



Erfolgreiche Kundenansprache: Mercedes-Benz Pavillon begeistert über 20.000 Besucher in Warschau

Erfolgreiche Kundenansprache: Mercedes-Benz Pavillon begeistert über 20.000 Besucher in Warschau
Mercedes-Benz 2020 - Best Customer Experience
Konzept mit temporärem Markenauftritt in zentraler Innenstadtlage geht auf Breites Publikum nimmt Gastronomie- und Eventkonzept sehr gut an
600 Probefahrten mit Mercedes-Benz Modellen durchgeführt
Stuttgart/Warschau - Der temporäre Markenauftritt von Mercedes-Benz in der Warschauer Innenstadt war ein voller Erfolg: Zwischen Juli und Oktober 2013 kamen über 20.000 Besucher zum Mercedes-Benz Pavillon im Stadtteil Powisle. Das Konzept von Mercedes-Benz da zu sein, wo potentielle Kunden sind, ging auf. Für viele Besucher war es der erste Kontakt mit der deutschen Premiummarke.
Auf einer über 200 Quadratmeter großen Fläche zeigte Mercedes-Benz nicht nur wechselnde Fahrzeuge wie das neue kompakte Coupé CLA, sondern bot auch Probefahrten mit unterschiedlichsten Modellen an. Dabei kamen 600 Fahrten zustande. Ein Café mit einer 150 Quadratmeter großen Terrasse, ein Kinderbereich sowie eine Ausstellungsfläche für Lesungen, Vernissagen und Konzerte mit bekannten polnischen Künstlern sprachen ein breites Publikum an. Ein Bereich des Pavillons war zudem ganz der Interaktion und Mobilität auf zwei Rädern gewidmet. Neben einem Fahrsimulator konnte das smart e-bike Probe gefahren werden. Verschiedene Events wie ein Oldtimer Fan-Treffen, AMG Performance Tag, Sommerkino oder Design Workshops rundeten das Angebot ab. Für insgesamt über 80 Veranstaltungen stellte Mercedes-Benz mit seinem innovativen Pavillon-Konzept den passenden Rahmen. Auf Facebook verfolgten über 6.000 Fans die Events rund um den Pavillon.
Mit der modernen Holzkonstruktion und dem einladenden Gastronomie- und Eventkonzept hat Mercedes-Benz in Warschau ein interaktives Marken- und Produkterlebnis geschaffen, das insbesondere neue, moderne Zielgruppen, aber auch die bestehenden Mercedes-Fans anspricht. Mercedes-Benz setzte in Warschau erstmals auch mobile Verkaufsberater ein. Sie berieten Kunden direkt in ihrem Lebens- und Arbeitsumfeld, unterstützten bei der Konfiguration von Fahrzeugen oder organisierten flexibel Probefahrten dort, wo die Kunden es wünschten. Diese Aktion war sehr erfolgreich, denn die ersten Fahrzeuge wurden bereits verkauft.
Das temporäre Format dient der emotionalen Kundenansprache und ist Teil der im Sommer 2013 vorgestellten Wachstumsstrategie in Marketing und Vertrieb "Mercedes-Benz 2020 - Best Customer Experience". Sie bündelt eine Vielzahl neuer Ansätze in Marketing, Vertrieb und After-Sales, mit dem Ziel, die Marke stärker für neue Zielgruppen zu öffnen und gleichzeitig loyale Kunden weiterhin zu binden. Dazu richtet sich das Unternehmen konsequent am Kunden und seinen sich stetig verändernden Wünschen aus.
Neben temporären Formaten baut das Stuttgarter Unternehmen auch die bestehenden stationären innerstädtischen Formate weiter aus. Mercedes-Benz hat 1995 als einer der ersten Automobilhersteller sehr früh zentrale innerstädtische Standorte eröffnet. Heute gibt es rund 20 dieser innerstädtischen Markenauftritte in Städten wie Berlin, Paris, Mailand, New York, Peking oder Tokio. Bis 2020 soll sich die Anzahl weltweit mehr als verdoppeln. Noch in diesem Jahr startet die Marke außerdem den Vertrieb von Neufahrzeugen über das Internet in Deutschland und Polen.
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 DAI). 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
Evelyn Schwedes
Telefon: +49 711 17-49903
E-Mail: evelyn.schwedes@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