

Audi Progressive Retail: Die Vier Ringe starten mit neuem Erlebniskonzept für Kund_innen

- **Erster Audi Progressive Showroom in São Paulo in Brasilien eröffnet**
- **Mit erweitertem Retailkonzept erleben Kund_innen Produkte, Services und die Marke neu**
- **Ab Anfang 2023 gestaffeltes Roll-out für die internationalen Märkte**

Ingolstadt, 28. Juli 2022 – Audi stellt in den Händlerbetrieben die Kund_innen noch konsequenter in den Mittelpunkt: mit einer komplett neuen, einladenden und progressiven Showroom-Architektur, digitalen Erlebniselementen sowie Mitarbeiter_innen, die Begeisterung für Technologie wecken. Das Konzept Audi Progressive Retail bietet Raum für emotionale und individuelle Erlebnisse rund um Produkt und Marke und vermittelt auf exklusive Weise die zukunftsorientierte Denkweise der Vier Ringe.

Kein Counter und kein Tresen, stattdessen ein großer Begrüßungstisch, an dem die Mitarbeitenden des Audi Progressive Showrooms die Kund_innen empfangen: Schon ab der Begrüßung sollen sich die Gäste wohl und willkommen fühlen. Genauso sind die Beratungsinseln mit hochwertigen Möbeln und atmosphärischer Beleuchtung in den Showroom integriert – für ein spürbar neues Markenerlebnis.

„Das neue Retailkonzept macht die Markenstrategie mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit, Design und Digitalisierung im Handel auf eine menschenzentrierte und individuelle Weise erlebbar“, sagt Hildegard Wortmann, Vorständin für Vertrieb und Marketing der AUDI AG. „Wir transformieren mit Audi Progressive Retail auf sichtbare Weise unsere Handelsbetriebe zu einem Erlebnisraum und wichtigen Partner innerhalb des Ökosystems von Audi.“

Produkt und Marke emotionalisieren

Seine Premiere feiert das Konzept in einem neu eröffneten Pilotbetrieb in Morumbi, einem Stadtteil von São Paulo in Brasilien. Bei den Progressive Showrooms, deren weltweiter Roll-out vor allem in Neu- und Umbauten ab Anfang 2023 sukzessive, modular und auf freiwilliger Basis umgesetzt wird, können die Händlerbetriebe mit Materialien, Farben und Kontrasten spielen, um das Produkt, aber auch die Marke zu emotionalisieren.

Für die Ausstattung hat Audi verschiedene Elemente definiert. Dazu zählen unter anderem eine Bühne für die Fahrzeugpräsentation und eine Lounge für Beratungsgespräche. Darüber hinaus erfahren Kund_innen an digitalen Touchpoints, welche Angebote das Ökosystem von Audi über das Fahrerlebnis hinaus bereithält und welche Technologien Audi vom Wettbewerb differenzieren. So können die Modelle der Marke zukünftig immer mehr zu einem persönlichen „Experience Device“ werden. Mit Tools wie der 3D-Remote-Beratung, personalisierten

Erlebnissen im Fahrzeug und den digitalen Touchpoints genießen Kund_innen bei den Audi Partnern schon heute Beispiele einer ganzheitlichen, digitalisierten Customer Journey.

Kundenzentriertes Personalkonzept als wichtiger Baustein

Zentraler Baustein für das neue Konzept sind die Mitarbeitenden in den Showrooms. Das bereits seit 2016 eingesetzte Personalkonzept der Audi Retail Experience wandelt sich mit den sich ebenfalls verändernden Bedürfnissen der Kund_innen. Daher erhalten die sogenannten Audi Experts als Produktspezialist_innen zusätzliche Kompetenzen, um etwa mit Informationen zu Services rund um die E-Mobilität bei Kund_innen die Leidenschaft für Technologie und für die Marke zu wecken. So stellen die Audi Experts ein kundenzentriertes und individuelles Käuferlebnis sicher.

Kommunikation Unternehmen

Sina Clemendt

Pressesprecherin Vertrieb und Marketing

Telefon: +49-152-57718455

E-Mail: sina.clemendt@audi.de

www.audi-mediacyber.com/de



Der Audi Konzern ist einer der erfolgreichsten Hersteller von Automobilen und Motorrädern im Premium- und Luxussegment. Die Marken Audi, Ducati, Lamborghini und Bentley produzieren an 21 Standorten in 13 Ländern. Audi und seine Partner sind weltweit in mehr als 100 Märkten präsent.

2021 hat der Audi Konzern rund 1,681 Millionen Automobile der Marke Audi, 8.405 Sportwagen der Marke Lamborghini und 59.447 Motorräder der Marke Ducati an Kund_innen ausgeliefert. Im Geschäftsjahr 2021 erzielte die AUDI AG bei einem Umsatz von €53,1 Mrd. ein Operatives Ergebnis vor Sondereinflüssen von €5,5 Mrd. Weltweit arbeiten mehr als 89.000 Menschen für den Audi Konzern, davon rund 58.000 in Deutschland. Mit seinen attraktiven Marken sowie neuen Modellen, innovativen Mobilitätsangeboten und wegweisenden Services setzt das Unternehmen den Weg zum Anbieter nachhaltiger, individueller Premiummobilität konsequent fort.
