

---

## PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Introduction of Plug-In Hybrid Production to Media

Projekt byl navržen a proveden pro:

ŠKODA AUTO

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ŠKODA AUTO

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Martina Gillichová

Firma/organizace: ŠKODA AUTO

**Stručné shrnutí projektu:**

V závodě ŠKODA AUTO v Kvasínách sjel 18. 9. z výrobní linky první sériově vyráběný plug-in hybrid ŠKODA SUPERB iV. U slavnostního vstupu do éry elektromobility nechyběli ani zástupci médií, připraveného programu se zúčastnilo celkem 28 českých a 19 zahraničních novinářů. Před oficiálním zahájením výroby měli novináři možnost v doprovodu odborníků, zástupců ŠKODA AUTO, navštívit montážní linku, Tréninkové centrum PHEV či Centrum kvality a zúčastnit se workshopu s odborníky z výroby.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Představení výroby plug-in hybridů v závodě Kvasiny českým i zahraničním médiím. Zastoupena byla celá škála zástupců médií - zpravodajská, ekonomická, automotive, odborná, regionální i zahraniční média.

Event byl koncipován jako dvoudenní s doprovodným programem. Cílem projektu bylo přiblížit novinářům vstup společnosti ŠKODA AUTO do éry elektromobility a ukázat transformaci, kterou musel závod Kvasiny projít, aby jeho výrobní kapacity byly optimalizovány dle potřeby výroby plug-in hybridů.

**Strategie:**

Hlavní motivací pro realizaci PR eventů byla propagace spuštění sériové výroby prvního plug-in hybridu a vstup společnosti ŠKODA AUTO do éry elektromobility. Tématem eventů byla transformace závodu Kvasiny na výrobu vozu ŠKODA SUPERB iV, testování vozů z pohledu kvality a také školení a příprava personálu. Komunikačním kanálem byla tisková zpráva na oficiální platformě (ŠKODA Storyboard), sociální sítě (Twitter, LinkedIn) a v neposlední řadě interní komunikace mezi zaměstnanci.

**Nástroje a aktivity**

Program pro média byl rozdělen na dvě části - dopolední a odpolední. Dopolední část byla věnovaná přednáškám s odborníky a následně prohlídce závodu se zaměřením na místa, kde se liší výroba konvenčních vozů se spalovacími motory a elektrovozů. Novináři tak navštívili mimo jiné tréninkové centrum určené ke školení zaměstnanců, montážní linku, kde se do vozu zastavuje baterie či Centrum kvality, kde se mimo jiné testuje vodotěsnost či dynamika jízdních režimů.

Odpoledne pak patřilo oficiální tiskové konferenci za přítomnosti člena představenstva a dalších vedoucích společnosti. Novináři pak měli možnost udělat rozhovory se zástupci automobilky.

Celý program byl simultánně tlumočen v kombinaci CZ-DE-EN.

**Výsledky:**

PR event zaznamenal masivní media coverage. Jen v prvních pěti dnech, tj. mezi 17. 9.-22. 9. 2019 činila hodnota AVE v CZ médiích 5 802 600 Kč.

Monitoringy CZ i INT médií příkládám jako přílohu.

**Weblinky:**

<https://www.skoda-storyboard.com/cs/tiskove-zpravy-archiv/skoda-auto-zahajuje-v-kvasinach-seriovou-vyrobu-modelu-skoda-superb-iv/>