Drive

PORSCHE
ALBANIA

07/21

ID.4

Volkswagen Way To Zero

08 Audi RS4 - RS5
11 Golf 8
18 SEAT MÓ

Përmbajtja

Content

Audi SQ5 07

Angazhimi i ŠKODA në promovimin e çiklizmit në shqipëri

ŠKODA's commitment to promoting cycling in Albania 10

Volkswagen ID.4 12

New Caddy 5 14

Revista Drive është një botim periodik i Porsche Albania.
Realizimi: Botues Porsche Albania
Realizimi grafik: Source One

Burimi: Audi:
Audi-Mediaservice.com
SEAT: media.SEAT.com
Volkswagen Makina Tregtare:
volkswagen-media-services.com
Volkswagen Magazine
ŠKODA: press.ŠKODA-auto.com

Për komente, pyetje apo sugjerime lutem na kontaktoni në adresën elektronike office@porsche.al ose në numrin e telefonit: +355 (04) 240 74 30.

Porsche Albania
Autostrada Tiranë-Durrës, Km. 7, Rr. Monun.
Telefon: +355 (04) 240 74 30,
Fax.: +355 (04) 240 74 34,
e-mail: office@porsche.al; http://www.porsche.al

Seat Tarraco Plug-In e-HYBRID 16

SEAT MÓ 25 18

Rezervimi online i shërbimeve të makinës! *Service Booking Online* 22

Test Drive T-Cross 26

SFIDAT E VITIT **2021**

Viti që lamë pas solli një sfidë të paparashikuar nga bota moderne, një sfidë të paprecedentë, me të cilën na u desh të luftonim të gjithë, pa asnjë dallim. 2020 ishte viti i sprovës së madhe, si nga ana sociale ashtu edhe për biznesin.

Impakti që pati në ekonomi dhe aktivitetet në biznes, ishte i madh. Të gjithëve na u desh të luftonim dhe kujdeseshim për shëndetin e kolegëve, shëndetin tonë dhe të dashurve tanë, ndërkohë që përpiqeshim t'i përshtateshim kushteve të reja të "lojës", të mendonim jashtë "kutisë" për zgjidhjen e problemeve dhe të ishim fleksibël në përshtatjen e një modeli të ri biznesi, të panjohur më parë. Në Porsche Albania ja dolëm me sukses dhe viti 2020 u mbyll edhe më mirë se pritshmëritë tona, që ndryshonin javë pas jave e muaj pas muaji.

Ky fillim viti na gjeti përsëri në një situatë të "errët" si pasojë e pandemisë dhe premisat nuk dukeshin të mira, referuar pritshmërive optimiste për të mposhtur pandeminë dhe për të ringritur biznesin shpejt dhe në mënyrë të sigurtë, në nivelet e viteve 2018 dhe 2019.

Ne vazhduam mënyrën e operimit duke iu përshtatur situatës së pandemisë, duke punuar nga shtëpia, me qëllim mbrojtjen nga rreziku i Covid-19. Gjithashtu, nëpërmjet digjitalizimit të vazhdueshëm e në rritje, krijuam mundësinë e rezervimit të shërbimeve online, bëmë të mundur forcimin e rregullave mbrojtëse për stafin, si dhe për klientët tanë. Bërja e mundur e gjithë kësaj erdhi si pasojë e përkushtimit të kolegëve të Porsche Albania, falë kulturës tonë të punës dhe frymës së bashkëpunimit.

Për shkak të impenjimit të treguar nga çdo department, ku gjithësecili është pjesë integrale për suksesin e kompanisë, arritëm që ta mbyllim këtë 6 mujor të parë me rezultate të larta krahasuar me vitin 2020, duke arritur kështu rezultatet e vitit 2019, edhe pse sfidat dhe situatat janë shumë të ndryshme. Kjo punë e madhe e plot pasion u konkretizua në një seri aktivitetesh dhe u komunikuan në të gjitha kanalet e komunikimit, sidomos në ato digjitale. Prezantimi i modeleve të reja, si prezantimi i Volkswagen Caddy dhe Volkswagen ID.4, apo aktivitete të tjera si sponsorizimi i "Trees for Lura" me Volkswagen Makina Tregtare, mbështetja e Federatës Ciklizmit në Shqipëri me markën ŠKODA, Prezantimi i Këndit Audi RS në Audi Showroom me Audi RS5 dhe Audi RS4, apo realizimi i takimeve virtuale me klientët tanë për të gjitha modelet dhe komunikimi i tyre në mediat sociale, si ishte rasti i Seat Tarraco Plugin e-Hybrid.

Të gjitha këto aktivitete bënë të mundur që ne të ishim më pranë jush me gjithë forcën dhe pasionin që ne në Porsche Albania na karakterizon. Zhvilluam metodologjinë më bashkëkohore të komunikimit me të gjithë partnerët tanë në kohë reale nëpërmjet kanaleve digjitale dhe aplikacionit tonë Makina Ime, që vlen të theksohet që është i vetmi aplikacion i fokusuar në industrinë ku ne operojmë. Aktualisht, jemi duke pritur ardhjen e flotave të reja siç do të jetë ŠKODA Octavia me 100 makina për policinë e shtetit, realizim ky, i cili erdhi në bashkëpunim me kompaninë Porsche Leasing, apo flota të tjera me makina elektrike si ID.3, për disa kompani apo me VW e-up dhe ID.4. prezantimin e modeleve Hybrid si SEAT Tarraco e-Hybrid së bashku me modele të tjera Hybrid për markën ŠKODA, Audi me modelin e ri Audi Q5 apo Audi A3, A4, A6, Q7 dhe Q7, Volkswagen Makina Tregtare me Amarok, Caddy dhe Crafter. Partneriteti me Porsche Leasing për të krijuar oferta sa më të personalizuara në bazë të nevojave të klientëve do të vazhdojë, madje ne do të vëmë theksin në partneritetin me kompani prestigjoze për të forcuar prezencën e produkteve tona. Do vazhdojmë të investojmë për shtimin e shitjeve në modelet elektrike, në mënyrë që të vazhdojmë të jemi të parët në këtë treg.

Me të gjitha këto asete që Porsche Albania zotëron ne themi se beteja vazhdon dhe jam i bindur që edhe 6-mujorin e dytë do mbajmë të njëjtat rezultate, pavarësisht sfidave dhe vështirësive, duke e kthyer 2021 në një vit të suksesshëm për kompaninë dhe secilin prej nesh!

Këto suksese të deritanishme dhe pritshmëritë tona kanë ardhur si pasojë e veprimeve dhe punës së palodhur të secilit prej nesh, pavarësisht streseve dhe presionit të mbartur nga pandemia dhe sfidave që ajo solli për biznesin.

Zotësia tregohet në kohë të vështira dhe të gjithë së bashku po ja dalim më së miri, prandaj u jam thellësisht mirënjohës dhe ndihem krenar për angazhimin e skuadrës së Porsche Albania, që është aseti më i madh e më i çmuar në Porsche Albania, për t'i shërbyer dhe informuar me shumë profesionalizëm partnerët tanë të biznesit dhe për të bërë produktet tona zgjedhjen e ardhshme për JU dhe biznesin tuaj!

Gentian Bushati - Drejtor i Përgjithshëm Porsche Albania
General Manager Porsche Albania

2021 CHALANGES

The year we left behind unfolded unprecedented challenges for the modern world – challenges we all had to face, each and every one of us. 2020 was the year of great challanges, both in social and business terms.

With respect to the economic and business activities, the impact was enormous. All of us had to fight and take care of the health of our colleagues, our own health and that of our loved ones, while trying to adapt to the new conditions of the "game", to think outside the "box" for problem solving and to be flexible in adapting a new, previously unknown business model. At Porsche Albania we succeeded and 2020 closed even better than our expectations, which changed every week and month.

The start of this year, found us at a "dark" situation, due to the pandemic and the future did not look bright, considering the optimistic expectations to defeat the pandemic and to rebuild the business quickly and safely, bringing it back at the levels of 2018 and 2019.

We remained operational, adapting to the pandemic, working from home, so as to be protected by the dangers of Covid-19. Also, owing to the continuous and growing digitalization, we came up with the possibility of online booking for services; we provided the means to strengthen the protective rules for our staff and customers. All was brought to life as a result of the dedication of our Porsche Albania colleagues, thanks to our work culture and spirit of cooperation.

In virtue of the commitment undertaken by each department, where everyone is essential to the success of the company, we managed to close the first 6 months with high results compared to 2020, thus achieving the results of 2019, although the challenges and situation are significantly different. This arduous and full of passion work was materialised in a series of activities, which were announced in all our communication channels, especially in the digital ones. New models were launched, such as Volkswagen Caddy and Volkswagen ID.4, and other activities were organised such as the sponsorship of "Trees for Lura" by Volkswagen Commercial Vehicles, the support of the Cycling Federation in Albania by ŠKODA, the introduction of Audi RS Corner in Audi Showroom with Audi RS5 and Audi RS4, and virtual meetings were held with our customers for all models and social media communication was ongoing, as was the case of the Seat Tarraco e-Hybrid Plugin.

All these activities enabled us to be closer to you, with all the strength and passion that Porsche Albania is known for. We established the most up-to-date communication methodology with all our partners, in real-time, via digital channels and our Makina Ime app, which should be noted is the only app focused on the industry in which we operate. Currently, we are waiting for the arrival of new fleets such as the ŠKODA Octavia with 100 cars for the state police, which was made possible in cooperation with Porsche Leasing, or other fleets with electric cars such as ID.3, for some companies, or VW e-up and ID.4., the launch of Hybrid models such as the SEAT Tarraco e-Hybrid, along with other Hybrid models for ŠKODA, Audi with the new Audi Q5 or Audi A3, A4, A6, Q7 and Q7, Volkswagen Commercial Vehicles with Amarok, Caddy and Crafter. The partnership with Porsche Leasing for the creation the most customized offers, in accordance with our customer needs will stay on track, and we will even draw attention to partnerships with prestigious companies to strengthen the presence of our products. Investment in increasing sales of electric models will stay on course, in order to remain the leaders of the market.

With all these assets that Porsche Albania possesses, we believe that the battle perseveres and I am convinced that we will maintain the same results during the second part of the year, despite the challenges and difficulties, making 2021 a successful year for the company and each of us!

Our successes and our expectations so far were achieved through the deeds and tireless work of each of us, despite the stress and pressures spread by the pandemic and the challenges it brought to the business.

Competency is best displayed during difficult times and all of us together have fared very well, so I am deeply grateful to you and I feel proud of the commitment of the Porsche Albania team, which is the biggest and most priceless asset of Porsche Albania, serving and informing our business partners with high professionalism and making our products the next choice for YOU and your business!

Audi RS4

Sa tërheqëse, po aq e fuqishme!

