



Nuovo concetto architettonico per le concessionarie Porsche nel mondo

21/03/2019 Svelato a Palm Springs il prototipo della nuova Corporate Architecture

Accogliente ed esperienziale: Porsche lancia un nuovo concetto architettonico per i suoi Porsche Centre nel mondo. All'insegna dello slogan **Destination Porsche**, le concessionarie sono destinate a diventare un importante luogo d'incontro per la comunità Porsche, in grado di attirare sia i clienti esistenti sia i nuovi. La nuova architettura si distingue per la sua estrema flessibilità, l'uso di tecnologie digitali per una comunicazione personalizzata e l'enfasi particolare posta sull'esperienza del marchio.

Inaugurato il prototipo in California

Il primo prototipo del nuovo concetto architettonico è stato appena inaugurato a Palm Springs, in California. La concessionaria è stata costruita nel giro di un anno e presenta quelle che saranno le modifiche che verranno apportate in futuro nell'ambito del programma **Destination Porsche**. Il concetto architettonico potrà essere ammirato nella sua interezza verso la metà del 2020 presso due Porsche Centre attualmente in costruzione a Dortmund e nella cinese Hangzhou.

✘ 'Destination Porsche' rispecchia uno dei modi in cui possiamo rispondere alle sfide rappresentate da una clientela con preferenze in costante mutamento e dall'evoluzione della vendita ai privati nel settore automobilistico," ha dichiarato Detlev von Platen, membro del Consiglio di Amministrazione e Responsabile Vendite e Marketing di Porsche AG. ✘Porsche è sinonimo di un sogno personale e di una comunità coesa di amici e appassionati. Stiamo progettando le nostre concessionarie Porsche affinché possano diventare lungimiranti luoghi d'incontro dove è possibile fare esperienza del marchio."

L'idea alla base dell'iniziativa ✘Destination Porsche" parte dall'evoluzione delle esigenze dei clienti. Una gamma di prodotti più ampia richiede una comunicazione con gruppi di consumatori specifici, mentre il desiderio di personalizzazione rende necessario un livello maggiore di flessibilità. I Porsche Centre di domani saranno costituiti da diverse aree contenutistiche realizzabili in maniera assolutamente flessibile, all'interno delle quali verranno utilizzati media digitali per comunicare con i clienti in modo assolutamente individuale. Qui sarà possibile fare un'esperienza diretta e molto ravvicinata del marchio.

Ulteriore sviluppo del DNA di Porsche

Il design dei futuri Porsche Centre si baserà sulla struttura di quelli attuali, completandola con elementi ulteriormente sviluppati e con elementi del tutto nuovi. Lo stile degli interni mantiene i suoi tratti intramontabili, così che l'attenzione si possa focalizzare sulle vetture in esposizione. Viene mantenuta anche la struttura di base tipica delle concessionarie esistenti.

La facciata esterna in alluminio, rinnovata, si interrompe per alcuni tratti, lasciando intravedere l'interno della struttura. Ciò crea un'impressione di accoglienza, che viene confermata dalla vetrata leggermente sopraelevata a piano terra. I pannelli di alluminio posti sopra l'ingresso principale, insieme alle luci a LED di colore rosso, tendono a enfatizzare il dinamismo della struttura architettonica.

Il viaggio del cliente attraverso un mondo Porsche ispirato alla flessibilità

Il viaggio del cliente all'interno delle nuove concessionarie Porsche si snoda attraverso diversi moduli tematici che possono essere integrati e adattati con la massima flessibilità. Ciò semplifica l'adeguamento degli interni alle caratteristiche regionali o individuali. I moduli sono costituiti, ad esempio, da Novità di Prodotto attuali, E-Performance o Usato Certificato. Molto risalto viene dato anche agli spazi comuni: è prevista una nuova lounge area dove i clienti e gli appassionati del marchio possono ritrovarsi. Una grande vetrata consente loro di guardare gli esperti all'opera in officina - un modello ripreso dalla ✘cucina a vista" dei ristoranti.

Tecnologia digitale per un approccio al cliente personalizzato

Un pilastro fondamentale del nuovo concetto architettonico è rappresentato dall'utilizzo mirato dei media digitali. In parte si tratta di realtà virtuale, con cui i clienti possono configurare virtualmente la propria vettura. Saranno presenti anche schermi touch che consentiranno di 'toccare con mano', interattivamente, i prodotti e i servizi a marchio Porsche.

Un concetto che fa parte della strategia di distribuzione retail di Porsche

La realizzazione del concetto ✘Destination Porsche" inizia con i Porsche Centre, vale a dire con il canale primario della vendita ai privati. In futuro, saranno anche altri i punti di contatto fisico orientati

maggiormente alle esigenze dei clienti, con conseguente espansione delle possibilità di comunicazione. Oltre ai Porsche Studio nelle aree urbane, tali punti di contatto includeranno i pop-up store e nuovi punti di contatto e formati digitali in grado di proporre nuove e maggiori modalità di esperienza del marchio Porsche.

Materiale fotografico e video disponibile nella Porsche Newsroom (newsroom.porsche.de) e presso la banca dati per la stampa di Porsche (presse.porsche.de)

MEDIA ENQUIRIES



Giulia Olivari

Press & PR Manager Porsche Italia
+39 3407143414
giulia.olivari@porsche.it

Link Collection

Link to this article

<https://newsroom.porsche.com/it/ppdb/2019/03/nuovo-concetto-architettonico-per-le-concessionarie-porsche-nel-mondo.html>

Media Package

<https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/3709f095-88c5-445e-9f82-7c1948e619bb.zip>