



Mercedes-Benz

Informacja prasowa

23 września 2024 r.

Polskie salony Mercedes-Benz ponownie najlepsze w największym niezależnym badaniu jakości obsługi

- Autoryzowane salony sieci Mercedes-Benz Polska już po raz trzeci z rzędu zajęły pierwsze miejsce w Wielkim Teście Salonów magazynu „Auto Świat”
- Audytorzy magazynu jako tajemniczy klienci wszechstronnie sprawdzili jakość obsługi w polskich salonach sprzedaży nowych aut, odwiedzając 321 takich placówek
- W przypadku każdego salonu oceniono kilkadziesiąt parametrów, które składają się na trzy kategorie: organizacja salonu, obsługa klienta, jazda testowa
- Marka Mercedes-Benz zajęła pierwsze miejsce wśród 24 badanych marek, w tym 8 premium, z ogólnym wynikiem 94,3%; organizację salonów oceniono średnio na ponad 99%, obsługę klienta – na 92,6% (najwyższa ocena w badaniu), a jazdę testową – na ponad 98%
- Mercedes-Benz Auto-Studio w Łodzi wśród salonów nr 1 Polsce, z wynikiem okrągłych 100%, szereg salonów wzorcowych ocenionych na ponad 90%

Tradycja zobowiązuje – Mercedes-Benz utrzymuje się na pozycji lidera innowacji i jakości nie tylko w budowie samochodów, ale również w obszarze obsługi klienta. Niemal wszystkie krajowe placówki dealerskie spełniają już najnowsze globalne standardy producenta luksusowych aut pod względem najnowocześniejszej, przyjaznej środowisku infrastruktury. To element holistycznej koncepcji, na którą składają się zarówno odpowiednio przystosowane obiekty, drobiazgowe przeszkolenie doradców, jak i nowatorskie narzędzia online. Cel: zabrać klienta w spersonalizowaną podróż w świat ekskluzywnej mobilności Mercedesa. Teraz najwyższe standardy obsługi polskich salonów Mercedes-Benz zostały po raz kolejny docenione przez niezależnych ekspertów.

„Bardzo się cieszę, że Mercedes-Benz Polska po raz kolejny triumfuje w Wielkim Teście Salonów magazynu »Auto Świat«. To dobitne potwierdzenie, że nasze sukcesy sprzed roku i dwóch lat nie były incydem, a także nagroda za ciężką pracę nad dochowaniem najwyższych standardów obsługi i aktualizacją infrastruktury naszej sieci. Zwycięstwo w Wielkim Teście Salonów przede wszystkim stanowi jednak gwarancję dla klientów – że kupując Mercedesa, mogą liczyć na szczególne traktowanie i opiekę, godne najstarszego producenta luksusowych aut na świecie. Dziękuję wszystkim pracownikom naszej sieci za ich codzienną, sumienną pracę. Stawiamy na ludzi z pasją, którzy są w stanie przekazać entuzjazm dla marki Mercedes-Benz i zapewnić swoim

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).

klentom spersonalizowaną opiekę, która nierzadko procentuje wieloletnią lojalnością. I nie zamierzamy spoczywać na laurach” – powiedział Marcin Kwoka, Head of Market Operations Mercedes-Benz Polska.

Autoryzowane salony i serwisy Mercedes-Benz w Polsce odpowiadają na zmieniające się potrzeby i styl życia klientów, którzy cenią dziś swobodny kontakt w dogodnym dla nich czasie, często z wykorzystaniem narzędzi online. Wyzwania, jakie rodzi motoryzacyjna transformacja w kierunku elektromobilności, a także rozbudowana oferta produktów finansowych i rosnący potencjał personalizacji samochodów wymagają wszechstronnie przeszkolonych doradców, którzy precyzyjnie doradzą potencjalnemu nabywcy właściwy model samochodu oraz optymalne rozwiązania zakupowe.

Kluczową rolę odgrywa tu indywidualne podejście do klienta, które bazuje przede wszystkim na zaufaniu do marki oraz do jej personelu. Pracownicy Mercedes-Benz Polska z działów sprzedaży przechodzą regularne szkolenia i warsztaty, tak aby mogli być ekspertami w swojej dziedzinie – z naciskiem na ofertę elektromobilności oraz branżę dóbr luksusowych. Nacisk kładzie się na uważność w relacjach z klientem oraz na trafność i szybkość odpowiadania na jego potrzeby, a także na jakość kontaktu online – obsługa internetowa ma spełniać te same standardy, co osobiste spotkania w salonie.

