

Sebastian Mertke: “Conocemos la fuerza de las emociones”

Este artículo refleja la situación en el momento de su publicación. El contenido puede haber quedado desactualizado desde entonces.

18/12/2023 Sebastian Mertke, Director de Gestión de la Comunidad Global de Porsche, habla de los valores y los ideales de la mayor comunidad automovilística del mundo, así como de experiencias únicas en torno a la marca de deportivos de Zuffenhausen.

Sr. Mertke, ¿qué importancia tiene la Rennsport Reunion para Porsche y para usted personalmente?

Sebastian Mertke: La Rennsport Reunion ha sido uno de los momentos más destacados de este año de aniversario, que ha tenido muchos grandes eventos, como el de Stuttgart, en junio, o Iconos de Porsche en Dubái, en noviembre. Reunimos a los miembros de nuestra comunidad de todo el mundo. Estuve en Laguna Seca por primera vez en 2015 y ya entonces me sentí completamente abrumado por la cantidad de gente que se desplazó hasta allí. Este año hemos llegado a más de 90.000 asistentes, ¡increíble! Solo de nuestros Clubes Porsche, hay más de 30.000 visitantes de EE. UU., Latinoamérica,

Europa o Asia. Es un marco a la altura de los grandes aniversarios de 2023.

¿Qué le ofrece a la comunidad internacional de Porsche?

Sebastian Mertke: En la Rennsport Reunion se da una confluencia única de muchas actividades, como exhibiciones que incluyen desde tractores a coches clásicos, pasando por vehículos GT de competición, encuentros con personalidades o carreras. Incluso en nuestro trabajo diario al margen de estos eventos destacados, lo más importante es reforzar el vínculo internacional y lograr que nuestras organizaciones nacionales estén más cerca de las comunidades locales. Otra prioridad es mostrarles a los clientes la amplia gama de opciones que ofrece Porsche para formar parte de una comunidad. Además de los Clubes Porsche, existe por ejemplo el Porsche Golf Circle. A través de él ofrecemos también la posibilidad de jugar al golf con Paul Casey en Pebble Beach y de vivir con nosotros este fantástico evento de la Rennsport Reunion.

¿Cómo ha sido la acogida?

Sebastian Mertke:¡Abrumadora! Llegaron inscripciones de todo el mundo. Nuestro Golf Circle se creó como plataforma digital para una comunidad en torno a la marca, con lo que combinamos dos pasiones. Sabemos que muchos clientes comparten ambas, y ahora pueden vivir eventos exclusivos con Porsche y conocer a personas afines. Para nosotros, como fabricantes, cada vez es más importante no solo ofrecer productos fascinantes, sino también grandes momentos Porsche. Conocemos la fuerza de las emociones. Por eso también hemos creado el GT Circle como plataforma digital mundial para todas las cuestiones en torno a la conducción de alto rendimiento. Y en la parte "analógica", por así decirlo, los miembros pueden reunirse con sus coches GT en circuitos en los Track Days.

¿Cómo definiría la comunidad Porsche mundial?

Sebastian Mertke: Comienza con la cohesión que se deriva de nuestra propia historia como pequeño fabricante de deportivos. Siempre hemos destacado por utilizar los recursos de forma inteligente, encontrar vías ingeniosas y, sobre todo, centrarnos en el factor humano. Una de las fortalezas de nuestra marca es que el espíritu Porsche se expresa de forma inconfundible en nuestros productos desde hace 75 años. Creo que son valores e ideales que también viven muchos entusiastas de Porsche. La historia familiar que hay detrás de la empresa también es única. El legado y la comunidad están unidos en Porsche. El sentido de cohesión caracteriza a la marca, y estamos seguros de que esto puede ir aún más lejos.

¿Qué importancia tiene para usted guiar esta sensación de comunidad hacia el futuro?

Sebastian Mertke: Es la tarea principal para mi equipo y para mí. Desde una perspectiva global, los retos difieren de una región a otra, por lo que hay que adoptar un enfoque diferenciado. En Europa y EE. UU., los clubes también deben seguir siendo atractivos para los más jóvenes. El Porsche Club of America está haciendo aquí un trabajo ejemplar con ofertas familiares y con el programa PCA Júniors. En Asia ese no es el principal problema, ya que los miembros de los Clubes Porsche son de media

considerablemente más jóvenes. Allí hay otros retos, por ejemplo, una gran demanda para conducir los vehículos fuera del tráfico rodado público. Por ello, la empresa ha desarrollado una estrategia clara de Experience Centers para que los clientes tengan acceso a circuitos en los principales mercados. También es importante reforzar los vínculos con comunidades automovilísticas independientes y ocasionales que, en gran medida, se organizan por sí mismas a través de las redes sociales, como Luftgekühlt, que empezó en EE. UU., F.A.T. de Ferdinand, el hijo de Wolfgang Porsche, en Austria, o Das Treffen en Tailandia, el mayor evento de Porsche en el sudeste asiático, que atrae regularmente a más de 500 vehículos. Estos eventos abren la marca y el tema de los coches en general a grupos más jóvenes.

