ed esperienze di guida proposti da Porsche possono essere acquistati online attraverso il nuovo *flagship store* Porsche su Tmall, il più grande *marketplace* digitale B2C cinese.

"Abbiamo una strategia omnicanale molto chiara, che prevede che i nostri clienti possano passare liberamente dal canale online alle modalità di vendita al dettaglio più tradizionali", spiega Martin Urschel, Vice President Smart Mobility & Digital Sales di Porsche. "Vediamo un enorme potenziale nell'e-commerce e intendiamo rafforzare ed espandere ulteriormente la nostra presenza digitale in tutto il mondo, avvalendoci della collaborazione della rete di concessionarie Porsche".

Ulteriori informazioni e materiale fotografico e video sono disponibili presso la Porsche Newsroom: newsroom.porsche.com