

## Škoda Auto zahájila celosvětovou proměnu svých dealerství v novém korporátním designu

- › Škoda Auto uvede novou firemní identitu ve více než 4 000 dealerství po celém světě
- › Moderně vybavené showroomy potvrzují záměr značky posílit digitalizaci v rámci komplexního přístupu k zákaznické zkušenosti
- › Proměna identity značky spojuje tradiční hodnoty s budoucností osobní dopravy, což se odráží v nových designových prvcích a důrazu na udržitelnost

**Mladá Boleslav, 27. listopadu 2023 – Škoda Auto zahájila uvedení nového firemního designu ve svých dealerstvích. Postupně se promění 4 000 showroomů po celém světě. Zcela první autosalony s novou korporátní identitou (CI) byly otevřeny ve Vietnamu, v Evropě se první modernizované prodejní místo nachází v Estonsku. Další novinkou je vůbec první Škoda City Store s novou identitou značky, který přivítal zákazníky v Bělehradě v Srbsku v říjnu. V Kuvajtu pak vznikl ultra moderní showroom, který je navržený v souladu s plány společnosti Škoda Auto na komplexně pojatou digitální zákaznickou zkušenost a současně dokládá důsledné zavádění strategie internacionalizace.**

**Martin Jahn, člen představenstva společnosti Škoda Auto pro Prodej a marketing, říká:** „Nová identita značky Škoda odráží naši cestu do budoucnosti mobility a digitalizace a přibližuje ji našim zákazníkům v hmatatelné podobě. Nacházíme se uprostřed nejzásadnější změny v korporátním designu za posledních 30 let – zahájili jsme ji informačními a komunikačními materiály a nyní pokračujeme v showroomech po celém světě. Autosalony jsou nejdůležitějšími styčnými body s našimi zákazníky, protože právě zde mohou lidé osobně poznat značku Škoda a její hodnoty.“

### **První showroomy s novou identitou značky ve Vietnamu**

Nové pojetí showroomů v aktuálním korporátním designu společnosti Škoda Auto si mohli nejdříve prohlédnout zákazníci ve Vietnamu, kam automobilka vstoupila 23. září. Prvními městy, kde nová dealerství slavnostně otevřela své brány, byly Hanoj, Vinh, Buon Ma Thuot a Ho Či Minovo Město. Škoda Auto plánuje společně se svým lokálním partnerem, společností TC Group, rozšířit prodejní síť do roku 2025 na dvacet a do roku 2028 na třicet autosalonů.

### **Prvenství na evropské půdě v Estonsku**

Česká automobilka spustila zavádění nového firemního designu i ve svých evropských showroomech. Na autorizovaného partnera Rohe Auto v estonském hlavním městě Tallinu navážou další dealerství: v belgickém Gosselies (součást města Charleroi), v norském Hamaru, polské Vratislavi a také v Praze.

**V Srbsku se poprvé otvírá Škoda City Store**

Na modernizovaná dealerství navazuje vůbec první salon Škoda City Store s novým korporátním designem. Zákazníkům se představil v říjnu v nákupním centru Galerija Beograd v hlavním městě Srbska. Návštěvníci se zde mohou nejen seznámit s modely Škoda, ale City Store je možné využít i jako pracovní prostor, pro posezení u kávy nebo nákup vybavení z nabídky Škoda Auto, jako je oblečení nebo drobné dárky. V současné době se salony Škoda City Store nacházejí také v Sofii (Bulharsko), Bruselu (Belgie), Valencii (Španělsko) a Katánii (Itálie), v následujících letech budou přibývat další.

**Showroom v Kuvajtu klade důraz na digitální prvky**

Nedávné otevření jednoho z největších showroomů značky, který se nachází v Kuvajtu, dokládá zaměření značky Škoda na co nejpůsobivější zapojení digitálních technologií do zákaznické zkušenosti. Návštěvníci v rozlehlém autosalonu, který se také nese v novém CI, najdou širokou škálu digitálních funkcí, jako je videostěna, stůl s dotykovou obrazovkou a digitální informační stojany vedle automobilů. Navíc se tak potvrzuje plán automobilky Škoda Auto na posílení pozice na Blízkém východě v rámci její strategie internacionalizace.

**Postupné zavádění nové identity značky**

Nový korporátní design se během uplynulého roku představil prostřednictvím informačních a komunikačních podkladů společnosti Škoda Auto. Proměna se týká i modelů české automobilky: jako první získal nové designové prvky vrcholný Enyaq Laurin & Klement, následovaný modernizovanými modely Scala a Kamiq. Nové elementy obsahují taktéž zcela nové generace vozů Kodiaq a Superb, uvedené v říjnu a v listopadu.

