



## Tisková zpráva, Strana 1 z 3

# ŠKODA AUTO posiluje na poli sociálních médií

- › Digitální marketing – perspektivní platforma pro komunikaci s cílovými skupinami
- › Nový koncept [YouTube kanálu](#) založený na čtyřech seriálech
- › Milník v obsahové a online strategii: Nová online platforma ŠKODA Storyboard spojuje sociální média a nabízí emocionální příběhy ze světa značky ŠKODA
- › Zvyšující se interakce s uživateli napříč všemi sociálními sítěmi potvrzuje úspěšné propojení komunikační strategie s kvalitním obsahem

**Mladá Boleslav, 20. října 2016 – Sociální média se stávají stále účinnějším nástrojem při komunikaci s potenciálními zákazníky. ŠKODA AUTO na domácím trhu v České republice v současné době využívá většinu dostupných kanálů, jejichž prostřednictvím oslovuje jejich uživatele. Rostoucí počet fanoušků, sledujících uživatelů i míra jejich zapojení ukazují, že sociální sítě nejsou jen dočasným módním trendem. Domácí značka je v českém prostředí jasným lídrem mezi automobilovými brandy a velmi dobře si vede i v konfrontaci s ostatními firemními profily na sociálních sítích.**

Digitální marketing je poměrně mladé marketingové odvětví, jehož potenciál je podmíněn charakteristickými atributy nových médií. V současnosti se stává standardním elementem komplexní marketingové komunikace. Zahrnuje v sobě prakticky veškerou marketingovou komunikaci operující na základě digitálních technologií, jako jsou nástroje z oblasti internetu, mobilních aplikací a dalších digitálních komunikačních prostředků.

„Rychlé rozšíření digitálních technologií mezi běžné uživatele nás nutí hledat nové způsoby komunikace s veřejností,“ říká vedoucí marketingu ŠKODA AUTO Česká republika Michal Pres. „S růstem počtu smartphonů roste i konzumace on-line videa a obsahu, které se stávají jedněmi z nejdůležitějších marketingových nástrojů současnosti. Právě na kvalitní video obsah se chceme ještě více zaměřit,“ dodává Michal Pres.

ŠKODA AUTO aktuálně pracuje na zásadní modernizaci komunikačního konceptu svého [YouTube kanálu](#). Výsledkem této revoluční změny má být nejznámější, nejsledovanější a nejrespektovanější firemní kanál v České republice a současně silný nástroj pro zásah v cílové skupině 25+. Pravidelný obsah kanálu budou tvořit čtyři seriály – ŠKODA Nezeptat se, ŠKODA Experiment, ŠKODA Není doma a Osobnosti ŠKODA představují. **ŠKODA Nezeptat se** je seriál, v němž automobilka hravou formou odpovídá na dotazy fanoušků ze sociálních sítí. Jeho moderátory jsou herečka Táňa Malíková a DJ Josef Fajta. Stejná dvojice bude provázet také seriálem ŠKODA Experiment. V něm se vozy ŠKODA ocitnou v netradičních situacích spolu se zajímavými hosty, jakými budou například známí youtuberi. V seriálu **ŠKODA Není doma** se instagramistky Czech Vibes Markéta Polášková a Magdaléna Fukanová vydají s vozem ŠKODA objevovat zajímavá místa České republiky a sbírat exkluzivní zážitky z milionhvězdičkových hotelů, tj. kempování pod noční oblohou. Posledním ze zmíněné čtveřice je seriál **Osobnosti ŠKODA představují**, jehož prostřednictvím se fanoušci z úst významných osob ze společnosti



# Tisková zpráva

, Strana 2 z 3

ŠKODA AUTO dozví vše o plánech, zajímavostech a událostech týkajících se značky s okřídleným šípem.

