



TOYOTA

Rynek

Toyota Corolla należy do samochodów segmentu średniego (C), który jest tradycyjnie – obok segmentu aut miejskich (B) – jednym z dwóch największych na rynku (około 25% sprzedaży aut w Polsce). Jest on również najbardziej podatny na wahania koniunktury, np. w 2001 roku odnotowano spadek sprzedaży samochodów w tym segmencie aż o 40%.

W segmencie C rywalizuje aż 24 producentów oferujących 38 modeli aut (klasyfikacja SAMAR), spośród których co najmniej 17 jest stale wspieranych działaniami marketingowymi opierającymi się w głównej mierze na promocjach cenowych. Toyota Motor Poland bardzo rzadko korzystała z takiego wsparcia.



Osiągnięcia

Do końca 2002 roku Corolla miała stać się jednym z trzech najchętniej kupowanych samochodów w swoim segmencie (awans z pozycji 12.) i – znajdując 10.000 nabywców – uzyskać ponad 200-procentową dynamikę sprzedaży.

Aby plan mógł się powieść, zdecydowano się rozpocząć działania komunikacyjne już w 2001 roku (przedsprzedaż nieznanego wówczas nowej Corolli), kontynuować je w 2002 roku i planować komunikację w taki sposób, aby w 2003 roku Corolla objęła pozycję lidera segmentu.

W omawianym okresie lub krótko przed nim odbyły się premiery aut wielu poważnych konkurentów (Fiat Stilo, Peugeot 307, Honda Civic, Renault Megane). Fakt ten sprawił, że wykonanie tak ambitnych planów wymagało szczegółowego opracowania i ścisłej realizacji kolejnych etapów kampanii. Kluczem do sukcesu było przygotowanie i konsekwentne przeprowadzanie działań komunikacyjnych, ukazujących Corollę w nowym świetle.

2001. Kampania przedsprzedażowa.

Do premiery pozostawały jeszcze dwa miesiące. Nikt nie mógł ani obejrzeć nowej Corolli, ani odbyć nią jazdy próbnej. Dla sprzedaży samochodów miesiąc ten był najgorszy ze wszystkich w tym roku. Mimo to Toyota zebrała 1404 zamówienia na nową Corollę. Wynik ten przewyższył oczekiwania o prawie 40%. Uzyskano blisko 15% planowanej sprzedaży na 2002 rok, zanim samochód został wprowadzony do salonów.

Osiągnięcie to zostało nagrodzone brązową statuetką EFFIE.

2002. Celem tego roku była sprzedaż 10.000 samochodów i zdobycie miejsca w pierwszej trójce najlepiej sprzedających się aut w segmencie C. Udało się – łączna sprzedaż samochodów marki Toyota Corolla wyniosła 10.004 szt. i 238 szt. Corolli Verso. Corolla zajęła drugie miejsce w segmencie C i została siódmym najchętniej kupowanym samochodem w Polsce.

Drugim celem było dla firmy zwiększenie spontanicznej świadomości modelu Corolla do poziomu 20%. Jak pokazały badania trackingowe, świadomość spontaniczna Corolli wzrosła ponaddwukrotnie, z 11% do 27%. Wynik ten pozwolił Corolli na awans z siódmego na trzecie miejsce w segmencie pod względem świadomości spontanicznej.

Osiągnięte wyniki spotkały się z szerokim uznaniem – kampania wizerunkowa z 2002 roku została nagrodzona srebrną statuetką EFFIE.

2003. Celem było uzyskanie pozycji lidera segmentu C. Rok 2003 stał się rokiem wielkiego sukcesu Corolli – sprzedaż modelu wzrosła o ponad 37%, samochody znalazły 13.734 nabywców. Corolla stała się niekwestionowanym liderem segmentu.



Historia

W 1966 roku powstała, zaprojektowana samodzielnie przez japońskich konstruktorów, Corolla pierwszej generacji. Została wyposażona w silnik o pojemności 1100 cm³ i mocy 60 KM. Była dostępna jako 2- i 4-drzwiowy sedan oraz 3-drzwiowe kombi. Corolla bardzo szybko odniosła sukces rynkowy i stała się najlepiej sprzedawanym autem rodzinnym na japońskim rynku. W 1970 roku został wyprodukowany jej milionowy egzemplarz. Ten sukces skłonił Japończyków do rozszerzenia oferty.

W 1970 roku Corolla pojawiła się w wersji Sprinter – usportowionego coupe. Wykorzystane rozwiązania techniczne nie różniły się od zastosowanych w poprzedniej serii.

Produkcja trzeciej generacji modelu samochodu przypada na lata 1974–1979. W ofercie znalazła się, mająca sportowy charakter, wersja liftback.

