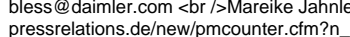




Mercedes-Benz 2020 ? Best Customer Experience

Mercedes-Benz 2020 - Best Customer Experience
Erste S-Klasse Lounge in Mercedes-Benz Niederlassung München eröffnet
S-Klasse Lounge-Konzept ist Teil der Wachstumsstrategie in Marketing und Vertrieb "Mercedes-Benz 2020 - Best Customer Experience" Ulrich Kowalewski, Direktor Mercedes-Benz München: "Wir freuen uns, mit der ersten S-Klasse Lounge Vorreiter in Deutschland zu sein. Ziel der Lounge ist gelebte Exklusivität: Den Fahrern des besten Automobils der Welt bieten wir Top-Beratung in besonders luxuriösem Ambiente. Damit werden wir dem "First Class" Anspruch der S-Klasse auch in puncto Kundenbetreuung gerecht."
München - Anlässlich des 10-jährigen Bestehens des Mercedes-Benz Brand Centers hat in München die erste S-Klasse Lounge eröffnet. Wir freuen uns, mit der ersten S-Klasse Lounge Vorreiter in Deutschland zu sein. Ziel der Lounge ist gelebte Exklusivität: Den Fahrern des besten Automobils der Welt bieten wir eine Top-Beratung in besonders luxuriösem Ambiente. Damit werden wir dem "First Class" Anspruch der S-Klasse auch in puncto Kundenbetreuung gerecht", so Ulrich Kowalewski, Direktor der Niederlassung München. Die neue S-Klasse Lounge, die für alle Kunden zugänglich ist, befindet sich im Erdgeschoss des Mercedes-Benz Centers. Ein roter Teppich führt zur Eingangstür des vom restlichen Schauraum getrennten Bereichs, der die Möglichkeit für exklusive Gespräche bietet. Vier Fahrzeuge stehen dauerhaft in der Lounge. Zusätzlich gibt es ein Ausstattungstudio, in dem speziell geschulte Verkaufsberater den Kunden sämtliche Lackierungs-, Polster- und Holzziervarianten sowie die Möglichkeiten der individuellen Beduftung und Beleuchtung des Innenraums vorstellen können. Um die Sonderausstattungen auch elektronisch zu visualisieren, sind die Verkäufer mit iPads ausgestattet. Eine direkte Verbindung der iPads mit einem großen Bildschirm in der Lounge ermöglicht, dass die Fahrzeugkonfiguration direkt in der gemütlichen Sitzecke betrachtet werden kann. Eine Besonderheit stellt auch das Lichtkonzept der Lounge dar: Über 64.000 Farben lassen sich durch die Strahler in der Decke erzeugen - und damit alle nur möglichen Lichtstimmungen: So können beispielsweise die Besucher in der Arnulfstraße erleben, wie der Lack der S-Klasse unter der Sonne Spaniens glänzt. Das Konzept geht auf: Bereits in der ersten Woche kamen 700 Besucher in die neue Lounge. Unter den Besuchern sind viele Interessenten, die bisher Fahrzeuge anderer Hersteller fahren, Fuhrparkentscheider, aber auch viele internationale Gäste. Das neue S-Klasse Lounge-Konzept ist Teil der kürzlich vorgestellten Wachstumsstrategie in Marketing und Vertrieb "Mercedes-Benz 2020 - Best Customer Experience" mit der die Marke ihre Vertriebsorganisation gezielt auf die sich verändernden Kundenwünsche ausrichtet. Ziel ist es, für neue, moderne Zielgruppen noch attraktiver zu werden und gleichzeitig loyale Kunden weiterhin an die Marke zu binden. So setzt Mercedes-Benz verstärkt auf innerstädtische Formate, um mit Kunden und Interessenten direkt in Kontakt zu treten. Über die innerstädtischen Formate werden vor allem neue Kunden zum klassischen Handel geführt. Heute faszinieren bereits rund 20 innerstädtische Formate in Städten wie Berlin, Paris, Mailand, New York, Peking oder Tokio ihre Besucher mit einem umfassenden Markenerlebnis. Bis 2020 soll sich die Anzahl der sogenannten "Mercedes-Benz Connections" weltweit mehr als verdoppeln. Auch digitale Kanäle wie Onlineshops werden in Zukunft den Kontakt zur Marke weiter vereinfachen. Die Mercedes-Benz Partner - Niederlassungen und Vertragspartner - bleiben dabei für alle Aktivitäten auch in Zukunft der wichtigste Kontaktpunkt für den Kunden. Weitere Informationen von Mercedes-Benz sind im Internet verfügbar: www.media.daimler.com und www.mercedes-benz.com
Über Daimler
Die Daimler AG ist eines der erfolgreichsten Automobilunternehmen der Welt. Mit den Geschäftsfeldern Mercedes-Benz Cars, Daimler Trucks, Mercedes-Benz Vans, Daimler Buses und Daimler Financial Services gehört der Fahrzeughersteller zu den größten Anbietern von Premium-Pkw und ist der größte weltweit aufgestellte Nutzfahrzeug-Hersteller. Daimler Financial Services bietet Finanzierung, Leasing, Flottenmanagement, Versicherungen und innovative Mobilitätsdienstleistungen an. Die Firmengründer Gottlieb Daimler und Carl Benz haben mit der Erfindung des Automobils im Jahr 1886 Geschichte geschrieben. Als Pionier des Automobilbaus gestaltet Daimler auch heute die Zukunft der Mobilität. Das Unternehmen setzt dabei auf innovative und grüne Technologien sowie auf sichere und hochwertige Fahrzeuge, die faszinieren und begeistern. Daimler investiert seit Jahren konsequent in die Entwicklung alternativer Antriebe mit dem Ziel, langfristig das emissionsfreie Fahren zu ermöglichen. Neben Hybridfahrzeugen bietet Daimler dadurch die breiteste Palette an lokal emissionsfreien Elektrofahrzeugen mit Batterie und Brennstoffzelle. Denn Daimler betrachtet es als Anspruch und Verpflichtung, seiner Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt gerecht zu werden. Daimler vertreibt seine Fahrzeuge und Dienstleistungen in nahezu allen Ländern der Welt und hat Produktionsstätten auf fünf Kontinenten. Zum heutigen Markenportfolio zählen neben Mercedes-Benz, der wertvollsten Premium-Automobilmarke der Welt, die Marken smart, Freightliner, Western Star, BharatBenz, Fuso, Setra und Thomas Built Buses. Das Unternehmen ist an den Börsen Frankfurt und Stuttgart notiert (Börsenkürzel DA). Im Jahr 2012 setzte der Konzern mit 275.000 Mitarbeitern 2,2 Mio. Fahrzeuge ab. Der Umsatz lag bei 114,3 Mrd. EUR, das EBIT betrug 8,6 Mrd. EUR.
Ulrike Bless
Telefon: +49 711 17-41963
E-Mail: ulrike.bless@daimler.com
Mareike Jahnle
Telefon: +49 711 17 32972
E-Mail: mareike.jahnle@daimler.com


Pressekontakt

Mercedes

63801 Kleinostheim

ulrike.bless@daimler.com

Firmenkontakt

Mercedes

63801 Kleinostheim

ulrike.bless@daimler.com

Herausgeber einer fahrzeugbezogenen Tank- und Servicekarte für Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge und Transporter