



Mercedes-Benz

Informação de Imprensa

Novembro de 2020

Contacto:

André Silveira

Comunicação de Automóveis - Tel.: 21 925 71 92

## Cinco anos de She's Mercedes

**Quer sejam reconhecidas empreendedoras do setor financeiro, pilotos de corridas ou professoras de inteligência artificial – a determinação das mulheres é multifacetada. Desde há cinco anos, a Mercedes-Benz tem estado envolvida num intenso diálogo com mulheres de todo o mundo através da sua iniciativa internacional "She's Mercedes" – para tratar mais especificamente das suas próprias necessidades e imagem na área da mobilidade, bem como oferecer-lhes uma experiência de marca contemporânea. Esta comunidade de mulheres em contínuo crescimento faz com que se contactem, inspirem e fortaleçam mutuamente. Será publicado um livro digital para assinalar o aniversário, que estará repleto de factos sobre as mulheres e os seus papéis na sociedade que lhes valeram reconhecimento internacional. Será dado principal destaque ao papel da mulher do passado e ao da mulher moderna, salientando os resultados alcançados pelas mulheres ao longo do processo para uma sociedade mais diversificada. As tendências recentes estão em conformidade com estes avanços e fornecem uma perspetiva de um possível futuro.**

Quais as mulheres que influenciaram significativamente o rumo da história? Qual a percentagem de mulheres da força de trabalho de um fabricante de automóveis como a Mercedes-Benz? Quais as preferências do consumidor feminino relativamente a produtos e serviços? Quão importantes são as redes de contactos? Estes são apenas alguns dos aspetos abordados no livro digital “Mulheres inspiradoras - um tributo às histórias de sucesso das mulheres”. O livro aborda diversos temas como a educação, o trabalho e a carreira, os negócios, as finanças e a prosperidade, bem como a sociedade, a família, a

mobilidade e a digitalização. O grupo também fornece informações sobre o seu próprio desenvolvimento – quer relativa a trabalhadoras femininas quer a clientes. Quão importantes são as necessidades individuais aquando da compra e da manutenção de produtos? O que as mulheres consideram particularmente importante quando compram um veículo ou visitam a oficina? Sensibilizar os especialistas internacionais das áreas das vendas e da manutenção na Mercedes-Benz para estas questões é um fator fundamental da iniciativa She's Mercedes.

A fonte de inspiração desde o primeiro momento é a pioneira do setor automóvel Bertha Benz, que há mais de 130 anos apoiou o sonho do seu marido Carl Benz e que corajosamente tomou a iniciativa. Bertha foi a primeira mulher a realizar uma viagem de longa distância num veículo – desde Mannheim até Karlsruhe – em 1888, validando desta forma o conceito do automóvel, tendo criado as bases para uma indústria automóvel totalmente nova.

Outro exemplo que importa referir é o de Mércèdes Jellinek, cujo pai era Emil, um empresário Austríaco que naquela época era o maior vendedor de veículos da Daimler-Motoren-Gesellschaft (DMG). Em 1900, a DMG registou o nome “Mercedès” como uma marca registada e protegeu-a legalmente. A insígnia curvilínea "Mercedes" tornou-se a nova marca integrada nos radiadores dos veículos ligeiros de passageiros DMG. Desde então e até ao presente que o seu nome continua firmemente ligado aos modelos Mercedes-Benz.

### **Os eventos digitais e a oportunidade de conhecer mulheres determinadas**

Para assinalar o aniversário, a Mercedes-Benz criou novas oportunidades para a comunidade She's Mercedes encontrar inspiração mesmo em tempos de crescentes encontros online. Por exemplo, as partes interessadas podem candidatar-se a “sessões de orientação” na página de Internet da She's Mercedes. Cada uma das cinco participantes ganha a oportunidade de partilhar ideias diretamente com uma mulher inspiradora e de sucesso numa sessão online extremamente pessoal, interativa e exclusiva.

Além disso, os “Painéis de Criadoras Femininas” serão mantidos online a partir do início de dezembro. Em debates digitais de 60 minutos, modelos exemplares e especialistas da Daimler AG – bem como oradores externos de vários domínios como a pesquisa de negócios e a sociedade – irão fornecer informações interessantes relativas ao seu

trabalho e discutir temas atuais que fazem mover a comunidade She's Mercedes. Os debates serão transmitidos na página de Internet da She's Mercedes e nos canais das redes sociais. As fotografias, os vídeos e os artigos selecionados sobre o aniversário serão divulgados no microsite dedicado da comunidade She's Mercedes. Como destaque, um filme sobre os membros da comunidade "She's Mercedes" recorda as experiências e os momentos inspiradores dos últimos cinco anos da iniciativa.

### **A iniciativa She's Mercedes oferece diversas oportunidades para a comunidade**

Lançada em 2015 por ocasião do International Motor Show (IAA), a iniciativa persegue a ideia fundamental da comunicação em rede, partilha de informação e diálogo em mais de 70 países. Oferece às mulheres a oportunidade de expandirem as suas próprias redes de contactos bem como de se inspirarem e fortalecerem mutuamente em experiências e eventos exclusivos. Ao mesmo tempo, a Mercedes-Benz leva o seu próprio mundo para junto da comunidade e aprende mais sobre as suas necessidades e pretensões no domínio da mobilidade.

Várias mulheres já participaram nos eventos da She's Mercedes em todo o mundo. O leque destas experiências e atividades exclusivas tem sido e continua a ser diversificado. Quer seja em trabalho numa equipa de mulheres numa prova de competição automóvel quer em interação pessoal com os nomes mais sonantes das áreas dos negócios, do desporto ou do entretenimento – o fascínio de poder expandir a própria rede de contactos e de conhecer mulheres bem-sucedidas, de forma tão direta e informal com a marca Mercedes-Benz, continua intacto após meia década da iniciativa She's Mercedes.

A iniciativa também se estabeleceu dentro da própria empresa. A She's Mercedes abrange todos os setores desde as vendas, passando pela comunicação e até ao pós-venda. É por essa razão que a iniciativa tem marcado presença nos eventos de formação anuais em todo o mundo desde 2015, onde os participantes de cerca de 70 países podem expandir os seus conhecimentos sobre os atuais temas da marca, dos seus produtos ou das suas vendas, em seminários com vários dias de duração. Através de ações de formação interativas e de sessões de formação individuais, tem sido possível definir prioridades na qualificação da organização de vendas relativa ao tema das mulheres e dos automóveis. Os canais e os conteúdos multimédia da iniciativa são extremamente diversos: desde a página de Internet aos perfis das redes sociais no Instagram e no LinkedIn, até à revista de estilo de vida em formato de papel da She's Mercedes.

Em Portugal, o projeto She's Mercedes já conta com quatro anos de iniciativas, onde a partilha de experiências com a marca em eventos como o She's Mercedes Off Road Experience ou a criação de conteúdos especialmente concebidos para este segmento, contribuem para uma crescente identificação por parte do público feminino com a marca Mercedes-Benz.