

Nikola Parrák se stává novou vedoucí marketingu společnosti Škoda Auto pro český trh

- › **Zkušená manažerka s mnohaletou praxí v automobilovém průmyslu se od 2. ledna 2026 ujímá funkce vedoucí marketingu Škoda Auto pro český trh**
- › **Dosavadní vedoucí marketingu Libor Šedivák od 1. října 2025 vede oddělení Rozvoj strategie a obchodní sítě ČR**
- › **Personální změny stabilizují obchodní organizaci značky Škoda pro klíčový tuzemský trh**

Mladá Boleslav, 5. ledna 2026 – Škoda Auto na českém trhu rozšiřuje svůj manažerský tým. S platností od 2. ledna 2026 se funkce vedoucí marketingu ujímá Nikola Parrák. Dosavadní vedoucí Libor Šedivák již od 1. října 2025 působí jako vedoucí Rozvoje strategie a obchodní sítě ČR, do konce roku 2025 zastával obě pozice. Nikola Parrák bude ve své roli zodpovědná přímo Jiřímu Maláčkoví, vedoucímu Škoda Auto pro český trh.

Nikola Parrák je zkušenou profesionálkou s širokými znalostmi v oblasti mezinárodní reklamy, strategie značky a event managementu. Je absolventkou Institutu komunikačních studií a žurnalistiky Univerzity Karlovy a má za sebou řadu studijních i pracovních stáží v zahraničí.

Do společnosti Škoda Auto nastoupila v roce 2015 a prošla řadou pozic především v oblasti marketingu, působila také v koncernu Volkswagen. V minulosti koordinovala uvádění globálních kampaní a poskytovala strategickou podporu pro nové trhy. Mezinárodní zkušenosti získala v Číně, kde působila jako senior brand specialistka u společností Volkswagen Group China v Pekingu a SAIC Volkswagen v Šanghaji.

Na svém dosavadním působišti ve společnosti Škoda Auto pracovala jako koordinátorka tvorby komunikačního obsahu, kde dohlížela na vývoj a realizaci globálních marketingových kampaní pro uvedení nových modelů na trh a pro poprodejní produkty i služby. Do její kompetence spadalo rovněž budování strategických partnerství s předními mediálními a technologickými společnostmi. Od 2. ledna se ujímá zodpovědnosti za oddělení marketingu automobilky na českém trhu.

Libor Šedivák vede oddělení Rozvoj strategie a obchodní sítě ČR

Dosavadní vedoucí marketingu Libor Šedivák působil na tomto postu od října 2021 a výrazně přispěl k rozvoji marketingových aktivit především zavedením nových metod marketingové komunikace. Od 1. října 2025 zastává pozici vedoucího Rozvoje strategie a obchodní sítě ČR.

Jiří Maláček, vedoucí Škoda Auto pro český trh, říká: „Rád bych poděkoval Liboru Šedivákovi za jeho dosavadní práci v oblasti marketingu a popřál mu mnoho úspěchů v nové roli, již se zhostil s nasazením sobě vlastním. Současně chci v našem týmu přivítat Nikolu Parrák.

Věřím, že zde uplatní svoje schopnosti a dovednosti. Mám radost, že můžeme využít jejích cenných zkušeností v oblasti mezinárodního marketingu. V nové funkci jí přeji hodně úspěchů v posilování značky a těším se na spolupráci.“

„Jsem ráda, že se mohu podílet na marketingových aktivitách dlouholeté jedničky českého automobilového trhu. Vážím si důvěry, kterou jsem získala, a vynasnažím se přispět k tomu, aby značka Škoda dále posilovala své postavení. V tom se mohu spolehnout na motivovaný tým marketingových profesionálů,“ říká Nikola Parrák.

Kontakt

Michaela Sklenářová

Tisková mluvčí Škoda Auto pro český trh

T +420 730 862 342

michaela.sklenarova@skoda-auto.cz

Fotografie k tématu



Nikola Parrák se stává novou vedoucí marketingu společnosti Škoda Auto pro český trh

Škoda Auto na českém trhu obměňuje svůj manažerský tým. Na místo vedoucí marketingu nastupuje Nikola Parrák.

Zdroj: Škoda Auto



Nikola Parrák se stává novou vedoucí marketingu společnosti Škoda Auto pro český trh

Manažerka s rozsáhlými zkušenostmi v automobilovém průmyslu nahrazuje Libora Šediváka, jenž tuto funkci zastával od roku 2021 a od loňského října působí jako vedoucí Rozvoje strategie a obchodní sítě ČR.

Zdroj: Škoda Auto

Škoda Auto na českém trhu

- › značka Škoda je zastoupena na domácím trhu více než 170 prodejními a 222 servisními partnery;
- › pokračuje v mimořádně úspěšném odkazu, který je výjimečný i v mezinárodním srovnání: Škoda je nepřetržitě nejprodávanější značkou automobilů na domácím trhu od roku 1936;
- › v roce 2024 získala tržní podíl bezmála 34 % nově registrovaných vozů v České republice;
- › nabízí zákazníkům širokou paletu modelů, zahrnující kompletní řadu efektivních spalovacích, mild- nebo plug-in hybridních i čistě elektrických pohonných jednotek;
- › je lídrem v oblasti elektromobility v České republice: vedle komplexních služeb spojených s prodejem a servisem podporuje ve spolupráci se státem a s předními partnery i rozvoj dobíjecí infrastruktury;
- › v rámci řady projektů společenské odpovědnosti se věnuje ochraně a péči o životní prostředí, dopravní bezpečnosti, pomoci znevýhodněným občanům či podpoře sportu.