

MASARYKOVA UNIVERZITA BRNO
PEDAGOGICKÁ FAKULTA
Katedra sociální pedagogiky

Image firmy ŠKODA Auto

„Image firmy se mění a vyvíjí zároveň s tím, jak se mění hodnoty a požadavky cílových skupin.“

(Vysekalová, Mikeš, s. 153)

Škoda Auto a.s. je největší český výrobce automobilů. V současné době je dle tržeb největší českou firmou, největším českým exportérem a druhým největším českým zaměstnavatelem.

Na začátku vzniku této společnosti, v roce 1895, stáli dva muži – firma Laurin & Klement, která nejprve prodávala jízdní kola, později začala také s výrobou motocyklů a v roce 1905 už vyjíždí z výrobní linky první automobil. V roce 1925 se společnost spojila se strojírenským závodem Škoda a název Laurin & Klement zaniká. Podnik byl součástí válečné výroby během první i druhé světové války. „Dochází ke změnám ve struktuře firem, které musí reagovat na vývoj trhu. V posledních letech jsme svědky toho, že se spojují ve větší celky, aby optimalizovaly riziko a mohly nabízet komplexní řešení.“ (Vysekalová, Mikeš, s. 88) V roce 1991 se tedy Škoda spojila s koncernem Volkswagen. V současné době se automobily Škoda prodávají po celém světě, účastní se soutěží rallye s vozem Škoda Fabia S2000 a vozy jsou oceňovány např. prestižním časopisem Top Gear – Škoda Superb – luxusní auto roku a Škoda Yeti – rodinné auto roku.

Image firmy by mělo být jakýmsi obalem zboží, něco, díky čemu na první pohled poznáme, o jaký výrobek se jedná i mezi záplavou zboží jiného výrobce. Názory na image výrobků firmy Škoda se mezi lidmi různí. Můžeme se setkat s reakcemi od „Volkswagen pro chudé“ až po „Bezpečný rodinný vůz za přiměřenou cenu“. Přednosti Škodovek jsou však jasné – cena, image, kvalita a design. Každý, kdo si někdy vyzkoušel být si jen sednout do Volkswagenu a do Škodovky vidí, že rozdíl je pouze v designu, pohodlí, kvalita a další faktory jsou téměř stejné. Vždyť do Škodovek se dávají stejné motory, kterými se osazují Volkswageny a i další komponenty jsou si podobné. Cena za výsledný produkt se však liší a to i za hodinové taxy v servisu. Se Škodou máte jednoduše řečeno kvalitu Volkswagenu za

lepší cenu a pro někoho i s příjemnějším konzervativním designem. Dnešní image Škoda Auto je založen na kvalitě, spolehlivosti a ohleduplnosti k životnímu prostředí. Potencionální kupci vidí, že za své peníze dostanou dobře vybavený vůz s dobrou spotřebou a stále se snižujícími hodnotami emisí. Ač se Škoda v posledních letech snaží prezentovat, že jejich produkty jsou cíleny i k nekonzervativním zákazníkům – první studie Roomster s otočnými sedačkami, nová Škoda Rapid atd., myslím si, že se Škoda orientuje spíše na konzervativně smýšlející skupiny, pro domácnosti, rodiny s běžným příjmem.

Lidé dříve požadovali za své peníze levné auto na celý život, nyní, kdy je trend bazarových aut, lidé požadují za své peníze hodnotu. A Škodovka je jedním z aut, které u nás svou hodnotu ztrácí pomaleji než konkurence.

I jednotlivé modelové řady Škodovky mají svoji vlastní image a míří k různým cílovým skupinám.

Škoda Octavia – Takový základní model značky, vůz střední třídy, má ze všech modelů asi nejširší cílovou skupinu. Vůz dělaný jak reprezentativní pro manažery, tak prostorný a úsporný (verze combi + motory TDi) pro rodiny s dětmi. Vyrábí se také jako sportovní verze s označením „RS“, která nabízí agresivnější design a hlavně o stádo koní pod kapotou, míří do řad zákazníků, kteří si rádi užijí sportovnější jízdu a zároveň mají rádi pohodlí. Další speciální sériová úprava tohoto modelu je verze Scout, která je prezentována jako „outdoorový“ automobil na všechny cesty s pohonem všech kol.

Škoda Fabia – Menší sestra Octavie, také velmi oblíbený. Automobil, který je prezentovaný jako zábavnější, hravější než Octavie, auto do města i na delší cesty. Nabízí širokou nabídku nejrůznějších verzí. Opět je zde verze hatchback i combi. Zákazník si může vybrat úsporný motor 1.2 TDi nebo sportovní verzi „RS“ a spoustu verzí mezi tím. Opět je k dostání i ve verzi Scout. Zatímco Octavie má být reprezentativní, Fabie by měla být zábavná

Škoda Superb – Vlajková loď automobilky, reprezentativní limuzína pro nejnáročnější zákazníky. Superb nabízí vysoký komfort, bohatý prostor, prosklenou otevírací střechu a možnost dvojího otevírání kufu. Jednoduše limuzína pro

zákazníky co si potrpí na komfort a styl. Opět je tu možnost verze combi pro zákazníky vyžadující ještě větší užitnou hodnotu kufru.