Një tjetër model Audi, RS 4 Avant kombinon përdorshmërinë dhe funksionalitetin e përditshëm të një Avant, me performancën e lartë të fuqishme të një makine sportive.

Ky model bën përshtypje me formën e tij sportive të trupit Avant, i cili premton performancë progresive dhe në të njëjtën kohë ofron shumë hapësirë për familjen. Dizajni specifik për RS, dhe motori 2.9 litër TFSI twin turbo V6 me 600 Nm torque, i cili përshpejton 0-100 km/orë për 4.1 sekonda, janë thjesht ngazëllyese.

Këto dhe shumë të tjera në Audi RS4 Avant!

Attractive, just as powerful

Another Audi model, the RS 4 Avant combines the usability and daily functionality of an Avant with the high-power performance of a sports car.

This model impresses with its sporty Avant cabin shape, which promises progressive performance, and at the same time provides plenty of space for the family. The striking RS-specific design and the powerful 2,9-liter TFSI twin-turbo V6 engine with 600 Nm torque that accelerates from 0 to 100 km/h in 4.1 seconds are simply thrilling.

Get introduced to these features and much more of the Audi RS4 Avant!

Audi RS5

Koncept i një siluete unike, e zhdërvjellët dhe luksoze për përdoruesin. Dizajn dinamik. Performancë sportive. RS 5 ka vlera mbresëlënëse e parë si nga brenda ashtu dhe nga jashtë.

Sportback tregon cilësi, performancë dhe kualitet.

Mënyra më e shpejtë për të rritur entuziazmin?

Motor 2.9 litërsh TFSI twin-turbo V6 me 331 kW (450 kf) dhe 600 Nm, Audi RS 5 përshpejton 0-100 km/h në 3.9 sekonda.

Siguria nuk mungon asnjëherë, kjo falë sistemit të frenimit me disqet e qeramikës dhe ju udhëtoni të qetë.

Audi RS5 makina që ndërthur luksin, fuqinë, dhe stilin!

A unique silhouette concept, agile and luxurious for the driver. Dynamic design. Sports performance. The RS 5 has impressive value both inside and outside the cabin.

Sportback that exhibits quality, performance, and class.

The fastest way to boost enthusiasm?

With the 2,9-liter TFSI twin-turbo, V-6 that makes 331 kW (450 hp) and 600 Nm of torque, Audi RS 5 accelerates from 0-100 km/h in 3,9 seconds.

Safety always present, due to the braking system with ceramic discs, enabling extreme comfort in traveling.

Audi RS5, the car that combines luxury, power, and style!

Audi SQ5

Falë stilit me një dizajn të ri dhe interiorit modern të kabinës tashmë mjaft e identifikueshme, Audi SQ5 TDI e vitit 2021 vijon sagën e SUV-ve fantastike të Audi me simbolin S që pritet të jetë shembulli më i mirë në gamën e modeleve të tij.

Që nga prezantimi për herë të parë në treg, SQ5 ka qenë gjithmonë modeli me i shitur në segmentin e tij. Gjithashtu, Audi thekson me krenari se ndodhet në vendin "më të ëmbël" për blerësit që janë në treg për të blerë, dhe përfaqëson gjithçka ... cilësi të lartë, luks dhe performancë që tashmë vjen e shoqëruar me simbolin S. Që nga dalja e parë në treg, dhe me kalimin nga motor nafte në benzinë dhe tani përsëri në motor nafte, Audi vijon të përsosë dhe përmirësojë SQ5 në mënyrë që ky model të vijojë të jetë në krye të listës së blerësve.

Si i tillë, varianti i përditësuar i vitit 2021 është kuruar në detaje, dhe padyshim i ndryshëm nga modeli i mëparshëm. Është projektuar një grilë e re dhe elementë më modernë të dizajnit në të gjithë parakolpin. Ka profile të reja anësore, tuba të reja marmite dhe ndryshime të dizajnit në portën e pasme të bagazhit. Madje si opsion janë edhe dritat e pasme digjitale OLED, dhe Audi shprehet se quhen "digjitale" sepse mund të konfigurohen sipas dëshirës.

Në brendësi është montuar një ekran të ri 10.1 inç me prekje, një program i përditësuar për sistemin e informacionit dhe argëtimit dhe një interior i pasur me elementë modernë të detajuar. Thënë shkurt, ka një kabinë premium që të fal një pamje dhe sens të cilësisë superiore dhe të jep atë ndjesinë e qëndrueshme të izolimit që na pëlqen kaq shumë nga Audi.

Pa dyshim ... i mprehtë, i shpejtë, mund ta ngisni në çdo rrugë (të thatë ose me lagështi) dhe është po aq praktik sa duhet të jetë një SUV me madhësi mesatare. Është vërtetë një nga ato SUV-et që "bën gjithçka" që dukshëm plotëson shumë nga kërkesat e blerësve.

Ju mund ta përdorni atë të qetë çdo ditë nëpër qytet, mund ta merrni në një udhëtim me familjen, mund të ktheni me energji timonin në një rrugë plot me kthesa, dhe do të kuptoni se efikasiteti i motorit me naftë është po aq i justifikueshëm sa edhe ai i kamionçinave familjare.

Në fakt, është aq i mirë dhe aq komod, sa dëshmon qartë dhe pa mëdyshje se jo çdo Audi ka nevojë për simbolin RS - SQ5 mjafton.

Identifiable thanks to revised styling and an upgraded interior, the 2021 Audi SQ5 TDI continues Audi's fine S-badged SUV that pretends to be the best example in its model range.

The SQ5 has been the biggest seller in its segment since launch. Audi is also keen to note that it sits in the sweet spot where buyers are shopping, and it represents everything, high quality, luxury, and the performance that comes with the S badge. Since its release, and through a shift from diesel to petrol and now back to diesel, Audi has continued to refine and enhance the SQ5 to keep it right at the top of buyers' lists.

As such, the updated 2021 variant is subtly – but obviously – different to the previous model. There's a new grille and revised design elements across the front bumper. There are new side skirts, new tailpipe trims and design changes to the tailgate. Digital OLED tail-lights are available as an option, and Audi says they are called 'digital' because they are configurable.

Inside, there's a new 10.1-inch touchscreen, upgraded software to run the infotainment system, enhanced interior trim and finishes, and new black trim. The short of it is a premium cabin that looks and feels high quality and has that solid insulated feel we like from Audi.

No doubt. It's sharp, it's fast, it's capable on any road (wet or dry), and it's as practical as a medium SUV should be. It really is one of those 'do everything' SUVs that quite obviously ticks plenty of boxes for buyers.

Sportier performance comes in the SQ5 Sportback, which uses a turbocharged 3.0-liter V-6 making 362 hp.

You can use it sedately day-to-day around town, you can take it on a family road trip, you can have a riot behind the wheel on a twisty road, and the efficiency of the diesel engine means it's easily justifiable as the family truckster.

In fact, it's so good and it's so capable, it proves unequivocally that not every Audi needs an RS badge – the SQ5 will do just fine.

ŠKODA, pjesë e promovimit të sigurisë rrugore në aktivitetin **Klea Huta Academy Summercamp**

Aksidentet rrugore kanë një ndikim serioz në jetën e femijëve. Ata janë shkaktari i humbjes së jetës së më shumë se 186,000 fëmijve nën moshën 18 vjeç në mbarë botën. Një pjesë e madhe e aksidenteve përfshin fëmijë të cilet nuk e perceptojnë rrezikun e lëvizjes në rrugë. Në krahun tjetër drejtues makinash që harrojnë përgjegjësinë që ata kanë për të mbrojtur qytetarët e tjerë që përdorin rrugën ashtu si dhe ata. Aksidentet fatale nuk janë thjeshtë një numër statistikor. Seicili prej tyre fsheh tragjedi të jetuar nga familjarët, të afermit dhe komuniteti dhe kur këto aksidente përfshijnë femijët, përmasat e tragjedisë shumëfishohen.

Konventa e Kombeve të Bashkuara për të Drejtat e Fëmijëve e vitit 1989 kërkon që çdo femijë duhet të gëzoje mbrotjen dhe përkujdesin e nevojshem për mireqenien e saj ose të tij. Një mënyrë e rëndësishme për të përmbushur këto detyrime është dhe adresimi i epidemisë së aksidenteve rrugore që vrasin femijë çdo ditë me forma ndërgjegjësuese.

Me këtë objektiv në pikënisje, Klea Huta dhe KHA Summercamp organizoi ne ambjentet e kampit veror në Mullet një aktivitet argëtues dhe ndërgjegjësues me femijët e sezonit të parë të kampit veror. Pjesmarrësit ishin fëmijë të moshave të ndryshme që frekuentojne kampin dhe aktivitetet qe organizohen në të. Në ambjentet e kinoteatrit të vët kampit fëmijët të grupuar sipas moshave morën pjesë në lojrat, diskutimet dhe aktivitet e organizuara nga kompani dhe organizata të ndryshme që prej vitesh promovojnë sigurinë rrugore dhe mbrojten e jetës në rrugë si DPSHTRR, ŠKODA dhe Kryqi i Kuq Shqiptar.

Përfaqësusesit e DPSHTRR folën për rrespektimin e sinjalistikës rrugore duke simuluar situata të ndryshme me vijat ndarëse dhe semaforët ku femijet dilnin vullnetarë për të treguar se si duhej vepruar për të zgjidhur situata të ndryshme. Me ndihmën e Kryqit te Kuq Shqiptar dhe materialeve të tyre demonstruese fëmijët mësuan disa elemente të ndihmës së parë që ju jepet të aksidentuarve në vendngjarje dhe që mund të shpetojnë jetë. Interesi i fëmijeve ishte tepër i lartë dhe pasohej me pyetje të shumta të nxitura nga situata të jetuara prej tyre apo nga ato që kanë parë në ekranet e televizorëve.

Nuk do të mungonte as ŠKODA e cila e solli më afër aktivitetin me botën e fëmijeve duke ju dhuruar atyre lapsa me ngjyrë dhe libra ngjyrosje ku ilustruheshin tematikat e diskutuara të sjella në një formë tërheqëse për moshën e tyre. Gjithseicili prej tyre u pajis dhe me një byzylyk fluoreshent që vishet me qëllim evidentimin në rrugë pa ndriçim. Të entuzjazmuar me dhuratat qe moren prej perfaqesuesve te ŠKODA ata hapën diskutimin rreth makinave dhe natyrshëm kaluan bisedën në sjelljen e fëmijve brenda tyre dhe në rrugë. Diskutimet nxitën pyetje të shumta rreth vendit më të mirë ku fëmijet duhet të ulen në makinë, përdorimit të telefonit, të karriges për femije, rripit të sigurimit e plot pyetje të tjera që për ta lindin shpesh në rrugë dhe per te cilat jo gjithmonë marrin përgjigje.

