Porsche lanza Sales Pop-up, un formato flexible de ventas

12/11/2019 "Que estén donde yo estoy". Eso es lo que los clientes demandan cada vez más a marcas como Porsche. Por ello, el fabricante de automóviles deportivos complementa sus Centros Porsche con nuevos formatos de venta en los que es la oferta de productos la que se acerca a los clientes, no a la inversa. Estos formatos incluyen los llamados “Sales Pop-up”, kits modulares en sitios muy frecuentados que se pueden utilizar de forma flexible y cambiar en un plazo de tiempo breve.

Porsche proporciona el concepto básico del Sales Pop-up a sus filiales y distribuidores en cada mercado, que son quienes eligen el tema en el que se centrará cada Sales Pop-up. El objetivo es que resulte lo más relevante posible para cada clientela a nivel local. Como característica común, todas las ubicaciones tienen una sala de configuración para seleccionar materiales y colores. Elementos digitales como las pantallas grandes y las unidades interactivas son también una constante en este concepto. Con ello se pretende que los clientes puedan entrar en contacto con Porsche de una forma más lúdica, sobre todo los más jóvenes.

Taiwán es el primer mercado en lanzar el Sales Pop-up itinerante

A principios de octubre, se abrió el primer Sales Pop-up itinerante en Taiwán con el nombre "Porsche NOW". Está situado en el distrito de Xinyi, un lugar muy frecuentado, en el centro de la ciudad de Taipéi. "NOW" (“AHORA”) significa aprovechar el momento en lugar de mirar al pasado o al futuro. El nuevo Sales Pop-up se encuentra en un conocido centro comercial, caracterizado por un ambiente muy enfocado al estilo de vida, y sólo estará operativo durante un período limitado. Además de los vehículos expuestos, los visitantes pueden conocer Porsche Drivers Selection, Exclusive Manufaktur Parts, experimentar la realidad virtual y disfrutar de salas privadas de configuración. Taipéi es el punto de partida de un viaje de dos años del concepto Sales Pop-up por las principales ciudades de Taiwán. La segunda “Porsche NOW” se inaugurará en Tainan, la capital histórica de Taiwán, en noviembre.

Aumento del interés entre los concesionarios

Taiwán es el tercer mercado mundial en el que se activa el concepto Sales Pop-up. Este formato se inició en Blumenau, Brasil, en 2018. Luego, en septiembre de 2019, se instaló el primer pop-up de "Porsche NOW" en Richmond, Canadá, y no serán los últimos. "Vemos un creciente interés entre los distribuidores de todo el mundo por la implementación de este formato inusual de ventas. Los Sales Pop-up son una gran oportunidad para acercar a la marca a nuevos sectores de clientes y establecer contacto con ellos de forma rápida, atractiva y específica para cada mercado", afirma Marco Kana,

Director de Ventas Minoristas de Porsche.

Consumption data

911 Carrera S
Fuel consumption / Emissions

WLTP*
consumo combinado de combustible (WLTP) 11,1 – 10,1 l/100 km
emisiones combinadas de CO2 (WLTP) 251 – 229 g/km

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, COEmissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es_ES/empresa/2019/es-porsche-centros-sales-pop-up-formato-flexible-ventas-19121.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/c70703de-1509-4f91-b99a-b5351ccac791.zip

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