



Agosto 26, 2021

Volkswagen apertura la primera City Store de Norteamérica en México

Se trata de un nuevo concepto: vibrante, minimalista e innovador que, aprovecha todas las herramientas tecnológicas para generar una experiencia inmersiva en todos los clientes.

Con la nueva City Store, Volkswagen responde a las nuevas demandas del mercado, así como a las tendencias globales.

Esta City Store es la cuarta unidad de negocio en su tipo que la firma alemana abre en todo el mundo.

Ciudad de México. - A nivel mundial el concepto de compra de vehículos ha tenido diversos cambios y adaptaciones, en gran medida esto ha sucedido a consecuencia de la pandemia por Covid-19.

El e-commerce ha sido una herramienta trascendental para la Marca y la industria en general que ha permitido mantener ese importante lazo con los clientes, permitiendo realizar consultas, visualizaciones y compras de autos de forma digital. Sin embargo, Volkswagen sigue evolucionando e innovando para satisfacer a un público cada vez más deseoso de nuevas experiencias tecnológicas que les permitan tomar una decisión de compra certera y efectiva según sean sus necesidades.

Si bien es cierto que las concesionarias cumplen con una función básica para realizar la compra de vehículos, también es cada vez más frecuente que quienes asisten a ellas ya han realizado investigaciones previas sobre los modelos de su interés, por ello Volkswagen ha decidido revolucionar la forma de vivir la experiencia en una de sus concesionarias y ha renovado las primeras instalaciones como City Store, la primera tienda en su tipo en México y Norteamérica.

Este concepto innovador cuenta con diversos apoyos tecnológicos que harán la visita toda una experiencia digital y sensorial siendo flexible y adaptable al tipo de cliente.

Acorde con el New Brand Design de Volkswagen, la nueva City Store es colorida, cuenta con pantallas táctiles, atriles digitales al costado de cada modelo que permitirán a los clientes obtener los detalles de cada uno por medio de un código QR, visores de realidad virtual que harán que el cliente no sólo configure el vehículo a su gusto, sino que por medio de los visores se sumerja por completo en la experiencia de vivir su nuevo auto.

Contacto para prensa

Volkswagen México
Marion Fröhner
Relaciones Públicas
marion.frohner@vw.com.mx



Más información en:
<https://www.vw.com.mx/>

Comunicado



No dejan de estar presentes las asesorías personales en todo momento para quienes, aunque deseen vivir una experiencia tecnológica también prefieran el contacto con un especialista en ventas.

Siguiendo con la adaptabilidad del concepto y como parte de su campaña Familia SUVW, “la Marca más querida de México”, busca que esta experiencia pueda adaptarse a los diversos componentes de una familia moderna, contando con un espacio de coffee break para poder tomar las mejores decisiones de compra y siendo pet friendly para que las mascotas puedan ser parte de este acompañamiento.

#Volkswagen

Sobre Volkswagen de México

Las oficinas corporativas de Volkswagen de México, así como la planta armadora de vehículos se localizan en el Estado de Puebla, a 120 km al sureste de la ciudad de México. En enero de 2013, en Silao, Guanajuato inició operaciones la Planta de Motores Guanajuato. En 2020, Volkswagen de México produjo 299,160 vehículos en su planta de Puebla y 227,449 motores en la planta de Silao. Asentada sobre una superficie de 300 hectáreas, la planta de vehículos de Volkswagen de México es una de las más grandes del Grupo Volkswagen. En esta factoría se producen los modelos Jetta, Tiguan, versión larga y Taos; así como componentes, ejes y catalizadores. La Planta de Motores Guanajuato está asentada sobre una superficie de 60 hectáreas; en esta fábrica se producen el motor EA211 y la tercera generación de motores EA888 para las plantas de vehículos de Volkswagen en Puebla, Chattanooga (Estados Unidos) y Audi, en San José Chiapa (Puebla). Volkswagen de México comercializa en el mercado doméstico las marcas del Grupo Volkswagen: Volkswagen, Volkswagen Vehículos Comerciales, SEAT, Audi, Bentley y Porsche. En 2020, estas marcas entregaron 125,895 vehículos ligeros a sus clientes.