Komunikimi me femijët është i një rëndesie të veçantë për ŠKODA-n pasi 49% e blerësve të makinave ŠKODA janë prindër fëmijësh qofshin këta blerës te SPACEBACK, CROSSOVER, OCTAVIA, SUPERB, KAROQ apo KODIAQ. Ata e kanë përzgjedhur makinën e tyre ŠKODA si një makinë familjare e cila siguron komoditetin dhe sigurinë maksimale për familjen dhe femijët e tyre. Një nga vlerat bazë të pasqyruara në brandin e ŠKODA-s është ajo e të qenit “Human” dhe të lidhur shumë ngushtë me familjen. Kjo sjellje nuk është e rastësishme. ŠKODA mendon për sigurinë e familjes dhe të fëmijëve që në hapat a parë të dizenjimit të seicilit model proçes që vijon me standartet e larta të prodhimit dhe kontrollit, futjen e teknologjive më të fundit që lehtësojnë proçesin e drejtimit te automjetit, garantojnë komoditetin dhe sigurinë maksimale të drejtuesit të automjetit dhe familjes së tij.

Siguria është një çështje shumë e rëndësishme për ŠKODA-n dhe prindërit gjithashtu. Por kjo për fëmijët është një teme diskutimi jo dhe aq tërheqëse. Megjithatë, nese ky diskutim ju sillet fëmijëve në një formë interesante siç edhe ndodhi gjatë eventit në KHA Summercamp ky komunikim kthehet në një mësim me vlera për ta dhe sigurisht për familjet e tyre.

Road accidents have a serious impact on our children's lives. They have led to a death toll of more than 186,000 children under the age of 18 worldwide. The majority of accidents involve children who do not perceive the danger of crossing the road. On the other hand, drivers forget about their responsibility to protect other citizens, who are road-users likewise. Fatal accidents are not just statistics. Each death is translated into a tragedy for family members, relatives and the community and when these accidents involve children, the size of the tragedy multiplies.

The 1989 United Nations Convention on the Rights of the Child provides that every child is given the proper protection and necessary care for his/her well-being. One of the fundamental ways to meet these obligations is to address the epidemic of road accidents that kill children on a daily basis, through a series of awareness-raising forms.

Having this goal in mind, Klea Huta and KHA Summercamp organized a fun and awareness-raising event with the children of the first summer camp season in the facilities of the summer camp in Mullet. Children of different age groups attend the summer camp and the activities it organizes. Children grouped according to their age took part in games discussions and activities organised in the camp's theatre venue by different companies and organizations that promote road safety and life protection for many years, such as GDRTS, ŠKODA and the Albanian Red Cross.

Representatives from GDRTS elaborated on how to act in compliance with the traffic signs by simulating a series of situations in zebra crossing and traffic lights, where children volunteered to show how to act in different assumed situations. Thanks to the Albanian Red Cross and their demonstration material, children learned a few first-aid life-saving help to be given to those injured in road accidents. The children's interest was significantly high and was followed by many questions prompted by their life experiences or by what they had seen on TV.

ŠKODA would not miss this opportunity and brought the activity closer to the children's world by donating colored pencils and coloring books that illustrated the topics discussed in a form quite appealing to their age. Each of them got a fluorescent bracelet which is intended to illuminate while walking in unlit streets. Excited about the gifts they received from ŠKODA representatives, active discussions shifted to cars and how children behave while sitting and while walking on the street. Many questions arose on the best sit children should take in the car, the use of mobile phones, child car seats, seat belts and many other questions they had on road circulation for which they do not always get answers.

Communication with children is of particular significance for ŠKODA as 49% of ŠKODA car buyers are parents using SPACEBACK, CROSSOVER, OCTAVIA, SUPERB, KAROQ or KODIAQ. They chose ŠKODA cars as a family car which ensures maximum comfort and safety for their families and children. One of the fundamental values embodied in the ŠKODA brand is the "Human" factor and its dedication to family. This element is not just occasional. ŠKODA pays special attention to the safety of families and children at the very first steps of the design of each model, a process in full line with the highest industry manufacturing and control standards, including the introduction of the novel technologies that facilitate the driving process and guarantee maximum comfort and safety for the driver and his family.

To ŠKODA and its parent drivers, safety is an issue of core relevance. Unfortunately, the topic is not that attractive to children. However, if elaborated in a form which is interesting to children, as in the KHA Summercamp event, this communication will surely turn into a valuable lesson to children and their parents.

Angazhimi i ŠKODA në promovimin e çiklizmit në Shqipëri

ŠKODA's commitment to promoting cycling in Albania

Angazhimi i ŠKODA për çiklizmin dhe garat me biçikleta i ka fillesat e veta që në zanafillën e themelimit të shoqërisë. Në vitin 1895, Václav Laurin dhe Václav Klement themeluan një fabrikë biçikletash në qytetin Bohemin të Mladá Boleslav.
Dhjetë vite më vonë, Voiturette A u lançua si modeli i parë i automobilit të shoqërisë së re, i cili shërbeu si bazë për hapjen e fabrikave të tjera. Në vitin 1925, Laurin dhe Klement iu bashkuan shoqërisë ŠKODA. Sot, biçikleta përfaqëson gurin e themelit të strategjisë së sponsorizimit të prodhuesit të makinave çeke. ŠKODA mbështet "Tour de France", në cilësinë e partnerit zyrtar dhe si partner automjetesh, dhe prodhuesi i automjeteve ŠKODA është sponsor i fanellës së gjelbër për kryesuesin e grumbullimit të pikëve. ŠKODA gjithashtu mbështet shumë aktivitete sportive popullore kombëtare dhe ndërkombëtare, filozofi kjo e përcjellë dhe integruar edhe tek përfaqësuesi i ŠKODA në Shqipëri.

Më 23 maj nisi edicioni i 78-të i Turit Çiklistik të Shqipërisë, eventi më i rëndësishëm i çiklizmit në Shqipëri. 85 sportistë, vendas dhe te huaj, kërkuan suksesin në aktivitetin kombëtar, që zgjati për 5 ditë në itinerare të ndryshme në rrugët e Shqipërisë. Me projektin "We Love Cycling" ŠKODA ishte prezent dhe në Turin Çiklistik të Shqipërisë. Në mbështetje të eventit ishte modeli Fabia me të cilin u shoqëruan sportistët në çdo terren duke treguar komfort dhe siguri, cilësi të cilat e karakterizojnë si makinë.

Kjo nuk është hera e parë që ŠKODA sponsorizon eventet e ciklizmit.

"We Love Cycling" prezent gjithnjë aty ku është pasioni për këtë sport.

ŠKODA's commitment to cycling and bicycle racing can be traced back to the company's roots. In 1895 Václav Laurin and Václav Klement founded a bicycle factory in the Bohemian town of Mladá Boleslav. Ten years later, the Voiturette A became the first automobile of the young company to roll out the factory buildings. In 1925, Laurin Klement merged with ŠKODA. Today, cycling is a cornerstone of the Czech carmaker's sponsorship strategy. ŠKODA supports the Tour de France as an official partner and vehicle partner, and the manufacturer also sponsors the green jersey for the leader of the points completion. ŠKODA also supports many national and international popular sports events; this philosophy is embraced in Albania as well.

May 23 rd marked the start of the 78 th edition of the Albanian Cycling Tour, the most important cycling event in the country. 85 cyclists, local and international, aimed for trophy in this national activity, which lasted 5 days and extended in a wide range of itineraries on the roads of Albania. Škoda was present in the Albanian Cycling Tour under the project; We Love Cycling;. In support of the event, the Fabia model drove along the bike route together with the cyclists, demonstrating Fabia's comfort and safety features, thus highlighting the vehicles' most distinguished advantages.

This is not the first time Škoda sponsored a cycling event.

We Love Cycling; is always present where there is passion for this sport.

SIGURI DHE GARANCI PËR MAKINA TË PËRDORURA!

SAFETY AND SECURITY FOR SECOND-HAND CARS!

Për shumë prej nesh blerja e makinës së parë ka qenë një zgjedhje mes disa makinave të përdorura. Njësoj edhe për shumë të tjerë kur kanë vendosur ta zëvendësojnë mjetin aktual.

Makinat e përdorura janë një opsion shumë joshës!

Ky treg, në fakt, ende vuan nga informaliteti i cilësisë dhe operatorëve, duke shndërruar kështu të gjithë përvojën nga një blerje e zgjuar dhe efikase në një kalvar procesesh nga blerësi informal, te servisi informal deri tek pajisja me dokumentacionin e saktë.

Porsche Albania vjen përsëri me zgjidhje të zgjuara dhe të garantuara, edhe për ata që duan të bëjnë të tyren një makinë jo të re.

Oferta që Porsche Albania sjell prej disa vitesh tashmë quhet "Das WeltAuto"; një platformë e cila operon në të gjithë Europën dhe më gjerë.

Çfarë është Das WeltAuto?

Das WeltAuto është "tregu" ku çdo person, që dëshiron të blejë një makinë të përdorur, të ketë siguri dhe garanci për blerjen e tij.

Aktualisht, nëse blen një mjet të tillë në tregun informal je i detyruar të përballësh me mungesën e garancive që nga prejardhja e automjetit, kilometrat e konsumuara, historiku i përdorimit deri te servisi, tek i cili të duhet të kryesh kontrollet e nevojshme para blerjes.

Das WeltAuto "çliron" çdo ditë me mijëra blerës në të gjithë botën nga këto pasiguri, duke ofruar një set shumë rigoroz kriteresh në vlerësimin e produktit para daljes në treg. Kështu edhe në Shqipëri, kjo markë ofron çertifikimin e automjetit, dokumentacion të rregullt, si dhe kontrolle vetëm në servise të autorizuara.

Në këtë mënyrë Das WeltAuto i heq klientit riskun e marrë përsipër gjatë blerjes së një automjeti të përdorur.

Në nisje të sezonit të ri të promovimit të këtij shërbimi fantastik, përfaqësuesit e Porsche Albania shprehen krenarë se përtej avantazheve fantastike që ofron Das WeltAuto kundrejt një tregu informal dhe shpesh herë edhe abzues me standardet, elementi më i fortë që ata duan t'i komunikojmë klientëve është transparenca dhe besimi; si dy elementët bazë të biznesit të tyre në Shqipëri.

For many of us, the purchase of the first car was a choice between a series of second-hand cars. The same goes for many others when deciding to replace their current car.

Second-hand cars can be a very enticing option!

Currently, the market is still hugely informal and in urge for quality, thus the whole experience from a smart and efficient purchase turns into an endeavouring process, starting with the informal buyer, to the informal servicing and to the assurance of proper documentation.

Once again, Porsche Albania introduces smart and guaranteed solutions, dedicated to all those who want to engage in the purchase of a second-hand car.

The offer provided by Porsche Albania for several years in a row now is called "Das WeltAuto"; a platform operational throughout Europe and beyond.

What does "Das WeltAuto" represent?

"Das WeltAuto" represents the "market" where each person who wishes to buy a second-hand car is provided with safety and warranty for their purchase.

