



DACIA SANDERO: TAJOMSTVO JEJ ÚSPECHU

Dacia Sandero je opäť najpredávanejší automobil súkromnej klientely v Európe od roku 2017. Po troch generáciách a neustále rastúcej popularite získal tento model ikonický status na automobilovom trhu.

Aké sú tajomstvá jeho úspechu? Samozrejme je to mimoriadne atraktívna cena, taktiež súčasný dizajn, ktorý spája robustnosť, kvalitu a modernosť spolu s viacerými inteligentnými riešeniami, ktoré značka Dacia predstavila verejnosti ako prvá. Objavte genialitu tohto modelu !

Je to ikonický hráč na trhu a prvá voľba súkromných klientov v Európe každoročne od roku 2017. Ako teda tento model, ktorý sa objavil v roku 2008, počas troch generácií uspel a prilákal všetky skupiny zákazníkov s veľmi odlišnými profilmi (2,6 miliónov predaných vozidiel) bez toho, aby sa zmenili jeho základné hodnoty?

„Keď sme navrhovali Sandero, videl som paralelu s rumunským sochárom Constantinom Brancusim - od začiatku bolo našou úlohou udržiavať veci jednoduché, ale poskytnúť zákazníkovi všetko podstatné.“

MICHEL BENSOUSSAN, PROGRAMOVÝ RIADITEĽ PRE 3. GENERÁCIU SANDERO & LOGAN

PRVÝ KROK K „VONKAJŠKU“

Najprv sa vráťme trochu späť, aby sme pochopili pôvod úspešného príbehu Sandero. Po Logane v roku 2004 sa Dacia v roku 2008 rozhodla priniesť na trh ďalší revolučný model: Sandero, robustné agilné mestské vozidlo pre všetkých. O rok neskôr prišla na trh verzia Stepway, ktorá avizovala prvé kroky značky na outdoorový trh. Vďaka svojim veľkorýmsým rozmerom, vysokej svetlej výške, praktickému dizajnu a vždy dostupnej cene si získal srdcia „šikovných“ kupujúcich. Vďaka týmto atribútom je Sandero od roku 2017 najpredávanejším automobилоm medzi európskymi súkromnými klientmi.

V roku 2021 pokračoval úspešný príbeh treťou generáciou Sandero, ktorej príťažlivosť posilnil odvážnejší a modernejší dizajn v spojení s inteligentným a inovatívnym vybavením - v skratke dokonca „sviežejšie“ a cenovo stále dostupné.

Uvedenie modelu Sandero bolo pre značku obrovským krokom a umožnilo značke Dacia skutočne vzlietnuť. Je to ikonický, symbolický model, ktorý si zachováva čistotu dizajnu a zároveň robí každú generáciu atraktívnejšou, robustnejšou a asertívnejšou.

David Durand, dizajnový riaditeľ značky Dacia

Verzia Stepway prekonalala všetky očakávania. Je všestranná, oveľa praktickejšia než tradičné mestské auto na výlety do terénu, ale menej objemná ako SUV. Oslovila všetky kategórie zákazníkov a dnes tvorí 66 % predajov modelu Sandero.

Tri generácie Sandero na seba navzájom nasledovali, čím sa celkový počet predaných vozidiel od uvedenia modelu na trh zvýšil na 2,6 milióna. Jeho päť najväčších trhov v Európe tvorí Francúzsko, Nemecko, Taliansko, Španielsko a Spojené kráľovstvo. V súčasnosti 42 % predaných automobilov jazdí na ekologických dvojpaliivových benzínových a LPG motoroch.

SANDERO, PRIEKOPNÍCKE INTELIGENTNÉ RIEŠENIA

Tento úspech však nezostáva nič dlhý náhoda. Keď sa inžinieri, dizajnéri a produktoví vedúci v Dacia rozhodnú prísť s novým modelom bez toho, aby zmenili DNA, vďaka ktorej je značka taká úspešná, je potrebné preskúmať všetky možnosti. Všetky riešenia sú pod drobnohľadom, aby sa našlo to, ktoré najlepšie spĺňa očakávania zákazníka, t. j. najpraktickejšie za najdostupnejšiu cenu. Nižšie uvádzame desať príkladov „design-to-cost“ a inteligentných riešení, ktoré prispeli k reputácii modelu a jeho komerčnému úspechu.

