

České zastoupení Škoda Auto naplno spouští novou firemní identitu

- › **Nová firemní identita nově na všech komunikačních platformách a materiálech**
- › **Oficiální spuštění doplňuje rozsáhlá marketingová kampaň v čele s novým televizním spotem**
- › **Rozsáhlé aktivity na sociálních sítích se zapojením známých osobností**
- › **Showroomy českých autorizovaných partnerů se začnou proměňovat od konce roku 2024**

Mladá Boleslav, 3. dubna 2023 – Po loňském představení nové firemní identity přichází české zastoupení Škoda Auto s rozsáhlou marketingovou kampaní na podporu jejího oficiálního spuštění na českém trhu. Jejím ústředním motivem bude televizní spot, do nového hávu také převleče veškeré online kanály a součástí kampaně bude i komunikace spolupracujících známých osobností či doprovodné sponzorované aktivity. Do poloviny letošního roku plánuje Škoda Auto vyměnit i veškeré tištěné materiály v tuzemské dealerské síti. Nové prvky architektury začne autorizovaná síť partnerů nasazovat na konci roku 2024.

„Novou firemní identitu jsme veřejnosti ukázali v loňském roce, od teď ji naplno začneme využívat i ve všech tuzemských komunikačních kanálech. Cílem kampaně je všem ukázat nové vizuály a inspirovat naše zákazníky k objevování a větší odvaze vydat se nevděnými cestami vstříc novým zážitkům,“ říká Libor Šedivák, vedoucí marketingu českého zastoupení mladoboleslavské automobilky.

Od 3. dubna naplno i v České republice

České zastoupení Škoda Auto začíná ode dneška naplno využívat novu firemní identitu a její oficiální spuštění doprovází rozsáhlá marketingová kampaň. V den jejího zahájení ji podpoří využití inovativního formátu na zpravodajském portálu iDnes.cz a také přebal titulní strany deníku Mladá Fronta DNES. Vůbec poprvé automobilka také využívá tzv. digitální out-of-home plochy. Ústředním motivem je televizní spot, který prezentuje změnu, nová dobrodružství, otevřené možnosti nebo objevování nových cest. V následujícím měsíci se bude spot objevovat také v kinech. Za zpracováním kreativního konceptu spotu stojí agentura Zaraguza, o produkci spotu se postaral produkční tým Beze Strachu a mediální distribuci zajistila agentura PHD.

Změna v online kanálech a aktivity na sociálních sítích s podtitulem Nová kapitola

S novou firemní identitou se od dnešního dne veřejnost setká také na všech webových stránkách a oficiálních profilech Škoda Auto. Na sociálních sítích podpoří povědomí o změně

identity i spolupracující známé osobnosti, mezi které patří například Tomáš Zástěra, Inna Puhajková, Jan Mejdr, Bára Poláková, Marek Lambora a další. Aktivity budou zahrnovat například přebarvení profilové fotografie, sdílení zážitků z výletů nebo soutěže o nezapomenutelné zážitky. Strategii pro sociální sítě tvořila agentura SocialSharks.

Hudební festivaly, kulinářské zážitky i nové sporty

Nová firemní identita bude mít přesah i do sponzoringových aktivit. K tradičním partnerstvím tak přibudou například spolupráce s hudebním festivalem Metronome, gastronomickým festivalem Prima FRESH nebo freestyle show COOLIFE Fest 2023. V oblasti sportu už Škoda Auto podpořila například freedivera Davida Vencla, která se jako první na zamrzlém jezeře Sils pod ledem potopil na jeden nádech a bez neoprenu do hloubky 52,1 metru.

Největší změna identity značky Škoda za posledních 30 let

Pro éru elektromobility a digitalizace vytvořila Škoda Auto nový designový jazyk a firemní identitu. Vyznačuje se jasnými minimalistickými liniemi, které zdůrazňují jednoduchost a kvalitu nových modelů značky Škoda. Nové logo je prezentováno bez plastické 3D grafiky. Škoda Auto tak zareagovala na rostoucí přesun marketingových a komunikačních aktivit z tisku na internet. Velkou změnou prošla také firemní identita. Mladoboleslavská automobilka bude používat dva různé odstíny zelené: smaragdovou a elektrickou zelenou, které symbolizují ekologii, udržitelnost a elektromobilitu. U autorizovaných partnerů na českém trhu se nové prvky architektury dle nové firemní identity začnou objevovat od konce roku 2024.

Kontakt

Tomáš Kotera

Vedoucí Komunikace podniku
a Interní komunikace
T +420 326 811 773
tomas.kotera@skoda-auto.cz

Pavel Jína

Tiskový mluvčí Škoda Auto
Česká republika
T +420 326 811 776
pavel.jina@skoda-auto.cz

Fotografie k tématu



České zastoupení Škoda Auto naplno spouští novou firemní identitu

Po loňském představení nové firemní identity přichází české zastoupení Škoda Auto s rozsáhlou marketingovou kampaní na podporu jejího oficiálního spuštění na českém trhu.

Zdroj: Škoda Auto



VIDEO: České zastoupení Škoda Auto naplno spouští novou firemní identitu

Ústředním motivem je televizní spot, který prezentuje změnu, nová dobrodružství, otevřené možnosti nebo objevování nových cest. V následujícím měsíci se bude spot objevovat také v kinech.

Zdroj: Škoda Auto

Škoda Auto

- > se v novém desetiletí úspěšně řídí strategií „Next Level – Škoda Strategy 2030“;
- > usiluje o to, aby se do roku 2030 pomocí atraktivních nabídek ve vstupních segmentech a dalších modelů s elektrickým pohonem zařadila mezi pět nejprodávanějších značek v Evropě;
- > směřuje na pozici nejúspěšnější evropské automobilky na důležitých růstových trzích jako je Indie a severní Afrika;
- > v současnosti nabízí zákazníkům 12 modelových řad osobních automobilů: Fabia, Rapid, Scala, Octavia, Superb, Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq iV, Enyaq Coupé iV, Slavia a Kushaq;
- > v roce 2022 dodala zákazníkům celosvětově více než 731 000 vozů;
- > je už 30 let součástí koncernu Volkswagen, jednoho z globálně nejúspěšnějších automobilových výrobců;
- > v koncernovém svazku samostatně vyvíjí a vyrábí vedle vozů také komponenty jako motory a převodovky;
- > provozuje tři výrobní závody v České republice; má výrobní kapacity v Číně, v Rusku, na Slovensku a v Indii, většinou prostřednictvím koncernových partnerství, dále také na Ukrajině ve spolupráci s lokálním partnerem;
- > zaměstnává celosvětově 45 000 pracovníků a je aktivní na více než 100 trzích.