

MARKA MERCEDES SAMOCHÓD OSOBOWY

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
Marketing i Komunikacja rynkowa
Specjalizacja: Zarządzanie produktem
2311ZO (2312ZO) 2022/23
Studia niestacjonarne

Anna Bednarek
Dominika Kowalówka
Oliwia Mariańska
Sandra Najdecka

AGENDA

I. PREZENTACJA PRODUKTU - SAMOCHÓD (SAMOCHÓD OSOBOWY)

1. SAMOCHÓD - GENEZA
2. RODZAJE SAMOCHODÓW
3. PODZIAŁ SAMOCHODÓW OSOBOWYCH ZE WZGLĘDU NA RODZAJ NADWOZIA
4. KLASYFIKACJA SAMOCHODÓW OSOBOWYCH ZE WZGLĘDU NA DODATKOWE CECHY
5. NAJBARDZIEJ ZNANE MODELE SAMOCHODÓW OSOBOWYCH
6. ANALIZA MARKETINGOWA SAMOCHODU OSOBOWEGO
7. PRZEBIEG CYKLU ŻYCIA SAMOCHODU JAKO PRODUKTU
8. PERSPEKTYWY ROZWOJU SAMOCHODÓW OSOBOWYCH

II. PREZENTACJA MARKI MERCEDES BENZ

1. MARKA MERCEDES – BENZ – GENEZA MARKI
2. IDEA MARKI MERCEDES – BENZ
3. LOGO MARKI
4. MISJA, WIZJA I WARTOŚCI MARKI MERCEDES – BENZ
5. OFERTA PRODUKTÓW
6. STATYSTYKA SPRZEDAŻY MARKI MERCEDES – BENZ W POLSCE I NA ŚWIECIE
7. ANALIZA MARKETINGOWA MARKI (DZIAŁANIA PROMOCYJNE ORAZ BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI MERCEDES – BENZ)
8. STRONA INTERNETOWA MARKI
9. GŁÓWNI KONKURENCI MARKI MERCEDES – BENZ W BRANŻY MOTORYZACYJNEJ
10. PROGNOZY ROZWOJU RYNKU DLA MARKI
11. CHARAKTERYSTYKA MAREK KONKURENCYJNYCH
12. CIEKAWOSTKI DOTYCZĄCE MARKI MERCEDES – BENZ
13. ŹRÓDŁA

SAMOCCHODY OSOBOWE - GENEZA

O pierwszych samochodach można mówić już w XIX wieku, lecz głównie były to powolne trójkołowe pojazdy. Za konstruktora pierwszych samochodów uznaje się Carla Benza, którego pojazd Benz Patent-Motorwagen Nummer 1 powstał w 1885 roku. O produkcji masowej samochodów można mówić dopiero od początków XX wieku. Wtedy Henry Ford założył firmę Ford Motor Company i w związku z dużym zainteresowaniem otworzył pierwszą linię montażową samochodów osobowych.