1/ Modulárne strešné nosiče inteligentná inovácia, ktorá ťaží z know-how značky Dacia! Jednoducho nastavte nástavec tak, aby sa otáčal z pozdĺžnych na priečne tyče. Nie je potrebné kupovať druhú sadu tyčí na uloženie strešného boxu, bicyklov alebo lyží. Táto inovácia sa prvýkrát objavila v rade Dacia s treťou generáciou Sandero Stepway a potom bola nasadená na ďalšie modely.

2/ Systém ovládania médií, ktorý vám umožní používať váš vlastný smartfón ako multimediálnu obrazovku v aute spolu s rádiom, vďaka vyvinutiu šikovného riešenia: dokovacej stanice priamo integrovanej do palubnej dosky, koncipovanej od začiatku projektu.

3/ Jednoduchá a praktická palubná doska vybavená prvkom, ktorý robí obrovský dizajnový rozdiel: textilný pás integrovaný po celej dĺžke zóny. Je viditeľný aj hmatateľný. Zákazník získa atraktívny interiér bez toho, aby musel platiť za drahé materiály.

4/ Strešné okno, pridané do radu Sandero pre tretiu generáciu.

5/ Obývateľnosť a pohodlie. Tieto dve slová definujú každú generáciu Sandero. V najnovšom modeli ponúka zväčšenie priestoru pre kolená o 40 mm, väčšie pohodlie pre cestujúcich na zadných sedadlách.

6/ Univerzálny dizajn – ako sa prispôbiť potrebám a životným podmienkam zákazníkov v 44 krajinách, berúc do úvahy národnú legislatívu, stav ciest a rôzne štýly jazdy? Napríklad 16-palcové pneumatiky zostali počas všetkých troch generácií nezmenené, aby spĺňali požiadavky všetkých trhov, na ktorých Dacia pôsobí.

7/ Aby sme držali krok s dobou, bolo dôležité, aby nová generácia Sandero ponúkala modernejšie kľučky dverí, ktoré sa lepšie hodia k novému dizajnu. Naši inžinieri našli to najlepšie riešenie: moderný dizajn zvonku s rukoväťami v štýle „chladnička“ a jednoduchým mechanizmom vo vnútri. Tento model tiež po prvýkrát umiestňuje anténu na zadnú časť vozidla, keďže v predchádzajúcich generáciách bola umiestnená v prednej časti.

8/ Praktickosť: v stredovej konzole je integrovaný háčik na uchytenie tašky alebo malých osobných predmetov. Geniálne!

9/ Možnosti prispôbené všetkým chutiám. Zákazníci Sandero nie sú rôznorodí, zdieľajú univerzálnu túžbu: vlastniť automobil, ktorý spĺňa ich základné potreby. Tretia generácia Sandero ponúka celý rad zaujímavej výbavy: elektronickú ručnú brzdu, strešné okno alebo špecifické čalúnenie atď.

10/ Všestranní zákazníci, hrdá Dacia! Čo keby tou najambicióznejšou výzvou bolo udržať si zákazníkov, počúvať ich, inovovať a pokračovať v dobývaní trhu bez toho, aby sa zmenila DNA vašich vozidiel? Výzva, s ktorou sa naši inžinieri, dizajnéri a produktoví riaditelia úspešne popasovali. Zákazníci modelu Sandero sú veľmi rôznorodí, no majú jednu spoločnú vec: sú hrdí na to, že vlastnia značku Dacia! Čísla hovoria samy za seba:

- Vo Francúzsku je 20 % kupujúcich Sandero mladších ako 44 rokov
- Zákazníci novej generácie Dacia Sandero sú v priemere o tri roky mladší ako zákazníci predchádzajúcej generácie.
- 64 % zákazníkov* si kúpi Sandero pre jeho cenu, 22 % pre jeho dizajn a 18 % z vernosti voči značke
- 44 % Európanov, ktorí vlastnia novú verziu Dacia Sandero, ju opisujú ako štýlovú, v porovnaní s 20 % tých, ktorí si kúpili staršiu verziu, v čase jej objavenia na trhu.
- Majitelia Sandero* sú fanúšikmi outdoorového životného štýlu: 26 % z nich miluje prechádzky a turistiku, 13 % rádo číta a 12 % sú vášniví cyklisti.
 - o Vo Francúzsku, Nemecku, Taliansku, Španielsku a Spojenom kráľovstve

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