

Unternehmen 12.11.2019

Porsche bringt Sales Pop-up als flexibles Vertriebsformat

Der Sportwagenhersteller ergänzt seine Porsche Zentren zunehmend um neue Vertriebsformate, mit denen das Angebot zu den Kunden und neuen Zielgruppen kommt, anstatt umgekehrt. Zu diesen Formaten zählen so genannte Sales Pop-ups.



Das Grundkonzept, das von Porsche zur Verfügung gestellt wird, setzen die weltweiten Vertriebsgesellschaften und ihre Händler in den jeweiligen Märkten um. Den thematischen Schwerpunkt eines jeden Sales Pop-up bestimmen sie dabei individuell. Dadurch soll eine möglichst hohe Relevanz für die jeweilige Zielgruppe gewährleistet werden und zugleich ein Wiedererkennungswert bestehen. Als Gemeinsamkeit haben alle Standorte eine „Konfigurations-Lounge“ zur Auswahl von Materialien und Farben bei der Fahrzeugkonfiguration. Auch gehören digitale Elemente zum festen Bestandteil des Konzepts, wie etwa großflächige Bildschirme und interaktive Einheiten. Damit sollen vor allem jüngere Zielgruppen auf teils spielerische Weise mit Porsche in Kontakt treten.



Nadescha Vornehm

Spokesperson Sales and Marketing

+ 49 (0) 711 / 911 56025

nadescha.vornehm@porsche.de

Link zu diesem Artikel

<https://newsroom.porsche.com/de/2019/unternehmen/porsche-zentren-sales-pop-up-vertriebsformat-19085.html>

Weitere Artikel

<https://newsroom.porsche.com/de/historie/rollendes-porsche-museum-10668.html>

<https://newsroom.porsche.com/de/motorsport/auf-zu-neuen-ufern-webber-10642.html>

Media Package

<https://newsroom.porsche.com/media-package/26625adb-b1c6-4249-b928-d8ad8444936a>