Currently, if you make such a purchase in the informal market, you have to cope with lack of guarantees related to the origin of the vehicle, mileage, the vehicle background and proper maintenance checks at a car servicing centre, where you must perform the necessary servicing checklist before the purchase.

Das WeltAuto "frees up" thousands of buyers from these uncertainties on a daily basis, by providing a stringent comprehensive multi-point inspection for the vehicle assessment before it hits the market. Therefore, in Albania, this brand provides all the necessary vehicle certification, duly issued documentation, as well as servicing checks exclusively performed at authorized servicing centres.

This way, Das WeltAuto releases customers from all the risks undertaken when purchasing a second-hand car.

On the eve of the new season for promoting this remarkable service, the representatives of Porsche Albania are confident that beyond the fantastic advantages offered by Das WeltAuto in comparison to the informal and often abusive to standards market, the most powerful feature they seek to highlight to customers is: transparency and trust; which represent the core elements of their doing business in Albania.

VOLKSWAGEN ID.4

Enesërmja dhe mjedisi që po u lëmë pas brezave të rinj është tema që ka pushtuar diskutimet publike dhe shkencore, në të gjithë botën. Bienalja e Arkitekturës në Venecia 2021 u titullua "Si do të jetojmë së bashku?", duke frymëzuar artistë dhe arkitektë të japin zgjidhjet e tyre për një të ardhme më të shëndetshme, me komunitete më të forta dhe infrastrukturë më efikase në ruajtjen e mjedisit.

Prej disa vitesh një zgjidhje efikase ka ardhur edhe nga "arkitektët dhe artistët" e industrisë automotive, nga Volkswagen. Nëpërmjet modeleve të tyre elektrike dhe veçanërisht gjeneratës së re ID ata kanë ofruar "një shërim" ndaj ndotjes së madhe që krijon transporti në rrugët e qyteteve tona dhe ajrin që thithim.

Së fundmi Volkswagen prezantoi modelin ID.4, makina për familjet e të ardhmes! Ky model është alternativa më e mirë dhe praktike e serive SUV me djegie. E bollshme në hapësirë dhe 100% elektrike, ID.4 është gjithashtu e para makinë e cila krijon 0% emetime ndotëse në ajër dhe mjedis.

Që prej krijimit të saj në fabrikë deri në fund të performancës së saj në rrugë ID.4 emeton 0% ndotje në mjedis. Nga materialet e përdorura të ricikluesshme deri te zhdukja e tymit kjo makinë është "një slitë ëndrrash" për brezat e rinj dhe të ardhmen që ata do të trashëgojnë.

ID.4 i përket familjeve dhe udhëtimeve, detit dhe malit. Me 500KM autonomi me vetëm një karikim, çdo cep i Shqipërisë është i arritshëm, pa krijuar asnjë ndotje, pa shqetësuar asnjë habitat natyror nga zhurmat dhe pa ndjerë asnjë kilometër rrugë. Teknologjia e aplikuar në ID.4 mundëson kontroll në distancë të temperaturës, lidhje me internetin dhe udhëzim AR gjatë ngarjes. Të gjitha këto të lehta në përdorim për këdo.

Diskutimi mbi të ardhmen dhe mjedisin na takon të gjithëve dhe kontributi i gjithësecilit është një përgjegjësi e paneglizhueshme.

Si përherë, Volkswagen ka ndikuar diskutimet globale duke i revolucionarizuar këndvështrimet me produktet e tyre automomtive. Njëjtë dhe sot, ata po ndikojnë trashëgiminë tonë ndaj brezave të rinj, duke e ndërtuar që sot të ardhmen më të pastër.

The future and the environment we are inheriting to the younger generations is the topic at the core focus of public and scientific discussions all over the world. The tittle of the 17th Venice Architecture 2021 Bienale "How will we live together?", inspired artists and architects to provide their solutions for a healthier future, with stronger communities and more efficient environment-friendly infrastructure.

For several years now, "architects and artists" of the Volkswagen automotive industry have also provided an efficient solution. Their all-electric designs, in particular the new ID generation, represent the "cure" to the immense air pollution caused by the chaotic road transport and the air we breath in our cities.

Volkswagen recently introduced the all-new ID.4 model, the car for the families of the future! This design represents the best and most practical alternative to the combustion-engine SUV series. Comfortably spacious and 100% electric, the ID.4 model is also the first environment-friendly car with 0% carbon air-polluting emissions.

From its inception at the factory to its final road performance, the ID.4 emits 0% discharge to the environment. From recyclable materials used to eradicating smoke, this car is "a dream sled" for younger generations and the future they will inherit.

ID.4 is designed for families and trips to the seas and the mountains. With 500KM autonomy of a single charge, every corner of Albania is pollution-free accessible, with no acoustic disturbance to any natural habitat while on a dreamy comfortable drive. The ID.4 technology enables remote temperature control, internet connection and AR instruction while driving. All of these highly user-friendly.

The future and the environment are crucial matters concerning all of us and everyone's contribution is an impending responsibility.

As always, Volkswagen is a powerful and influencing stakeholder to global discussions by revolutionizing perspectives with its automotive products. Likewise, today Volkswagen is a major influencer to our heritage and to the younger generations, building a cleaner and greener future.

ID.4

ID.4
ID.4
ZERO

New Caddy 5

Modelet e reja të Caddy 5 kanë të njëjtën platformë me modelin Golf 8 versioni i fundit, që do të lartësojne nivelet e teknologjisë në skaje të paprekura më parë në hapësirën e makinave të lehta tregtare.

Ndërkohë që Caddy 5 është një model krejtësisht i ri, ai ende përfaqëson 100 përqind një Caddy. Për më shumë se një dekadë, Caddy ka kryesuar tregun në këtë segment, duke përfaqësuar rreth 60-70% të pjesës së tregut shqiptar. Ndërsa klientët e rinj do të joshen nga Caddy 5 i ri për anën praktike dhe teknologjinë që zotëron, klientët ekzistues, shumica e të cilëve kanë pasur në zotërim gjenerata të mëparshme të Caddy-it, do të kenë mundësinë të shohin evolucionin e ri, se si një automjet kaq i mirë thjesht bëhet edhe më i përkryer. Fakti që zgjidhjet ekzistuese të hapësirës së magazinimit mund të trashëgohen nga gjenerata e vjetër te modeli i ri, përbën një lajm fantastik.

The all-new Caddy 5 shares its underpinnings with the latest Golf 8, and will boast levels of technology not yet seen in the light commercial space.

While Caddy 5 is an all-new model, it is still 100 per cent a Caddy. For over a decade, Caddy has been the market leader in its segment, representing around 60-70% per cent of the Albanian market share. While new customers will be attracted to the new Caddy 5 for its practicality and technology, the existing customers, many of whom have owned several previous generations of Caddy, will see this latest evolution as simply making a good thing even better. The fact that existing shelving and storage solutions can be carried over between older generations and the new model, can't hurt either.

Trees for Lura

Parku Kombëtar Lurë-Dejës është një nga parqet më të bukura kombëtare në Shqipëri.

Fatkeqësisht, ka pësuar dëmtime masive për shkak të prerjeve të paligjshme dhe serive të zjarreve që shkatërruan pyjet e saj.

Trees for Lurë është një projekt që synon t'i rikthejë Lurës jetën gjatë viteve në vazhdim. Gjatë dy ditëve (28-30 maj) u zhvillua misioni i mbjelljes së 2500 fidanëve.

Përveç praktikave të njohura nga të gjithë si përdorimi i energjive të ripërtëritshme dhe ulja e CO2, Volkswagen Makina Tregtare, pjesë e Porsche Albania eshte mbështetës i projektit Trees for Lurë për të dytin vit rradhazi. Synimi është që t'i rikthehet Lurës, gjatë viteve në vazhdim, lulëzimi i dikurshëm.

Porsche Albania është dhe do te jete vazhdimisht duke përmirësuar praktikat e mbrojtjes së mjedisit natyror.

Dikur Parku Kombëtar i Lurës ka qënë një pasuri natyrore dhe është detyrë e gjithësecilit të kontribojë sadopak në rimëkëmbjen e tij!

The Lura-Deja National Park is one of the most amazing national parks in Albania.

Unfortunately, it has suffered massive damage due to illegal logging and a series of fires that destroyed its forests.

"Trees for Lura" is a project that aims to bring Lura back to life in the years to come. During the two-day event, May 28-30, a mission of planting 2500 seedlings took place.

In addition to widely-known practices as the use of renewable energy and CO2 reduction, Volkswagen Commercial Vehicles, an integral part of Porsche Albania showed to be a prominent supporter of the "Trees for Lura" project for the second year in a row. As a partner in this initiative, it aims to restore Lura to its former blooming prosperity in the future years.

Porsche Albania is and will be continuously engaged in enhancing its natural environmental-friendly practices.

Once upon a time, Lura National Park used to be a natural resource, and everyone should feel the duty to contribute to its recovery!

SEAT Tarraco Plug-In e-HYBRID

Ambicia e SEAT për të shndërruar gamën e automjeteve në automjete elektrike materializohet me kombinimin e djegies dhe energjisë elektrike, duke prezantuar automjete të tilla si SEAT Tarraco Plug-In e-HYBRID,

Kjo është dëshmi e prekshme se si teknologjitë e përparuara të energjisë elektrike mund të bëjnë më efiçiente edhe automjetet më të mëdha, duke ruajtur pozicionin e tyre të rëndësishëm në një treg gjithnjë e më të prekshëm nga ndikimet mjedisore.

Nën kofanon e madhe të SUV-it qëndron zemra e hibridit të avancuar plug-in (me karikim), ku miksohet një motor benzine 1,4 litërsh TSI 150PS (110kW) me një motor elektrik 85kW (115PS) të lidhur me një transmision automatik dhe manual DSG me gjashtë nivele shpejtësie dhe motor që drejton gomat e përparme, duke gjeneruar kështu një fuqi të kombinuar prej 180kW/245PS dhe 400Nm të shtytjes fillestare.

Versioni hibrid plug-in (me karikim) siguron një udhëtim prej rreth 49 km, duke përdorur vetëm energjinë në baterinë e automjetit – i përkryer për rritjen e efikasitetit ose për të udhëtuar nëpër rrugët e një qyteti ku rregullat për ruajtjen e cilësisë së ajrit janë më të rrepta - dhe mund të përdoret me një shpejtësi deri në 140 km/orë, duke e bërë atë tepër efikas. Në rast se parashikoni të udhëtoni distanca më të largëta, SEAT Tarraco Plug-In e-HYBRID përdor motorin elektrik dhe atë me benzinë për të ofruar një diapason udhëtimi prej 730 km pa qenë nevoja të furnizoheni me karburant.

