

Porsche Classic está ampliando su gama para incluir piezas especiales, así como productos con los que los clientes pueden personalizar aún más sus vehículos. Al mismo tiempo, Porsche Classic también va a reorientar su comunicación, centrada cada vez más en la emotividad, además de en la calidad y la experiencia.

'Guardianes de sueños': un nuevo enfoque de comunicación para Porsche Classic

30/11/2021 Porsche Classic está ampliando su gama para incluir piezas especiales, así como productos con los que los clientes pueden personalizar aún más sus vehículos. Al mismo tiempo, Porsche Classic también va a reorientar su comunicación, centrada cada vez más en la emotividad, además de en la calidad y la experiencia.

"Con la comunicación en torno a esta nueva imagen, queremos despertar en los clientes los sentimientos que ya asocian a su Porsche clásico", dijo Ulrike Lutz, Directora de Porsche Classic. "Porsche Classic representa mucho más que piezas originales y restauraciones de alta calidad. Queremos inspirar y animar a nuestros clientes y aficionados a mantener vivo el auto de sus sueños". El objetivo de la nueva campaña es reforzar la identificación de las personas con la marca. Al mismo

tiempo, pretende intensificar el vínculo con la comunidad Porsche y su estilo de vida. Esta reorientación de Porsche Classic culmina con la identidad 'Guardianes de sueños'. De este modo, Porsche está aplicando sistemáticamente su eslogan de marca "Driven by Dreams" ('Impulsado por sueños') también en esta área de la empresa.

El vídeo 'Guardianes de sueños', creado para la nueva campaña, muestra cómo las emociones están en el corazón de la comunicación de Porsche Classic. También fue creado un nuevo ámbito visual, con más de 150 atractivas representaciones de todos los tipos de vehículos y gamas de modelos que conserva Porsche Classic. "Las imágenes son más informativas, más naturales y, por tanto, más auténticas que antes", dijo Simone Beutel, especialista en Marketing y Comunicación en Porsche Classic. "El componente humano es especialmente importante, un clásico no se contempla como una mera propiedad sino por los sentimientos únicos que transmite a quien lo posee".

Porsche está utilizando los nuevos contenidos para todos sus formatos de marketing y comunicación, como el material impreso, la página de Porsche Classic y los canales de las redes sociales. La nueva estrategia de comunicación y los contenidos correspondientes también estarán reflejadas en las comunicaciones de los productos.

Relanzamiento de la revista ORIGINALE de Porsche Classic

La exitosa revista de Porsche Classic, ORIGINALE: Teile, Typen, Technik" (Piezas, Modelos, Tecnología), también fue revisada conceptualmente y adaptada al nuevo enfoque. El nuevo número, ORIGINALE 07, ya está disponible de forma gratuita en los centros colaboradores de Porsche Classic y en los Porsche Centers.

"ORIGINALE es el buque insignia de la comunicación de Porsche Classic. En total, hemos entregado más de 375 000 ejemplares de los seis primeros números a clientes y aficionados de todo el mundo. Se ha convertido en una pieza de coleccionista. Por eso era importante para nosotros que la revista fuera fácilmente reconocible, incluso después del rediseño", dijo Maike Schelling, especialista en Marketing y Comunicación en Porsche Classic. "Hemos desarrollado cuidadosamente el concepto durante el relanzamiento. ORIGINALE es ahora más fácil de leer, tanto por la forma en que se presentan los temas como por su disposición. De este modo, los lectores de la revista deberían percibir a Porsche Classic de una forma aún más emotiva y, por tanto, sentir una conexión aún más fuerte con la marca".

Como antes, la portada muestra un recambio original, pero ahora con un efecto tridimensional. El motivo del título y el texto están centrados. Los cambios más notables en la sección interior son la diagramación, ahora a dos columnas en lugar de a cuatro, y la integración de varias imágenes de mayor tamaño. Esto da a las páginas una estructura más clara y facilita la lectura de los artículos.

