

保时捷全新零售概念——“睿境计划”正式落地中国



PORSCHE



保时捷全新零售概念——“睿境计划”正式落地中国

为满足不断变化的客户需求和快速发展的全球汽车零售，保时捷全新零售概念——保时捷“睿境计划”在全球范围内正式上线。受新冠肺炎疫情影响，作为全球首个践行“睿境计划”的升级试点项目——杭州滨江保时捷中心以“云上线”的方式庆祝其重装开启。在杭州滨江保时捷中心以全新姿态面向公众之际，保时捷在中国的业务也逐渐步入正轨，并将进一步落实经销商支持举措，助力经销商重振业务、重拾信心。

微信小窗严博士 畅谈保时捷“睿境计划”

波子粉：严博士，可以帮我们介绍一下保时捷“睿境计划”吗？

严博禹博士：相信通过刚才的视频，您对这个全新的零售概念已经有了初步的了解。保时捷“睿境计划”不仅凝聚了我们对未来保时捷中心的想象，还代表着全新的设计理念、不断提升的客户体验以及激动人心的数字化生活方式。我们还首次将“社群体验”融入到保时捷中心，为保时捷车主、粉丝和爱好者打造一个专属的交流空间。

波子粉：“睿境计划”所打造的保时捷中心有哪些亮点呢？

严博禹博士：首先，无论是店面的外观设计还是店内动态的跑道设计都秉承了保时捷赛道基因。其次，多样且灵活的主题模块将保时捷传奇跑车的风采完美呈现，同时又可以轻松实现未来店面的改扩建。另外，全面数字化更重新定义了一站式购车体验，在客户与保时捷产品之间建立起个性化的智慧互联。

波子粉：杭州滨江保时捷中心的重装开启对保时捷经销商网络的发展有着怎样的意义？

严博禹博士：作为首个践行保时捷“睿境计划”的试点项目，杭州滨江保时捷中心为全球范围内现有保时捷中心的升级树立了标准和规范。“睿境计划”在保时捷未来的零售策略中扮演着重要的角色，并将成为我们与客户沟通的重要桥梁。通过整合线下销售网点和数字化平台，保时捷未来的零售体验还将通过多渠道的零售环境来定义，为客户体验保时捷品牌提供更多途径。

波子粉：未来，保时捷“睿境计划”将如何推广实施？

严博禹博士：预计到 2021 年，国内有 12 家保时捷中心将完成这项计划；而未来十年，保时捷“睿境计划”还将在全球现有的 850 家保时捷中心实施。除了现有保时捷中心的升级计划外，2020 年底，中国首个全新试点项目将在广州白云建成。

波子粉：目前的保时捷零售模式包括哪些？又该如何区分他们呢？

严博禹博士：保时捷中国一直拥有稳健发展的经销商网络。目前，在中国大陆、香港和澳门，保时捷共有 124 家销售网点。近年来，除保时捷中心以外，我们其他多样化的零售模式还包括：保时捷 e 享空间，可以让消费者在数字盛宴中身临其境地感受保时捷的产品与品牌；保时捷城市服务中心，在提供至臻售后服务的同时也传递品牌文化与价值理念；保时捷极致体验-销售体验店通过可移动的零售体验形式，向客户创意性的展现保时捷的品质与趣味。保时捷睿境计划将首先在保时捷中心得到践行与实施，并在未来逐步拓展到其他的零售模式当中去。

波子粉：当前的疫情是否影响到保时捷经销商的运营呢？

严博禹博士：随着国内疫情防控态势的持续向好，我们的在华业务也逐渐回归正轨。今年三月，保时捷中国单月销量就已超过去年同期。同时，包括武汉经销商在内的所有保时捷中心都已恢复正常运行。为了助力经销商伙伴重振业务、重拾信心，保时捷中国将从多层面、多渠道进一步落实经销商支持举措，比如持续深化落实财务保障和服务支持，引导经销商进行多元营销并侧重线上活动，以及为客户提供防疫关怀套装，让消费者畅享安心服务。

波子粉：谢谢严博士！真想去感受一下这别具一格的保时捷中心啊！

严博禹博士：欢迎你和朋友们到杭州滨江保时捷中心来一探究竟！

保时捷带你“云探店”



杭州滨江保时捷中心重装开启



杭州滨江保时捷中心亮灯仪式



展厅



重点车展示区



电动车展示区



新车交车区



售后服务区



聚汇空间



配件展示区



PORSCHE NEWSROOM

保时捷新闻中心

长按识别二维码并关注