



Tisková zpráva, Strana 1 z 2

Rebranding obchodních míst v rekordním tempu: Již 1 500. dealer značky ŠKODA v novém korporátním designu

- › Zaměřeno na zákazníka: Moderní design, zákaznický orientované procesy a ŠKODA Human Touch se postarají o skvělý zážitek z návštěvy dealerství
- › Nový vzhled obchodních míst značky ŠKODA: Showroom sladěn se značkou i s produktem - rostoucí paletu produktů je možno velice dobře prezentovat
- › Realizace v Evropě, Asii, Africe a Austrálii; v roce 2016 zesílí i v dalších regionech

Mladá Boleslav, 11. prosince 2015 – ŠKODA dále zvyšuje tempo při úpravách prodejní sítě dle nové korporátní identity (CI). Autosalon AUTO.POINT 21 SAS ve městě Luisant, severovýchodně od Paříže, je celosvětově již 1 500. prodejcem značky ŠKODA, který svou provozovnu přebudoval do nového korporátního designu – a to jen tři měsíce po 1 000. showroomu. Vedle Evropy probíhá tato změna designu dealerských provozoven také v Asii, Africe a v Austrálii.

„Souběžně s největší modelovou ofenzívou v historii značky ŠKODA realizujeme s našimi partnery nové provedení prodejních míst na jednotlivých trzích, v těsné spolupráci s prodejní sítí tak, abychom zajistili trvalou udržitelnost. Těší nás již 1 500. modernizované obchodní místo od počátku roku 2014,“ říká člen představenstva společnosti ŠKODA AUTO za oblast prodeje a marketingu Werner Eichhorn. „Nový vzhled autosalonů představuje ideální platformu pro moderní paletu vozů značky ŠKODA. Současně zdokonalujeme všechny postupy a procesy tak, abychom zákaznicky v autosalonu nadchli,“ dodává Eichhorn.

Přechod na novou korporátní identitu obchodních míst začal zhruba před dvěma lety. Zejména v průběhu roku 2015 se projekt zřetelně zrychlil. Vedle domácího evropského trhu se tyto změny týkají také prodejců v Číně, Rusku a v Indii, ale i trhů jako je Austrálie, Alžírsko nebo Tchaj-wan.

Ať už v Praze, Paříži, Sydney nebo v Tchaj-pej – hlavním cílem nového vzhledu obchodních míst značky ŠKODA je rychlá, přímá a otevřená komunikace se zákazníky. Základní myšlenkou strategie ‚Human Touch‘ značky ŠKODA je osobní kontakt. To platí obecně pro celý vzhled a architekturu provozoven, které působí zevnitř i zvenku otevřeným a transparentním dojmem a zvou tak k návštěvě. Průběžně také absolvují prodejní partneři značky ŠKODA a jejich zaměstnanci rozsáhlé školení s cílem dosažení maximální spokojenosti zákazníků.

Nová CI prodejců je nedílnou součástí Růstové strategie značky ŠKODA. V uplynulých pěti letech realizovala automobilka největší modelovou ofenzívu ve své 120leté historii.



Tisková zpráva

, Strana 2 z 2

Celá modelová paleta byla obnovena a rozšířena do nových segmentů. Dosavadním vrcholem bylo uvedení nové generace modelu ŠKODA Superb v polovině roku 2015.

V příštích letech chce automobilka v úspěšném kurzu důsledně pokračovat. Vedle osvědčených předností vozů značky ŠKODA automobilka sází i na cílenou emocionalizaci značky a jejích jednotlivých modelů. Tato ambice se odráží i v novém designu prodejních zastoupení značky.

Pro další informace, prosím, kontaktujte:

Jozef Baláž, Komunikace podniku

T +420 326 811 773

jozef.balaz@skoda-auto.cz

Tomáš Kubík, Komunikace podniku

T +420 326 811 749

tomas.kubik@skoda-auto.cz

Fotografie k tématu:



1 500. dealer značky ŠKODA v novém korporátním designu

Jen v listopadu letošního roku bylo každý týden přebudováno zhruba 50 provozoven.

[Download](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO



1 500. dealer značky ŠKODA v novém korporátním designu

V souladu se strategií Human Touch se vše soustředí na osobní kontakt se zákazníkem. To platí i pro celkový vzhled a architekturu provozoven.

[Download](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO

ŠKODA AUTO

- > je jedna z nejstarších automobilek na světě. Od roku 1895 se v sídle firmy v Mladé Boleslavi vyráběla nejprve jízdní kola, brzy následovaly také motocykly a automobily,
- > má v současnosti následující modelové řady osobních automobilů: Citigo, Fabia, Rapid, Octavia, Yeti a Superb,
- > v roce 2014 dodala zákazníkům, poprvé v jednom roce, celosvětově více než 1 milion vozů,
- > od roku 1991 patří Volkswagenu, jednomu z globálně nejúspěšnějších automobilových koncernů. ŠKODA AUTO v koncernovém svazku samostatně vyrábí a vyvíjí vedle vozů také komponenty jako motory a převodovky,
- > provozuje tři výrobní závody v České republice; vyrábí v Číně, Rusku, na Slovensku a v Indii většinou prostřednictvím koncernových partnerství, dále také na Ukrajině a v Kazachstánu ve spolupráci s lokálními partnery,
- > zaměstnává celosvětově přibližně 25.900 pracovníků a je aktivní na více než 100 trzích.