

Automobilka Volvo Cars přináší svou vlastní definici luxusu + video

Podle předběžných výsledků studie zaměřující se na vnímání luxusu, jejíž vypracování zadala společnost Volvo Cars, čelí v dnešní době ty nejproslulejší světové luxusní značky jednomu z nejnáročnějších úkolů ve své historii, a tím je splnit neustále stoupající očekávání zákazníků, jejichž nároky na luxus se zvyšují.

Studie, jejíž vytvoření dostala na starost přední prognostická agentura Kjaer Global, se soustředí na vývoj luxusu v čase a bude sloužit jako jeden z výchozích bodů na pokračující transformační cestě automobilky Volvo Cars.

Společnost Volvo Cars se domnívá, že se v posledním desetiletí vnímání luxusu radikálně změnilo: jeho měřítkem již není majetek a materiální bohatství, ale stal se jím vzácný čas a zážitky za hranicemi všedního života. Ze zprávy, která má být zveřejněna začátkem příštího roku, vyplývá, že si zavedené luxusní značky musejí osvojit zcela novou moderní interpretaci, která obstojí ve světě, který nebere značku jako měřítko luxusu, ale spíše naopak preferuje před okázalým vystupováním diskrétní přednosti a vynikající řemeslné zpracování, které vychází z hlubokých znalostí.



Vlastní zkušenost jako nové měřítko luxusu

„Potenciál ‚nového pojetí luxusu‘ vidíme ve spojení několika odvětví. Již nejde jen o automobilový průmysl, ale také o módu, cestování a o různé nadstandardní produkty a služby. Na základě provedené studie je zřejmé, že se bude spousta dobře zavedených značek muset rychle přeorientovat a nabídnout zákazníkům zážitek, který je osobnější, mimořádnější a intenzivnější. Protože jinak budou riskovat, že se ocitnou na druhé koleji,“ uvedl Björn Annwall, senior viceprezident oddělení prodeje, marketingu a zákaznického servisu ve společnosti Volvo Car Group.

Studie uvádí několik klíčových trendů, mezi něž patří inovace zaměřené na služby v reálném čase, nepřetržité online spojení a konektivita, zvyšující se důraz na odbornost a řemeslnou dovednost, autenticita a objevování nových možností – to vše je spojeno s hledáním plnohodnotného životního zážitku. Pokud jde o volbu životního stylu, který vyjadřuje touhu po vyváženějším bytí, začínají v současnosti převládat dva trendy, které by se daly označit jako „ženský faktor“ a „kvalitní život“.

„Momentálně připravujeme uvedení naší nové luxusní limuzíny [S90](#),“ prohlásil Björn Annwall. *„Myslíme si, že jsme nové vnímání luxusu pochopili správně, ale potvrzení bude na našich zákaznících. Automobilka Volvo Cars se vždy odlišovala. Vždy jsme na design a celkový jízdní zážitek pohlíželi především z lidské perspektivy a já věřím, že právě tato vlastnost bude hrát u našich vozů zásadní roli.“*

Při nedávném uvedení modelu [XC90](#), který získal mnoho pozitivních ohlasů pro svůj nový přístup ke komfortu, designu a interakci, potvrdila značka Volvo svou pozici skutečně prémiového hráče v automobilovém průmyslu.

Kompletní zpráva o vývoji luxusu bude společně s vlastní vizí moderního automobilového luxusu společnosti Volvo Cars zveřejněna začátkem roku 2016.

The Evolution of Luxury



Přečtěte si také další články:



[Nové Audi RS Q3 dovádí na sněhu - video](#)



[Dubajská police a mnoho dalších super aut na přehlídce Supercar Grand Parade - video](#)



[Nejrychlejší pohřebák na světě: tisícikoňový Chevrolet Caprice - video](#)



[Volvo PV444: „malé Volvo“ slaví sedmdesátku](#)



[Ferrari LaFerrari opět bokem, tentokrát však na ulicích - video](#)



[Nudil se při čekání na autobus a nakonec těsně unikl před letícím autem - video](#)



[McLaren 675LT Spider: okruhový speciál bez střechy - foto + video](#)



[Evropským Autem roku je Opel Astra, před Volvem XC90 a Mazdou MX-5, Superb je šestý](#)



[BMW dnes slaví 100 let od založení, gratuluje i Mercedes-Benz + video](#)