O tom, že tento inovativní koncept funguje, svědčí rychlý nárůst počtu odběratelů v poslední době. S téměř 9000 odběrateli má ŠKODA AUTO Česká republika největší firemní automobilový [YouTube kanál](#). Nejsilnější ohlas však stále mají příspěvky na [Facebooku](#), kde počet fanoušků přesáhl 180 000. Každý publikovaný příspěvek zde zaznamená průměrně 4000 interakcí. [Twitterový účet](#) ŠKODA AUTO Česká republika sleduje přes 6800 uživatelů a i zde vládne česká značka nejen absolutním počtem, ale také počtem interakcí. Rostoucí trend vykazuje rovněž sociální síť, jejíž publikum tvoří především mladí lidé z větších měst. [Instagram](#) tuzemského zastoupení značky ŠKODA se řadí mezi nejvlivnější firemní účty tohoto typu díky více než 33 000 followerů. Vedle prvenství v počtu sledujících má ŠKODA AUTO Česká republika i nejaktivnější publikum. Například v segmentu automotive jí patří 52% podíl na celkových interakcích s průměrným počtem 1400 interakcí na post.

Na pokračující digitalizaci světa médií a komunikace zareagovala značka ŠKODA nedávno spuštěním nové online-platformy pod názvem ŠKODA Storyboard ([www.skoda-storyboard.com](http://www.skoda-storyboard.com)). Společný komunikační kanál oblastí Komunikace a Marketingu vypráví emocionální a překvapivé příběhy se světa značky ŠKODA a interaktivně je připravuje pro elektronická a sociální média. ŠKODA Storyboard je zároveň volně přístupným média portálem, který zahrnuje tiskové zprávy, fotografie a videa. Tento internetový portál nedávno získal ceny Annual Multimedia Award a Galaxy Award pro mimořádné multimediální projekty v oblasti komunikace značek.

Potenciál sociálních médií je tedy zřejmý a vše nasvědčuje tomu, že růstová tendence bude pokračovat minimálně ve střednědobém horizontu. Značka ŠKODA hodlá i nadále posilovat svoji pozici lídra českého trhu a expanze na sociálních sítích je nedílnou součástí její marketingové strategie. Se správou všech sociálních kanálů ŠKODA AUTO Česká republika pomáhá digitální agentura Zaraguz.

## Pro další informace, prosím, kontaktujte:

Jozef Baláž, Komunikace podniku

T +420 326 811 773

[jozef.balaz@skoda-auto.cz](mailto:jozef.balaz@skoda-auto.cz)

Vítězslav Pelc, Komunikace podniku

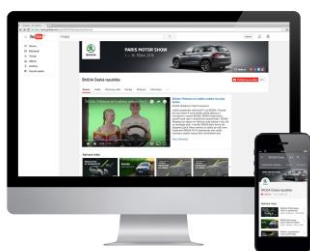
T +420 326 811 788

[vitezslav.pelc@skoda-auto.cz](mailto:vitezslav.pelc@skoda-auto.cz)



# Tisková zpráva, Strana 3 z 3

## Fotografie k tématu:



**ŠKODA AUTO posiluje na poli sociálních médií**  
Značka ŠKODA rozjela zbrusu nový komunikační koncept svého [YouTube kanálu](#). Pravidelný videoobsah kanálu budou tvořit čtyři seriály - [ŠKODA Nezeptat se](#), [ŠKODA Experiment](#), [ŠKODA Není doma](#) a [Osobnosti ŠKODA představují](#).

[Download](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO



**ŠKODA AUTO posiluje na poli sociálních médií**  
Obrázek vlevo představuje náhled nejúspěšnějšího příspěvku mezi všemi značkami v roce 2016. Získal přes 18 000 reakcí, 580 komentářů a 4 800 sdílení.

[Download](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO

## ŠKODA AUTO

- > je jednou z nejstarších automobilek na světě. Společnost založená v roce 1895, v období počátků automobilu, dodnes sídlí v Mladé Boleslavi,
- > má v současnosti následující modelové řady osobních automobilů: CITIGO, FABIA, RAPID, OCTAVIA, YETI, KODIAQ 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 více než 26 600 pracovníků a je aktivní na více než 100 trzích.