



Mercedes-Benz

Informacja prasowa
20 lutego 2024 r.

Zmiany organizacyjne i personalne w Mercedes-Benz Polska

W kontekście wzrostu znaczenia polskiego rynku a także przeobrażeń w procesach sprzedaży Mercedes-Benz Polska wprowadza zmiany organizacyjne i personalne, obejmujące utworzenie dwóch nowych stanowisk kierowniczych. Pierwsze z nich – COO, Head of Market Operations MBC Poland – pozwoli na jeszcze skuteczniejsze zarządzanie sprzedażą i obsługą serwisową klienta. Obejmuje je Marcin Kwoka, dotychczasowy Head of Sales & Managing Director Mercedes-Benz Polska. Druga z nowych funkcji – Head of Customer Experience – koncentruje się na cyfrowej transformacji oraz zmianach w zakresie zaspokajania potrzeb klientów. Pełni ją Agnieszka Sadowska, wcześniej Fleet Sales & Online Business Development Manager.

W ostatnich latach polski rynek nabrał strategicznego znaczenia na mapie sprzedaży osobowych Mercedesów. Aby w pełni wykorzystać potencjał przyszłego wzrostu, w strukturach Mercedes-Benz Polska utworzono dwie nowe funkcje. Pierwsza z nich – COO, Head of Market Operations MBC Poland – pozwoli na efektywne zarządzanie najważniejszymi aktywnościami biznesowymi: sprzedażą nowych samochodów oraz obsługą serwisową klienta. Pełni ją Marcin Kwoka, dotychczasowy Head of Sales & Managing Director MBPL. Na nowym stanowisku odpowiada on za lokalne wdrażanie strategii producenta luksusowych aut oraz aktywne wspieranie dealerów w ich działalności. W nowej roli będzie podlegał bezpośrednio Head of Cluster Central & Eastern Europe, CEO Mercedes-Benz Polska.

Marcin Kwoka to ceniony menedżer z szerokim doświadczeniem w branży motoryzacyjnej, m.in. w dziedzinach planowania biznesowego, sprzedaży oraz zarządzania klientami, który wykazał się już doskonałymi wynikami sprzedaży w połączeniu z dogłębną znajomością polskiego rynku i sieci dealerskiej. Od 2014 r. nieprzerwanie pełni kierownicze stanowiska w Mercedes-Benz Polska w obszarze sprzedaży. Wcześniej pracował dla lokalnego oddziału trójramiennej gwiazdy w latach 2007-2010 (Mercedes-Benz Leasing Polska). Oraz w Volvo Auto Polska Jest absolwentem studiów magisterskich na kierunku Finanse i Bankowość w Szkole Głównej Handlowej.

Kolejna zmiana dotyczy utworzenia nowej jednostki organizacyjnej Customer Experience, która zastępuje dotychczasowy dział marketingu. Będzie ona zorientowana na pogłębianie cyfrowego podejścia do ścieżki zakupowej klienta z wykorzystaniem innowacyjnych narzędzi komunikacyjnych oraz zapewnianie spójnego doświadczenia marki online i offline przy jednoczesnej harmonizacji całego procesu marketingowego. Nowy dział będzie również odpowiadać za realizację programów eventowych dla klientów oraz wspieranie

Mercedes-Benz Group AG | 70546 Stuttgart | telefon +49 7 11 17-0 | faks +49 7 11 17-222 44 | dialog@mercedes-benz.com | group.mercedes-benz.com

Mercedes-Benz Group AG, Stuttgart | Siedziba i Sąd Rejestrowy: Stuttgart, nr w Rej. Handl.: 19360

Prezes Rady Nadzorczej: Bernd Pischetsrieder

Zarząd: Ola Källenius, Prezes; Jörg Burzer, Renata Jungo Brüngger, Sabine Kohleisen, Markus Schäfer, Britta Seeger, Hubertus Troska, Harald Wilhelm

Więcej informacji na temat oficjalnego zużycia paliwa i oficjalnych wartości emisji CO₂ nowych samochodów osobowych można znaleźć w „Przewodniku po zużyciu paliwa, emisjach CO₂ i zużyciu energii elektrycznej” dla nowych samochodów osobowych, bezpłatnie dostępnym we wszystkich punktach sprzedaży

i od Deutsche Automobil Treuhand GmbH, pod adresem www.dat.de.



oraz Mercedes-Benz są zastrzeżonymi znakami towarowymi Mercedes-Benz Group AG (Stuttgart, Niemcy).

działań promocyjnych. Na czele jednostki jako Head of Customer Experience staje Agnieszka Sadowska, która wcześniej zajmowała stanowisko Fleet Sales & Online Business Development Manager.