Lata 1979–1983 to czas produkcji czwartej, ostatniej generacji Corolli z tylnym napędem. Corolla czwartej generacji to pierwszy model sprzedawany w naszym kraju. Ta generacja Corolli była pokazywana w programie popularnonaukowym Sonda jako przykład nowoczesności w motoryzacji. Liczne wersje nadwozia i silnika dawały klientom możliwość wyboru auta odpowiadającego ich indywidualnym potrzebom. Samochód występował w kilku wersjach nadwozia. U nas najchętniej kupowany był sedan z ekonomicznym dieslem o pojemności skokowej 1800 cm³. Egzemplarze z tego okresu można do dziś spotkać na polskich drogach. Od tego czasu Corolla na stałe zagościła na ulicach Polski.

Prawdziwy przełom w historii marki to lata 1983–1987 – czas produkcji samochodów piątej generacji. Produkowaną od 1966 roku, przestarzałą już technicznie serię Corolli ze sztywną osią i napędem na tylne koła, zastąpiono nowocześniejszą generacją pojazdów z przednim napędem.



Nowa Corolla to większy komfort resorowania, lepsze właściwości jezdne, bardzo dobre osiągi oraz więcej miejsca wewnątrz pojazdu. Nowe zabezpieczenia przed korozją i wykończenia zapewniły Toyocie Corolli miejsce wśród modeli sprawiających najmniej kłopotów przy przeglądach rejestracyjnych.

W latach 1987–1992 była produkowana szósta generacja – model E-9, który stał się bardzo popularny również w Polsce. Od szóstej generacji do oferty Toyoty na stałe weszła skrócona wersja Corolli – Compact. Zastosowano w niej niezależne zawieszenie kół na kolumnach McPhersona, z przodu na trójkątnych wahaczach poprzecznych, z tyłu na wahaczach wzdłużnych i poprzecznych. Corollę wyposażono na układ kierowniczy ze wspomaganiami i z przekładnią zębatkową, hamulce – z przodu tarczowe, z tyłu bębnowe, oraz wspomaganie i korektor siły hamowania.

Produkowana w latach 1992–1997 siódma generacja, E-10, oferowana była w czterech wersjach nadwozia. Najpopularniejsza – sedan – sprawdziła się znakomicie jako samochód rodzinny, niezawodny na długich trasach i ekonomiczny podczas jazdy po mieście. Aerodynamiczny kształt kryje bardzo wygodne wnętrze, również dla pasażerów na tylnych fotelach. Odpowiednie mocowanie silnika i właściwie użyte elementy tłumiące ograniczają hałas i wibracje do minimum. Do osób aktywnych skierowany był model hatchback: 5- lub 3-drzwiowy. Oplywowe linie karoserii, doskonała widoczność

dzięki panoramicznym szybom i ergonomiczne wnętrze – to główne atuty hatchbacka. Równowaga pomiędzy mocą silnika i ciężarem samochodu pozwalała na prawdziwie sportową jazdę przy racjonalnym zużyciu paliwa. We wszystkich wersjach montowano silniki benzynowe: 1,4 l (75 KM) i 1,6 l (114 KM) oraz Diesla 2,0 l (72 KM). Przyspieszenie do 100 km/h w wersji 3-drzwiowej z silnikiem 1,6 wynosiło 10,0 s, a maksymalna prędkość 195 km/h. Corolla Wagon dawała najwięcej satysfakcji użytkownikom. Do wszystkich zalet pozostałych modeli, łącznie z 4,8-metrowym promieniem skrętu, dochodził ogromny bagażnik o pojemności nawet ponad 1300 litrów.

Osmą generację, E-11, produkowano w latach 1997–2002. Model dostępny był we wszystkich wersjach nadwozia – jako 3-drzwiowy hatchback, 5-drzwiowy liftback, sedan oraz kombi. Stylistyka tej wersji nie została przychylnie przyjęta przez klientów, dlatego w 2000 roku producent przeprowadził face lifting modelu. Corolla została wyposażona w nowoczesne benzynowe jednostki napędowe VVT-i ze zmiennymi fazami rozrządu – 1,4 l o mocy 97 KM i 1,6 l o mocy 110 KM.

Dziewiąta generacja Corolli produkowana jest od 2002 roku.

Produkt

Obecna generacja Toyoty Corolli to auto na wskroś europejskie – zarówno pod względem designu, jak i spełnienia wymagań europejskiego klienta. Nie powinno to dziwić. Najnowsza generacja pojazdu wywodzi się z Europy – projekt samochodu powstał w centrum projektowym ED2 na południu Francji. Nowa Corolla jest odpowiedzią na niezwykle wysokie wymagania rynku motoryzacyjnego.

Corolla oferuje zaawansowane technologicznie silniki benzynowe i wysokoprężne w pełnej gamie wersji nadwozia: Corolli Verso należącej do szybko rozwijającego się segmentu MPV, bazowej dla tego rynku Corolli Hatchback, 3- i 5-drzwiowej, klasycznej i eleganckiej Corolli Sedan oraz przestronnej i dynamicznej Corolli Wagon.

