**Inchcape Motor Polska poszerza krajową sieć salonów. Pierwszy sklep typu moto convenience Inchcape w warszawskim centrum handlowym.**

**Sprzedaż samochodów w Polsce rośnie czterokrotnie szybciej niż w całej Unii Europejskiej. W 2017 roku zarejestrowano najwięcej nowych aut od kilkunastu lat\*. Wysokie tempo życia, presja czasu zarówno z powodu pracy, jak i chęci samorealizacji – te czynniki zmieniają jednak przyzwyczajenia konsumenckie mieszkańców miast. Nowe zwyczaje Polaków dostrzega dealer Inchcape Motor, który otworzył swój kolejny salon samochodowy na poziomie „0” galerii handlowej Blue City.**

Jak twierdzą przedstawiciele Inchcape Motor, jest to pierwsza tego typu inicjatywa w Polsce, a możliwe że również jedyna w Europie. Z pewnością wyjątkowa jest skala przedsięwzięcia - ponad 20 pojazdów marek BMW, MINI oraz BMW Motorrad (motocykle), a także liczne akcesoria motoryzacyjne znajdują się w salonie stworzonym w warszawskiej galerii handlowej Blue City. Co ciekawe, część przeznaczona na ekspozycję MINI jest większa niż niejeden salon tej marki w Polsce. Pop-up store jest uzupełnieniem oferty Inchape, który swoje salony ma w Warszawie, Wrocławiu oraz Poznaniu.

Choć w pierwszej kolejności na myśl przywodzi wystawę podczas targów samochodowych, w rzeczywistości jest to w pełni wyposażony sklep, z własną kasą oraz doświadczonym personelem, który pomoże dopełnić wszystkich formalności związanych z zakupem na miejscu. Odbiór samochodu również odbywa się w centrum handlowym lub – na życzenie – w domu klienta.

Salon posiada cztery strefy obejmujące samochody BMW (nowe i używane), strefę mini MINI, strefę motocyklową BMW Motorrad oraz strefę sprzedaży akcesoriów. Pop Up Store to również gratka dla wszystkich miłośników motoryzacji. Wśród prezentowanych modeli są m.in. sportowe BMW M2 Coupe, Mini Cooper S czy premierowy model BMW X3.

*- Nie ukrywam, że inspiracją do podjęcia tej inicjatywy byli nasi klienci, którzy są coraz bardziej zabiegani, a większą część spraw realizują przez telefon czy e-maila. Nasza obecność w Blue City, jest więc zbliżeniem się do nich oraz próbą pozyskania nowych klientów, którzy do tej pory myśleli, że samochody marek BMW czy MINI są poza zasięgiem ich ręki* – mówi Piotr Berzyński, dodając, że wybór lokalizacji w Blue City był związany m.in. z zakresem usług oferowanych w tym miejscu *– Blue City poza licznymi sklepami, chętnie odwiedzanymi przez naszych klientów oferuje prywatne centrum medyczne, siłownię czy salę zabaw. Nie bez znaczenia jest też lokalizacja przy Al. Jerozolimskich, które są jednym z centrów biurowych Warszawy.*

Na efekty tego typu promocji nie trzeba było długo czekać. Klienci odwiedzający salon już dokonują pierwszych transakcji, natomiast premierowym samochodem zakupionym w pop-up storze było BMW 3GT. Jak zdradza Piotr Berzyński, właściciele pojazdu to zupełnie nowi klienci dealera BMW i MINI.

Innym udogodnieniem dla klientów Pop-up Store są godziny otwarcia - takie same reszty centrum handlowego, czyli od poniedziałku do soboty w godzinach 10:00-22:00 oraz w niedziele (do końca lutego) od 10:00 do 20:00 – znacznie dłużej niż typowych salonów samochodowych.

Przedstawiciele Inchcape informują, salon otwarty będzie czasowo – do kwietnia 2018 roku; nie wykluczają jednak przedłużenia projektu.

\* Instytut Samar 2017