Mercedes-Benz

Informação de Imprensa

Janeiro de 2020

Contacto:

André Silveira
Comunicação de Automóveis - Tel.: 21 925 71 92

Mercedes-Benz apresenta iniciativa "Melhor Experiência de Cliente 4.0"

- A Mercedes-Benz está a desenvolver continuamente a sua rede global de vendas para satisfazer as necessidades individuais dos clientes ao mais elevado nível da marca também na era digital. Os clientes pretendem estar em contacto com as suas marcas favoritas em qualquer momento e em qualquer lugar.

- A Mercedes-Benz oferece aos atuais e futuros clientes uma experiência de serviço e de produto ainda mais emotiva, confortável e contínua em todos os canais, de novas e inovadoras formas, mantendo-se fiel ao lema "The best or nothing".

- Para satisfazer as atuais necessidades dos clientes, a empresa lançou em 2013, sob o lema "A Melhor Experiência de Cliente", as bases para o desenvolvimento das vendas e desde então investiu anualmente centenas de milhões de euros para permitir que os novos e os atuais clientes acedam com maior facilidade aos produtos e serviços da Mercedes-Benz.

- Desde então, os acontecimentos neste contexto incluíram o lançamento da marca global de serviços Mercedes me em 2014, a otimização adicional da presença online da Mercedes-Benz e o desenvolvimento adicional da oferta na rede de concessionários, incluindo uma nova arquitetura da marca.

- Com a iniciativa "A Melhor Experiência de Cliente 4.0", a marca dá agora o próximo passo. A Mercedes-Benz está disponível em vários canais online e offline, através dos quais os clientes poderão experimentar a marca. Os clientes podem escolher flexivelmente entre os canais e para tal necessitam apenas de um único perfil de utilizador - o de utilizador Mercedes me.

- Para registar um perfil de utilizador no Mercedes me, não é necessário ser proprietário de um veículo da Mercedes-Benz. Os clientes com veículos de outras marcas e aqueles que não possuem qualquer veículo também podem utilizar facilmente os serviços como, por exemplo, os de partilha de veículos.

- A taxa de ativação dos serviços Mercedes me para novos veículos Mercedes-Benz é superior a 90 %, o que atualmente significa mais de três milhões de utilizadores ativos dos serviços Mercedes me no mundo e 31.757 em Portugal.

- Desde o lançamento da marca Mercedes me em 2014, a Mercedes-Benz desenvolveu mais de 80 serviços digitais relacionados com mobilidade - outros tantos serviços estão a ser adicionados e disponibilizados continuamente aos utilizadores.

- A empresa prevê que 25% das compras de veículos da divisão Mercedes-Benz Cars em todo o mundo sejam realizadas online até ao ano de 2025.

- A rede de concessionários com 15 parceiros em Portugal também está a sofrer uma transformação com novos formatos, instalações modernas e conceitos, em resultado da iniciativa "A Melhor Experiência de Cliente 4.0".

- O ponto de venda, com toda a informação relativa a veículos e serviços, está a tornar-se mais tangível para os clientes, graças às novas formas de apresentação interativa.

- Desde o início de 2018, cerca de 450 concessionários em todo o mundo foram selecionados para serem equipados com a nova imagem da marca, dos quais se destacam 21 em Portugal.

- A Mercedes-Benz também está a acrescentar novas funções às suas equipas de vendas, focadas consistentemente no cliente. Por exemplo, o Star Assistant como

ponto inicial de contacto recebe todos os clientes e visitantes, enquanto o especialista de produto explica as características especiais e as tecnologias dos modelos.

- Com a iniciativa "A Melhor Experiência de Cliente 4.0", a Mercedes-Benz também irá oferecer serviços atrativos que reforçam a confiança na mobilidade elétrica e oferecem o máximo conforto aos clientes. Isto envolve satisfazer os requisitos especiais dos clientes de veículos elétricos, que diferem em parte dos requisitos dos clientes de veículos equipados com cadeias cinemáticas convencionais. Em função do respetivo mercado, a Mercedes-Benz oferece uma experiência de condução com packs de serviços personalizados, serviços de garantia e serviços de conveniência, como o serviço de levantamento e entrega.

O perfil de utilizador Mercedes me - o bilhete de admissão para o mundo de mobilidade da Mercedes-Benz Cars

No âmbito da iniciativa "A Melhor Experiência de Cliente 4.0", a Mercedes-Benz está a alargar ainda mais a sua oferta de serviços Mercedes me e irá lançar uma app totalmente nova no próximo trimestre. A nova geração da Mercedes me App irá gradualmente unir toda a gama de serviços de mobilidade e de conectividade num único ponto.

No futuro, o perfil de utilizador Mercedes me pode ser utilizado em todos os pontos de contacto do percurso do cliente – quer seja na Internet, nos concessionários ou no veículo. Os clientes têm à sua disposição um acesso fácil e rápido aos serviços e às ofertas que pretendem a qualquer momento. Para esta finalidade, a Mercedes-Benz está a desenvolver novos e inovadores modelos de vendas e de negócios em conjunto com os seus parceiros. Para registar um perfil de utilizador no Mercedes me, não é necessário ser proprietário de um veículo da Mercedes-Benz. Os clientes com veículos de outras marcas e aqueles que não possuem um veículo mas pretendem mobilidade, também podem utilizá-la. Com os seus perfis individuais, os clientes obtêm acesso a todos os serviços digitais, incluindo o segmento Mobilidade como Serviço como, por exemplo, a partilha de veículos.

