

Neues Showroomkonzept zur Markteinführung der neuen A-Klasse

Mit einem völlig neuen Showroomkonzept begleitet Mercedes-Benz die Markteinführung der neuen A-Klasse in Italien. In Mailand eröffnete die Marke den ersten „Visionary Store“, in dem Kunden und Interessenten die A-Klasse auf völlig neue Art und Weise sowohl real als auch virtuell erfahren können. Als erster konnte sich Formel-1-Pilot Nico Rosberg von den Vorzügen des neuen Showrooms in unmittelbarer Nähe des Mailänder Doms überzeugen.

Die Kunden können sich im „Visionary Store“ mit ihrem Wunschauto auf interaktive Weise vertraut machen, noch bevor es real existiert. Er bietet modernste Präsentations- und Kommunikationstechnik wie Tablet-PCs, Wi-Fi, Augmented Reality, gestengesteuerte Kinect-Technologie und Apps der modernsten Generation. Der Besucher kann damit auf vielfältige Weise nicht nur mit seinem Wunschauto, sondern auch mit seinen Freunden und Bekannten interagieren. Nico Rosberg konfigurierte seine Traum-A-Klasse, einen weißen A 250, in zwei Minuten auf einem iPad und zeigte das Fahrzeug dann via Facebook direkt seinen Freunden. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel:



„Visionary Store“ von Mercedes-Benz in Mailand.



„Visionary Store“ von Mercedes-Benz in Mailand.



Nico Rosberg im „Visionary Store“ von Mercedes-Benz in Mailand.



Mercedes-Benz eröffnete den ersten „Visionary Store“ in Mailand.



„Visionary Store“ von Mercedes-Benz in Mailand.

„Visionary Store“ von Mercedes-Benz in Mailand.



„Visionary Store“ von Mercedes-Benz in Mailand.