



Mercedes-Benz

Każdy potencjalny nabywca może utworzyć swój profil Mercedes me i zapisywać własne konfiguracje

Informacja prasowa

1 marca 2021 r.

Najnowsza generacja konfiguratora nowych Mercedesów – spójna podróż z internetu do salonu

Mercedes-Benz Polska konsekwentnie doskonali narzędzia pozwalające klientom na komfortowe „zaprojektowanie” swojego nowego samochodu zgodnie z ich oczekiwaniami. Najnowsza generacja konfiguratora osobowych Mercedesów oferuje szereg funkcjonalności, które pozwalają ograniczyć liczbę wizyt w salonie i w zaciszu własnego domu przygotować konfigurację wymarzonego auta – jedną lub kilka, a następnie zapisać je w swoim własnym, bezpłatnym profilu. Nowy konfigurator wspólnie z aplikacją Mercedes me tworzy cyfrowy ekosystem, którego zadaniem jest towarzyszenie klientowi w całej jego „podróży”, od wyboru pojazdu aż po zakup i eksploatację – w sposób możliwie elastyczny, intuicyjny i wygodny.

Z badań wynika, że użytkownicy poświęcają średnio 3 miesiące na podjęcie decyzji o zakupie nowego samochodu i w tym czasie kilkakrotnie odwiedzają punkty kontaktowe w świecie online oraz salony sprzedaży. W ramach swojej inicjatywy „Best Customer Experience 4.0” Mercedes-Benz chce sprostać indywidualnym wymaganiom klientów w typowym dla marki, wysokim standardzie. Jednym z jej założeń jest dostarczenie spójnych narzędzi, dzięki którym zakup i eksploatacja samochodu będą odbywać się w możliwie wygodnej, dopasowanej do potrzeb formie – z naciskiem na swobodę, wykorzystanie urządzeń mobilnych oraz zdalny kontakt.

Jednym z tych narzędzi jest najnowsza, czwarta generacja konfiguratora nowych samochodów osobowych Mercedes-Benz, która już po kilku kliknięciach zwraca uwagę sprawnym działaniem i przejrzystym interfejsem. W porównaniu do poprzedniej wersji jest 3-krotnie szybsza, a do tego oferuje lepszą nawigację oraz funkcjonalności dopasowane do poszczególnych serii modelowych.

Konfigurator jest jednak tylko jednym z elementów „podróży” klienta, która trwa od wyboru auta przez zakup i jego eksploatację. Teraz podróż ta jest jeszcze bardziej harmonijna. Klienci mogą bowiem zapisywać stworzone konfiguracje samochodów na swoim profilu Mercedes me. Jego utworzenie jest szybkie i bezpłatne – i nie wymaga posiadania ani Mercedesa, ani żadnego innego samochodu.

Osobisty profil Mercedes me oferuje zresztą znacznie więcej funkcjonalności – pozwala zlokalizować najbliższego dealera i zdalnie umówić się na jazdę próbną, a ponadto dostarcza ciekawych informacji na temat konfigurowanych modeli w postaci tekstów, zdjęć i filmów. Posiadaczom aut Mercedes-Benz pozwala z kolei m.in. zarządzać statusem samochodu oraz dostępnymi usługami.

W ten sposób wymarzonego Mercedesa można skonfigurować na różne sposoby, w zaciszu własnego domu lub biura. Zapisane konfiguracje można porównywać i opatrywać notatkami, a następnie zaprezentować doradcy handlowemu – oszczędzając czas i ograniczając liczbę wizyt w salonie.

Aplikacja Mercedes me przydaje się też po zakupie samochodu – może towarzyszyć jego posiadaczce lub posiadaczowi przez cały okres eksploatacji.

Narzędzia internetowe Mercedes-Benz już dziś pozwalają na odbycie spójnej „podróży” klienta, począwszy od świata online aż do rzeczywistości offline – czyli do salonu i serwisu. Udoskonaloną koncepcję konfiguratora doceniają sami użytkownicy: po jego wprowadzeniu liczba ukończonych konfiguracji zwiększyła o ok. 25%. Zapisy na jazdy testowe wzrosły 3-krotnie, a zapytania przesłane do dealerów – o ponad 2 razy.

Kontakt dla mediów:

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.