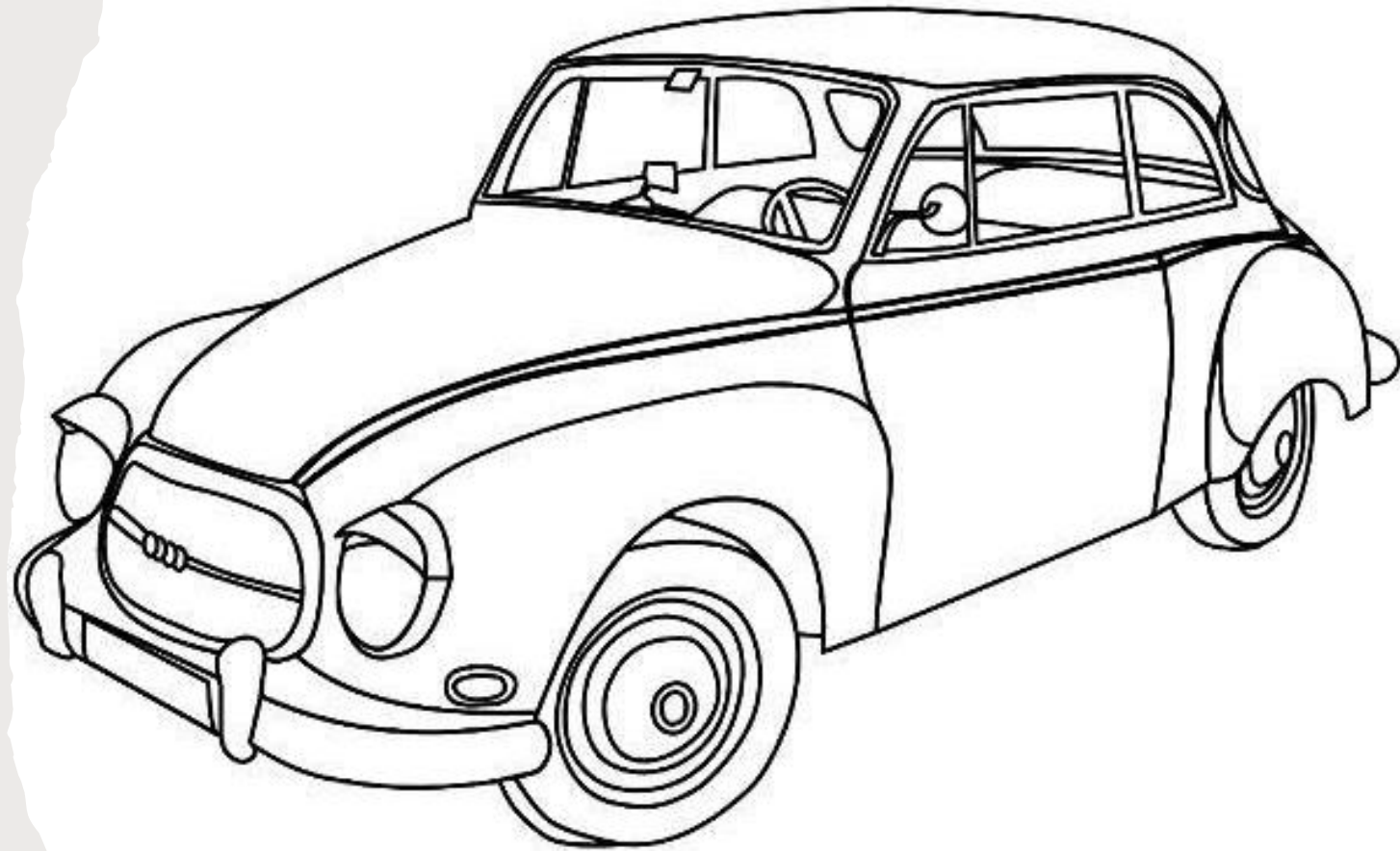


SAMOCODY OSOBOWE - TYPY ORAZ PRZEZNACZENIE

Samochody osobowe, tak jak wynika z nazwy, służą do przemieszczania się przez ludzi. Istnieje całkowite multum typów nadwozia i segmentów, które umieszczają dane modele w pewnych ramach, dzięki czemu można wiedzieć, czego się spodziewać po danym samochodzie.

Wyróżnione segmenty samochodów:

- A;B;C;D;E;F;S;H;J;M;



SEGMENT A

Samochody z segmentu A to najmniejsze dostępne na rynku i służą raczej jedynie do poruszania się po mieście, gdyż dłuższe trasy z racji na wielkość, pojemność i ilość przestrzeni w środku nie są zbyt komfortowe. Typowi przedstawiciele tego segmentu to na przykład Fiat 500, Peugeot 108, Toyota Aygo, czy ze starszych modeli legendarny w Polsce "Maluch", czyli Fiat 126p.



SEGMENT B

Samochody z segmentu B to już nieco większe mieszczuchy, w których powinny pomieścić się cztery osoby. Bagażnik nie oferuje zbyt dużej pojemności, ale wciąż jest możliwe przejechanie w nich średnich dystansów wynoszących od kilkudziesięciu do ponad stu kilometrów w dość komfortowy sposób. Najbardziej typowe modele z segmentu B to Toyota Yaris, Volkswagen Polo, Opel Corsa, czy Fiat Punto.



SEGMENT C

Segment C to tak zwane kompakty. Świetnie sprawdzają się w mieście, ale i na trasie pozwalają już na podróż 4 dorosłych osób wraz z bagażem. Nie są jednocześnie zbyt wielkie, dzięki czemu łatwiej się nimi parkuje, a do tego oferują raczej dość oszczędne silniki.

Najpopularniejsze kompakty to kultowy Golf, Audi A3, Honda Civic, czy też Opel Astra.



