

Škoda Auto redefine la experiencia en sus concesionarios con el lanzamiento mundial de su nueva identidad corporativa

- › Škoda Auto inicia el despliegue global de su nueva identidad corporativa en más de 4.000 concesionarios
- › Los innovadores showrooms digitales muestran la apuesta de la marca por la digitalización y la experiencia integral para cada cliente
- › La renovada identidad corporativa de Škoda Auto combina los valores tradicionales con la movilidad del futuro, reflejada en nuevos elementos de diseño y un enfoque en la sostenibilidad medioambiental

Mladá Boleslav, 27 de noviembre de 2023 – Škoda Auto ha lanzado el despliegue global de su nueva identidad corporativa (IC) en su extensa red de más de 4.000 concesionarios. Los primeros showrooms con el nuevo diseño se encuentran en Vietnam, y en Europa, el primer concesionario renovado está en Estonia. Además, Belgrado (Serbia) acogió en octubre su primera City Store con la nueva IC. Por su parte, el concesionario de última generación de Kuwait subraya el compromiso de Škoda Auto de ofrecer una experiencia digital integral al cliente y pone de manifiesto la estrategia de internacionalización de la marca.

Martin Jahn, miembro del Comité Ejecutivo responsable de Ventas y Marketing de Škoda Auto, afirma: "Nuestra nueva identidad de marca refleja nuestro viaje hacia el futuro de la movilidad y la digitalización, convirtiéndolo en una realidad tangible para nuestros clientes. Estamos en pleno despliegue de nuestra renovación de la IC más importante en 30 años, empezando por nuestros materiales de información y comunicación y extendiéndolo ahora a nuestros concesionarios de todo el mundo. Estos son cruciales para conectar a nuestros clientes con la marca Škoda, proporcionando una experiencia de primera mano de lo que Škoda representa."

Vietnam acoge el primer showroom con la nueva identidad de marca

Los clientes de Vietnam fueron los primeros en ver el nuevo diseño corporativo de Škoda Auto en un showroom. Coincidiendo con la entrada de la marca en el mercado del país del sudeste asiático, el 23 de septiembre, se abrieron oficialmente concesionarios en Hanoi, Vinh, Buon Ma Thuot y Ciudad Ho Chi Minh. En colaboración con su socio local, el Grupo TC, Škoda Auto pretende ampliar su red de concesionarios a 20 en 2025 y a 30 en 2028.

El nuevo diseño de la marca debuta en el primer concesionario europeo de Estonia

El fabricante checo también está avanzando en el despliegue de su nueva IC en los concesionarios europeos. El primero en adoptar esta nueva imagen es el concesionario Rohe Auto de Tallin (Estonia). Le seguirán otros showrooms en Gosselies (municipio de Charleroi, Bélgica), Hamar (Noruega), Wrocław (Polonia) y Praga (República Checa).

Nueva Škoda City Store en Serbia

Tras los primeros concesionarios, la primera City Store de Škoda con la nueva IC abrió sus puertas en octubre en el centro comercial Galerija Beograd de la capital serbia. Además de exhibir los modelos de Škoda Auto, la City Store invita a los clientes a utilizar el espacio para el co-working, disfrutar de un café o echar un vistazo al merchandising de Škoda Auto, incluyendo ropa y regalos. Las City Stores de Škoda Auto también se pueden encontrar en Sofía (Bulgaria), Bruselas (Bélgica), Valencia (España) y Catania (Italia), con planes para más aperturas en los próximos años.

Innovadora experiencia en el showroom de Kuwait

La reciente inauguración de uno de los mayores showrooms de Škoda en Kuwait pone de relieve la dedicación de la marca por ofrecer una experiencia digital unificada para el cliente. También con la nueva IC, este showroom está equipado con una serie de características digitales, incluyendo una videowall, una mesa táctil, y puestos de información digital. Además, este desarrollo pone de relieve el compromiso de Škoda Auto para ampliar su presencia en Oriente Medio, en línea con su estrategia de internacionalización más amplia.

Continuación del despliegue de la nueva identidad de marca

Tras la incorporación del nuevo diseño en sus materiales de información y comunicación, Škoda Auto está implementando de forma constante la actualización en toda su gama de productos. El Enyaq L&K fue el primer modelo en lucir elementos de la nueva identidad de marca, que posteriormente se introdujo en los modelos actualizados Scala y Kamiq, en la última generación del Kodiaq en octubre y, a partir de noviembre, en el nuevo Superb.