Škoda Rapid – Znovuzrození legendárního coupé komunistického režimu, dnes již pětidveřová verze dává tušit, že Škoda se rozhodla zacílit i na nekonzervativní zákazníky. Ostatně jde to poznat i z aktuální reklamy na tento vůz - tatínek pořádá své dcerce zahradní party a svým Rapidem dováží ozvučovací aparaturu, ta však selže a tatínek se rozhodne oslavu ozvučit audiosystémem svého Rapida. Prostě automobil pro ty, co se stále cítí na dvacet. Naopak osazováním motorů 1.2 TSi reaguje automobilka na trend odpovědného přístupu k životnímu prostředí. Malý motor = nízká spotřeba, levné povinné ručení, přidejme k tomu turbo a rychlost nad 200km/h není problém. Tohle je budoucnost.

Škoda Roomster – Původní návrh Roomsteru vypadal velmi futuristicky, nakonec však automobilka zůstala u klasického vzhledu (že by zásah z vedení Volkswagenu?). Moderní a prostorný vůz, cenově přijatelnější než Octavie. Tady je to jasné – snaha oslovit hlavně aktivní mladé lidi, mladé rodiny s dětmi, co chtějí prostorný vůz za dobré peníze. Slogan „Najděte svůj vlastní prostor“ mluví za vše. Znovu je tu možnost verze Scout pro dobrodružněji smýšlející zákazníky.

Škoda Yeti – Prostorný automobil do města i mimo něj. Model s terénním vzhledem míří k zákazníkům, kteří často vyjíždějí do hor a lesů a nebojí se občas sjet i mimo asfaltové cesty. Opět se chlubí prostorem, výbavou, bezpečností, moderním designem a přijatelnou cenou. Osobně tento model v nabídce příliš nechápu, když vezmeme v potaz, že Octavia, Fabia i Roomster se dělají i ve verzi Scout, ale nejspíše je to reakce Škodovky na konkurenci, která zaplavuje trh kompaktními terénními vozy.

Škoda Citigo – Každá velká automobilka má svůj mini vůz do města, a tak i Škoda letos představila svůj městský automobil s příznačným názvem Citigo. Malý a kompaktní, zaujme asi především začínající řidiče a ženy – snadnější parkování, spousta odkládacích prostor. Škoda s ním však míří i do řad starších zákazníků, kteří na stáří hledají spíše jednoduchý vůz na přesun z bodu A do bodu B.

Hlavním a společným znakem všech škodovek je maska chladiče s černou vertikální mřížkou. Ta se na vozy montuje od roku 1998, kdy se poprvé objevila na faceliftové verzi Škoda Felicia. Tvar se mění v závislosti na proporcích vozu, design však zůstává téměř stejný. Jako u každé firmy je velmi důležité logo. Logo, jaké známe na Škodovkách dnes, vzniklo v roce 1923 a byl to okřídlený šíp s pětiperovou stylizovanou perutí v kruhu se slovem ŠKODA (obr. 1). Druhá varianta pak měla okřídlený šíp s tříperovou perutí v kruhu (obr. 2). Šípky obou variant směřovaly vpravo. Tato stylisticky dokonalá varianta poté zvítězila a dodnes se v podstatě nezměnila. V roce 1993 byl okřídlený šíp vybarven na zeleno (obr. 3), což mělo dodávat Škodě na originalitě a svébytnosti, protože žádná jiná automobilka do té doby zelenou barvu nepoužívala. Zelená barva měla také znamenat svěžest a odhodlání čelit novým výzvám.



Obr. 1



Obr. 2



Obr.3

V reklamách a propagačních materiálech se vozy hodně objevují v přírodě, „v akci“. Řídí je lidé všech generací a téměř ve všech reklamách figurují děti. To značí, že se Škoda snaží zaujmout hlavně rodiny, které by mohla zaujmout spolehlivost, bezpečnost a dostatek prostoru. V každé reklamě se objevuje někdo z cílové skupiny zákazníků, např. u Superba je to úspěšný manažer, u Roomstera vidíme aktivní mladé lidi, kteří si vyjedou na kole do přírody a u Citigo figuruje žena s dítětem ve městě a prarodiče s vnoučetem, kteří jedou na piknik atd. Celkově všechny reklamy působí svěže, přírodně a zároveň akčně. Je zde kladen důraz na rodinu a jejich požadavky, tedy znovu – spolehlivost, bezpečnost, výbava, design a cena.

Použité zdroje:

Jitka Vysekalová, Jiří Mikeš, Image a firemní identita, Grada, 2009

http://cs.wikipedia.org/wiki/%C5%A0koda_Auto

<http://www.i-magazin.cz/view.php?cisloclanku=2006050049>

Propagační materiály a reklamy (youtube.com) k vozům Škoda