



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

INFORMACJA PRASOWA

Strona 1 z 2

ŠKODA zaprezentowała wirtualne salony

Marka ŠKODA otworzyła niedawno dwa wirtualne salony („Live Tour”), pozwalające swoim klientom na poznanie i doświadczenie samochodów marki online, bez konieczności osobistego odwiedzania prawdziwego salonu.

ŠKODA postanowiła zaoferować swoim klientom coś zupełnie nowego. Teraz nie muszą oni szukać najbliższego salonu, bo własny salon z pełną obsługą i opieką mogą mieć w zasięgu ręki. Wirtualny salon to rozwiązanie idealne dla tych, którzy są zbyt zajęci lub mieszkają zbyt daleko od najbliższego salonu dealerskiego. Live Tour po raz pierwszy otwarto w Hiszpanii, a następnie w Wielkiej Brytanii. Projekt szybko okazał się sukcesem i zyskał wielką popularność. Po 8 tygodniach od startu projektu w Hiszpanii odbyło się ponad 800 połączeń z wirtualnym salonem, z których każde trwało średnio 12 minut, łącznie generując 250 kontaktów sprzedażowych. Celem nowej usługi jest zaoferowanie jak najlepszej jakości obsługi klienta poprzez fachową pomoc wirtualnych doradców.

Jak rzeczywiście działa Live Tour?

ŠKODA Live Tour pozwala klientowi na rozmowę video z prawdziwym doradcą, daje możliwość zobaczenia jego twarzy w czasie rzeczywistym i obejrzenia jednego z najnowszych modeli w specjalnie zaprojektowanym salonie. Usługa jest dostępna od 10.30 do 21.30 w każdy dzień tygodnia i można ją zrealizować z telefonu, tabletu lub komputera, bez względu na system i przeglądarkę z której korzysta użytkownik. Klient musi podać swój numer telefonu komórkowego, na który oddzwoni doradca produktowy. W zainicjowanej rozmowie video doradca produktowy odpowiada na pytania klienta, który może również umówić się na jazdę próbną z lokalnym dilerem.

Przygotowanie takiego projektu nie jest łatwe, ale okazało się, że w Hiszpanii zajęło ono zaledwie 3 miesiące i 3 dni! „Zorganizowanie, a następnie uruchomienie całej usługi zajęło nam około trzech miesięcy. Musieliśmy zająć się masą zadań, m.in. ustaleniem procedur administracyjnych, nie mówiąc już o selekcji i szkoleniu doradców” – powiedział Victor Roco Viladot z hiszpańskiego przedstawicielstwa marki ŠKODA. Także w Wielkiej Brytanii liczby mówią same za siebie. W kwietniu i pierwszej połowie sierpnia odbyło się 1 026 Live Tours, podczas których sprzedano 17 samochodów.

Dodatkowych informacji udziela:

Hubert Nidzielski

Specjalista ds. PR

M +48 690 406 278

hubert.nidzielski@skoda-auto.pl

ŠKODA AUTO

- › ŠKODA jest liderem rynku samochodów nowych w Polsce już siódmy rok z rzędu.
- › ŠKODA Octavia jest najpopularniejszym modelem polskiego rynku w 2015 roku. Na ten model zdecydowało się aż 14 193 Polaków. Drugą pozycję zajmuje ŠKODA Fabia z wynikiem



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

INFORMACJA PRASOWA

Strona 2 z 2

12 073 sztuk.

- › W roku 2015 ŠKODA wprowadziła nową generację modeli ŠKODA Fabia i ŠKODA Superb.
- › Bogatą ofertę modelową wspiera korzystna oferta finansowa. Samochody marki ŠKODA dostępne są jak w abonamencie. Miesięczna opłata za nową ŠKODĘ wynosi dokładnie 1% jej ceny, przy umowie na 4 lata, rocznym limicie przebiegu 20 000 km oraz wkładzie własnym 20%.
- › Marka wprowadziła do sieci dealerskiej nową identyfikację wizualną, która jest integralną częścią strategii rozwoju. Ten nowoczesny, skoncentrowany na Kliencie design, stanowi nowy znak rozpoznawczy ŠKODY.