



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

Strana 1 od 3

„BOOST“-OVANA ŠKODA ZA INDIJU

› Indija je jedno od najvažnijih tržišta za brend ŠKODA. Koja je priča dovela do sadašnjeg uspeha brenda i kako trenutno napreduje?

Beograd, 10. novembar 2022 – Putovanje je sjajno počelo s modelima KUSHAQ i SLAVIA. ŠKODA kontinuirano beleži rekordnu mesečnu i kvartalnu prodaju u Indiji, odgovorna je za globalnu platformu – MQB A0 – nakon što je posebno prilagodila platformu MQB-A0-IN za modele KUSHAQ i SLAVIA u Indiji. To je još jedan snažan dokaz uspeha u Indiji. Ali pogledajmo gde ova priča počinje.

Ključna reč je INDIA 2.0. Ovim projektom je Volkswagen grupa pokrenula sledeći veliki korak u Indiji. Sredinom 2018. Grupa je objavila da će ŠKODA predvoditi pet brendova Grupe u regiji i da će razviti kampanju održivog modela za brendove ŠKODA i Volkswagen u Indiji. Grupacija je takođe najavila ulaganje od 1 milijarde evra za implementaciju ovog programa.

Treća godišnjica od osnivanja

Postojala je jedna vrlo važna prekretnica na putu INDIA 2.0: spajanje triju indijskih filijala putničkih vozila Volkswagen grupe – Volkswagen India Private, Volkswagen Group Sales India Private i ŠKODA AUTO India Private u jedan entitet pod nazivom ŠKODA AUTO Volkswagen India Private. Spajanje triju kompanija organizovano je kako bi se iskoristila sinergija, spojila tehnička i upravljačka stručnost, omogućilo brže i koordinirano donošenje odluka i otključao potencijal Volkswagen grupe na visoko konkurentnom indijskom tržištu.

Dva potpuno nova modela dizajnirana su korišćenjem svestrane MQB platforme, dostižući čak 95 posto lokalizacije. U januaru 2019. otvoren je novi tehnološki centar u Chakanu, Pune, gde inženjeri razvijaju vozila prilagođena potrebama kupaca na indijskom potkontinentu, uključujući upravljanje projektima, elektroniku, infotainment, dizajn karoserije, enterijera ili šasije. Proizvodnja lokalnih SUV vozila i limuzina započela je 2020.

Svedoci najbolje godine

Misija Grupe u sklopu projekta INDIA 2.0 u potpunosti je u skladu sa vizijom „Atmanirbhar Bharat“ što se prevodi kao „samostalna Indija“ ili „samodovoljna Indija“, izraz koji je skovala indijska vlada, a odnosi se na ekonomski razvoj u zemlji.

„Blisko smo sarađivali sa indijskim dobavljačima kako bismo zadovoljili standarde Grupe, najbolju praksu i globalnu tehnologiju. Veoma smo ponosni što su mnogi od njih takođe postali dobavljači Volkswagen grupe na globalnom nivou. Nastojanje Grupe da projektuje i proizvodi automobile u Indiji koje će voziti svet takođe je stvorilo snažnu bazu programera i inženjera koji rade iz Indije. Kroz projekat INDIA 2.0 takođe smo podstakli globalne dobavljače da uspostave poslovanje u Indiji, pronađu i obuče lokalnu radnu snagu u skladu sa nacionalnom inicijativom „Skill India“. Pandemijska je dodatno ubrzala potrebu za lokalnim i efikasnijim lancima snabdevanja,“ kaže Piyush Arora, izvršni i generalni direktor ŠKODA AUTO Volkswagen India.

OD DETALJA DO PRIČE
www.skoda-storyboard.com/sr/



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

Strana 2 od 3

Široko rasprostranjena prihvatljivost i popularnost limuzina ŠKODA SLAVIA i Volkswagen Virtus, kao i SUV vozila ŠKODA KUSHAQ i Volkswagen Taigun odražava se u prodaji i takođe potvrđuje uspeh projekta INDIA 2.0. Pokretana sa pet brendova, Grupa je ostvarila najveću prodaju u Indiji, s više od 75.000 prodatih jedinica od januara do septembra 2022, uz impresivan rast od 120 posto u odnosu na prethodnu godinu. Pojedinačno gledano, prodaja brenda ŠKODA za ovu godinu (od januara do septembra) premašila je ono što je brend ostvario u celoj prošloj godini. ŠKODA je prodala više od 41.000 automobila u prvih devet meseci 2022, što je najveći broj ikada u Indiji i rast od 167 posto. Indija je sada postala jedno od tri najveća tržišta za ŠKODA AUTO na globalnom nivou.

Ofanziva dva modela

Upravo je model ŠKODA KUSHAQ označio početak nove ere za brend ŠKODA u Indiji. SUV je bio prvo proizvodno vozilo projekta INDIA 2.0 – i prva ŠKODA razvijena i proizvedena u Indiji i za Indiju, i za svet. Naziv potiče iz indijskog sanskrita starog hiljadu godina, na kojem „Kushak“ znači kralj ili vladar. Trenutno je najprodavanija ŠKODA u Indiji. Proizvođač automobila je nedavno počeo da izvozi KUSHAQ na AGCC tržišta (Bahrein, Kuvajt, Oman, Katar, Saudijska Arabija, UAE) – prvi ŠKODA automobil proizveden u Indiji i koji se izvozi.