**Nová identita značky propojuje dědictví značky Škoda s budoucností osobní dopravy**

Moderní identita značky představuje to nejlepší ze spojení bohaté tradice značky Škoda a budoucnosti individuální přepravy. Zjednodušené logo bez trojrozměrného efektu odráží posun ke stále významnější digitální komunikaci a dvě ústřední barvy, elektricky a smaragdově zelená, odkazují na závazky automobilky v oblasti ekologie a udržitelnosti. Tyto aspekty jsou rovněž patrné na designu každého showroomu. Například nová označení autosalonů jsou kompatibilní se stávajícími štíty a díky tomu je proměna prodejních míst udržitelnější a zároveň jednodušší.

Kontakt

**Tomáš Kotera**

Vedoucí Komunikace podniku  
a Interní komunikace

+420 326 811 773

[tomas.kotera@skoda-auto.cz](mailto:tomas.kotera@skoda-auto.cz)

**Pavel Jína**

Tiskový mluvčí pro prodej, finance  
a zahraniční trhy

+420 326 811 776

[pavel.jina@skoda-auto.cz](mailto:pavel.jina@skoda-auto.cz)

Fotografie k tématu



**Škoda Auto zahájila celosvětovou proměnu svých dealerství v novém korporátním designu**

Showroom autorizovaného dealera Rohe Auto v Tallinu je prvním dealerstvím v novém designu v Evropě.

Zdroj: Škoda Auto



**Škoda Auto zahájila celosvětovou proměnu svých dealerství v novém korporátním designu**

V Evropě se první modernizované prodejní místo nachází v Estonsku. Na autorizovaného partnera Rohe Auto v Tallinu navážou další dealerství v Belgii, Norsku, Polsku a České republice.

Zdroj: Škoda Auto



**Škoda Auto zahájila celosvětovou proměnu svých dealerství v novém korporátním designu**

Nový korporátní design společnosti Škoda Auto si v showroomu mohli jako první prohlédnout zákazníci ve Vietnamu již v září.

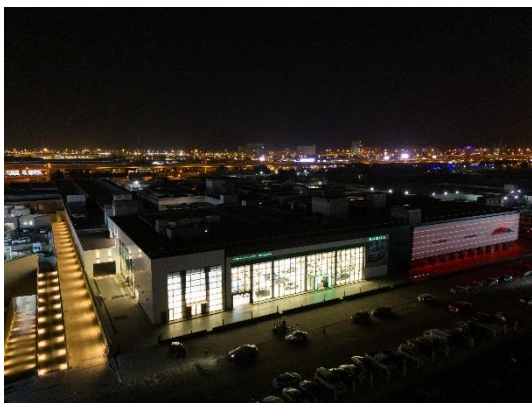
Zdroj: Škoda Auto



**Škoda Auto zahájila celosvětovou proměnu svých dealerství v novém korporátním designu**

Škoda otevřela svůj vůbec první City Store s novým korporátním designem v říjnu v nákupním centru Galerija Beograd v hlavním městě Srbska.

Zdroj: Škoda Auto



**Škoda Auto zahájila celosvětovou proměnu svých dealerství v novém korporátním designu**

Nedávné otevření jednoho z největších showroomů značky v Kuvajtu dokládá zaměření značky na co nejpůsobivější zapojení digitálních technologií do zážitku zákazníků. Nechybí zde videostěna, stůl s dotykovou obrazovkou či digitální stojany.

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;
- › efektivně využívá potenciál na důležitých růstových trzích, jako je Indie, severní Afrika, Vietnam a region ASEAN;
- › v současnosti nabízí zákazníkům 11 modelových řad osobních automobilů: Fabia, Scala, Octavia, Superb, Kamiq, Karoq, Kodiaq, Enyaq, Enyaq Coupé, 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;
- › jako značka koncernu Volkswagen samostatně vyvíjí a vyrábí pro další značky koncernu komponenty jako bateriové systémy pro platformu MEB, motory a převodovky;
- › provozuje tři výrobní závody v České republice; má výrobní kapacity v Číně, na Slovensku a v Indii, většinou prostřednictvím koncernových partnerství, dále také na Ukrajině ve spolupráci s lokálním partnerem;
- › zaměstnává celosvětově více než 40 000 pracovníků a je aktivní na téměř 100 trzích.