



Mercedes-Benz

Pięć lat She's Mercedes: Silne kobiety, które inspirują

Informacja prasowa

20 listopada 2020 r.

Niezależnie od tego, czy jest to renomowana przedsiębiorczyni finansowa, kierowczyni wyścigowa czy też profesor z zakresu sztucznej inteligencji - siła kobiet jest wieloaspektowa. Od pięciu lat Mercedes-Benz prowadzi intensywny dialog z kobietami na całym świecie w ramach międzynarodowej inicjatywy "She's Mercedes", aby w sposób bardziej konkretny odpowiedzieć na ich potrzeby i wizerunek w dziedzinie mobilności, a także zaoferować im współczesne doświadczenie marki. Ta stale rozwijająca się sieć społeczności żeńskiej, inspirowuje i umacnia siebie nawzajem. Z okazji piątej rocznicy została wydana cyfrowa broszura, pełna faktów na temat kobiet i ich ról społecznych, dzięki którym udało się zaznaczyć swoją obecność na arenie międzynarodowej. Broszura skupia się na kobiecych wzorcach z przeszłości i teraźniejszości, podkreślając osiągnięcia kobiet na drodze do bardziej zróżnicowanego społeczeństwa. Ostatnie trendy są zgodne z tymi postęпами - i stanowią perspektywę na potencjalną przyszłość.

Stuttgart. Które kobiety znacząco wpłynęły na bieg historii? Jak wysoki jest udział kobiet w zatrudnieniu u producenta samochodów, jak np. w Mercedes-Benz? Jakie preferencje mają konsumenci-kobiety w odniesieniu do produktów i usług? Jak ważne są sieci kontaktów? To tylko niektóre z aspektów, którym poświęcona jest cyfrowa broszura "Inspirujące kobiety - hold dla historii sukcesu kobiet". Tematy są różnorodne: edukacja, praca i kariera, biznes, finanse i dobrobyt, a także społeczeństwo, rodzina i mobilność oraz

cyfryzacja. Koncern oferuje również wgląd w sposób kształtowania swojego rozwoju - zarówno dla pracowników płci żeńskiej, jak i dla klientów. Jak ważne są indywidualne potrzeby przy zakupie i serwisowaniu produktów? Do czego kobiety przywiązują szczególną wagę przy zakupie samochodu lub podczas wizyty w serwisie? Uwrażliwienie na te pytania międzynarodowych ekspertów ds. sprzedaży i serwisu Mercedes-Benz jest głównym elementem składowym She's Mercedes.

"Dzięki She's Mercedes od pięciu lat oferujemy kobietom możliwość poznania marki Mercedes-Benz w zupełnie inny sposób", mówi Bettina Fetzner, dyrektor marketingu Mercedes-Benz AG. "W formie wspólnoty umożliwiamy otwartą i kreatywną wymianę poglądów na wizjonerskie tematy przyszłości, odwagę i pewność siebie. W ten sposób umacniamy nasze dążenie do tego, aby Mercedes-Benz stał się przystępną i luksusową "love brand", atrakcyjną zarówno dla kobiet, jak i dla mężczyzn".

Źródłem inspiracji od samego początku jest pionierka motoryzacji Bertha Benz, która ponad 130 lat temu poparła marzenie swojego męża Carla Benza i odważnie podjęła inicjatywę. Jako pierwsza kobieta odbyła dalekobieżną podróż samochodem - z Mannheim do Pforzheim - w 1888 roku, potwierdzając tym samym koncepcję samochodu. W ten sposób położyła podwaliny pod zupełnie nowy przemysł motoryzacyjny.

Innym przykładem jest Mercedes Jellinek, której ojcem był Emil - austriacki biznesmen, w tym czasie największy sprzedawca pojazdów z Daimler-Motoren-Gesellschaft (DMG). W 1900 roku DMG zarejestrowało nazwę

"Mercédès" jako znak towarowy i prawnie chroniło tę markę. Wygięty napis "Mercedes" stał się nowym znakiem towarowym na chłodnicach samochodów osobowych DMG. Do dziś jej nazwa jest mocno zakorzeniona w pojazdach marki Mercedes-Benz.