„Druga ŠKODA razvijena kako bi zadovoljila specifične zahteve indijskih kupaca bila je SLAVIA. Tradicionalna limuzina dobila je dinamičan dizajn i niz modernih rešenja. Najbolji način da se opiše nova SLAVIA je povezivanje svetova. Automobil s tradicionalnom karoserijom limuzine – sa stepenastim zadnjim delom i preklopnim poklopcem prtljaga – odgovor je na neprestanu potražnju indijskih kupaca u ovom segmentu. Međutim, u isto vreme, SLAVIA je obogaćena modernim i dinamičnim dizajnom sa kristalnim elementima koji je čine tipičnom ŠKODA-om za 21. vek. SLAVIA je brzo stekla popularnost u svom segmentu i značajno doprinosi rastu brenda. Grupa se takođe priprema za predstavljanje modela KUSHAQ i SLAVIA u Vijetnamu, što je važna prekretnica za tim u Indiji,“ opisuje Arora.

Ali, kako brend postaje sve popularniji, svi modeli dobro prolaze u svojim segmentima. OCTAVIA je postavila rekord kao jedan od najprodavanijih lokalno sklopljenih automobila u Indiji. SUPERB limuzina i KODIAQ takođe privlače nove kupce luksuznih automobila i ostavili su trag za sebe u svojim segmentima.

„Svi lokalno sklopljeni automobili, poput modela OCTAVIA i SUPERB, dopunjuju naš portfolio proizvoda kojim dominiraju automobili projekta INDIA 2.0 i pomažu nam da zadržimo pozicioniranost u luksuznoj klasi. OCTAVIA ima prednost prvog pokretača među lokalno sklopljenim modelima brenda ŠKODA s velikom popularnošću. Zapravo, entuzijasti povezuju brend ŠKODA sa modelom OCTAVIA. Zajedno sa modelima SUPERB i KODIAQ, pomaže nam u održavanju vrhunskog imidža i klijentele. To je ono što ove modele čini jednako važnim za nas, kao i asortiman INDIA 2.0“, zaključuje indijski izvršni direktor.

Koje se karakteristike najviše sviđaju indijskim kupcima i imaju li specifične zahteve? Kakvi su planovi brenda u Indiji u pogledu održivosti i neutralnosti ugljenika? Hoće li električni automobili uskoro biti predstavljeni u ovoj oblasti? Uskoro ćemo dati odgovore na ova i druga pitanja u intervjuu sa izvršnim direktorom ŠKODA India Piyushom Aroram.

OD DETALJA DO PRIČE
www.skoda-storyboard.com/sr/



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

Strana 3 od 3

Da li ste znali?

Pet brendova grupe nudi više od 30 modela svojim kupcima na više od 400 prodajnih mesta s ciljem da ih do kraja 2022. bude 500. Dilerska mreža brenda ŠKODA takođe se brzo širi i prisutna je u više od 125 gradova. Od 100 prodajnih mesta u 2020. godini, broj će se povećati na više od 200 do kraja 2022. godine, čime će se udvostručiti broj mesta na kojima ljudi mogu da kupe ŠKODA automobil.

Da li ste znali?

Više od 50 posto prodaje čini model KUSHAQ. Oko 40 posto je SLAVIA. Ostatak čine KODIAQ, OCTAVIA i SUPERB. Sa modelom SLAVIA, plan je bio udvostručiti prodaju u odnosu na prošlu godinu – brend je već postigao više od toga.

Da li ste znali?

Grupa Volkswagen postigla je rekordnu prodaju u Indiji u prvih šest meseci 2022. godine s 52.698 prodatih jedinica (u poređenju sa 18.008 jedinica u prvoj polovini 2021. Godišnja prodaja Grupe u 2021. iznosila je 54.598 jedinica). Obim proizvodnje porastao je za 100 posto u odnosu na prethodnu godinu od januara do juna 2022. – 73.606 u poređenju sa 38.111 jedinica u prvoj polovini 2021. Prodajne brojke ŠKODA AUTO za prvu polovinu 2022. (28.876 jedinica) premašile su prodaju cele 2021. godine (23.858 jedinica).

Da li ste znali?

Indija od sredine oktobra ima novog heroja – ŠKODA SUV KUSHAQ. Osvojio je pet od pet zvezdica na testovima sudara Globalnog programa za procenu novih automobila (GNCAP), što ga čini najsigurnijim automobilom u svom segmentu i doprinosi projektu „Sigurniji automobili za Indiju“. Izgrađen je na platformi posebno razvijenoj za Indiju s velikim fokusom na lokalizaciji, ima manje troškove vlasništva i održavanja, uz zadržavanje dinamičnih osobina vožnje i bez kompromisa u pogledu sigurnosti. Platforma je interno testirana na razne udare, a njena struktura se sastoji od čelika visoke čvrstoće koji osigurava krutu strukturu karoserije koja apsorbuje udarce kako bi podržala mnoštvo aktivnih i pasivnih bezbednosnih tehnologija. KUSHAQ je osvojio 30 od maksimalnih 34 boda za odrasle putnike. U slučaju dece, SUV je osvojio 42 od maksimalno mogućih 49 bodova, što ga čini prvim automobilom koji je dobio ocenu od 5 zvezdica za bezbednost dece.

Više informacija:

Aleksandra Đokić

Direktor marketinga

P +381 11 3072 872

aleksandra.djokic@autocacak.co.rs

OD DETALJA DO PRIČE
www.skoda-storyboard.com/sr/