CUPRA exhibe su ambiciosa apuesta digital

Motor | 05-11-2020 | 12:53



En tiempos de crisis hacen falta visiones globales y soluciones transversales. En esta línea lleva trabajando CUPRA desde el inicio de la pandemia de la Covid-19, aunque ha sido esta mañana cuando toda su evolución se ha mostrado más reluciente que nunca. En concreto, la marca ha desvelado las primeras imágenes de su nuevo mundo digital a través de la flamante plataforma ?CUPRA e-Garage en Cabo Formentor?, un espacio que se ha erigido como el contexto ideal para mostrar su visión digital.

Durante el acto han participado muchas caras relevantes de la firma automovilística. Uno de ellos, Antonino Labate, director de Estrategia, Desarrollo de Negocio y Operaciones, ha valorado que a raíz de la situación actual existe ?la oportunidad de dirigirnos a la gente de manera diferente?. ?Somos una marca nativa digital, la tribu CUPRA no tiene fronteras?, ha señalado Labate.

Otro de los protagonistas de la presentación de esta mañana ha sido Khaled Soussi, responsable de Desarrollo de la Red de Concesionarios y Experiencia del Cliente, que ha subrayado que el formato virtual elegido por la marca ?es el más adecuado para el futuro?. Estamos desarrollando formatos nuevos que dejan atrás el formato de concesionario tradicional?, ha destacado el protagonista antes de destacar que a través del ?Cupra e-Garage? se ofrece una experiencia ?cien por cien virtual?.

En este sentido, los usuarios que visitan el espacio e-Garage de la firma pueden personalizar su propio avatar con un gran abanico de ítems distintos, además de recorrer distintos espacios de este concesionario virtual: desde la exposición de los coches -en el caso de hoy el Formentor- hasta un auditorio, donde precisamente ha tenido lugar el acto digital de esta mañana. ?Cada participante puede crear un avatar para expresar su propia personalidad, pero no pensamos en detenernos aquí?, ha añadido Soussi.

Nuevos proyectos

Por otro lado, el responsable de Marketing de CUPRA, Ignasi Prieto, ha especificado que el camino impulsado hoy ?es solo el principio?. Entre otros proyectos, la firma, que cuenta con el respaldo mediático de caras conocidas como el portero del Fútbol Club Barcelona, Marc-André Ter Stegen, o el icono del pádel, Fernando Belasteguín, prepara el salto a la televisión digital:

?Haremos un programa de televisión con visibilidad global; CUPRA coproducirá un programa de televisión centrado en los coches deportivos?.

Autor: Redacción