Dizajni ka platformën solide të projektuar nga Tarraco që nga lançimi i tij, dhe ka të integruar në këtë model Stilin, Ekselencën dhe linjat e FR, për të përshtatur automjetin posaçërisht me nevojat tuaja.

Dizajni i brendshëm mbetet dominant, ndjesia e hapësirës së bollshme, siguria dhe një nivel më i lartë cilësie. Sërish, fokusi mbetet në finesën e përzgjedhjes dhe sugjerimin për aftësitë hibride të karikimit të SUV. Kjo ilustrohet nga përzgjedhja e dizajnit të levës së marshit me ndriçim dhe dy butonave specifikë: e-Mode dhe s-Boos

Me prezantimin e modelit hibrid plug-in (me karikim), në veçoritë shtesë për të ndihmuar përdoruesit përfshihen mundësia që drejtuesit e automjetit të menaxhojnë procesin e karikimit në distancë përmes e-Manager, të kontrollojnë kondicionimin e ajrit - automjeti mund të nxehet paraprakisht për deri në 30 minuta, dhe sistemi punon nga -15 °C deri në 22 °C – dhe të menaxhojnë kohën e nisjes nga të gjitha aplikacionet e telefonave inteligjentë; çka do të thotë që kur të jeni gati të nisni udhëtimin tuaj, gati do të jetë edhe SUV-i i madh.

SUV-i më i madh i prodhuar nga kjo markë, tashmë me një nivel më të lartë vetëdije dhe efiçiencë mjedisore , ruan integritetin e markës për përmirësimin e sigurisë. SEAT Tarraco Plug-In e-HYBRID integron një sërë sistemesh të përparuara të asistencës ndaj drejtuesit të automjetit dhe karakterizohet nga veçori komoditeti që ofrojnë më shumë siguri, qëndrueshmëri dhe komfort, pavarësisht trafikut nëpër xhungla urbane apo nisjes në udhëtime më epike.

SEAT Tarraco Plug-In e-HYBRID është një dëshmi solide që elektrifikimi përfaqëson një teknologji që sjell avantazhe të shumta dhe do të përfaqësojë të ardhmen e ndritur që do të përmbushë nevojat e lëvizshmërisë, duke zvogëluar ndikimin e dëmshëm në mjedis.

SEAT's ambition to electrify its vehicle line-up is exemplified by the mating of combustion and electricity and delivering vehicles such as the SEAT Tarraco Plug-In e-HYBRID,

It proves that advanced powertrain technologies can make even the largest vehicles more efficient, maintaining their relevance in a market more influenced by environmental concerns.

Underneath the large SUV's bonnet sits the heart of the advanced plug-in hybrid, mixing a 1.4 litre TSI 150PS (110kW) petrol engine with a 85kW (115PS) electric motor linked to a six-speed DSG dual-clutch transmission and with a front-wheel drivetrain, delivering a combined output of 180kW/245PS and 400Nm of torque.

The plug-in hybrid version provides a range of some 49km using just the energy stored in the vehicle's battery – perfect for increased efficiency or to travel around city streets where air quality regulations are stricter – and can be used at speeds of up to 140km/h making it incredibly versatile. And when longer distances are required, the SEAT Tarraco Plug-In e-HYBRID uses both electric and petrol engines to deliver a 730km range without the need to refuel.

The design uses the solid foundation put in place by the Tarraco since its launch and integrates into Style, Xcellence and FR trims, to match the vehicle specifically to the needs.

The strong interior design remains, the feeling of space, safety and a high level of quality. Again, the focus is on subtleness and hinting at the plug-in hybrid SUVs abilities. This is exemplified by the inclusion of the newly designed and illuminated gear selector and two specific buttons: e-Mode and s-Boos

With the introduction of the plug-in hybrid, additional features to help users include the ability for drivers to manage the charging process remotely via the e-Manager, control the air conditioning – the vehicle can be pre-heated for up to 30 minutes, and the system works from -15°C to 22°C – and manage departure times all from the smartphone app; meaning that when you're ready to start your journey so is the large SUV.

The brand's largest SUV, now with a more efficient and environmental consciousness, maintains the brand's approach to improving safety. The SEAT Tarraco Plug-In e-HYBRID integrates a range of advanced driver assistance systems and convenience features that allow it to remain secure, stable and comfortable no matter whether it's battling through urban jungles or taking on more epic journeys.

The SEAT Tarraco Plug-In e-HYBRID proves that electrification is a technology that delivers numerous advantages and is part of a bright future where mobility needs can be reached while still reducing our impact on the environment.

SEAT MÓ

eKickScooter

I shohim çdo ditë e më shumë në rrugët e Tiranës dhe mendojmë se është një ide e re, një risi që shumëkush e lidh me brezin e ri. Scooter-at elektrikë lëvizin lirshëm nëpër Tiranë sot dhe jo vetëm. U desh pak kohë që scooter-i të shndërrohet nga një lojë për fëmijë në një mjet elegant lëvizje në qytet aq sa dikush mund të pyesi "Po si nuk i vajti në mend dikujt më herët?". Përgjigjja do ju surprizojë.

Megjithëse scooter–i duket si një vijim llogjik i trendit të mobilitetit elektrik të nisur në dekadën e fundit me makinat elektrike dhe motorrët elektrik, ai është një mjet transporti i rilindur. Scooter-i i parë elektrik, i njohur si Autoped, filloi të shitej në dyqanet e New York-ut në vitin 1915, vetëm 3 vjet më vonë se mbytja e Titanikut.

Edhe atëhere, si sot, Autoped-i i gjeti qytetarët të papregatitur si nga ana e legjislacionit ashtu edhe nga infrastruktura. Semaforët e parë u futën në përdorim rreth 15 vjet më vonë. Duke vazhduar me qytetin nga ku e nisi udhën për herë të parë Autoped-i u legalizua vetëm në prill të vitit 2020.

Femrat ishin të parat që ranë në dashuri me Autoped-in. Zyra Postare e New York-ut e kontraktoi kompaninë për të prodhuar Autoped-e për postjerët e saj si një mënyrë më e shpejtë dhe e lehtë për shpërndarjen e postës. Oficerët e policisë gjithashtu i përdorën Autoped-et për patrullim. Fatkeqësisht edhe gangsterët i shfrytëzuan si mjete të përshtatshme për t'i shpëtuar ndjekjes nga policia. Kjo ishte arsyeja përse gazeta "The Sun", në atë kohë, i quajti "Solo Devil Wagon".

Ashtu si atëhere, edhe tani, arsyeja më joshëse e përdorimit të scooter-it mbetet lehtësia dhe shpejtësia e lëvizjes në distancat brenda qytetit.

Mbase jo të gjithë, por një pjesë e madhe e qytetarëve të Tiranës humbasin mesatarisht 30 orë në vit në trafik. Kjo është njësoj si të shohësh 1578 video në TikTok! E dimë të gjithë se kjo do të thotë shumë kohë e harxhuar para ekranit, por e njëta gjë mund të thuhet dhe për qëndrimin ulur në makinë. Shpejtësia mesatare e lëvizjes së tyre me makinë brenda qytetit është rreth 15 km në orë. Për më tepër, gjatë vitit që lamë pas të gjithë e shijuam lëvizjen në ajër të pastër dhe ecjen në rrugët bosh të qyetetit. Paçka se u detyruam nga faktorë të tjerë, të gjithëve na pëlqeu pa masë dhe na tregoi se makina nuk është e vetmja zgjidhje për lëvizje brenda qytetit.

Kjo është dhe arsyeja kryesore që Porsche Albania sjell në tregun shqiptar SEAT MÓ eKickScooter 25, një zgjidhje elektrike, online të cilën mund ta bleni, ta merrni me qera ose ta bashkëpërdorni.

E kush ka dëshirë ti rikthehet trafikut dhe ndotjes në rrugë e qytete pa rimenduar pasojat? SEAT Albania mundëson me anë të SEAT MÓ eKickScooter 25 për të gjithë ata që duan të hedhin një hap të guximshëm në transformimin e mënyrës së lëvizjes së tyre në diçka më positive, më të lehtë dhe më të shpejtë. SEAT MÓ eKickScooter 25 paloset, është portativ dhe i lehtë mjaftueshëm për të kombinuar lëvizjen tuaj me transportin publik. eKickScooter 25 ju sjell një pavarësi lëvizjeje prej 25 km duke ju dhënë siguri, komoditet dhe teknologji në lëvizje. SEAT MÓ mund të menaxhohet direkt nga celulari juaj nëpërmjet aplikacionit Ninebot-Segway.

Lëvizja me SEAT MÓ eKickScooter 25 sjell përfitime ekonomike dhe në kohë për ju edhe për qytetin duke ulur trafikun, kosot e riparimit të infrastrukturës si dhe ofron transport me kosto të ulët për të gjitha kategoritë e qytetarëve. Një numër i konsiderueshëm prej nesh e kanë përqafuar tashmë këtë trend duke ulur numrin e udhëtimeve me makinë në qytet në favor të scooter-it elektrik. Shumë studime tregojnë gjithashtu se trendi i pajisjeve të mikromobilitetit do të vazhdojë të rritet ndjeshëm në vitet në vazhdim, sidomos në zonat urbane.

Kjo është e pritshme për sa kohë që kjo lloj lëvizje ju mundëson të mbërrini aty ku duhet në kohë, lehtesisht dhe pa u shqetësuar për kostot. E ku ka më këndshëm se kur rruga për në punë të ndihet si një seancë patinazhi në akull dhe vajtja për në kinema si një xhiro me patina.

A nuk ju ka shkuar dhe ju ndërmend të zgjidhni një scooter elektrik në vend të makinës? Adaptimet e vogla mund të sjellin ndikim të konsiderueshëm në kohë, para dhe në ambient. Këtë vit le të dalim jashtë makinës dhe ta shohim qytetin ndryshe.

E nëse do të shkoni diku shpejt mos prisni për taksi. Me SEAT MÓ mbërrini më shpejt. E mbase mund të dëgjoni dikë t'ju thotë kalimthi "Ec mo, me SEAT MÓ!"

We see them increasingly more every day in the streets of Tirana and we assume it's a new idea, an innovation that many people associate with the new generation. Electric scooters move freely around Tirana today and not only. It took some time for the scooter to be transformed from a children's toy into a stylish city vehicle, so much so that one might ask, "How come no one thought of it before?" The answer will surprise you.

Although the scooter seems like a logical sequel to the electric mobility trend that began in the last decade with electric cars and motors, it is actually a reinvented mode of transportation. The first electric scooter, known as the Autoped, was launched in New York stores in 1915, just 3 years after the sinking of the Titanic.

Back then, as is the case at present, Autoped found citizens unprepared both in terms of legislation and infrastructure. The first traffic lights were introduced about 15 years later. In the city it began its journey for the first time, Autoped was legalized only in April 2020.

