

ZNAČKA DACIA BUDE OD ZAJTRA O KROK ĎALEJ

- **20 mesiacov po predstavení strategického plánu Renaulution vstupuje Dacia do novej kapitoly svojej histórie.**
- **Nové logo, nové dílerstvá, nový dizajn a nové farby zvyšujú príťažlivosť značky.**
- **Dacia opätovne potvrdzuje základné hodnoty, ktoré využije v budúcnosti.**

Skupina Renault predstavila 14. januára 2021 strategický plán Renaulution. Cieľ pre značku Dacia bol jasný: stať sa lídrom dostupnej mobility.

Jej cieľ a vízie sú o to vhodnejšie, že stavajú na reťazci úspešných príbehov: Dacia predala 7,5 milióna vozidiel za 18 rokov a predaj súkromným zákazníkom ju radí na 3. miesto v Európe. Dacia je moderná, ale inak. Predstavuje víziu áut uznávanú rastúcim počtom zákazníkov, ktorí majú peniaze, ale rozumne ich míňajú, majú radi slobodu a vyhýbajú sa nadmernému konzumu.

Značka Dacia chce priniesť do C segmentu hodnoty, ktoré jej priniesli úspech v B segmente.

20 mesiacov po predstavení plánu Renaulution je Dacia pripravená začať svoju novú kapitolu v histórii. Rozhodla sa posilniť príťažlivosť bez toho, aby sa vzdala ponuky hodnoty za peniaze. K tomu značka v posledných mesiacoch predstavila novú identitu, logo, dílerstvá, nový dizajn a farby.

Nová kapitola značky Dacia odštartovala symbolicky na *Brand Manifesto days* od 13. do 15. septembra, ktoré spojili stovky zahraničných novinárov. V praxi je založená na opätovnom potvrdení troch hodnôt, ktorými sa bude riadiť činnosť značky a dizajn produktov v nasledujúcich rokoch.

ZÁKLADNÁ A STÁLE COOL

Posledných 18 rokov ponúkala značka Dacia zákazníkom základ, a zároveň im ukázala, že to stačí. To čo je a nie je základné sa ukáže časom. Napríklad klimatizácia nebola základom pred 18 rokmi, ale teraz už áno. A naopak, načo pridať do vozidla dve či tri obrazovky, keď existuje jednoduchý spôsob, ako si zákazník spáruje svoj mobil s vozidlom, napríklad cez Media Control system a užíva si všetky základné vychytávky?

Základné neznamená jednoduché či strohé. Dacia je šikovná a kreatívna. To sa aplikuje aj na prelomové prvky, ako je systém Media Control alebo modulárny strešný nosič, ktorý nahrádza tradičnú verziu, ktorá sa predáva ako voliteľné príslušenstvo. Platí to aj pre dizajn: vzhľad je skvelý – a nestojí viac!

Zajtra posunie Dacia svoju kreativitu o krok ďalej. Pridá funkciu, ktorá navrhne čas a miesto na prestávku vo svojej aplikácii. Túto novú funkciu vyvíjali tímy Dacia s ekosystémom Software République, ktorý zahŕňa aj Skupinu Renault.

ROBUSTNÁ A POSTAVENÁ PRE OUTDOOR DOBRODRUŽSTVÁ

Spôľahlivosť a robustnosť sú dve zo základných vecí, ktoré podporili úspech Dacia. Vernosť zákazníkov je toho najlepším príkladom: vo Francúzsku si svoj model Dacia držia v priemere 8 rokov a 60 % z nich ju nahradí iným modelom Dacia. Ďalším príkladom je záruka najlepšej hodnoty za peniaze od Dacia: zostatková hodnota automobilu Dacia pri predaji z druhej ruky je približne o 10 bodov vyššia ako priemerná hodnota nešpecializovaných konkurentov.

Vďaka týmto vlastnostiam sú automobily Dacia ideálne pre outdoorové aktivity, ktoré si čoraz viac zákazníkov užíva počas voľna.