SEGMENT D

Litera D oznacza się już samochody klasy średniej. Są dłuższe, pojemniejsze i lepiej wyposażone, a do tego mają mocniejsze silniki i bardzo dobrze sprawdzają się jako samochody rodzinne lub na trasę. W tym segmencie znajdziemy takie samochody, jak Volkswagen Passat, Mercedesa klasy C, lub BMW serii 3.



SEGMENT E

W segmencie E wchodzimy już do naprawdę luksusowych aut. Są one dość spore i stanowią pomost pomiędzy klasą D oraz F. Wyposażenie należy do bogatych, a w roli samochodów na trasę sprawdzają się idealnie. Przedstawiciele tego segmentu to Audi A6, Mercedes klasy E, czy też Volvo S90.



SEGMENT F

Segment F jest najwyższym z możliwych. Znajdziemy w nim ultra luksusowe wyposażenie, a także ultra wygórowane ceny. Do tej klasy zalicza się na przykład Audi A8, BMW serii 7, czy też Mercedesa klasy S.



SEGMENT S

Segment F jest najwyższym, lecz nie ostatnim.

Nie należy zapominać o autach sportowych, które zaliczamy do segmentu S. Są to naturalnie najszybsze samochody świata, których silniki, jak i hamulce oraz zawieszenie mają sprawić, że będą w stanie jeździć szybko zarówno w zakrętach, jak i na prostych. Popularne samochody klasy S: Audi R8, Porsche 911, Lamborghini Aventador, Chevrolet Corvette, Maserati GranTurismo, BMW serii 6.



SEGMENT H

Do segmentu H zalicza się kabriolety, czyli auta posiadające charakterystyczne nadwozie bez stałego dachu. Auta w tej klasie to zmodyfikowane wersje modeli z segmentu B, C i S.

Popularne samochody klasy H: BMW serii 2 Cabrio, Fiat 124 Spider, Mazda MX-5, Mini Cabrio, Porsche 718 Boxster.



SEGMENT J

W segmencie J odnaleźć można różnego rodzaju samochody terenowe, przede wszystkim SUV-y, ale także auta off-roadowe. SUV-y klasy J łączą w sobie zalety samochodu sportowego i użytkowego, który doskonale sprawdza się w każdym terenie. Są bardzo funkcjonalne i wygodne, a niektóre modele posiadają luksusowe wyposażenie. Popularne samochody klasy J: Range Rover, Porsche Cayenne, Kia Sorento, Jeep Cherokee, Volvo XC90.



SEGMENT M

Segment M obejmuje pojazdy, które charakteryzuje przestronne wnętrze. Do tej klasy należą głównie vany i minivany, które przeznaczone są dla więcej niż 5 osób. Charakteryzuje je także pojemna przestrzeń bagażowa. Wyposażenie aut klasy M jest zróżnicowane, ale bardzo przypomina to znane z aut rodzinnych. Popularne samochody klasy M: Opel Zafira, Peugeot 807, Toyota Sienna, Renault Espace, Seat Alhambra.



PODZIAŁ SAMOCHODÓW ZE WZGLĘDU NA TYP NADWOZIA



- **Nadwozie Coupé** - charakteryzuje się bardziej opływową i płaską stylistyką w porównaniu do pozostałych typów nadwozia. Z powodu nisko opadającej ku dołowi linii dachu w samochodzie jest mało miejsca zwłaszcza dla pasażerów tylnej kanapy.
- **Nadwozie Hatchback** - Nadwozie typu hatchback to rodzaj nadwozia z dodatkowymi drzwiami z tyłu nadwozia umożliwiającymi dostęp do przedziału pasażerskiego oraz bagażnika.
- **Nadwozie Kabriolet** - Nadwozie typu kabriolet (convertible) charakteryzuje się brakiem stałego dachu oraz bocznych pionowych słupków. Dach w kabrioletcie może być składany lub zdejmowany.
- **Nadwozie Kombi** - Nadwozie typu kombi to nadwozie dwubryłowe o wydłużonej tylnej części, która przeznaczona jest zazwyczaj na bagaż. Nadwozia typu kombi najczęściej występują w odmianie pięciodrzwiowej, chociaż można spotkać również odmiany trzydrzwiowe.

- **Nadwozie Liftback** - Nadwozie typu liftback to nadwozie trójbryłowe, jest wyposażone w dodatkowe drzwi umożliwiające dostęp zarówno do bagażnika, jak i do przedziału pasażerskiego. Różnica jest taka, że pokrywa bagażnika wraz z szybą jest bardziej pochylona.