Women were the first to fall in love with Autoped. The New York Post Office contracted the company to produce Autoped for its postmen, as a faster and more efficient way to deliver mail. Police officers also started using Autoped for patrolling. Unfortunately, the gangsters also used them as appropriate means to escape being followed by the police. That is why "The Sun" named it "Solo Devil Wagon" at the time.

Similarly, in the past just like now, the most tempting reason to use the scooter remains the ease and speed of moving at city distances.

Probably not all, but a large portion of the citizens in Tirana lose an average of 30 hours a year in traffic. That makes for the same time as watching 1578 videos on TikTok! Clearly this means too much time spent in front of the screen, but the same can be said for sitting in a car. The average speed one moves within the city is about 15 km per hour. Moreover, during the past year we all enjoyed moving in the fresh air and walking on the empty streets our city. Although we were forced by other factors, we all tremendously enjoyed it and this experience showed us that cars are not the only solution available for moving within the city.

This is the principal cause why Porsche Albania brought to the Albanian market SEAT MÓ eKickScooter 25 - an electric solution - which you can buy, rent or share.

Who wants to get back to traffic and pollution in the streets and cities without reconsidering the consequences? SEAT Albania makes this wish come true through SEAT MÓ eKickScooter 25 for everyone who wants to take a bold step in transforming the way they move into something more positive, easier and faster. SEAT MÓ eKickScooter 25 is foldable, portable and light enough to combine it with public transport. eKickScooter 25 brings you 25km of movement independence providing you with safety, comfort and technology on the go. Manage your SEAT MÓ scooter directly from your mobile phone via the Ninebot-Segway app.

Moving with the SEAT MÓ eKickScooter 25 is beneficial both in economic and time aspects, for you and the city, as it reduces traffic, infrastructure repair costs and provides low-cost transportation for all types of citizens. A considerable number of us have already embraced this trend by reducing the number of car trips to the city in favor of the electric scooter. Many studies also show that the trend of micromobility devices will continue to grow significantly in the subsequent years, especially in urban areas.

This is to be expected as long as this type of movement allows you to get where you need to be on time, easily and without worrying about costs. And what could be more enjoyable than a trip to work which feels like an ice-skating session, or going to the movies as if on a roller coaster ride?

Didn't you ever think of choosing an electric scooter instead of a car? Small changes can have a significant impact on our time, money and the environment. This year, let's get out of the car and see the city from a different point of view.

And if you want to go somewhere fast, don't wait for a taxi. Get there faster with SEAT MÓ. And maybe you will hear someone say to you, "Go, with SEAT MÓ!"

GOLF CLUB ALBANIA

Kur flasim për modelin Golf nga marka Volkswagen, nuk flasim thjesht për një makinë por për një nga elementët karakterizues të shoqërisë shqiptare post-komuniste.

Ajo ka shoqëruar shqiptarët në momentet më të rëndësishme. Në gëzime dhe momente të vështira; në terrene malore apo pushimet e tyre buzë detit; në shi apo në borë kjo ikonë e transportit botëror ka qenë shoqëruesja më e besueshme.

Volkswagen ka patur përherë kapacitetet për të prodhuar, jo thjesht mjete transporti, por ikona kulturore në të gjithë botën.

Kjo ishte ajo çfarë ndodhi edhe me praninë e Volkswagen Golf në Shqipëri. Ajo çfarë më parë konsiderohej si një eskluzivitet i elitave, tashmë ishte e përballueshme nga të gjithë. Aq shpejt "u përvetësua" Golf sa shoferët e kësaj marke u shndërruan në një komunitet të gjallë, të famshëm për eksperimentimet me paraqitjen e mjetit të tyre.

Prej disa vitesh kjo familje e madhe funksiononte në mënyrë të paorganizuar. Tashmë, me iniciativën e disa prej pjesëtarëve të këtij komuniteti dhe me mbështetjen e Porsche Albania, kjo familje ka një shtëpi.

Ajo quhet Golf Club Albania!

https://www.facebook.com/groups/2807375342819022

Formalizimi i këtij Klubi përkon me lançimin e modelit më të fundit: Golf 8!

Prezantimi i këtij modeli përfaqëson edhe një dëshmi mbi të gjithë epokën. Golf 8 materializon kulmimin e të gjitha dëshirave personalizuese të shoferëve të modeleve të mëpërparshme dhe të gjithë rrugën e përshkuar nga vende si Shqipëria, me të gjitha transformimet dhe ndryshimet radikale socio-ekonomike.

Ky model është gjithashtu një rast për të ndjerë nga afër "sa rrugë është bërë" edhe me teknologjinë. Ku transporti cilësor dhe miqësor me mjedisin kanë qenë përherë në qendër të vëmendjes së inxhinierëve dhe projektuesve të Volkswagen, për t'i sjellë audiencës makinën e tyre të ëndrrave.

Me siguri Golf 8, prurja më e shumëpritur, do të shërbejë edhe si një ogur shumë i mirë për familjen Golf Club Albania.

Pronarët e makinave Golf janë të njohur si një komunitet shumë i gjallë me një histori të gjatë.

Ata mund ti gjesh në të gjitha klasat sociale, gjithmonë duke improvizuar dhe modifikuar makinat e tyre. Gjallëria e karakterit të tyre është e reflektuar në modifikimet që ato i bëjnë makinave të tyre me një sens të rafinuar komuniteti të përbashkët. Ata i konsiderojnë makinat e tyre Golf si një pasion që zgjat gjithë jetën, dhe i referohen atyre si "flakë".

Disa nga momentet e lëvizjes në rrugët e Shqipërisë me makinat nga Golf 1 në Golf 8.

Një udhëtim që nisi me më të apasionuarit pas Golf, dhe që do vazhdoj më tej.

When talking about the Golf model by Volkswagen, it is not just about the car … it is about one of the most distinguishable features of the post-communist Albanian society.

Golf drove along with Albanian people in their most prominent days: in merry and tough moments, in mountainous terrains or by the seashore on vacations, in rainy or snowy weather … this worldwide famous transport icon represented the most reliable companion.

Volkswagen has not only demonstrated to be a leading car manufacturer bur also a cultural icon all over the world.

Likewise, we lived through the same experience with the presence of Volkswagen Golf in Albania. What was once considered an elite exclusiveness, now became accessible to all. Golf was so “absorbed” that its drivers transformed into a vibrant community, famous for experimenting with the appearance of their car.

For several years, this large family behaved in a disorganized way. Nowadays, thanks to the initiative undertaken from some of the community members and with the support of Porsche Albania, this family has a home.

It is named the Golf Club Albania!

https://www.facebook.com/groups/2807375342819022

The establishment of this Club coincides with the launch of the latest model:

Golf 8!

The launch of this model also represents an endorsement to the whole era. Golf 8 embodies the pinnacle of all customized features used by previous models’ drivers and the entire journey gone through by countries like Albania under vast radical socio-economic transformations.

Moreover, this model represents an opportunity to acknowledge the “gone-so-far” embracing technology. The quality and environmental-friendly transport has always been the core focus of Volkswagen engineers and designers, aiming to introduce the audience with their dream car.

Undoubtedly Golf 8, the most awaited model, will also serve as a good omen for the Golf Club Albania family.

Dating back long ago, Golf car owners are popular for being a very vital community.

They pertain to all social classes, always modifying and improvising on their cars. Their liveliness is reflected in the modifications they make to their cars with a refined sense of shared community. They consider their Golfs as an everlasting passion and refer to them as “flames”.

Hot moments on the roads of Albania with models from Golf 1 to Golf 8.

A journey initiated with the most passionate about Golf and that will be a never-ending story.

Rezervimi online i shërbimeve të makinës!

Service Booking Online

Për një pronar makine, momenti kur duhet t'i kryejë shërbimet mjetit të tij është një proces i gjatë dhe ezaurues. Përtej kohës së harxhuar deri në gjetjen e servisit të besuar, shumë energji shpenzohen pa rezultat duke mos marrë vlerësimin e duhur të problemeve apo kostove për riparimin e tyre.

Këto procese, në fakt përfaqësojnë një mendësi ende arkaike të të punuarit dhe optimizuarit të kohës sonë të përditshme. Një nga kompanitë që po revolucionon këtë mendësi me qasjet e saj teknologjike është Porsche Albania. Nëpërmjet investimeve të tyre digjitale kjo kompani ka arritur "të lehtësojë jetën" klientëve të saj, duke përmirësuar njëkohësisht edhe cilësinë e shërbimeve që ata marrin. Një moment i rëndësishëm për këtë kompani dhe për të gjithë tregun automotiv ka qenë krijimi, për herë të parë në Shqipëri, i aplikacionit "Makina Ime". Ky aplikacion ofron dhjetra shërbime të integruara për mbi 50 mijë përdoruesit e saj aktiv.

Kryerja e shërbimeve të makinave është vërtetuar tashmë se është një "dhimbje koke" e përmuajshme dhe përvitshme për shumë individë dhe kompani me flota transpoti të konsiderueshme.

Për këtë arsye Porsche Albania vendosi t'i japë një zgjidhje edhe kësaj "dhimbje koke".

Dealership-i më i madh në vend ofron, përsëri për herë herë të parë në Shqipëri, shërbimin online të rezervimit të shërbimeve. Nëpërmjet platformës së tyre online të dedikuar, ky proces që më parë mund të merrte shumë ditë të çmuara, tashmë plotësohet me 7 hapa të shpejtë:

1. Krijo profilin tënd në platformën online: bit.ly/3oAtkxP ose bit.ly/3bwrOaV
2. Zgjidh markën e makinës.
3. Zgjidh mënyrën e rezervimit.
4. Zgjidh llojet e shërbimeve.
5. Zgjidh mënyrën e dërgimit të mjetit dhe oraret e përshtatshme.
6. Fut të dhënat e tua.
7. Rezervo!

Ky shërbim inovativ ofrohet ekskluzivisht për markat e Porsche Albania: VOLKSWAGEN, AUDI, ŠKODA, SEAT.

Profili i përdoruesëve krijohet vetëm një herë duke shkurtuar kështu kohën e procesit edhe më shumë në shërbimet e rradhës.

Përtej kohës, parave dhe energjive të shpenzuara pa efikasitet, shumë shoferë rrezikonin edhe cilësinë e shërbimeve duke i marrë ato nga servise të pa autorizuara.

