



Informacja prasowa

4 września 2025

Volkswagen City Store: nowy format sprzedaży na mapie Warszawy

Volkswagen wprowadza do Polski nową, miejską koncepcję sprzedaży. City Store to kameralny salon samochodowy w samym centrum miasta, który łączy w sobie wygodę lokalizacji, indywidualną atmosferę oraz pełną digitalizację. W przeciwieństwie do tradycyjnych salonów, informacje o modelach prezentowane są na multimedialnych ekranach, a proces konfiguracji odbywa się na specjalnie przygotowanym w tym celu wysokiej rozdzielczości wyświetlaczu.

Nowy obiekt, zlokalizowany przy ul. Wawelskiej 3D w Warszawie, to samodzielny budynek z własnym parkingiem, dzięki czemu zapewnia łatwy dostęp zarówno pieszym, jak i kierowcom. W przestrzeni ekspozycyjnej prezentowane są najważniejsze oraz najnowsze modele Volkswagena, a każdy z nich można przetestować podczas jazdy próbnej. Format City Store został zaprojektowany tak, aby klienci mogli w komfortowych warunkach omówić z doradcą poszczególne modele i ofertę.

Digitalizacja i najnowsze standardy

City Store wyróżnia się pełną digitalizacją – zamiast tradycyjnych drukowanych kart informacyjnych zastosowano multimedialne ekrany. Klienci mogą też wspólnie z doradcą skonfigurować wymarzony samochód na dużym, specjalnie do tego przeznaczonym wyświetlaczu. To rozwiązanie nie tylko ułatwia wybór, ale sprawia również, że proces zakupu staje się bardziej intuicyjny i angażujący.

Obiekt został zrealizowany zgodnie z najwyższymi standardami marki Volkswagen – zarówno w zakresie architektury, kolorystyki, jak i koncepcji obsługi klienta. City Store w Warszawie to przestrzeń pracy dla ekspertów w swojej dziedzinie – doradców przygotowanych do obsługi najbardziej wymagających klientów prywatnych oraz przedsiębiorców.

„City Store to zupełnie nowa jakość kontaktu z marką. Stworzyliśmy ten format z myślą o mieszkańcach dużych miast, którzy cenią wygodę, cyfrowe rozwiązania oraz indywidualne podejście i przykładają dużą wagę do estetyki oraz kwestii wizualnych. Warszawski punkt jest pierwszym tego typu miejscem w Polsce i liczymy na to, że będzie inspiracją dla dalszego rozwoju sieci sprzedaży” – mówi Michał Szaniecki, dyrektor marki Volkswagen Samochody Osobowe.

Partnerstwo z Grupą Krotoski

Operatorem warszawskiego City Store jest Grupa Krotoski – wieloletni partner Volkswagena, który prowadzi już kilka salonów sprzedaży marki na terenie całej Polski.

Kontakt

Volkswagen PR
Axel Besser-Reguła
Kierownik ds. PR
Tel: +48 690 406 132
axel.besser-regula@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka
Specjalista ds. PR
Tel: +48 690 406 354
izabela.czarnecka@volkswagen.pl



Więcej informacji:
www.vw-press.pl



Informacja prasowa

„Nowy punkt w Warszawie to miejsce, które łączy najwyższe standardy i doświadczenie reprezentowane zarówno przez markę Volkswagen, jak i naszą Grupę. Cieszę się, że to właśnie my mamy okazję prowadzić ten pilotażowy na skalę kraju projekt. Jestem przekonany, że spotka się on z entuzjastycznym przyjęciem warszawiaków” – podkreśla **Maciej Foczpański, prezes Grupy Krotoski**.

Warszawa pilotażowym rynkiem

Warszawa pozostaje dla producenta jednym z najważniejszych rynków w Polsce – zarówno pod względem sprzedaży, jak i budowania długofalowych relacji z klientami. Marka obserwuje, jak nowy format zostanie przyjęty przez konsumentów, i nie wyklucza dalszego rozwoju sieci City Store w innych polskich miastach.

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na całym świecie i produkuje pojazdy w 28 lokalizacjach w dwunastu krajach. W 2024 roku Volkswagen dostarczył ok. 4,8 mln pojazdów. Należą do nich bestsellery, takie jak Polo, T-Roc, T-Cross, Golf, Tiguan czy Passat, a także cieszące się powodzeniem modele w pełni elektryczne z rodziny ID. W ubiegłym roku firma przekazała klientom na całym świecie ponad 394 000 pojazdów w pełni elektrycznych. Obecnie w Volkswagencie na całym świecie pracuje ok. 170 000 osób. Dzięki strategii ACCELERATE Volkswagen konsekwentnie rozwija się, aby stać się najbardziej pożądaną marką w zakresie zrównoważonej mobilności.