El editorial ofrece una introducción fácil y emotiva a la revista. Presenta a personalidades entusiastas de los Porsche clásicos y que tienen relación con el tema principal de cada número. En cada edición serán presentados tres productos seleccionados 'Hero'. Esta sección de la revista sigue siendo el corazón de

ORIGINALE. Las fotografías a todo color introducen las historias y muestran los tres productos de una forma especial.

Los temas principales de ORIGINALE 07:

- Muestra los topes del paragolpes del 911 original, que ahora vuelven a estar disponibles como nueva producción.
- El lomo de la revista está basado en el color original de Porsche, el rojo Polo 6602 B. Este fue el color del primer 911 S Targa entregado en Alemania. Desde su restauración en fábrica en 2020, este primer 911 ha brillado con un nuevo esplendor y la revista informa sobre su fiel reconstrucción.
- Lara, también conocida como @thatporschegirl, aparece en el editorial. Su 911 T de 1969 es lo más destacado aquí.
- La presentadora y piloto Eve Scheer, el fundador de la marca Onassis Tom Gädtk y el carrocero Patrick Reile presentan los tres productos 'Hero' de esta nueva edición: la tapa del maletero, el conducto de aire y los topes del paragolpes el modelo F.

Unos 1000 ejemplares seleccionados al azar de ORIGINALE 07 contienen un bono dorado. Los afortunados lectores que encuentren uno recibirán gratuitamente una edición de coleccionista de ORIGINALE, con sólo citar el código numérico impreso en el bono.

Acerca de Porsche Classic

El objetivo de Porsche Classic es conservar y mantener los vehículos legendarios y los clásicos más recientes. Décadas de conocimientos con vehículos clásicos Porsche hacen que los expertos sean los interlocutores adecuados cuando se trata de piezas originales, restauración y reparación.

En principio, Porsche Classic se hace cargo de los vehículos 10 años después de su fin de producción. Así pues, los expertos se ocupan actualmente de los 356, 911 (hasta la generación 996 inclusive), 912, 959, 914, 924, 944, 928, 968, Boxster (tipo 986), Carrera GT (tipo 980) y los modelos Cayenne de primera generación (tipo 9PA). En total, más de 870 000 autos. El primer punto de contacto para los clientes con vehículos históricos de Porsche son los 79 (actualmente) centros colaboradores certificados de Porsche Classic en todo el mundo (uno en Bogotá), incluyendo cuatro centros Porsche Classic.

La restauración en fábrica representa un área de negocio clave. Esto incluye la reparación y revisión de vehículos de clientes o de museos. Para mantener el gran número de Porsche clásicos en la carretera es crucial la segunda área de negocio, que son las piezas originales y los accesorios. Con la producción y el suministro de más de 60 000 piezas originales de Porsche Classic, Porsche asegura de que sus leyendas sigan en la carretera durante mucho tiempo. Desde 2013, han sido producidas nuevas ediciones de más de 2000 piezas originales y la gama crece constantemente. Una nueva incorporación

son las piezas especiales para aumentar las prestaciones. Esta categoría incluye novedades con relevancia histórica, componentes que sirven para mejorar el rendimiento y productos de estilo de vida. También está disponible la literatura técnica: en Porsche Classic es posible obtener más de 1000 manuales de instrucciones y funcionamiento, guías de reparación y el folleto 'Tipos, Dimensiones, Tolerancias' (TyMaTo).

Video

https://newstv.porsche.com/porschevideos/199032_en_3000000.mp4
https://newstv.porsche.com/porschevideos/199034_en_3000000.mp4

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es/2021/compania/kopie-es-porsche-classic-comunicacion-cuidadores-revista-originale-26631.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/0516f882-9590-403c-b42f-51b8e1e95456.zip

External Links
https://www.porsche.com/latin-america-es/accessoriesandservice/classic/

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft
Porscheplatz 1
70435 Stuttgart