

Škoda Auto zahájila celosvětovou proměnu svých dealerství

27.11.2023 - | ŠKODA AUTO

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.

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.

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 naváží 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.

Uvedená cena Škoda Originálního příslušenství je pouze orientační a není nabídkou ve smyslu ust. § 1732 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů. Aktuální cenu Škoda Originálního příslušenství vám na požádání sdělí váš autorizovaný prodejce vozů Škoda. Uvedené ceny Škoda Originálního příslušenství nezahrnují případné náklady na jejich montáž. Originální příslušenství je určeno k instalaci až po úvodní registraci vozidla a ovlivňuje emise CO vozidla. Změna emisí CO však není zohledněna v prohlášení o shodě vystavované Škoda Auto a.s. Montáž Škoda Originálního příslušenství a mimořádná výbava vozidla mohou rovněž ovlivnit i jiné relevantní parametry vozidla jako je hmotnost, valivý odpor, aerodynamika, jakož i spotřeba pohonných hmot či výkonnostní ukazatele vozidla. Na základě omezení dle zvolené motorizace či výbavy nemusí být montáž požadovaného příslušenství u vybraného vozidla možná. Pro více informací kontaktujte svého autorizovaného prodejce vozů Škoda.

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.

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 také 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.

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 také 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.

První showrooms 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.

První showrooms s novou identitou značky ve Vietnamu

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.

Prvenství na evropské půdě v Estonsku

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.

V Srbsku se poprvé otvírá Škoda City Store

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.

Showroom v Kuvajtu klade důraz na digitální prvky

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.

Postupné zavádění nové identity značky

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.

<https://www.skoda-auto.cz/novinky/novinky-detail/2023-11-27-skoda-auto-zahajila-celosvetovou-promenu-svych-dealerstvi-v-novem-korporatnim-designu>