Concessionários – desde o Ponto de Venda ao Ponto de Experiência

Os concessionários estão a sofrer uma transformação em resultado da iniciativa "A Melhor Experiência de Cliente 4.0" - com novos formatos de vendas, instalações modernas e conceitos individuais.

Embora os pontos de contacto digitais estejam a ganhar a importância, os 44 pontos de vendas dos 15 concessionários Mercedes-Benz em Portugal são e continuarão a ser uma parte essencial do percurso do cliente. Embora as soluções digitais simplifiquem e personalizem a experiência do cliente, não conseguem substituir as sensações resultantes de uma experiência tátil e física com um produto. É por essa razão que a Mercedes-Benz está continuamente a combinar o concessionário com os canais digitais e a redesenhá-los com inovadores conceitos de loja e de instalação.

Adicionalmente, a Mercedes-Benz também está a modernizar a identidade de marca no exterior e no interior dos seus concessionários, com o objetivo de criar uma fascinante experiência para o cliente. Desde o início de 2018, cerca de 450 concessionários em todo o mundo, dos quais 21 em Portugal, foram selecionados para serem equipados com a nova imagem da marca (ou já estão equipados atualmente).
Os meios digitais, os processos orientados para os clientes e as opções de personalização do espaço irão melhorar ainda mais o atendimento ao cliente. As ferramentas móveis de consulta, a flexibilidade do espaço e os processos otimizados irão fornecer aos colaboradores a oportunidade de responder de forma ainda mais personalizada às respetivas necessidades dos clientes.

Além da modernização dos formatos dos seus concessionários, a Mercedes-Benz adaptou as tarefas e as funções dos seus colaboradores à transformação. Na qualidade de pessoa de contacto central no salão de exposição, o Star Assistant, como anfitrião e "primeira face", assegura que o cliente se sente imediatamente bem-vindo e que é tratado profissionalmente. O star Assistant esclarece as dúvidas do cliente durante o diálogo e coloca-o em contacto com a pessoa certa para uma reunião de aconselhamento, de serviço ou de vendas. O especialista de produto, por exemplo, esclarece as características especiais dos modelos e as suas tecnologias, diretamente no veículo. Para esta finalidade, também utiliza dispositivos digitais e ecrãs. O vendedor assiste o cliente no contrato de compra, entre outros. Após a compra, os clientes são apoiados por especialistas no departamento de serviço, que asseguram a coordenação contínua das marcações de oficina através de vários canais e são as pessoas de contacto inicial para os clientes em todos os assuntos relacionados com serviço. Com a nova abordagem a nível de arquitetura no concessionário, os departamentos de vendas e de serviço apresentam-se unidos, assegurando uma ótima coordenação entre todas as unidades.

A marca de modelos desportivos de elevado desempenho Mercedes-AMG também representa uma experiência inspiradora e emotiva no concessionário, sendo o histórico de vendas em Portugal impressionante, com 322 viaturas vendidas em 2019. Em 9 dos 44 pontos de venda Mercedes-Benz em Portugal, existem áreas direcionadas para a Mercedes-AMG. Estes espaços de venda são criados para irem de encontro às necessidades dos clientes que procuram modelos de veículos de elevado desempenho dinâmico.

Percurso contínuo do cliente por todos os canais online e offline

A combinação das vendas online e offline facilita um percurso contínuo de cliente no qual os (potenciais) clientes podem utilizar as suas preferências e definições de perfis em cada ponto de contacto. O clássico percurso começa com o contacto na internet e termina com a experiência física com o produto. No futuro, o perfil de utilizador Mercedes me irá fornecer aos clientes o acesso aos seus perfis pessoais em qualquer momento e em qualquer ponto do percurso do cliente. Desta forma, os funcionários poderão aconselhar e apoiar individualmente os clientes de forma rápida e eficiente. Após a atenção dos clientes ser principalmente atraída para os produtos expostos online, onde poderão pré-configurar os mesmos, os clientes irão querer testá-los fisicamente antes de tomarem a decisão final de os comprar. Isto é importante para mais de 80% dos clientes, especialmente aquando da compra de um veículo. Além disso, uma reunião para um teste de estrada pode ser flexivelmente marcada online.

Com o anteriormente mencionado perfil de utilizador Mercedes me, o cliente poderá utilizar um crescente número de serviços online e offline ao longo de todo o ciclo de vida do produto. As definições pessoais são sempre armazenadas no perfil e podem ser utilizadas pelo cliente em qualquer ponto de contacto online e offline. Se, por exemplo, o cliente subscrever serviços digitais através da Mercedes me App instalada no smartphone, poderá utilizá-los quando efetuar a ligação ao sistema do veículo para a próxima viagem. Este serviço pode incluir uma lista de reprodução recém-compilada de músicas bem como a predefinição de destinos para o dia seguinte. Os serviços interligados Mercedes me são muito populares entre os clientes. A taxa de ativação dos serviços Mercedes me em Portugal para novos veículos Mercedes-Benz está atualmente próxima dos 90%.

Para permitir a oferta aos clientes dos melhores serviços personalizados possíveis ao longo do percurso de cliente, a Mercedes-Benz recorre cada vez mais à utilização de serviços suportados por dados e pela inteligência artificial. Fiel aos valores fundamentais da marca, designadamente a segurança e a proteção, a empresa presta especial atenção à proteção dos dados dos clientes e atribui grande importância à transparência e ao tratamento responsável dos dados. O próprio cliente decide em qualquer momento quais os serviços que pretende utilizar e quais os dados que permite partilhar. A segurança tem sido o DNA da Mercedes-Benz durante mais de 130 anos e é a base para a confiança que os clientes depositam na empresa.