



Tisková zpráva, Strana 1 z 3

1000. showroom značky ŠKODA v novém firemním designu

- › **Milník: Autosalon Klokočka v Praze se stal v celosvětovém měřítku tisícím obchodníkem ŠKODA v novém firemním designu**
- › **Plán: Všechny showroomy ŠKODA v České republice do konce roku 2015 v novém designu**
- › **Moderní vzhled showroomů je ideální platformou pro prezentaci nové modelové palety značky zákazníkům**
- › **Strategie ‚Human Touch‘: Rozsáhlá školení prodejců zaměřená na péči o zákazníky**
- › **Nový design jako důležitý pilíř Růstové strategie ŠKODA**

Mladá Boleslav, 10. září 2015 – Modernizace prodejní sítě značky ŠKODA je v plném proudu. Autosalon Klokočka v Praze-Řepích je v celosvětovém měřítku tisícím obchodníkem značky ŠKODA v novém firemním designu. Nová není jen vizuální prezentace značky. Nové jsou i procesy v rámci aktivit obchodního místa, nová je úroveň péče o zákazníky následující strategii ‚Human Touch‘ a zaměření procesů na potřeby zákazníků s cílem dosažení jejich maximální spokojenosti. Rozsáhlá modernizace, zahájená koncem roku 2013, je integrální součástí Růstové strategie ŠKODA.

„Otevření tisícího autosalonu na světě v novém firemním designu je pro značku ŠKODA důležitým mezníkem,“ říká Luboš Vlček, šéf prodejní organizace ŠKODA AUTO Česká republika. „Nový firemní design našich obchodních míst nabízí skvělý prostor pro prezentaci naší nové palety modelů zákazníkům. Současně zaměřujeme všechny procesy v rámci aktivit obchodního místa více na potřeby zákazníků. V následujících letech budeme tyto procesy dále optimalizovat. Pro naše zákazníky jsme připravili také celou řadu nových služeb. Novým konfigurátorem počínaje a rozšířenými balíčky předplaceného servisu konče,“ doplňuje Vlček.

Nové uspořádání prodejních prostor je zaměřeno na optimální péči o zákazníka a na rychlou a přímou komunikaci. „Showroom je místem, kde se naše strategie ‚Human Touch‘ mění ve skutečnost,“ říká Luboš Vlček. Hlavním motivem nového uspořádání jsou tedy otevřenost a transparentnost. Design následuje funkci. Kvalitní materiály, nové designové prvky, efektně řešené osvětlení a teplé odstíny dřeva vytváří lákavé prostředí. Jako první upoutá pozornost nová stěna, nacházející se naproti vchodu. Nově řešená jsou i všechna pracoviště prodejců a servisních poradců.

V exteriéru se nová architektura autosalonů ŠKODA vyznačuje jasnými a jednoduchými tvary, sladěným barevným konceptem, modulárními designovými prvky a moderním konceptem osvětlení. Nové venkovní komunikační plochy zlepšují viditelnost obchodního místa značky ŠKODA ve dne i v noci.



Tisková zpráva, Strana 2 z 3

Proměna vzhledu obchodní sítě značky ŠKODA je provázena klíčovou změnou zákaznických procesů u obchodníků, která se zaměřuje na uspokojení potřeb zákazníků a dosažení jejich maximální spokojenosti. S novým přístupem se obchodníci seznamují v rámci programu intenzivních školení.

V roce 2014 dodala ŠKODA zákazníkům poprvé více než 1 milion vozů během jednoho kalendářního roku. Tím se česká automobilka definitivně etablovala jako velká, mezinárodně aktivní automobilka. S novou generací modelu ŠKODA Superb vstoupila ŠKODA v létě letošního roku do nové éry. Design, atraktivita a hodnota našich vozů tak nabývají nového významu. Tuto ambici odráží i nový design prodejních míst značky ŠKODA. Ohlasy na nový vzhled autosalonů jsou jak ze strany obchodníků ŠKODA, tak ze strany zákazníků pozitivní. To platí nejen pro hodnocení vzhledu. Prodejci, kteří již přešli na nový firemní design, zaznamenávají také vyšší návštěvnost zákazníků.

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:



1000. showroom značky ŠKODA v novém firemním designu

Modernizace prodejní sítě značky ŠKODA je v plném proudu. Autosalon Klokočka v Praze-Řepích je v celosvětovém měřítku tisícím obchodníkem značky ŠKODA v novém firemním designu. Do konce roku 2015 zazáří všechny showroomy a servisní místa značky ŠKODA na českém území v novém lesku.

[Download](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO



1000. showroom značky ŠKODA v novém firemním designu

Nové uspořádání prodejních prostor je zaměřeno na optimální péči o zákazníka a na rychlou a přímou komunikaci. Hlavním motivem nového uspořádání jsou tedy otevřenost a transparentnost.

[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, Roomster, 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.