**“It’s Time To Be Electric”, si celebra l’arrivo di e-Niro ed e-Soul
Kia lancia la piattaforma interattiva multimediale per scoprire l’elettrico**

**-Kia Italia propone un sistema innovativo per la presentazione della propria gamma al mercato. Show in streaming, appuntamenti digitali con gli Angels Kia e sistema di home test drive.**

**-Diletta Leotta, Andrea Galeazzi e Vicky Piria protagonisti di un live show in streaming per
 conoscere tutti i vantaggi della gamma elettrificata di Kia
-Appuntamenti one to one digitali per approfondire tutti i dettagli delle vetture
-Pronto un sistema di test drive a domicilio e presso le concessionarie per provare la gamma EV di Kia e tutta la famiglia Niro**

**Giugno 2020 –** Dopo i proclami è tempo di passare ai fatti: sono trascorsi quasi sei mesi da quando dall’Headquarter Kia Motors Corporation a Seoul veniva annunciato il lancio del “Plan S”, la strategia operativa che deve guidare il brand fino al 2025 per posizionarlo ai vertici del mercato della mobilità elettrica mondiale. Oggi Kia Motors Company Italy inizia a posare la prima pietra per questo ambizioso progetto: con l’apertura della commercializzazione di e-Niro ed e-Soul attesa per il prossimo week end di giugno prende vita anche **It’s Time To Be Electric**, la piattaforma online interattiva capace di guidare passo passo il potenziale cliente alla scoperta dei prodotti elettrificati della gamma Kia. E-Soul e tutta la famiglia Niro saranno raccontate in maniera innovativa attraverso un’interfaccia coinvolgente e insusuale. **It’s Time To Be Electric** è un vero e proprio progetto pioneristico che Kia Motors Italia attiva per la prima volta a livello Europeo, portando al centro della propria attività la customer experience.

La gamma elettrificata Kia sarà quindi presentata al pubblico mediante un live streaming strutturato come i più noti quiz televisivi in cui **Diletta Leotta** vestirà i panni della presentatrice mentre **Andrea** **Galeazzi**, esperto di tecnologia, e **Vicky Piria**, pilota professionista, si sfideranno rispondendo alle domande inviate dal pubblico. Le dirette streaming si articoleranno su due date, fissate per **l’8 e il 9 giugno** alle **19:00** nella sezione Time To Be Electric del sito Kia.com e sulla pagina Facebook di Kia Motors Italia, concentrandosi sulla gamma elettrica per il primo giorno (focus su e-Soul ed e-Niro), per poi passare alla gamma ibrida il secondo (Niro Full-Hybrid e Plug-in). In una seconda fase invece, tutti coloro che si registreranno avranno la possibilità a partire dal 10 giugno di prenotare dei veri e propri appuntamenti in stanze virtuali con gli “Angel” di Kia per approfondire tutti i temi legati alla gamma elettrificata di Kia. Grazie a questi incontri, e-Soul, e-Niro e tutta la gamma elettrificata di Kia non avranno più segreti. L’azione di contatto con il cliente non si limiterà però alla piattaforma online. Il programma **It’s Time To Be Electric** darà anche la possibilità di poter testare su strada i prodotti della gamma elettrica e ibrida di Kia. Grazie a una pianificazione disponibile per gran parte del territorio nazionale, a partire dal 15 giugno Kia metterà a disposizione delle vetture con la consegna diretta a domicilio o presso i concessionari selezionati.

“It’s Time To Be Electric è la dimostrazione di come Kia si vuole affermare come brand al passo coi tempi anche sul piano della comunicazione e della customer experience, oltre che per il contenuto tecnologico dei propri prodotti – spiega Giuseppe Mazzara, Marketing Communication & CRM Director di Kia Motros Company Italy – questo approccio ridisegna le dinamiche del processo d’acquisto a partire dal primo contatto con il cliente che per l’occasione viene sviluppato a livello virtuale. Inoltre l’appuntamento individuale con del personale formato e la possibilità di fissare incontri per i test vetture direttamente a casa o presso la rete dei concessionari, pongono questa attività perfettamente in linea con l’orientamento alla customer centricity del brand”.

**Offerte commerciali e campagna di lancio**

e-Niro ed e-Soul saranno ordinabili a partire dal week end del 6 e 7 giugno in tutta la rete dei concessionari. Per celebrare questo avvenimento, che sancisce l’inizio della corsa per il completamento del Plan S, Kia ha deciso di attivare un nutrito sistema di offerte commerciali e una campagna di lancio specifica che si sommano al piano degli incentivi statali per la mobilità elettrica.

“Il Plan S è un obiettivo sfidante per tutti noi e per questo dobbiamo operare nell’ottica di essere sempre all’avanguardia in termini di offerte commerciali e strategie di comunicazione – spiega Giuseppe Bitti, Amministratore Delegato di Kia Motors Company Italy – Kia sta lavorando duramente per poter offrire al mercato italiano una delle offerte più complete di gamma elettrificata, senza venire meno all’attenzione per il cliente fornendo soluzioni d’acquisto innovative”.

La gamma elettrica di Kia, grazie agli incentivi Kia e all’eco Bonus nazionale, sarà disponibile al pubblico con prezzi a partire da 29.850 Euro per e-Niro e 29.350 Euro per e-Soul.

Oltre al prezzo sopra indicato, per essere all’altezza di un mercato sempre più competitivo e non venendo meno alla promessa di qualità che ha fatto di Kia il riferimento di mercato in termini di garanzia, il brand coreano si è spinto oltre proponendo un piano di servizi completo a tutela dell’acquisto. Nasce così il piano 7+7+7: 7 anni di garanzia a Km illimitati, 7 anni di manutenzione programmata e 7 anni di servizi UVO connect che con il programma Scelta Kia Nevermind racchiude tutto in una rata a partire da 229 euro al mese.

K**ia Motors Corporation**

Fondata nel maggio del 1944, Kia Motors Corporation (www.kia.com) è stato il primo produttore di autoveicoli in Corea. Oggi Kia vende oltre 3 milioni di veicoli l'anno in 190 Paesi, con oltre 52.000 dipendenti in tutto il mondo, ricavi annui superiori a 49 miliardi di dollari e stabilimenti produttivi in 5 Paesi. Kia è Main sponsor dell'Australian Open, Official automotive partner della FIFA, Partner ufficiale della UEFA Europa League e Main partner della League of Legends European Championship 2019. Lo slogan del brand, "The Power to Surprise", rappresenta l’impegno globale di Kia nel sorprendere il mondo, con prodotti che riflettono l’approccio entusiasmante e stimolante, in grado di offrire un’esperienza oltre le aspettative

**Per informazioni:**

Francesco Cremonesi – PR Assistant Manager: +39 3351207396; +390233482180

francesco.cremonesi@kia.it

Cristina Nichifor – PR Specialist: +39 02 33482 183; +39 366 6327001 cristina.nichifor@kia.it