Cayenne Coupé: un deportivo atlético

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

22/03/2019 Con la presentación mundial del Cayenne Coupé, Porsche amplía la tercera generación de su exitosa gama SUV. Entrevistamos a Detlev von Platen, miembro del Comité Ejecutivo para Ventas y Marketing en Porsche AG.

Entrada en un nuevo segmento de vehículos: con la presentación mundial del Cayenne Coupé, Porsche amplía la tercera generación de su exitosa gama SUV. El coche impresiona por sus contornos dinámicos y sus novedosos detalles técnicos que le dan un apariencia muy atlética.

Entre los puntos destacados del nuevo Cayenne se incluyen unas formas más limpias que proporcionan un aspecto único a la parte trasera, un spoiler posterior adaptativo, asientos individuales para las plazas de atrás y dos conceptos diferentes de techo, uno panorámico fijo de cristal de serie y otro opcional de carbono. La línea de techo, bastante más inclinada y con caída hacia atrás, hace que el vehículo parezca todavía más dinámico y lo sitúa como el modelo de aspecto más deportivo del segmento. El Cayenne Coupé estará disponible para su lanzamiento al mercado con dos motores diferentes: un seis cilindros turbo con 340 caballos (250 kW) de potencia (consumo de combustible combinado 9,4 – 9,3 l/100 km; emisiones de CO_2 combinadas 215 – 212 g/km), que acelera de 0 a 100 km/h en 6,0 segundos, y un V8 de 4 litros con doble turbo, que se sitúa en lo alto de la gama. Este último cuenta con 550 caballos (404 kW; consumo de combustible combinado 11,4 – 11,3 l/100 km; emisiones de CO_2 combinadas 261 – 258 g/km) y alcanza los 100 km/h saliendo desde parado en 3,9 segundos.

Cayenne: una historia de éxito mundial

Desde la llegada del primer Cayenne en 2002, este modelo ha sido muy popular entre los clientes de todo el mundo. Se han vendido más de 864.200 unidades hasta la fecha, lo que representa una media de 50.000 coches al año. Con unos 71.500 vehículos entregados en 2018, sólo fue batido en la gama Porsche por el Macan. La mayoría de los Cayenne se vendieron en China y Europa.

En la siguiente entrevista, Detlev von Platen, miembro del Consejo de Dirección de Porsche AG como responsable de Ventas y Marketing, describe las expectativas para el Cayenne Coupé en las diferentes regiones, así como el perfil de los clientes y el crecimiento de la familia:

Coupé?

El Cayenne Coupé es un conquistador global. Es igual de atractivo para todas las regiones. Atraerá a clientes que estén especialmente interesados en los genes deportivos del Cayenne. Estos pueden ser clientes nuevos de Porsche o ya existentes, con una gran lealtad a la marca y un estilo de vida expresivo. El mercado del SUV Coupé no es nuevo, pero nosotros estamos dando un carácter propio al coche, con el ADN de diseño típico de Porsche. Por supuesto, las formas deportivas de la carrocería encajan muy bien con la marca.

Mirando al mundo, ¿quiénes son los clientes Porsche?

Nuestros clientes tienen un estilo de vida diferenciado y muy individual. No hay un estándar de cliente Porsche. Por esta razón, una de nuestras máximas es considerarlos de forma personalizada. Al mismo tiempo, hay gustos comunes a todos ellos. Entre estos encontramos el esfuerzo, el desarrollo personal y la búsqueda de lo extraordinario, así como el éxito que tienen con su actitud a la hora de salir adelante. Muchos también valoran el sentimiento de haber formado una familia en Porsche de gente con ideas afines, y experimentan un placer bien merecido. En bastantes ocasiones nuestros clientes han conducido modelos de otras marcas premium porque esperan más de sus vehículos. Pero cualquiera que después experimente el placer de conducir un modelo Porsche de acceso a la gama, verá que hay un camino mucho más deportivo y se dará cuenta de que quiere evolucionar hacia un vehículo Turbo o GT. En este cambio, el progreso personal es mucho más importante que la imagen externa.

¿Cómo de importantes son las encuestas y los estudios de mercado en Porsche para la toma de decisiones sobre futuros modelos?

Por supuesto, los comentarios de los clientes influyen sobre nuestras decisiones de producto y ellos están muy comprometidos. Recibimos más de 300.000 informes de opinión, sugerencias y peticiones cada año. Esto no quiere decir que las integremos todas en el proceso de desarrollo de un nuevo vehículo. También mostramos continuamente nuestras ideas de producto a los clientes actuales y a los potenciales. El actual Cayenne es un buen ejemplo: durante el desarrollo tuvimos en cuenta una gran cantidad de opiniones sobre su antecesor. En especial, el interior tiene en cuenta los deseos de los auténticos entusiastas Porsche. El Taycan será otro ejemplo de cómo integramos los comentarios de los clientes en una etapa temprana del desarrollo de nuevos productos. Les preguntamos al principio del proceso de desarrollo si podrían imaginarse un vehículo 100% eléctrico hecho por Porsche y cómo debería parecer. E incluso ahora, poco antes del estreno mundial en otoño, les hemos preguntado una vez más por sus impresiones sobre el producto final.

más versátil. ¿Es ésta una tendencia hacia la diversificación?

Nuestro concepto holístico no pone el foco en el vehículo, sino en el ADN de la marca. Esta combinación de deportividad y la demanda de la máxima calidad es algo evidente en todos los modelos Porsche y refleja perfectamente los intereses de nuestros clientes. Todos nuestros vehículos son deportivos, incluidos el Panamera, el Macan y el Cayenne. Estos son la opción más deportiva en sus respectivos segmentos y llevan los genes del Porsche 911. Ese es el motivo por el que Porsche se percibe claramente como una marca de coches deportivos. Y estamos trabajando duro para asegurarnos de que no cambie. Al mismo tiempo, estamos ampliando continuamente nuestra gama de producto, por lo que podemos ofrecer a nuestros clientes de todo el mundo lo que ellos quieren. Por ejemplo, el mix ha cambiado en la gama, como resultado de las preferencias de los clientes en los mercados en crecimiento. La demanda de modelos SUV deportivos es muy fuerte en China, pero las ventas de los deportivos biplaza también está creciendo.

Los coupés son obviamente una tendencia en el segmento SUV. ¿Cómo crearon la pasión de los clientes por Porsche como marca?

Porsche significa artesanía y satisfacer los deseos de los clientes con deportivos premium fascinantes. Y la gente está siempre en el corazón de todo esto. Un Porsche siempre está hecho por personas y un gran compromiso, amor y pasión se encuentran en cada Porsche. En la marca también estamos unidos para pelear siempre por la mejor solución. Así es como creamos productos individuales que nos inspiran por su excepcional calidad y placer de conducción. Con el Cayenne Coupé queremos atraer con más fuerza a grupos objetivos jóvenes. Estos grupos valoran la exclusividad y un estilo de vida expresivo, además de tener una mentalidad muy orientada a las prestaciones.

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/producto/2019/es-porsche-cayenne-turbo-coupe-suv-interview-detlev-von-platen-9024.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/c6678c35-e84c-470e-aa6b-f3b07b143b1e.zip

External Links
https://newstv.porsche.com/en/article/70293.html
https://newstv.porsche.com/en/article/70290.html

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