



Mercedes-Benz

Meet Mercedes DIGITAL #8 – więcej usług za dotknięciem palca

Informacja prasowa

Nowe aplikacje Mercedes me zapewniają dostęp do cyfrowego ekosystemu samochodu

4 sierpnia 2020 r.

Stuttgart. Ósmy odcinek formatu newsowego „Meet Mercedes DIGITAL” jest poświęcony nowym aplikacjom Mercedes me. Mathias Vaitl, szef Mercedes me i oddziału usług cyfrowych w Daimler AG, przedstawi w nim nową generację aplikacji Mercedes me oraz własną, standaryzowaną platformę deweloperską firmy.

Odcinek „Meet Mercedes DIGITAL #8: więcej usług za dotknięciem palca – nowe aplikacje Mercedes me” zostanie wyemitowany we wtorek 4 sierpnia 2020 r. o godzinie 14:00 na cyfrowej platformie Mercedes me media pod adresem media.mercedes-benz.com/meetmercedesdigital, a później będzie dostępny jako wideo na żądanie.

Dzięki aktualnej aplikacji Mercedes me, po raz pierwszy zaprezentowanej w 2015 r., ponad 5 milionów klientów Mercedes-Benz może za pośrednictwem swojego smartfona połączyć się z własnym samochodem i cyfrowymi usługami Mercedes-Benz. Tak powstaje cyfrowy ekosystem wokół każdego z tych aut. Teraz debiutują nowe aplikacje Mercedes-Benz, które są jeszcze atrakcyjniejsze dla użytkownika. Oferują m.in. udoskonalone podstawowe funkcje, krótsze cykle aktualizacji oraz łatwiejszą, bardziej intuicyjną obsługę. Zaktualizowana oferta składa się z trzech aplikacji: Mercedes me, Mercedes me Store oraz Mercedes me Service, które są dostępne do pobrania w sklepach Apple App Store i Google Play Store na 36 rynkach. Do końca lata br. aplikacje będą dostępne w ponad 40 krajach, w których działa Mercedes

me. Za ich pomocą można sterować funkcjami samochodu poprzez smartfona, kupować cyfrowe produkty Mercedes-Benz lub rezerwować terminy wizyt w serwisie.

Kolejny odcinek „Meet Mercedes DIGITAL” poprowadzi Yasmine Blair, a Mathias Vaitl zaprezentuje ciekawe informacje na temat architektury nowych aplikacji, czyli tzw. „Software Development Kit” (SDK). W 2019 r. Mercedes-Benz, jako pierwszy producent samochodów, przyznał dostęp do tej standaryzowanej platformy twórcom oprogramowania z całego świata. Pozwala to na opracowywanie nowych funkcji i usług – szybko, elastycznie i zgodne z przejrzystymi wytycznymi.

Wprowadzona w maju seria „Meet Mercedes DIGITAL” to innowacyjny format newsowy na łamach platformy Mercedes me media. Kolejne odcinki w stylu programu informacyjnego przybliżają aktualne tematy ze świata Mercedes-Benz, prezentują szczegółowe analizy, a także zawierają moderowane dyskusje w studio oraz reportaże z fabryk i torów testowych. Każdemu tematowi towarzyszą dodatkowe informacje do pobrania w postaci filmów, tekstów oraz zdjęć.

Kontakt:

Tomasz Mucha

e-mail: tomasz.mucha@daimler.com

tel. +48 22 312 72 22

Mercedes-Benz AG w skrócie

Mercedes-Benz AG odpowiada za globalną działalność biznesową Mercedes-Benz Cars i Mercedes-Benz Vans, zatrudniając na całym świecie ponad 173 000 pracowników. Prezesem Zarządu Mercedes-Benz AG jest Ola Källenius. Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych i dostawczych oraz usług. Ponadto, dzięki swoim pionierskim innowacjom, aspiruje do miana lidera w dziedzinie łączności, zautomatyzowanej jazdy oraz alternatywnych układów napędowych. Gama produktów obejmuje markę Mercedes-Benz wraz z submarkami Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach i Mercedes me, a także markę smart oraz markę produktowo-technologiczną w segmencie elektromobilności – EQ. Mercedes-Benz AG jest jednym z największych producentów osobowych aut premium. W 2019 r. sprzedał blisko 2,4 miliona samochodów osobowych i ponad 438 tysięcy pojazdów dostawczych. W swoich dwóch segmentach biznesowych stale rozwija światową sieć produkcyjną, liczącą ponad 40 zakładów na czterech kontynentach, a jednocześnie przygotowuje się do spełnienia wymogów w zakresie elektromobilności. W tym samym czasie, na trzech kontynentach, firma buduje globalną sieć produkcji akumulatorów. Decydującą rolę w obu segmentach odgrywają działania zrównoważone. Dla Mercedes-Benz AG zrównoważony rozwój oznacza generowanie wartości trwałej dla wszystkich interesariuszy: klientów, pracowników, inwestorów, partnerów biznesowych oraz całego społeczeństwa. Podstawę stanowi tu zrównoważona strategia biznesowa Daimlera, w ramach której firma bierze odpowiedzialność za ekonomiczne, ekologiczne i społeczne skutki swojej działalności biznesowej z uwzględnieniem całego łańcucha wartości.