Wydarzenia cyfrowe i szansa na spotkanie silnych kobiet

Z okazji rocznicy marka Mercedes-Benz stworzyła nowe możliwości dla społeczności She's Mercedes, aby móc czerpać inspirację nawet w czasach wzmożonej ilości cyfrowych spotkań. Zainteresowane osoby mogą na przykład ubiegać się o "sesje mentorskie" na stronie internetowej She's Mercedes. Podczas bardzo osobistej, interaktywnej i ekskluzywnej sesji online każdy z pięciu uczestników ma możliwość bezpośredniej wymiany pomysłów z inspirującą i odnoszącą sukcesy kobietą.

Ponadto od początku grudnia w Internecie odbywać się będą "Kobiece Panele Twórcze". W trakcie 60-minutowych cyfrowych dyskusji, eksperci Daimler AG - oraz zewnątrzni prelegenci z różnych dziedzin, takich jak badania biznesowe i społeczeństwo - przedstawią ekscytujące spojrzenie na swoją pracę i przedyskutują aktualne tematy, które poruszają społeczność She's Mercedes. Rozmowy będą transmitowane cyfrowo na stronie internetowej She's Mercedes oraz na kanałach mediów społecznościowych. Wybrane zdjęcia, filmy i artykuły o rocznicy zostaną opublikowane na specjalnie stworzonej stronie internetowej She's Mercedes. Na szczególną uwagę zasługuje film o członkach społeczności "She's Mercedes" nawiązujący do inspirujących doświadczeń i chwil z ostatnich pięciu lat inicjatywy.

Inicjatywa She's Mercedes oferuje różnorodne możliwości dla społeczności

Inicjatywa, uruchomiona w 2015 r. podczas Międzynarodowych Targów Motoryzacyjnych (IAA), realizuje podstawową ideę tworzenia sieci kontaktów, wymiany myśli i dialogu w ponad 70 krajach. Daje ona kobietom możliwość poszerzenia własnej sieci kontaktów, a także wzajemnego inspirowania się i wzmacniania swoich pozycji przy okazji ekskluzywnych doświadczeń i wydarzeń. Jednocześnie Mercedes-Benz przybliża własny świat marki do społeczności i poznaje ich potrzeby i życzenia w zakresie mobilności.

Wiele kobiet brało już udział w wydarzeniach She's Mercedes na całym świecie. Zakres tych ekskluzywnych doświadczeń i zajęć zawsze był i nadal jest zróżnicowany. Niezależnie od tego, czy chodzi o pracę zespołową w kobiecym składzie na rajdzie, czy o osobistą interakcję z wielkimi osobistościami biznesu, sportu czy show biznesu - fascynacja poszerzaniem własnej sieci kontaktów i poznawaniem kobiet odnoszących sukcesy w sposób równie bezpośredni i nieformalny, jak to tylko możliwe - marka Mercedes-Benz po pół dekady istnienia She's Mercedes jest nadal niezłomna.

Inicjatywa ta ugruntowała się również w samej firmie. She's Mercedes obejmuje wszystko, od sprzedaży i komunikacji do obsługi posprzedażowej. Dlatego od 2015 roku inicjatywa jest obecna na corocznych, ogólnoswiatowych szkoleniach, podczas których uczestnicy z około 70 krajów mogą poszerzyć swoją wiedzę na aktualne tematy związane z marką, produktem lub handlem podczas kilkudniowych warsztatów. Dzięki interaktywnym formatom szkoleniowym i indywidualnym szkoleniom udało się

ustalić priorytety w zakresie kwalifikacji organizacji sprzedaży pod kątem kobiet i samochodów. Kanały i środki komunikacji inicjatywy są tak samo zróżnicowane: od strony internetowej po profile w mediach społecznościowych na Instagram i LinkedIn do drukowanego magazynu lifestyle She's Mercedes.

Kontakt dla mediów:

Ewa Łabno-Falęcka

e-mail: ewa.labno-falecka@daimler.com

tel. +48 22 312 7220