



CUPRA Masters

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

- > La digitalización, clave en la formación de los CUPRA Masters, los expertos que transmitirán la imagen de la marca en cada concesionario
- > CUPRA afronta el reto de formarlos a través de la realidad virtual, la gamificación e intervenciones en directo
- > Más de 600 CUPRA Masters de 35 países han participado en la primera convención de la marca en un auditorio virtual con el Cabo Formentor como escenario

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

Martorell, 14/01/2021. – 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.

CUPRA es una marca desafiante y alejada de lo convencional, basada en un estilo estimulante y en el rendimiento contemporáneo, que inspira al mundo desde Barcelona con vehículos y experiencias vanguardistas. Lanzada en 2018 como una marca independiente, CUPRA cuenta con su propia sede corporativa y con un taller de coches de competición en las instalaciones de Martorell (Barcelona), además de contar con una red de puntos de venta especializados alrededor del mundo.



En 2020, la marca mantuvo su tendencia positiva con un crecimiento del 11% y 27.400 vehículos vendidos, gracias al buen rendimiento del CUPRA Ateca y del CUPRA León y de la entrada en el mercado del CUPRA Formentor, el primer modelo específicamente diseñado y desarrollado para la marca. Para 2021, CUPRA quiere demostrar que la electrificación y la deportividad son una perfecta combinación con el lanzamiento de las versiones híbridas enchufables del CUPRA Formentor y de su primer modelo 100% eléctrico, el CUPRA el-Born.

Este año, CUPRA participará en la competición off-road de SUV's eléctricos Extreme E. Además, es el partner oficial de automoción y movilidad del FC Barcelona y el patrocinador premium de World Padel Tour. La Tribu CUPRA está formada por un equipo de embajadores que comparten los valores de la marca, como el portero alemán Marc ter Stegen, el piloto sueco Mattias Ekström y cinco de los mejores jugadores de pádel del mundo, entre otros.

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

CUPRA HQ Comunicación

Gemma Solà

Gestión de Contenidos y Plataformas

M/ +34 639 944 087

gemma.sola@seat.es

Vanessa Petit

Generación de Contenido

T/+34 680 153 938

vanessa.petit@seat.es