



Tisková zpráva, Strana 1 z 3

Nový vzhled a ještě lepší služby: Proměna obchodní sítě značky ŠKODA v ČR úspěšně ukončena

- › Všechna prodejní a servisní místa značky ŠKODA v České republice dostala nový korporátní design
- › Zaměření na zákazníky: Moderní vzhled, proklientsky orientované procesy a přístup ŠKODA Human Touch posilují spokojenost zákazníků
- › Nové showroomy s větší plochou pro novou paletu modelů
- › Inovace v oblasti digitálních technologií
- › Největší síť: 184 prodejních a 231 servisních míst po celé České republice

Mladá Boleslav, 21. ledna 2016 – Proces modernizace obchodní sítě značky ŠKODA v České republice byl ukončen dle původního plánu k 31. prosinci 2015. Proměna vzhledu zahájená koncem roku 2013 je provázena klíčovou změnou zákaznických procesů u obchodníků, která se zaměřuje na individuální potřeby klientů a dosažení jejich maximální spokojenosti. Tyto přístupy si obchodníci osvojují na školeních.

„Všichni naši obchodní partneři se k procesu přestavby svých showroomů na nový designový koncept postavili velice zodpovědně, za což jim patří poděkování,“ říká šéf prodejní organizace ŠKODA AUTO Česká republika Luboš Vlček. „Je to největší modernizace naší distribuční sítě v České republice za poslední dekády, která by nebyla možná bez pozitivního přístupu našich partnerů. Nejde pouze o vizuální změnu, ale především nové přístupy k zákazníkům nebo postupnou digitalizaci celého našeho prodejního procesu včetně doplňkových služeb,“ dodává Luboš Vlček.

Značka ŠKODA disponuje i nadále nejširší obchodní a servisní sítí v České republice. Ta čítá momentálně 184 obchodních míst včetně servisu a 47 autorizovaných servisních míst, dohromady tedy zákazník může svěřit svůj vůz do péče 231 servisů. Téměř polovina obchodních partnerů značky velmi výrazně přestavěla své showroomy, zhruba 6 % z nich pak vybudovalo prostory zcela nové.

Dosavadní zákaznické ohlasy na nový vzhled autosalonů jsou velice pozitivní. Prodejci, kteří přešli na nový korporátní design v předstihu, potvrzují vyšší návštěvnost svých showroomů, výrazně lepší zázemí pro klienty, stejně jako větší motivaci svých zaměstnanců.

Nové uspořádání prodejních prostorů optimalizuje péči o zákazníka a vychází vstříc potřebám rychlé, přímé a otevřené komunikace. Atraktivní designová řešení, použití kvalitních materiálů a efektní technologie vytvářejí příjemné prostředí pro jednání mezi prodejcem a zákazníkem. Nová architektura exteriéru sází na jasné a jednoduché tvary,



Tisková zpráva, Strana 2 z 3

modulární designové prvky a moderní osvětlení, které zlepšuje viditelnost showroomů za světla i za tmy. Inovovaný design obchodních míst podtrhuje výjimečné postavení značky ŠKODA na českém trhu.

Nezměnil se ovšem jen vzhled obchodních míst pro prezentaci vozů. Nový korporátní styl doprovodí ještě lepší služby zákazníkům, které povedou k jejich větší spokojenosti. Základní myšlenkou strategie Human Touch je osobní kontakt zohledňující individuální potřeby konkrétního klienta. Toho nelze dosáhnout bez pozornosti věnované každému jednotlivému detailu. Prostřednictvím filozofie Human Touch má prodejce vyvolat v zákaznících pozitivní emoce v souvislosti se značkou ŠKODA tak, aby se do showroomů rádi vraceli. Právě tyto dovednosti prodejní personál získává soustavným vzděláváním a na intenzivních školeních, která budou v nejbližší době pokračovat.

Pro další informace, prosím kontaktujte:

Jozef Baláž, Komunikace podniku

T +420 326 811 773

jozef.balaz@skoda-auto.cz

Vítězslav Pelc, Komunikace podniku

T +420 326 811 788

vitezslav.pelc@skoda-auto.cz

Fotografie k tématu:



Nový vzhled a ještě lepší služby: Proměna obchodní sítě značky ŠKODA v ČR úspěšně ukončena

Provozovny jsou nyní modernější, atraktivnější a nabízí více místa pro rozšířenou modelovou paletu značky ŠKODA.

[Download](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO



Video: Česká prodejní síť ŠKODA v novém designu

Design je podřízen funkci. Pro exteriér budov platí totéž co pro prodejní prostory: veškeré prvky jsou koncipovány s ohledem na potřeby zákazníka.

[Download](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO





Tisková zpráva

, Strana 3 z 3

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 2015 dodala zákazníkům 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.

