



CUPRA Masters

Voici comment est formée l'équipe commerciale de CUPRA à l'ère du numérique

- **La digitalisation est la clé de la formation des CUPRA Masters, les experts qui transmettront l'image de la marque dans chaque concession**
- **CUPRA relève le défi de les former par le biais de la réalité virtuelle, de la gamification et de sessions en présentiel**
- **Plus de 600 CUPRA Masters issus de 35 pays ont participé à la première convention de la marque dans un auditorium virtuel situé au Cap Formentor**

Martorell/Cham, le 26.02.2021. – Lancer une nouvelle marque à l'échelle mondiale et au plus fort de la pandémie. Tel était le défi que CUPRA a dû relever. La solution ? Un engagement innovant dans la digitalisation pour former les plus de 600 CUPRA Masters, les experts de la marque dans les concessions. La réalité virtuelle a permis de tous les réunir, avec leurs avatars respectifs, afin de leur transmettre les valeurs et les piliers de la marque.

- **Qu'est-ce qu'un CUPRA Master ? « Un CUPRA Master est le pilier de notre stratégie de distribution ».** C'est ainsi que Khaled Soussi, Responsable DND & Customer Experience chez CUPRA, le définit. Raison pour laquelle la formation de ces experts est cruciale pour la marque. Mais comment faire à l'ère du COVID ? **« Nous sommes une marque qui a l'ambition de créer des voitures et des expériences qui permettent aux gens de se sentir spéciaux. Avec notre offensive produit, nous avons désormais l'opportunité de nous adresser à un public plus large, et d'une manière différente. En tant qu'organisation contemporaine née au 21^{ème} siècle, nous sommes une marque qui baigne dans le numérique, et qui vise à exploiter la puissance de la technologie pour générer des émotions. Les interactions sociales sont aujourd'hui mondiales et numériques. Il n'y a pas de frontières pour la tribu CUPRA. Notre attitude**



de pionnier nous amène à créer des espaces et des contenus numériques au travers desquels notre tribu peut se rencontrer et faire l'expérience de la marque » a déclaré Antonino Labate, Directeur de la Stratégie, du Développement Commercial et des Opérations de CUPRA.

- **Une expérience immersive de réalité virtuelle.** En accord avec cette essence numérique, la formation des CUPRA Masters a été menée au CUPRA e-Garage. Ce dernier recrée le cap rocheux qui a donné son nom au Formentor, le premier modèle conçu et développé exclusivement pour la marque. C'est dans ce cadre que les CUPRA Masters peuvent explorer les modèles CUPRA, mais aussi découvrir les accessoires lifestyle et tous autres contenus de marque. Il s'agit d'une nouvelle plateforme virtuelle où les utilisateurs peuvent configurer leur avatar et interagir avec d'autres personnes par la voix et par le biais du tchat. « **Notre stratégie de distribution vise à offrir une expérience axée sur une relation personnelle avec nos clients, et les CUPRA Masters trouveront tous les outils et la formation nécessaires au sein de cet espace virtuel** » explique Khaled Soussi.

- **Du Mexique à l'Allemagne depuis le Cap Formentor.** L'espace comprend également un auditorium pour des présentations en direct et des sessions de formation. Les CUPRA Masters de 35 pays différents qui habitent à des milliers de kilomètres, se sont réunis ici à l'occasion de leur première convention virtuelle, pour se former et devenir des vendeurs spécialisés. « **Plus qu'une convention, c'est une expérience immersive avec une communication en temps réel dans laquelle nous découvrons une nouvelle façon de nous rencontrer et de partager nos expériences et nos connaissances. Nous pouvons numériser l'ensemble du processus de formation, et créer un espace dans lequel la gamification, la personnalisation et l'engagement jouent un rôle clé** » ajoute Khaled Soussi.

- **Un avenir numérique... pour tous.** Et ce n'est que le début. La marque a pris d'autres mesures pour entièrement numériser le parcours des CUPRA Masters. Comme par exemple avec une application via laquelle tous les membres de la tribu CUPRA peuvent interagir les uns avec les autres. « **Actuellement, nous utilisons tous des plateformes numériques de notre vie quotidienne, que ce soit pour nous informer ou pour apprendre de nouvelles choses. Si nous demandons à nos représentants d'agir différemment, nous devons alors faire de même et leur donner les outils nécessaires pour les former et les qualifier** » conclut M. Soussi.



De plus, « **le CUPRA e-Garage au Cape Formentor est le point de départ de notre voyage pour créer de nouvelles expériences numériques. L'objectif est de faire de cette plateforme un point de rencontre pour la tribu CUPRA, afin qu'à l'avenir elle soit ouverte à tous nos clients dans le monde entier** » souligne Antonino Labate.

CUPRA est la marque non-conventionnelle et challengeuse du Groupe SEAT, basée sur un design sophistiqué et les performances de ces modèles. Depuis son lancement en tant que marque indépendante en 2018, les ventes de CUPRA ont augmenté et CUPRA a clôturé l'année 2019 avec une croissance de 72% par rapport à l'année précédente, pour atteindre 25 000 unités vendues. En 2020, la CUPRA Leon et la CUPRA Formentor, le premier modèle conçu spécifiquement pour la marque, arrivent sur le marché. CUPRA travaille actuellement à l'expansion de son réseau de distribution avec un objectif de 520 points de vente dédiés dans le monde entier à la fin de l'année 2020.

En l'honneur de son second anniversaire, CUPRA a inauguré son nouveau siège social à Martorell (Barcelone), le CUPRA Garage, un bâtiment de 2 400 mètres carré situé à côté du siège sociale de SEAT. CUPRA dispose également d'un atelier dédié aux voitures de course, le CUPRA Racing Factory, où est développée la première voiture de course de tourisme, la CUPRA e-Racer. De plus, CUPRA est la première marque automobile à participer à l'Extreme E, une compétition off-road rassemblant des SUV électriques.

En plus de devenir le partenaire global officiel en matière d'automobile et de mobilité du FC Barcelone, CUPRA a réuni autour d'elle une équipe d'ambassadeurs d'élite, incluant le gardien allemand Marc Ter Stegen ou le pilote suédois Mattias Ekstrom entre autres.

Pour toute information complémentaire:

Karin Huber
PR-Manager
AMAG Import AG
Alte Steinhäuserstrasse 12
6330 Cham
Téléphone: +41 56 463 98 08
E-Mail: karin.huber@amag.ch
www.cupraofficial.ch
www.seatpress.ch