Una nueva IC que une la herencia de Škoda y el futuro de la movilidad individual

La nueva identidad de marca de Škoda Auto combina la rica tradición de la marca con el futuro de la movilidad. Su logotipo bidimensional refleja un cambio hacia una comunicación más digitalizada, mientras que el uso del Esmeralda y el Verde Eléctrico simboliza el compromiso con la ecología y la sostenibilidad. Estos aspectos también son evidentes en el diseño de cada showroom. Los nuevos rótulos son compatibles con los ya existentes, lo que simplifica y hace más sostenible la implantación de la IC.

Contacto

Tomáš Kotera

Head of Corporate and
Internal Communications

T +420 326 811 773

tomas.kotera@skoda-auto.cz

Pavel Jína

Spokesperson for Sales, Finance and
International Markets

T +420 326 811 776

pavel.jina@skoda-auto.cz

Imágenes para el comunicado de prensa:



Škoda Auto redefine la experiencia en sus concesionarios con el lanzamiento mundial de una nueva identidad corporativa

En Europa, el primer concesionario con la nueva IC se encuentra en Talinn (Estonia).

Fuente: Škoda Auto



Škoda Auto redefine la experiencia en sus concesionarios con el lanzamiento mundial de una nueva identidad corporativa

Al concesionario de Tallin, Rohe Auto, socio autorizado de Škoda Auto, le seguirán otros en Bélgica, Noruega, Polonia y la República Checa.

Fuente: Škoda Auto



Škoda Auto redefine la experiencia en sus concesionarios con el lanzamiento mundial de una nueva identidad corporativa

En septiembre, los clientes de Vietnam fueron los primeros del mundo en conocer la nueva IC de Škoda Auto en un showroom.

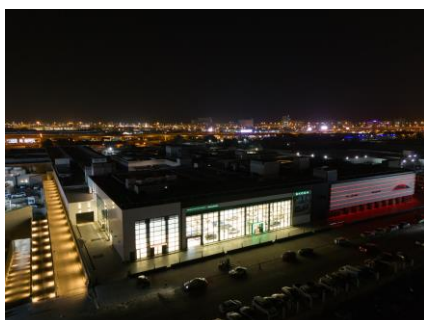
Fuente: Škoda Auto



Škoda Auto redefine la experiencia en sus concesionarios con el lanzamiento mundial de una nueva identidad corporativa

La primera City Store renovada de Škoda abrió sus puertas en el centro comercial Galerija Belgrade de la capital serbia en octubre.

Fuente: Škoda Auto



Škoda Auto redefine la experiencia en sus concesionarios con el lanzamiento mundial de una nueva identidad corporativa

La reciente inauguración de uno de los mayores showrooms de Škoda en Kuwait pone de relieve la dedicación de la marca por ofrecer una experiencia digital unificada para el cliente. Este showroom, que también cuenta con la nueva IC, está equipado con una serie de funciones digitales, como un videowall, una mesa táctil y puestos de información digital.

Fuente: Škoda Auto

Škoda Auto

- › Está liderando la nueva década con éxito a través de la estrategia NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030
- › Aspira a convertirse en una de las cinco marcas que genera más ventas en Europa antes de 2030, con una atractiva gama de modelos en los segmentos de entrada y otros modelos eléctricos.
- › Se está convirtiendo en la principal marca europea en los mercados clave de crecimiento como la India, el Norte de África, Vietnam y la ASEAN.
- › Ofrece actualmente a sus clientes doce modelos de turismos: los modelos FABIA, SCALA, OCTAVIA y SUPERB, así como los modelos KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ, ENYAQ COUPÉ, SLAVIA y KUSHAQ.
- › Vendió más de 731.000 vehículos a clientes de todo el mundo en 2022.
- › Forma parte del Grupo Volkswagen desde hace 30 años. El Grupo Volkswagen es uno de los fabricantes de vehículos más exitosos del mundo.
- › Fabrica y desarrolla de forma independiente no solo vehículos, sino también componentes como sistemas de baterías MEB, motores y transmisiones en asociación con el Grupo.
- › Opera en tres centros en la República Checa; adicionalmente con capacidad de producción en China, Eslovaquia y en la India, principalmente a través de asociaciones del Grupo, así como en Ucrania con un socio local.
- › Proporciona empleo a más de 40.000 personas a nivel mundial y está presente en más de 100 mercados.