Kolejnym istotnym komponentem spersonalizowanej koncepcji obsługi klienta Mercedes-Benz jest najnowocześniejsza infrastruktura, aktualizowana w ramach szeroko zakrojonej przebudowy obiektów dealerskich zgodnie z najnowszymi globalnymi standardami marki – tzw. MAR. Wyśrubowane wymogi dotyczą zarówno koncepcji architektonicznej salonu, kolorystyki oraz zastosowanych materiałów, jak i energooszczędnych rozwiązań, odpowiadających na wyzwania zrównoważonego rozwoju. Obecnie spełniają je niemal wszystkie obiekty polskiej sieci dealerskiej, a każdy z krajowych dealerów Mercedesa ma już co najmniej jedną inwestycję w nowym standardzie. Polska należy pod tym względem do europejskiej czołówki i jest absolutnym liderem w klastrze Europy Środkowej i Wschodniej (CEE).

Organizacja przestrzeni w polskich salonach Mercedes-Benz pomaga kształtować proces obsługi klienta: odchodzi od tradycyjnego modelu ze strefą przyjęcia i obsługą za biurkiem w stronę przytulnego, komfortowego wnętrza, gdzie można dokładnie obejrzeć samochód i przymierzyć się do niego w kameralnej atmosferze. Koncepcję uzupełniają sale VIP do spotkań z klientami oraz szerokie wykorzystanie cyfrowych nośników, które wizualizują zamawiany pojazd w najdrobniejszych szczegółach.

Od strony technicznej nowe i odnowione obiekty spełniają najwyższe wymagania w zakresie budownictwa przyjaznego środowisku. Eleganckie wzornictwo łączy się tu ze zrównoważonymi technologiami, takimi jak instalacje do generowania „zielonej” energii oraz energooszczędne oświetlenie i wentylacja, a także szybkie stacje do ładowania pojazdów elektrycznych. Koncepcję uzupełniają rozbudowane strefy zieleni.

Ewolucję procesu obsługi uzupełniają zmiany w logice oferty Mercedes-Benz, z naciskiem na pakiety często wybieranych dodatków; ułatwiają one klientowi skompletowanie samochodu marzeń i poruszanie się po bogatej palecie opcji, a także skonfigurowanie pojazdu online, w zaciszu własnego domu lub biura. Ponadto potencjalni nabywcy mają do wyboru rozległe możliwości indywidualizacji, w tym ekskluzywne elementy z programu Manufaktur, które pozwalają im wcielić się w rolę projektanta i stworzyć Mercedesa jedyne w swoim rodzaju.

Najwyższe standardy obsługi klienta w polskich salonach Mercedes-Benz są regularnie doceniane przez niezależnych audytorów. W tym roku krajowa sieć dealerska już po raz trzeci zwyciężyła w Wielkim Teście Salonów, przeprowadzanym przez magazyn „Auto Świat”. Trójramienna gwiazda zajęła pierwsze miejsce wśród

wszystkich 24 badanych marek (w tym 8 premium), osiągając doskonałe wyniki we wszystkich ocenianych kategoriach: organizacji salonu (99,1%), obsługi klienta (92,6%) oraz jazdy testowej (98,2%). W rezultacie Mercedes-Benz uzyskał najlepszy ogólny wynik – 94,3% przy średniej dla marek premium wynoszącej 87,6%. Polskie salony marki okazały się bezapelacyjnie najlepsze w kategorii jakości obsługi klienta, na którą składają się m.in. przyjęcie klienta, badanie jego potrzeb oraz prezentacja pojazdu.

Jeden z salonów – Mercedes-Benz Auto-Studio w Łodzi – otrzymał prestiżowy tytuł salonu nr 1 w Polsce, osiągając wyniki 100% w każdej z trzech głównych kategorii. Większość badanych placówek Mercedes-Benz zdobyła ponad ocenę ogólną ponad 90% i tytuł salonu wzorcowego; należą do nich: Sobiesław Zasada Automotive oddział w Łodzi, MB Motors oddział w Jankach, Duda-Cars S.A. Wrocław, Mirosław Wróbel Opole, Auto Frelik Toruń, Danuta i Ryszard Czach Rzeszów, Nobile Motors sp. z o.o. Kielce, Auto Idea Warszawa. Żaden z badanych salonów Mercedesa nie został oceniony niżej niż 85%.

Wielki Test Salonów jest realizowany w Polsce regularnie od ponad 20 lat. To największe badanie tego rodzaju w naszym kraju – co roku sprawdza 30% losowo wybranych krajowych salonów sprzedaży nowych aut danej marki, jednak nie mniej niż 10. Wyścannicy magazynu jako tajemniczy klienci odwiedzają placówki i oceniają liczne aspekty, m.in. infrastrukturę obiektu, przyjęcie w salonie, rozmowę z doradcą, prezentację samochodu, przygotowanie kompleksowej oferty i ustalenie kolejnych kroków zmierzających do zakupu auta.

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 trójjramiennej 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.