Zajtra sa Dacia posunie o krok ďalej v súlade s týmto trendom. Ponúka modely navrhnuté špeciálne pre jazdu v teréne. Dacia bude aj naďalej ponúkať pohon všetkých 4 kolies. Pridá vybavenie pre outdoorové aktivity, vrátane súpravy, ktorá bude k dispozícii v roku 2023. V modely Jogger postavíte za pár minút dvojlôžkovú posteľ bez toho, aby ste zaťažili batožinový priestor.

ECO-SMART: EKONOMICKÁ A EKOLOGICKÁ

Dacia využíva na spájanie záujmov zákazníkov osvedčené technológie, ktoré im šetria peniaze, namiesto vývoja nových. Jedným príkladom je existujúca platforma CMF-B. Vynechaním nadbytočných technológií alebo iba kozmetických prvkov sú autá ľahšie, a tým šetrí palivo – čo je dobré pre peňaženky majiteľov a planétu. Jogger je napríklad o 300 kg ľahší ako jeho hlavný 7-miestni konkurenti.

Ďalšou prioritou Dacia je rozsiahle používanie recyklovaných materiálov. 12 % plastov použitých v modely Duster sa recykluje – čo je oveľa viac, ako je priemer pre nové autá na európskom trhu. Opäť tu spájame záujmy zákazníkov so záujmami planéty.

Zajtra sa Dacia posunie o krok ďalej a vo svojich modeloch použije viac recyklovaných plastov. Cieľom je 20 % recyklovaných plastov v novej generácii modelu Duster. Dosiahnutie tohto cieľa bude zahŕňať použitie recyklovaného plastu na časti, ktoré sú mimo dohľadu, čo sa dnes často stáva, a na viditeľné vonkajšie časti, čo je v súčasnosti menej. Dacia to začala robiť pomocou ochrannej masky na lište pod predným a zadným nárazníkom Sandero Stepway. Zároveň to posunie na vyššiu úroveň s novým materiálom, ktorý doladili inžinieri značky: Starkle®. Je to ekologická, robustná a elegantná zmes recyklovaných plastov.

SKÚSENOSŤ ZÁKAZÍKOV BEZ NÁMAHY

Nová kapitola v histórii značky Dacia zahŕňa skokovú zmenu v interakcii značky so zákazníkmi. Tí by mali dostať ešte hladší, príjemnejší a priamočiary zážitok.

Rekonštrukcia sa začala šíriť v celej sieti predajcov značky Dacia už na jar. Nové showroomy sú účelné, flexibilné, ekologicky zodpovedné a zamerané na rozumné ceny. Za týmto účelom Dacia prepája fyzické a virtuálne zážitky, najmä pomocou rozšírenej reality na smartfónoch.

„Rok čo rok priťahuje Dacia nových zákazníkov, ktorí hľadajú to, čo môže byť v dnešnom svete najcennejšie: to podstatné. Noví zákazníci sa zameriavajú na rozumnú, zodpovednú spoločnosť a majú nový pohľad na vozidlá. Na také, ktoré vás priťahujú, pretože majú obsah, pohodlie, vzhľad a sú cenovo najdostupnejšie. To je Dacia! To podstatné bez ukrajovania, dizajn bez dodatočných nákladov.“ Denis Le Vot, generálny riaditeľ značky Dacia.

O značke Dacia

Značka vznikla v roku 1968 a od roku 2004 pôsobí na európskom trhu a v oblasti Stredomoria. Dacia vždy ponúkala autá s najlepším pomerom ceny a kvality a to neustálym predefinovaním toho podstatného. Dacia zásadne mení pravidlá hry. Ponúka jednoduché, viacúčelové a spoľahlivé autá v súlade so životným štýlom svojich zákazníkov: Logan, úplne nové vozidlo za cenu jazdeného; Sandero, najpredávanejšie vozidlo európskym súkromným zákazníkom; Duster, najdostupnejšie SUV na trhu a Spring, šampión v dostupnej elektromobilite v Európe. Dacia je značka patriaca pod Skupinu Renault, ktorá pôsobí v 44 krajinách. Od roku 2004 predala viac ako 7 miliónov vozidiel.

Dacia na LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/dacia/at>

DACIA PRESS

Ivana Obadalová

PR manažérka Renault Slovensko

0905 210 315

ivana.obadalova@renault.sk