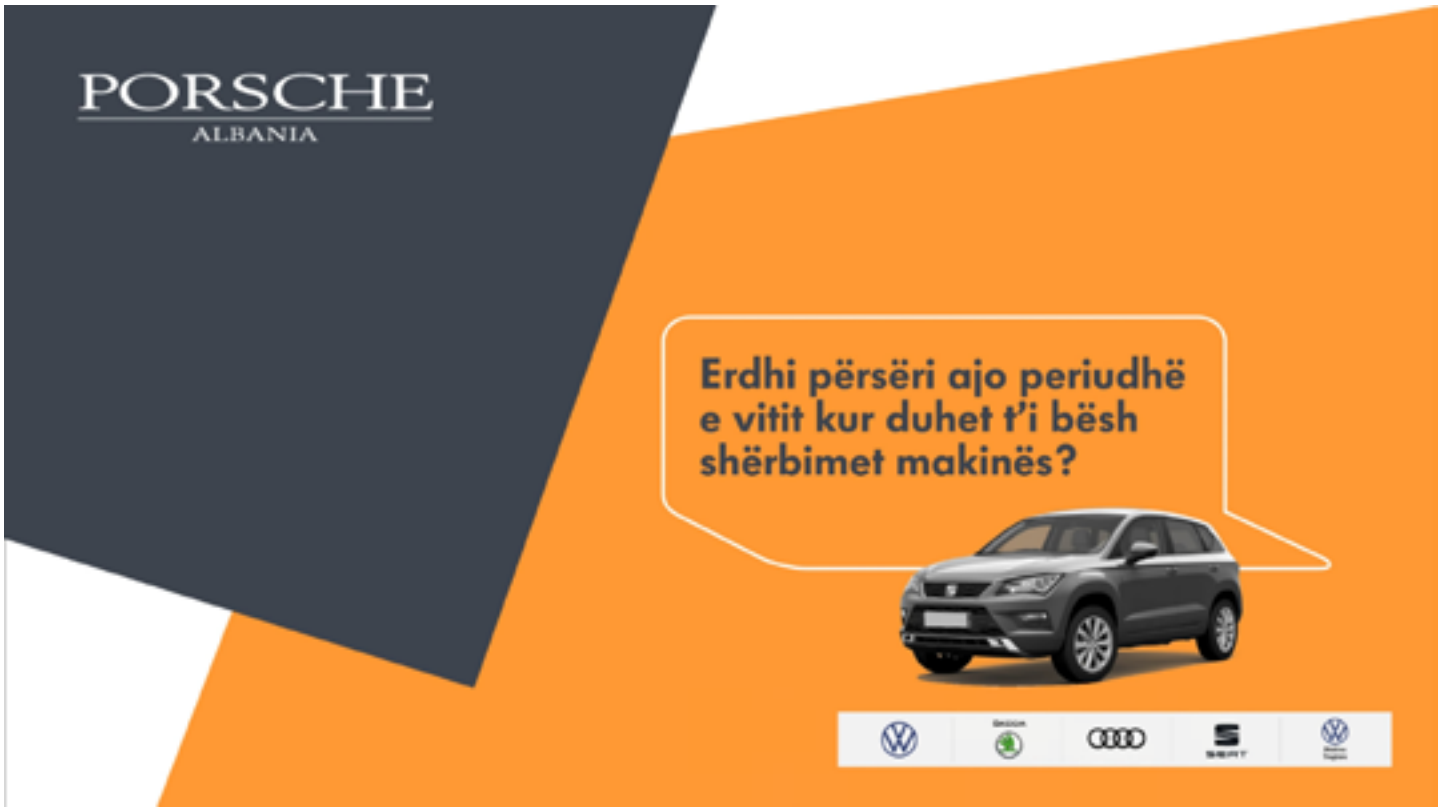
Me rezervimin online të shërbimeve, tashmë të gjithë bizneset dhe individët që kanë në pronarësi markat VOLKSWAGEN, AUDI, ŠKODA dhe SEAT mund të përfitojnë në Porsche Albania shërbime të lehtësuara dhe të garantuara nga serviset e saj të autorizuara dhe me reputacion të konsoliduar në tregun shqiptar.

Në termat e teknologjisë, evolucioni ende favorizon ata që arrijnë të përshtaten dhe të integrojnë risitë në punën e tyre të përditshme.

Në këtë sens Porsche Albania udhëheq këtë evolucion duke ripërkufizuar premisat për industrinë automotive dhe cilësinë e shërbimeve.

Digjitalizimi përfaqëson një terren ende të ri për shumë sektorë të ekonomisë shqiptare dhe ato kompani që do të arrijnë "të vendosin flamurin" të parët premtojnë të jenë edhe dominuesit për vitet që vijnë.

Në industrinë automotive flamuri i Porsche Albania dhe i markave që ajo përfaqëson aktualisht: VOLKSWAGEN, AUDI, ŠKODA, SEAT, duket të jenë përcaktuesit dhe promovuesit më me zë të progresit dhe standardeve të së ardhmes.



For a car owner, when it comes to perform the vehicle periodic maintenance services, it can turn into an endless and exhausting process to cope with. In addition to the time spent in finding a reliable service provider, tons of energy are wasted and yet no proper assessment or fair costs are found for the car repair.

Indeed, such processes represent an outdated archaic mindset of working versus the option of optimizing our much-needed daily time. Porsche Albania is one of the companies that is revolutionizing this mindset by introducing its novel technological approaches. By embracing technology through digital investments, this company has managed to "make life easier" for its value-minded customers, while focusing on the improvement of the high-tech featured services. An important achievement for this company and the entire automotive Albanian market is the launch of the pioneer application, "My Car". This App. provides dozens of integrated services for over 50 thousand of its active users.

Monthly or annual maintenance car service can admittedly cause a "serious headache" to many individuals and companies in possession of significantly large transport fleets.

On these grounds, Porsche Albania introduced the solution to this "headache" as well.

For the first time in Albania, the largest authorized dealership in the country, introduces the service of booking online for car maintenance. Through this tailored online platform, this process that previously could take many precious days, is now completed with 7 quick steps:

1. Create your individual profile on the online platform: bit.ly/3oAtkxP or bit.ly/3bwrOaV
2. Select the car brand.
3. Select the booking method.
4. Select the types of services.
5. Select the appropriate shipping method and schedules.
6. Enter your details.
7. Book!

This innovative service is exclusively provided for Porsche Albania brands: VOLKSWAGEN, AUDI, ŠKODA, SEAT.

The user profile is completed only once, thus saving more time for the next services.

Furthermore, despite the time, money and energy spent inefficiently, many drivers also risked facing the poor quality of services from unauthorized service providers.

Through this innovative of online booking, all business entities and individuals who own any of the VOLKSWAGEN, AUDI, ŠKODA, SEAT brands can benefit from 'Porsche Albania' facilitated and guaranteed authorized services, with a solid and sustainable reputation in the Albanian market.

In terms of technology, evolution favors those who manage to adapt and integrate innovations into their daily work.

Porsche Albania represents a technology evolution leader by redefining the prerequisites for the automotive industry and the quality of services delivered.

Digitalization is not very popular in many sectors of the Albanian economy and the first companies that will manage to embrace digitalization, promise to become market dominators for the next years to come.

In the automotive industry, Porsche Albania's flag and the brands it currently represents are as follows: VOLKSWAGEN, AUDI, ŠKODA, SEAT, being the most prominent determinants and promoters of progress by establishing future standards.

Together 4 Integrity

Perception Workshop

Si pjesë e Grupit Volkswagen, ne në Porsche Albania po zbatojmë prej 3 vitesh projektin "Together 4 Integrity". Ky është një program i zhvilluar nga Volkswagen dhe i vënë në zbatim në të gjitha entitetet e grupit, ku qëllimi kryesor i të cilit është të arrijë ekselencë në integritet dhe pajtueshmëri në çdo proces, shërbim dhe produkt të kompanisë për të qenë një model në shoqëri.

Ndyshimi fillon nga ne, nga kolegët e Porsche Albania-s, dhe si pjesë e zbatimit ne kemi zhvilluar trajnime dhe seminare për të kuptuar qëndrimin tonë karshi parimeve të integritetit, si mund të përmirësohemi edhe më shumë dhe si mund të kontribuojmë në shoqëri.

Seminari i zhvilluar rishtazi, me tematikë "Perceptimi i T4I" kishte për qëllim matjen e qasjes që ne si kolegë kemi ndaj parimeve të integritetit në punën tonë të përditshme, dhe krijimin e mundësive për përmirësim të vazhdueshëm. Këtë seminar e zhvilluam së bashku me kolegët tanë të Porsche Leasing Albania dhe Porsche Kosovë, ata u zgjodhën në mënyrë rastësore për të përfaqësuar departamentet dhe entitetet ku bënin pjesë.

Për të kuptuar perceptimin dhe për të mundësuar shprehjen e mendimit të lirë, zhvilluam një votim anonim, ku kolegët vlerësonin se sa individi, departamenti dhe kompania përfaqësojnë parimet e integritetit dhe të pajtueshmërisë. Me marrjen e rezultatit final, i cili tregoi se jemi në rrugën e duhur të të qenit një sjellje model, ishin po kolegët ku nëpërmjet diskutimeve në grup sugjeruan edhe mundësinë për përmirësim të vazhdueshëm. Ky përmirësim i vazhdueshëm arrihet vetëm nëpërmjet kontributit të gjithësecilit si edhe disktutimit të hapur të problematikave që hasim.

Ajo çfarë mësuam nga ky seminar ishte se ne do të vazhdojmë të mbështesim kulturën e të folurit hapur, do të mbajmë përgjegjësitë dhe do të ofrojmë zgjidhje bazuar në parimet e integritetit. Ky ishte seminari i parë i kësaj forme por do vazhdojmë zbatimin e "Together 4 Integrity" për të patur një ambient pune ku gjithësecili prej nesh është krenar.

As part of the Volkswagen Group, we at Porsche Albania have been implementing in the last 3 years, a project called "Together 4 Integrity". This program was developed by Volkswagen and implemented in all entities of the group, and it's our main goal to achieve excellence in integrity and compliance in every process, service and product of the company, to be a model in society.

The change starts from us, from Porsche Albania colleagues, and as part of the implementation we have developed trainings and seminars to understand our attitude towards the principles of integrity, how we can improve even more and how we can contribute to our society.

The newly developed seminar called "Perception Workshop of Together 4 Integrity" aimed to measure our colleague's embracement towards the principles of integrity in our daily work and create opportunities for continuous improvement. We conducted this seminar together with our colleagues from Porsche Leasing Albania and Porsche Kosovo, where colleagues were randomly selected to represent the departments and entities they belong to.

To understand perception and enable the expression of free thought, we conducted an anonymous poll, in which colleagues assessed how well the individual, department, and company represented the principles of integrity and compliance. Upon receiving the result, which showed that we are on the right track to be a role model, our colleagues participated in small group discussions where they suggested from their point of view opportunities for continuous improvement. And this continuous improvement is achieved only through the contribution of everyone and the open discussion of the problems we face.

What we learned from this seminar was that we will continue to support a culture of speaking up, accountability towards mistakes and providing solutions based on the principles of integrity. This was the first workshop of its kind, and we will continue to implement Together for Integrity to enable a work environment that each of us can be proud of.

Jona Njocko - Menaxher i Burimeve Njerëzore & Zyrtar i Integritetit
Human Resources Manager & Integrity Officer

Përse janë të rëndësishme dëshmitë e klienteve?

Why customer testimonials are important?