Nowa Toyota Corolla zerwała z tradycyjną stylistyką. Zainicjowała proces urzeczywistniania ambitnych planów Toyoty – osiągnięcia pozycji czołowego producenta aut na rynku europejskim.

Ostatnie wydarzenia

W 2004 roku najnowsza Corolla została poddana modernizacji – wprowadzone zmiany dotyczyły również wyglądu zewnętrznego. Najważniejsze udoskonalenia są jednak niewidoczne. Toyota Corolla proponuje swoim użytkownikom nowy silnik wysokoprężny 1,4 l 90 KM D-4D – zastąpił on jednostkę 2,0 l 90 KM D-4D. Nowy silnik charakteryzuje się dobrymi osiąganiami, niskim zużyciem paliwa i niską emisją spalin. Dostępny jest w połączeniu z 5-stopniową mechaniczną skrzynią biegów z funkcją automatycznej zmiany przełożeń M-MT (Multi-mode Manual Transmission). Przekładnia M-MT dostępna jest także w Toyocie Yaris i Corolli Verso.

Elektronicznie sterowana przekładnia wraz z automatycznym sprzęgłem (brak pedału sprzęgła) oferuje trzy tryby jazdy, zależnie od upodobań kierowcy: tryb automatyczny do jazdy zwykłej i sportowej (E i Es), tryb manualny (biegi zmieniane są przez kierowcę operującego dźwigniową sekwencyjną zmianą biegów). Przekładnia M-MT przyczynia się do bardziej ekonomicznego zużycia paliwa i zmniejszonej zawartości CO₂ w spalinach, o 2% niższej w porównaniu ze skrzynią manualną.

Promocja

Badania wykazały, że duża część klientów kupowała poprzedni model Corolli ze względu na jego niezawodność. Postanowiono uświadomić klientom, że nowa Corolla ma znacznie więcej do zaoferowania – jest wyjątkowa pod względem nie tylko niezawodności, ale również designu. Jest samochodem, z którego po prostu można być dumnym.



2001. W kampanii przedsprzedażowej pokazano dumę przyszłego właściciela Corolli. Celem było nie tylko zebranie zamówień na niezawodnego. Wszystkie roczniki, które zostały przebadane przez niemieckie Stowarzyszenie Nadzoru Technicznego (TUV), mają odsetek usterek znacznie poniżej średniej wartości dla całej gamy testowanych modeli. Dzięki doskonałej jakości Toyota Corolla należy do grupy najmniej awaryjnych samochodów osobowych.

2002. Konsekwentna kontynuacja kreowania wizerunku auta przez wszystkich pożądanego, auta, którym każdy chce się pochwalić. Na tym etapie przekaz zbudowany był w oparciu o korzyści czysto emocjonalne.

2003. Pamiętając, jak istotne dla konsumentów były argumenty racjonalne, jak również mając na uwadze premierę poważnego konkurenta – nowego modelu Renault Megane – w 2003 roku emocjonalną „strategię dumy” wsparto atrybutem niezawodności.

Poza standardowymi dla segmentu akcjami typu Dni Otwarte, zorganizowanymi dwukrotnie w 2002 roku, przeprowadzona była tylko jedna akcja promocyjna – od kwietnia do czerwca 2003 roku w ofercie znalazła się limitowana seria Corolli Polaris z klimatyzacją w standardzie i w jednakowej cenie bez względu na rodzaj nadwozia (sedan/hatchback/kombi).

Wartości marki

Corolla to przede wszystkim legendarna już niezawodność. Rozpoczęcie produkcji Corolli było momentem przełomowym w historii firmy. Od tej pory samochody Toyoty stawały się jakościowo lepsze od oferowanych przez konkurencję i bardziej niezawodne.

Rzeczywistość potwierdziła słuszność ambitnych założeń. Przez ponad 35 lat Corolla doczekała się miana samochodu niezawodnego. Wszystkie roczniki, które zostały przebadane przez niemieckie Stowarzyszenie Nadzoru Technicznego (TUV), mają odsetek usterek znacznie poniżej średniej wartości dla całej gamy testowanych modeli. Dzięki doskonałej jakości Toyota Corolla należy do grupy najmniej awaryjnych samochodów osobowych.

Czego nie wiedzieliście o marce

TOYOTA

- ▶ Toyota, oprócz produkcji samochodów, działa w innych branżach – buduje statki i domy.
- ▶ Wartość koncernu Toyoty jest wyższa niż suma wartości trzech konkurentów: Forda, GM i Chylera.
- ▶ Toyota jako pierwsza firma motoryzacyjna rozpoczęła masową produkcję samochodu Toyota Prius z silnikiem hybrydowym.
- ▶ Koncern Toyoty sprzedał w 2003 roku ponad 6 mln samochodów, czyli sprzedawał średnio 18.570 aut dziennie.
- ▶ Toyota na całym świecie zatrudnia 264.000 osób.
- ▶ Toyota posiada 46 fabryk w 27 krajach świata.