



# Comunicado de Prensa

, Página 1 de 2

## **Renovación en tiempo récord: 1.500 concesionarios ŠKODA ya lucen el nuevo diseño corporativo**

- › **Centrados en el cliente: el diseño moderno, los procesos sencillos y el ŠKODA Human Touch proporcionan una gran experiencia**
- › **Nueva imagen para los concesionarios ŠKODA: alineando las nuevas salas de exhibición con la marca y los productos para representar mejor la creciente gama de modelos**
- › **Se ha llevado a cabo la implementación en Europa, Asia, África y Australia, y se intensificará en otras regiones en 2016**
- › **En España, a finales de año el 85% de la red dispondrá de la nueva identidad corporativa**

**15 de diciembre de 2015 – ŠKODA está acelerando el ritmo en la implementación de la nueva identidad corporativa de su red de concesionarios. Recientemente, el concesionario AUTO.POINT SAS en Luisant, al suroeste de París, se ha convertido en el número 1.500 en adoptar el nuevo diseño corporativo, solo tres meses después de que se alcanzaran los 1.000. Además de Europa, la nueva imagen de los concesionarios se implementará en Asia, África y Australia.**

"Al mismo tiempo que llevamos a cabo la mayor campaña de modelos de la historia de ŠKODA, estamos cambiando la imagen de los concesionarios de ŠKODA de todo el mundo, trabajando en estrecha colaboración con nuestros socios comerciales para garantizar la sostenibilidad. Estamos satisfechos de haber implementado estos cambios en 1.500 concesionarios desde principios de 2014", explica el responsable de Ventas y Marketing del Comité de Dirección de ŠKODA, Werner Eichhorn. "Esta nueva imagen es la plataforma perfecta para la moderna gama de modelos de ŠKODA".

La transición hacia la nueva imagen corporativa de los concesionarios empezó hace aproximadamente dos años, y el proyecto se ha intensificado especialmente durante los últimos meses. Además del mercado local europeo, el nuevo diseño se ha implementado en concesionarios en China, Rusia e India, así como en los centros de ventas de Australia, Taiwán y Argelia.

Ya sea en Praga, París, Sídney o Taipéi, el objetivo final de la nueva apariencia de los concesionarios de ŠKODA es facilitar una comunicación rápida, directa y abierta con los clientes. En consonancia con la estrategia 'Human Touch' de la marca, el contacto personal con los clientes es la máxima prioridad. Esto se aplica a toda la imagen y la arquitectura del concesionario, que es muy transparente tanto en el interior como en el exterior. Los socios comerciales de ŠKODA también están siendo formados para proporcionar la más alta satisfacción al cliente.

En nuestro país, el 85% de la red cumplirá con los nuevos estándares arquitectónicos de la marca a 31 de diciembre y, en 2016, ya lo estará el cien por cien de la misma. Zaratecno, concesionario oficial en Zaragoza, fue el primer concesionario español con la nueva imagen corporativa inaugurado en noviembre de 2013. Desde entonces, más de



## Comunicado de Prensa

, Página 2 de 2

70 instalaciones se habrán modernizado adaptando la nueva imagen a finales de este año.

La nueva identidad corporativa de los concesionarios es una parte integral de la estrategia de crecimiento de ŠKODA. Durante los últimos cinco años, el fabricante ha desarrollado la campaña de modelos más completa en sus 120 años de historia. La gama entera ha sido renovada y la marca se ha expandido hacia nuevos segmentos. Uno de los hitos más destacados del año 2015 ha sido la presentación del nuevo ŠKODA Superb.

El fabricante tiene previsto continuar este éxito durante los próximos años. Además de mantener las demostradas fortalezas de ŠKODA, la compañía está poniendo cada vez más énfasis en mejorar el atractivo emocional de la marca y los modelos, algo que queda reflejado en la nueva imagen de los concesionarios.