Contacto:

André Silveira

Comunicação de Automóveis - Tel.: 21 925 71 92

Mercedes-Benz aposta na digitalização

A Mercedes-Benz está a impulsionar a transformação digital das suas vendas – dois componentes no processo de digitalização estão agora a ser introduzidos com o lançamento no mercado do novo Classe A: a app 3D de realidade aumentada Mercedes cAR e o conjunto de realidade virtual. Com a app, os potenciais clientes podem configurar individualmente o seu veículo num smartphone ou tablet e visualizá-lo em cada detalhe numa resolução tridimensional, quer do interior, quer do exterior. Tal como o novo sistema multimédia do Classe A, o Mercedes-Benz User Experience (MBUX), a app Mercedes cAR destaca-se pelo controlo intuitivo. Graças à realidade virtual, uma visita a um concessionário assume uma nova dimensão: a Mercedes-Benz possibilita que os visitantes usem óculos de realidade virtual e experimentem o seu veículo de eleição em todo tipo de configurações em tempo real graças à tecnologia 3D. A marca está a apresentar esta tecnologia virtual nas sete regiões de vendas da Alemanha. O objetivo é tornar a experiência da marca ainda mais atraente e orientada para o cliente com a digitalização durante o processo de vendas e serviços.

**Mercedes cAR: configuração do veículo 3D em casa**

Com a nova app 3D de realidade virtual – Mercedes cAR – potenciais clientes podem experimentar o seu veículo de uma forma completamente nova. Além da configuração dos elementos standards, a app possibilita a integração da configuração ao ambiente desejado. Além disso, o veículo configurado pode ser virtualmente conduzido no modo escolhido, visto em 360 graus interior e exterior, posicionado e dimensionado. Outro destaque é a exibição em alta resolução de todos os componentes internos e externos. Isso significa que, por exemplo, os tecidos e materiais podem ser vistos de modo realista. A app tem um alto fator de entretenimento graças à operação intuitiva e semelhante a um jogo.

A Mercedes-Benz cAR usa a mais recente tecnologia Apple ARKit ™. Usando a função de gravação, as configurações criadas com a aplicação podem ser guardadas num smartphone ou tablet como uma foto e compartilhadas em redes sociais. Juntamente com o modo de configuração, o modo Explorar da Mercedes cAR fornece informações adicionais e claras sobre o veículo e apresenta links para pequenos videoclipes com destaques do veículo no YouTube <http://www.youtube.de/mercedesbenz> e no Configurador Online da Mercedes-Benz. A app também leva o cliente diretamente para a loja online da Mercedes-Benz <https://www.online-store.mercedes-benz.de/>, e para a procura de um concessionário, onde, por exemplo, pode ser agendado um test drive.

A Mercedes CAR vai estrear com o lançamento no mercado do novo Classe A. Este é o primeiro modelo a apresentar MBUX, que permite a operação intuitiva e um relacionamento completamente novo com o veículo, graças à inteligência artificial, controlo de voz inteligente e um conceito abrangente de controlo por toque. Outras opções de configuração e modelos vão surgir gradualmente. A aplicação cAR da Mercedes estará imediatamente disponível na App Store da Alemanha para iPhone® e iPad® com iOS 11, e também para dispositivos Android nos próximos meses.

**Dois mundos ao mesmo tempo: os óculos de realidade virtual**

Os potenciais clientes da Mercedes-Benz já podem experimentar o mundo real e o mundo virtual num showroom com a ajuda da tecnologia digital – no Mercedes-Benz Customer Center, em Bremen, e na Mercedes me Store, em Hamburgo. A disponibilidade será alargada com o lançamento no mercado do novo Classe A. Os óculos de realidade virtual serão introduzidos como mais um recurso digital que torna a experiência do veículo ainda mais variada e emocional. Uma vez sentados no Classe A, podem ter o automóvel exibido em todos os tipos de configurações graças à tecnologia 3D e experimentá-lo virtualmente com recurso aos óculos.

A intitulada "Experiência de Realidade Virtual InCar" combina o veículo real e o virtual, para que não apenas o sentido visual participe na experiência do cliente com os óculos de realidade virtual, mas também o olfato e especialmente o toque sejam incluídos para aumentar ainda mais a experiência. Como num configurador online, todas as opções de configuração do veículo estão disponíveis. Por exemplo, é possível experimentar o interior do veículo em todas as suas variantes de cor, ou substituir a pele de tom único por combinações de dois tons. Durante a configuração e em frações de segundo, o cliente pode alterar a sua posição virtual, por exemplo, da frente para os bancos traseiros, ou do interior para o exterior. As portas, bagageira e porta-luvas podem ser abertos em realidade virtual, por exemplo. Desta forma, o cliente pode experimentar o veículo em todos os seus aspetos e detalhes, mesmo antes da entrega. Esta tecnologia virtual será gradualmente disponibilizada para outros modelos de séries e mercados.

**Digitalização em vendas**

A área de vendas de automóveis da Mercedes-Benz na Alemanha está a expandir sistematicamente a digitalização de todos os canais - tanto na comunicação com o cliente como nas vendas e serviços. Por exemplo, o Mercedes me permite que os clientes estabeleçam contato com a Mercedes-Benz em qualquer lugar e a qualquer momento através da app, site ou diretamente no automóvel. Uma das novas funções do Mercedes me é a "Antecipação Digital". Desde 2017, os clientes puderam acompanhar o progresso da produção do seu novo veículo em tempo real. Atualmente, este serviço está disponível para as classes A, B, C, E e S, assim como para os modelos CLA, CLS, GLA, GLE, GLS, SL e SLC produzidos em Sindelfingen, Rastatt, Kecskemét, Bremen, Londres e Tuscaloosa.

A Mercedes-Benz está a utilizar cada vez mais formatos digitais na venda de veículos: desde 2016, os clientes na Alemanha puderam comprar o seu novo automóvel na loja online da Mercedes-Benz. Desde julho de 2017, a empresa também comercializou online veículos usados da Mercedes-Benz. O objetivo é gerar até 25% das vendas mundiais de unidades de automóveis Mercedes-Benz até 2025.

Juntamente com as atividades digitais, os concessionários continuarão a ser pontos de contato de clientes insubstituíveis no futuro. O parceiro da Mercedes-Benz é e continuará a ser a espinha dorsal da organização de vendas e pontos de contato com conhecimento para os clientes. Em 2017, a empresa começou a modernizar a apresentação da marca de seus pontos de venda, tanto dentro como fora. Na concessionária do futuro, as vantagens do mundo digital e analógico serão sistematicamente combinadas. Novas formas de endereçar clientes também estão a ser implementadas na área de após venda. Por exemplo, os serviços podem ser agendados online e a receção do serviço é um procedimento digital. Para a Mercedes-Benz, o cliente é sempre o foco, com as suas necessidades individuais durante todo o processo. De qualquer forma, cada encontro com a Mercedes-Benz é uma experiência especial para o cliente - um momento da Mercedes, seja no mundo físico ou digital.