Parece una reedición de los inicios en la década de 1950. También entonces hubo muchas iniciativas de los clientes.

Sebastian Mertke: Sin duda se puede decir que fue un "movimiento de base". Todo fue orgánico y ocurrió sin nuestra intervención. Los clientes de Porsche sentían que formaban parte de una comunidad muy unida con coches especiales. Quisieron desde siempre compartir con los demás su entusiasmo por la marca. Por eso surgió el primer Club Porsche ya en 1952. Eso dio pie a que hace unos 50 años se creara un cargo de apoyo para los Clubes Porsche que ocupó Ilse Nädele. Fue una pionera en ese sentido, ya que muchas cosas no estaban tan organizadas como ahora, pero su trabajo creó una base que permitió impulsar los Clubes Porsche hace unos 20 años. Mi predecesora Sandra Siegloch lo profesionalizó aún más. Los clientes tienen como denominador común el sentido de comunidad y el amor por la marca. Eso es algo único y un activo muy valioso. ¡Con Porsche, la comunidad siempre viene de serie!

La comunidad se divide en muchos subgrupos. ¿Qué ejemplos concretos podría citar?

Sebastian Mertke: El espectro de pasiones es fascinante. Por ejemplo, está el Club Porsche oficial de maquetas de coches. Algunos miembros poseen decenas de miles de modelos y tienen que alquilar almacenes enteros para su colección. Luego, especialmente en Europa, está firmemente anclada la comunidad de tractores, que también forma parte de Porsche. Es agradable descubrir que los vehículos no son para sus dueños un mero objeto de restauración, sino que también circulan, como vimos en la Rennsport Reunion. Ya hemos celebrado eventos en el Grossglockner con más de 100 tractores. Un ejemplo más reciente es el Porsche Club of America, donde se ha formado un grupo de entusiastas de las motos Porsche históricas que organiza excursiones de varios días en moto. Además ofrecemos la app Roads para las rutas en las que nuestros clientes pueden disfrutar de su deportivo. Lo bonito de Porsche es que haya tantos productos y temas que inspiran fascinación.

¿Qué importancia sigue teniendo el 911 para todo ello?

Sebastian Mertke: El 911 es el punto de anclaje central de la identidad de la marca, también por sus ya 60 años de historia. Hay innumerables historias sobre el 911. Es un importante elemento de unión, especialmente para los clubes, pero estoy seguro de que el Taycan también puede asumir este papel. El uso eficiente de los recursos es típico de Porsche, y eso es exactamente lo que representa el primer

deportivo puramente eléctrico de la marca. Ya está inspirando a la gente y, en mi opinión, se convertirá en un icono como el 911 y acompañará a la comunidad en el camino hacia la electrificación.

Parece que su trabajo va a seguir siendo apasionante... ¿Cómo llegó a Porsche y cuáles fueron sus primeros contactos con la comunidad?

Sebastian Mertke: Mi primer trabajo fue en 2012, cuando Porsche anunció su regreso a Le Mans. Entré en el marketing deportivo en ese momento, y los años con las tres victorias absolutas consecutivas en Le Mans fueron una experiencia inolvidable. También allí tuve mi primer contacto directo con la comunidad Porsche. En ningún otro lugar se puede experimentar la pasión por la marca con más intensidad que en el automovilismo y, para mí, ese fue el comienzo ideal para sumergirme en este mundo de fascinación. No obstante, es importante fomentar continuamente esa pasión en todos los sentidos. Por ello, en mi ámbito de responsabilidad tenemos una orientación clara hacia los objetivos futuros, y el tema de una "Strong Global Community" es un componente central de nuestra Estrategia Corporativa 2030. Queda mucho por hacer y espero con ilusión los próximos años con las comunidades y los Clubes Porsche.

Información

Artículo publicado en el número 409 de Christophorus, la revista para clientes de Porsche.

Texto: Thomas Ammann
Fotos: Porsche

Copyright: las imágenes y el sonido aquí publicados tienen copyright de Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Alemania, u otras personas. No se debe reproducir total o parcialmente sin autorización escrita de Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG. Por favor, contacte con newsroom@porsche.com para más información.

Video

https://newstv.porsche.com/porschevideos/260640_en_3000000.mp4

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/deporte-estilo-de-vida/2023/porsche-sebastian-mertke-community-management-34754.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/65119e33-d536-4477-84a5-8b8d6df68ee9.zip

External Links
https://christophorus.porsche.com/es.html

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