



Cap Formentor

## Die CUPRA Master von morgen werden virtuell geschult

- > **Teilnahme von mehr als 600 CUPRA Mastern aus 35 Ländern**
- > **Nahezu vollständig digitalisierte Schulungen**
- > **Virtuelles Auditorium basierend auf VR und Livekursen**

**Martorell/Cham, 27. Januar 2021** – Besondere Umstände erfordern besondere Massnahmen: Für die Schulung von insgesamt mehr als 600 CUPRA Mastern, die bei den Vertragshändlern vor Ort als Markenexperten tätig sein werden, setzt CUPRA auf den innovativen Einsatz digitaler Lösungen. Mittels VR (Virtual Reality) konnten sich alle angehenden CUPRA Master am Cap Formentor versammeln, um tief in die Marke einzutauchen.

### Was ist ein CUPRA Master?

**„Ein CUPRA Master ist das Fundament unserer Vertriebsstrategie.“** So sieht es Khaled Soussi, der bei CUPRA für den Bereich Händlernetzentwicklung und Kundenzufriedenheit zuständig ist. Für ihn ist die Schulung dieser Experten von entscheidender Bedeutung für die Marke. Wie lässt sich das in Zeiten von COVID-19 bewerkstelligen? **„Unsere Marke hat den Ehrgeiz, Fahrzeuge zu schaffen, die den Menschen ein Gefühl der Besonderheit verleihen. Mit unserer Produktoffensive haben wir nun die Chance, eine breite Zielgruppe auf vielfältige Art zu erreichen. Als modernes und im 21. Jahrhundert gegründetes Unternehmen ist unsere Marke mit der digitalen Welt vertraut und möchte sich Technologie zunutze machen, um Emotionen zu wecken. Soziale Interaktionen finden heute global und digital statt. Unser Pioniergeist ermöglicht uns die Schaffung digitaler Räume und Inhalte, um sich zu treffen und die Marke zu erleben“**, sagt Antonino Labate, Direktor für Strategie, Geschäftsentwicklung und Operations bei CUPRA.



### **Ein immersives Virtual-Reality-Erlebnis**

Die Schulung der CUPRA Master fand in der virtuellen CUPRA e-Garage statt, die genau das Felsenkap nachbildet, nach dem der CUPRA Formentor benannt wurde. Hier können sich die CUPRA Master mit den CUPRA Modellen vertraut machen, die Lifestyle-Kollektionen und verschiedenste Arten von Markeninhalten entdecken.

Dabei handelt es sich um eine neuartige virtuelle Plattform, auf der die Nutzer ihre Avatare konfigurieren und mit anderen Personen per Sprach- und Chat-Funktion interagieren können.

**„Unsere Vertriebsstrategie zielt darauf ab, eine Erfahrung anzubieten, in deren Mittelpunkt eine persönliche Beziehung zu unseren Kunden steht. In diesem virtuellen Raum haben die CUPRA Master Zugriff auf alle benötigten Tools und Schulungsangebote, die dafür notwendig sind“**, erläutert Soussi. Bei ihrer ersten virtuellen Zusammenkunft trafen sich im virtuellen Schulungsraum am Cap Formentor angehende CUPRA Master aus 35 verschiedenen Ländern. **„Hier handelt es sich nicht um eine einfache Versammlung, sondern um eine immersive Erfahrung mit Echtzeit-Kommunikation, in der wir eine neue Art des Zusammentreffens und des Austauschs unserer Erfahrungen und Kenntnisse entdecken“**, sagt Khaled Soussi.

### **Eine digitale Zukunft – für jeden**

CUPRA hat noch weitere Initiativen zur vollständigen Digitalisierung der Ausbildung zum CUPRA Master entwickelt, wie beispielsweise eine App, mit der die gesamte CUPRA Familie miteinander interagieren kann. **„Derzeit nutzen wir alle in unserem täglichen Leben digitale Plattformen, um uns neue Themen und andere Dinge zu erschliessen. Wenn wir von unseren Mastern eine andere Herangehensweise erwarten, müssen wir auch anders auf sie zugehen und ihnen die erforderlichen Werkzeuge bereitstellen, damit sie sich dementsprechend weiterbilden können“**, sagt Soussi. **„Die CUPRA e-Garage am Cap Formentor ist der Ausgangspunkt für unseren Weg zu neuen digitalen Erfahrungen. Ziel ist es, diese Plattform zu einem Treffpunkt für die ganze CUPRA Familie zu machen, daher werden ihre Pforten in Zukunft all unseren Kunden auf der ganzen Welt offen stehen“**, betont Antonino Labate.



CUPRA ist eine unkonventionelle Challenger-Marke, die sich durch ihre modernen Fahrzeuge, Stilbewusstsein und zeitgenössische Performance definiert. Seit der Etablierung als eigenständige Marke im Jahr 2018 hat CUPRA einen eigenen Firmensitz sowie eine Rennwagenschmiede in Martorell (Barcelona) und unterhält zudem ein weltweites Netz spezieller Verkaufspunkte.

2020 konnte die CUPRA seinen Aufwärtstrend mit einem Wachstum von 11 Prozent und 27.400 verkauften Fahrzeugen weiter steigern. Das verdankt die Marke dem grossen Erfolg des CUPRA Ateca und des CUPRA Leon sowie der Markteinführung des CUPRA Formentor – des ersten eigenständig konzipierten und entwickelten Modells der Marke. 2021 soll die Einführung der Plug-in-Hybrid-Versionen des CUPRA Formentor und des CUPRA el-Born als erstes vollelektrisches Modell der Marke beweisen, dass sich Elektrifizierung und Sportlichkeit perfekt ergänzen können.

CUPRA wird dieses Jahr an der vollelektrischen SUV-Offroad-Rennserie Extreme E teilnehmen. Zudem ist CUPRA offizieller und exklusiver Mobilitätspartner des FC Barcelona und Hauptsponsor der World Padel Tour. Die CUPRA Markenbotschafter gehören zur sportlichen Elite und identifizieren sich mit den Werten der Marke – darunter etwa der deutsche Torwart Marc ter Stegen, der schwedische Rennfahrer Mattias Ekström und fünf der weltweit besten Padel-Tennis-Spieler.

PRENSA PREMSA NEWS PRESSE STAMPA

## **CUPRA Pressekontakt**

Karin Huber  
PR-Manager  
AMAG Import AG  
Alte Steinhauserstrasse 12 + 16  
6360 Cham  
Telefon: +41 56 463 98 08  
E-mail: [karin.huber@amag.ch](mailto:karin.huber@amag.ch)  
[www.cupraofficial.ch](http://www.cupraofficial.ch)  
[www.seatpress.ch](http://www.seatpress.ch)