

Sales-Pop-up kommt nach Japan

Dieser Artikel gibt den Stand zum Zeitpunkt seiner Veröffentlichung wieder. Der Inhalt kann inzwischen veraltet sein.

14/07/2020 Premiere in der asiatischen Metropole: Mit Porsche NOW Tokyo hat der erste Sales-Pop-up-Store von Porsche in Japan seine Pforten geöffnet.

Der Store im Stadtteil Ariake ist eine zeitlich-begrenzte Anlaufstelle für bestehende und neue Porsche-Kunden. Die Einrichtung ist durch große Glasflächen geprägt, wodurch eine zwanglose, entspannte Atmosphäre entsteht. Drei Fahrzeuge, darunter der Taycan als erster vollelektrischer Sportwagen von Porsche, stehen im Außenbereich und in der Filiale.

Auch eine Porsche-Schnellladesäule mit einer Leistung von 150 kW wurde installiert. So erhalten die Kunden einen noch besseren Einblick in die Themen rund um Elektromobilität und ihre Nutzung. Zusätzlich gibt es einen Augmented-Reality-Bereich mit realistischem Konfigurator. Dort können Interessierte ihre Konfigurationen in Augmented Reality erleben – von der Wagenfarbe bis zur Innenausstattung und anderen Optionen. Gleichzeitig beantwortet der erste „Porsche Pro“ Japans alle Fragen zur Sportwagen-Marke. Bei der neuen Jobrolle handelt es sich um Produktexperten, die mit

hoher Technologiekompetenz Kunden und Interessenten beraten und für die Marke Porsche begeistern.

Michael Kirsch, Geschäftsführer von Porsche Japan, zum neuen Vertriebskonzept: „Ich freue mich sehr über die Eröffnung von Porsche NOW Tokyo in Ariake, einer Gegend, in der Menschen aus unterschiedlichsten Gründen zusammenkommen. Porsche NOW Tokyo zeigt den neuen Porsche Taycan in einem modernen und innovativen Kontext und verkörpert so die Zukunft der Marke Porsche."

„Mit der Eröffnung von Porsche NOW in Japan bauen wir die weltweite Präsenz unseres flexiblen Future-Retail-Formats weiter aus. In diesem wichtigen Markt sprechen wir sowohl neue als auch bestehende Kunden mit einem attraktiven Store-Konzept an", erklärt Marco Kana, Leiter Vertrieb Retail bei Porsche.

Porsche NOW Tokyo

Weltweiter Rollout

Porsche NOW ist ein zeitlich befristetes, innovatives Future-Retail-Format, mit dem das Angebot zu den Kunden und Interessenten kommt. Die Pop-up-Stores liegen in Stadtzentren oder Einkaufspassagen mit hohem Fußgängeraufkommen und bilden einen Ort, an dem Besucher die Marke Porsche auf neue und spannende Weise entdecken können. Porsche liefert zentral das Grundkonzept. Die Händler auf der ganzen Welt schneiden es auf ihre jeweiligen Märkte zu. So basiert auch Porsche NOW Tokyo auf dem globalen Konzept und wurde von Porsche Japan an die Anforderungen vor Ort angepasst. Geführt wird es von dem Porsche Händlerbetrieb EBI Marketing Co., Ltd.

MEDIA ENQUIRIES



Linda Riechers

Spokesperson Sales and Marketing
+49 (0) 1523 / 911 8402
linda.riechers1@porsche.de

Verbrauchsdaten

Taycan Turbo (Vorgängermodell)

Taycan Turbo S (Vorgängermodell)

*Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO_2-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem „Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de) unentgeltlich erhältlich ist.

Bildunterschriften

Pfad: Sales-Pop-up kommt nach Japan /Bilder/Bild_1.jpg
Titel: Michael Kirsch, Geschäftsführer Porsche Japan, 2020, Porsche AG
Bildunterschrift: Michael Kirsch, Geschäftsführer von Porsche Japan

Linksammlung

Link zu diesem Artikel
https://newsroom.porsche.com/de/2020/unternehmen/porsche-sales-pop-up-japan-21467.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/e294724b-9a42-4b41-8ef5-463cd987c424.zip