Así se forma al equipo comercial de CUPRA en la era digital

Motor | 14/01/2021



CUPRA afronta el reto de formarlos a través de la realidad virtual, la gamificación e intervenciones en directo

Lanzar globalmente una marca nueva en plena pandemia. Ese ha sido el reto que ha afrontado CUPRA este año. ¿La solución? Una apuesta innovadora por la digitalización para formar a los más de 600 CUPRA masters, los expertos de la marca en cada concesionario. La realidad virtual ha permitido reunirlos a todos, con sus respectivos avatares, para transmitir los valores y pilares de la marca.

- ¿Qué es un CUPRA Master? “El CUPRA Master es el pilar de nuestra estrategia de distribución”. Así de claro lo tiene el responsable de DND & Customer Experience de CUPRA, Khaled Soussi. Por lo tanto, formar a estos expertos es crucial para la marca. ¿Cómo hacerlo en época COVID? “Somos una marca con la ambición de crear coches y experiencias que hagan que las personas se sientan especiales. Con nuestra ofensiva de productos, ahora tenemos una gran oportunidad de comenzar a hablar con una audiencia más amplia de otra manera. Como organización contemporánea nacida en el siglo XXI, somos una marca digital nativa que tiene como objetivo aprovechar el poder de la tecnología para generar emociones. Las interacciones

sociales son hoy globales y digitales. No hay fronteras para la Tribu CUPRA. Nuestra actitud pionera nos ha llevado a crear espacios y contenidos digitales donde nuestra Tribu puede conocer y tener experiencias con la marca", según Antonino Labate, director de Estrategia, Desarrollo de Negocio y Operaciones de CUPRA.

- Una experiencia inmersiva de realidad virtual. Jugando con esta esencia digital, la formación de los masters se ha llevado a cabo en el CUPRA e-Garage, que recrea el cabo que da nombre al primer modelo 100% de la marca, el Formentor. Aquí, los CUPRA Masters pueden explorar los modelos de CUPRA y descubrir las colecciones y todo tipo de contenidos de la marca. Se trata de una novedosa plataforma virtual donde los usuarios pueden configurar su avatar e interactuar con otras personas por voz y vía chat. "Nuestra estrategia de distribución tiene como objetivo ofrecer una experiencia centrada en una relación personal con nuestros clientes, y en este espacio virtual los CUPRA Masters encontrarán las herramientas y formación necesarias", según Soussi.

- Desde México a Alemania en el Cabo Formentor. El espacio también cuenta con un auditorio para realizar presentaciones en directo y recibir formación. En su primera convención virtual, CUPRA Masters de 35 países diferentes se han encontrado, aún estando a cientos de kilómetros, para formarse y así convertirse en vendedores especializados. “Más que una convención, es una experiencia inmersiva con comunicación a tiempo real en la que descubrimos una nueva forma de encontrarnos y compartir nuestras experiencias y conocimientos. Esta es una respuesta para digitalizar todo el proceso de cualificación y crear un espacio donde la gamificación, la personalización y el engagement juegan un papel clave”, afirma Khaled Soussi.

- Un futuro digital... y para todos. Esto es solo el comienzo. La marca cuenta con más iniciativas para digitalizar por completo la trayectoria de los CUPRA Masters, como una aplicación donde toda la tribu CUPRA puede interactuar entre sí. “Todos utilizamos actualmente plataformas digitales en nuestro día a día para aprender sobre nuevos temas y cosas nuevas. Cuando pedimos a nuestros delegados que actúen de manera diferente, también debemos actuar con ellos de una forma diferente y darles las herramientas necesarias para entrenarlos y cualificarlos”. concluye Soussi.

Además, “el CUPRA e-Garage en el Cabo de Formentor es el inicio de nuestro camino para crear nuevas experiencias digitales. El objetivo es convertir esta plataforma en un punto de encuentro para la Tribu CUPRA, así que en el futuro estará abierta para todos nuestros clientes alrededor del mundo”, señala Antonino Labate.

Autor: Redacción