Ne jemi gjithmonë në kërkim dhe veprojmë (qoftë edhe në mënyrë të pavetëdijshme) në bazë të dëshmive sociale në të gjitha fushat e jetës sonë, duke përfshirë mënyrën se si sillemi dhe vendimet që marrim për blerjet.

Nuk ka rëndësi nëse kjo dëshmi sociale vjen nga miq apo të huaj. Ajo që ka rëndësi është se ne shohim një reagim nga kolegët tanë - në këtë kontekst, nga konsumatorë të tjerë - që vendimi që po marrim është pikërisht i duhuri.

Këto rekomandime mund të vijnë në forma të ndryshme. Më vijnë në mendje rishikimet e palëve të treta dhe rekomandimet që qarkullojnë me fjalë goje, si dhe ato që janë fokusi i këtij artikulli - dëshmitë.

Vetë Marketingu ka evoluar me kalimin e viteve. Në thelb, është shndërruar në një linjë të hapur komunikimi drejtpërdrejtë mes jush dhe njerëzve që u shërbeni. Njerëzit nuk duan "t'u shiteni" më, ose të paktën, jo si më parë.

Prandaj edhe dëshmitë e klientëve janë kaq të rëndësishme. Në vend që ta "marrin për të mirëqenë" fjalën tuaj që produkti ose shërbimi juaj do të ndikojë pozitivisht në jetën e tyre, dëshmitë u lejojnë klientëve të vërtetë të dëgjojnë klientë të tjerë të vërtetë pse vendimi që ata do të marrin është një vendim i mirë.

Përveç komunikimit me audiencën tuaj, një tjetër objektiv thelbësor i materialeve tuaja të marketingut duhet të jetë krijimi i një besueshmërie sa më të lartë. Klientët tuaj nuk duan thjesht të kuptojnë se ju mund të zgjidhni problemin e tyre - ata duan të kuptojnë që ju mund ta bëni më mirë se kushdo tjetër. Për këtë qëllim, dëshmitë e klientëve janë tepër efikase që marka juaj të marrë vlera humane.

Një pjesë e arsyes pse dëshmitë kanë një rëndësi kaq të madhe është sepse ato tërheqin më shumë dhe në formë më emocionale markën tuaj.

E thënë thjesht, dëshmitë e klientëve krijojnë një lloj profecie vetë-përmbushëse sa i takon lidhjes me audiencën tuaj të synuar. Dikujt i pëlqejnë produktet ose shërbimet tuaja, ndaj dhe mund t'i nxisni ata të japin një koment pozitiv ose një dëshmi. Është e natyrshme që konsumatorët t'i besojnë njëri-tjetrit më shumë sesa vetëm kolateralin e marketingut, ndaj dhe dëshmitë shtojnë më shumë peshë në vendimin që ata po përpiqen të marrin. Ja pra, klientët e parë të kënaqur nxisin më shumë blerje, gjë që gjeneron edhe më shumë klientë të kënaqur, etj.

Kur kombinoni dëshmitë e klientëve me taktika të tjera efektive të marketingut - si p.sh. të mbështeteni jo vetëm në materialet e printuara por edhe në teknikat e printimit që ndihmojnë marketingun tuaj të bjerë në sy dhe të krijojë përshtypje unike - papritmas mesazhi juaj shumëfishohet në mënyrën më të mirë të mundshme.

Në këtë mënyrë, ju u jepni mundësinë klientëve tuaj të rregullt të kthehen në avokatë të markës suaj, çka ndihmon tej mase në krijimin e besimit dhe emocioneve të shëndetshme, krahasuar me atë që mund bëni vetëm ju.

Ky proces madje ju ndihmon të gjeni edhe më shumë avokatë të markës, dhe kjo është gjithmonë një gjë e mirë.

Kjo ishte ajo që kishim në mendje gjatë punës sonë me Projektin "Audi People- Albania".

Miqtë e Audi, klientët besnikë, të pasionuarit e makinave dhe lider opinionesh që ngasin një Audi janë pjesë e këtyre "filmave", të cilët ndajnë me ne pjesë të jetës së tyre pa pasur lidhje të drejtpërdrejt me promovimin e një modeli të caktuar Audi. Këta janë njerëz për të cilët ne punojmë, njerëz me të cilët ne punojmë, njerëz që u besojmë dhe kujdesemi për ta.

We look for and act on (even if subconsciously) social proof in all areas of our life – including how we behave and the purchasing decisions we make.

It does not matter if that social proof comes from friends or strangers. What matters is that we are seeing evidence from our peers – in this context, other consumers – that the decision we are about to make is the right one.

These recommendations can come in many forms. Word-of-mouth and third-party reviews come to mind, as well as what I'm focusing on in this article – testimonials.

Marketing itself has evolved over the years, it has essentially become an open line of communication between you and the people you are serving to. People do not want to be "sold to" anymore – or at least, not in the way they used to.

Therefore customer testimonials are so important. Instead of "taking your word" for it that your product or service is going to impact their lives positively, it alows real customers hear from other real customers why the decision they are about to make is a good one.

In addition to communicating with your audience, another essential goal of your marketing materials should involve building as much trust and credibility as you can. Your customers do not just want to know that you can solve their problem – they want to know that you can do it better than anyone else. To that end, customer testimonials are incredibly effective on humanizing the brand.

Part of the reason why testimonials are so important is that they help create a deeper, more emotional appeal for your branding.

Simply put, customer testimonials create something of a self-fulfilling prophecy regarding your connection with your target audience. Someone enjoys your product or service, so you encourage them to leave a positive review or testimonial. Consumers naturally trust each other more than they trust just marketing collateral, so that testimonial adds more weight to the decision they are about to make. Those initial happy customers, therefore, encourage more purchases, which creates more happy customers, and so on.

When you combine customer testimonials with other effective marketing tactics – like a heavy reliance on not just print but on print techniques that help your collateral stand out and make a unique impression – suddenly your message is being amplified in the best possible way.

You are giving an opportunity to let regular customers become brand advocates, which does more in terms of building trust, credibility, and emotion than you could ever do on your own.

You are also creating more brand advocates in the process, which is always a good thing.

This was on our mind while working on "Audi People- Albania" Project.

Audi friends, loyal customers, car enthusiasts and opinion leaders that drive Audi are part of this "movies", sharing pieces of their life without it being directly related to the promotion of a certain Audi model. These are people who we work for, people who we work with, people that we trust and care.

Erilda Hoxha - Drejtor Marketingu dhe PR
Marketing and PR Director

Test Drive T-Cross

Besojmë se shumë prej jush e mbajnë mënd eventin e lançimit të modelit T Cross në vitin 2019.

Një prej shumë influencuesve që u bashkua me ne për të testuar modelin e ri në Korçë ishte edhe blogerja Sarah Berisha. Shumëkush e njeh Sarën për pasionin e saj ndaj modës, udhëtimeve dhe të bukurës.

Të tri këto elementë shkrihen natyrshëm në modelin T Cross; ideal për udhëtime, i cilësuar i bukur nga të gjitha grupmoshat të cilat e kanë parë, dhe plot ngjyra e opsione të ndryshme që e bën atë të jetë gjithmonë në modë.

Dy vite më vonë, Sara u kthye sërish në familjen e Volkswagen Albania për të bërë një reels mjaft interesant. Ajo beson se gjithkush do të binte në dashuri, ashtu siç edhe ajo me T Cross-in, nëse do të provonin një eksperiencë udhëtimi me të.

Kështu lindi ideja e projektit për test drive në Tiranë të hostuar nga Sara. Ajo ftoi të gjithë të interesuarit nga ndjekësit e saj në instagram të bëhen pjesë e test drive-it me Sarën dhe T Cross-in.

Pas publikimit në story të thirrjes në profilin e Sarës, përzgjodhëm disa nga të interesuarit për të xhiruar edhe një Vlog.

Këtë herë në rolin e konsulentit të shitjes ishte Sara, e cila falë eksperiencës së saj me modelin T Cross, nuk nguroi të tregonte të gjitha detajet rreth makinës, duke nisur nga komoditeti në rrugë të gjata dhe brenda qytetit, te konsumi i makinës të cilën e bën atë një ndër më ekonomiket në qarkullim.

Për disa orë të përzgjedhurit patën kënaqësinë të testonin makinën në rrugët e Tiranës, dhe ta njihnin më mirë atë.

Aparenca dhe prakticiteti ishin ato që ranë në sy të parat. Ngjyra jo e zakonshme gurëkali, kroskoti me ekranin me prekje e bëjnë makinën edhe më tërheqëse, gjë që nuk ngeli pa u përmendur nga të përzgjedhurit që testuan makinën.

Nje tjetër element që surprizoi të gjithë ishte dhe lehtësia në drejtimin e makinës, ku falë motorit 1.0 me 3 cilindra TSI, nuk dallohej në makina ishte ndezur apo jo.

Argëtues dhe i lezetshëm, T-Cross është pikërisht ajo që shoferët e qytetit po kërkojnë - është i bukur nga jashtë dhe plot hapsirë brenda dhe me teknologji shumë më interesante sesa rivalët e saj.

We trust that many of you recall the launch event of the T-Cross model in 2019.

One of the many influencers who joined us to test the new model in Korça was the blogger, Sarah Berisha. Sarah is well-known for her passion for fashion, travel and beauty.

These three elements are naturally intertwined in the T Cross model: ideal for travel, considered beautiful by all age groups who have had a glimpse of it, and brimming with different colors and options that makes it perpetually fashionable.

Two years later, Sarah revisited the Volkswagen Albania family to make a highly interesting reel. She believes everyone would fall in love, just like she did with the T Cross, if they only ventured on a travel experience with it.

And so, it came into existence the idea of a test drive project in Tirana, hosted by Sarah. She invited all of her Instagram followers, who showed interest, to become part of the test drive with Sarah and T Cross.

After posting the story on Sarah's profile, we selected some of those who showed interest, to shoot another Vlog.

This time, Sarah took the role of the sales consultant, and thanks to her experience with the T Cross model, was not reluctant to give all the details on the car, starting from the comfort it provides on long trips, as well as when used within the city, to the fuel consumption which makes it one of the most economical cars to be found.

For several hours, those selected had the pleasure of testing the car on the streets of Tirana and getting to know it better.

Appearance and practicality were the features that stood out first. The unusual turquoise color, and the touch screen dashboard made the car even more charming – properties that did not go unnoticed by the lucky ones who tested the car.

Another element that took everyone by surprise was the ease of driving thanks to the 1.0 TSI engine with three cylinders which made it difficult to tell whether the car was turned on or not.

Fun and delightful, the T-Cross is exactly what city drivers are looking for - it is beautiful on the outside and spacious on the inside, and with far more interesting technology than its rivals.

SEAT
Për të parën herë
më e mira e të dy botëve
në sallonin e SEAT
E re SEAT
Tarraco
Plug-In e-HYBRID