Agnieszka Sadowska pracuje w Mercedes-Benz Polska od 2015 r.; w tym czasie zajmowała się m.in. analizą i planowaniem sprzedaży flotowej, koordynowaniem programów flotowych oraz współpracą z Klientami i dealerami. Następnie Agnieszka pełniła nowopowstałą funkcję łączącą obowiązki kierownika strefy i menadżera projektu online-to-offline na rynku Polskim, wdrażając m.in. nowe procesy w ramach ścieżki zakupowej klienta w różnych kanałach sprzedaży. Agnieszka Sadowska ukończyła studia magisterskie na kierunku Logistyka w Wojskowej Akademii Technicznej w Warszawie oraz Zarządzanie sprzedażą w Szkole Głównej Handlowej.

Urszula Reichman, która wcześniej pełniła stanowisko Head of Marketing w Mercedes-Benz Polska, Strategy & Planning MBCEE, będzie kontynuować swoją ścieżkę zawodową poza strukturami firmy.

Kontakt dla mediów:

Tomasz Mucha, tel. +48 698 697 222, e-mail: tomasz.mucha@mercedes-benz.com

Najważniejsze informacje o Mercedes-Benz AG

Mercedes-Benz Group AG jest jedną z odnoszących największe sukcesy firm motoryzacyjnych na świecie. Dzięki Mercedes-Benz AG grupa jest jednym z wiodących światowych dostawców wysokiej klasy samochodów osobowych i aut dostawczych z segmentu premium. Mercedes-Benz Mobility AG oferuje finansowanie, leasing, subskrypcję oraz wynajem pojazdów, zarządzanie flotą, cyfrowe usługi ładowania i płatności, pośrednictwo ubezpieczeniowe, a także innowacyjne usługi z zakresu mobilności. Założyciele firmy, Gottlieb Daimler i Carl Benz, przeszli do historii, gdy w 1886 r. wynaleźli samochód. Mercedes-Benz – jako pionier samochodowej inżynierii – postrzega kształtowanie przyszłości mobilności w bezpieczny i zrównoważony sposób zarówno jako swoją motywację, jak i obowiązek. Firma koncentruje się zatem na innowacyjnych i ekologicznych rozwiązaniach technologicznych, jak również na budowie bezpiecznych i doskonałych pojazdów. Mercedes-Benz nadal systematycznie inwestuje w rozwój efektywnych układów napędowych i wyznacza kurs na całkowicie elektryczną przyszłość: marka spod znaku trójkątnej gwiazdy dąży do tego, by do 2030 r., o ile pozwolą na to warunki rynkowe, przejść na napędy w pełni elektryczne. Przechodząc od priorytetu prądu do koncepcji „tylko prąd”, wiodący na świecie koncern motoryzacyjny przyspiesza swój rozwój w kierunku całkowicie elektrycznej, opartej na oprogramowaniu przyszłości. Jego wysiłki koncentrują się również na inteligentnej łączności pojazdów, autonomicznej jeździe i nowych koncepcjach mobilności. Mercedes-Benz traktuje to bowiem jako swoją aspirację oraz zobowiązanie do wywiązywania się z odpowiedzialności wobec społeczeństwa i środowiska. Firma sprzedaje swoje pojazdy i świadczy usługi niemal we wszystkich krajach świata, a jej zakłady produkcyjne znajdują się w Europie, Ameryce Północnej i Łacińskiej, Azji oraz Afryce. Oprócz Mercedes-Benz, najcenniejszej luksusowej marki motoryzacyjnej na świecie (źródło: badanie Interbrand, 3.11.2022 r.), portfolio obejmuje marki: Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, Mercedes-EQ i Mercedes me, a także marki Mercedes-Benz Mobility: Mercedes-Benz Bank, Mercedes-Benz Financial Services oraz Athlon. Spółka jest notowana na giełdach we Frankfurcie i Stuttgarcie (symbol MBG). W 2022 r. grupa zatrudniała około 170 000 pracowników i sprzedała około 2,5 miliona pojazdów. Jej przychody wyniosły 150,0 mld euro, a EBIT – 20,5 mld euro.