- **Nadwozie typu Limuzyna** - Limuzyna to luksusowy pojazd najczęściej trójbryłowy czterodrzwiowy przeznaczony do przewozu pasażerów VIP. Może posiadać od czterech do kilkunastu miejsc siedzących.



- **Nadwozie Minivan** - to najczęściej jednobryłowe nadwozie wielozadaniowego samochodu osobowego, chociaż bywają też odmiany dwubryłowe. Nazwa minivan pochodzi od słowa van, które oznacza samochód dostawczy typu furgon.



- **Nadwozie Pick-up** - to dwu- lub trójbryłowe nadwozie samochodu dostawczego lub osobowego samochodu terenowego w którym zaraz za kabiną pasażerską znajduje się skrzynia ładunkowa wkomponowana w nadwozie.



- **Nadwozie Sedan** - Sedan, kareta, notchback to określenie klasycznego zamkniętego nadwozia trójbryłowego samochodu osobowego. Od lat 50 do 90 XX wieku sedan był najczęściej spotykanym rodzajem nadwozi samochodowych.



KLASYFIKACJA
SAMOCHODÓW OSOBOWYCH
ZE WZGLĘDU NA
DODATKOWE CECHY

- Pojemność silnika
- Moc silnika
- Rodzaj napędu
- Rodzaj paliwa
- Skrzynia biegów



NAJBARDZIEJ ZNANE MODELE SAMOCHODÓW OSOBOWYCH - PODZIAŁ WG FLAGOWEGO MODELU NAJBARDZIEJ ZNANYCH MAREK

VOLSKWAGEN
Golf



OPEL
Corsa



FORD
Focus



BMW
Seria 3 (E46)



TOYOTA
Yaris



AUDI
A3



RENAULT
Megane



FIAT
Panda



PEUGEOT
206



ŠKODA
Fabia



NAJBARDZIEJ ZNANE MODELE SAMOCHODÓW OSOBOWYCH- HYBRYDOWE I ELEKTRYCZNE



TOYOTA PRIUS



NISSAN LEAF



TOYOTA C-HR



TESLA
MODEL 3 / MODEL S





MERCEDES AMG

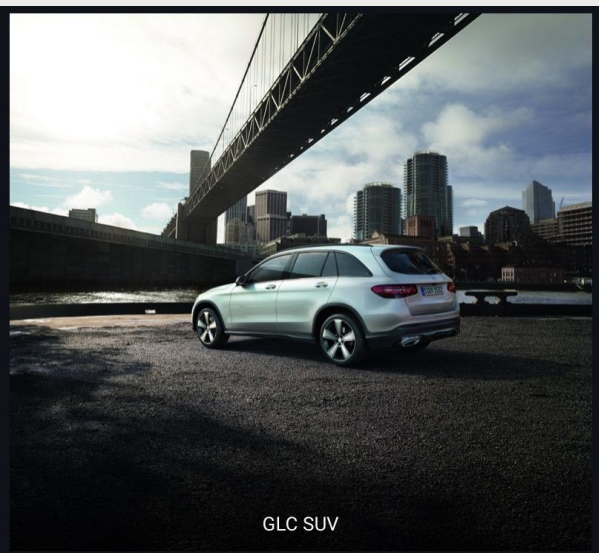
Mercedes klasy A to jeden z najbardziej znanych przedstawicieli samochodów premium z segmentu C. Swoją popularność zawdzięcza kompaktowym rozmiarom, przestronnemu wnętrzu i wyjątkowym wyposażeniu.

MERCEDES GLC SUV ORAZ COUPE

Mercedes GLC, będący następcą modelu GLK, jest kompaktowym crossoverem. Zadebiutował w 2015 roku. GLC dzieli wiele z klasy C, na której bazuje konstrukcja tego SUVa. Te dwa modele dzielą ze sobą wiele ze stylistyki jak i podzespołów. Mercedes GLC jest również dostępny w wersji coupe.



GLC Coupe



GLC SUV

MERCEDES AMG CLA SHOOTING BRAKE ORAZ COUPE

Produkowany od 2013 roku, Mercedes CLA tak jak klasa A należy do kompaktów z grupy samochodów luksusowych. Jest to sedan z linią nadwozia bardzo nawiązującą do linii coupe.





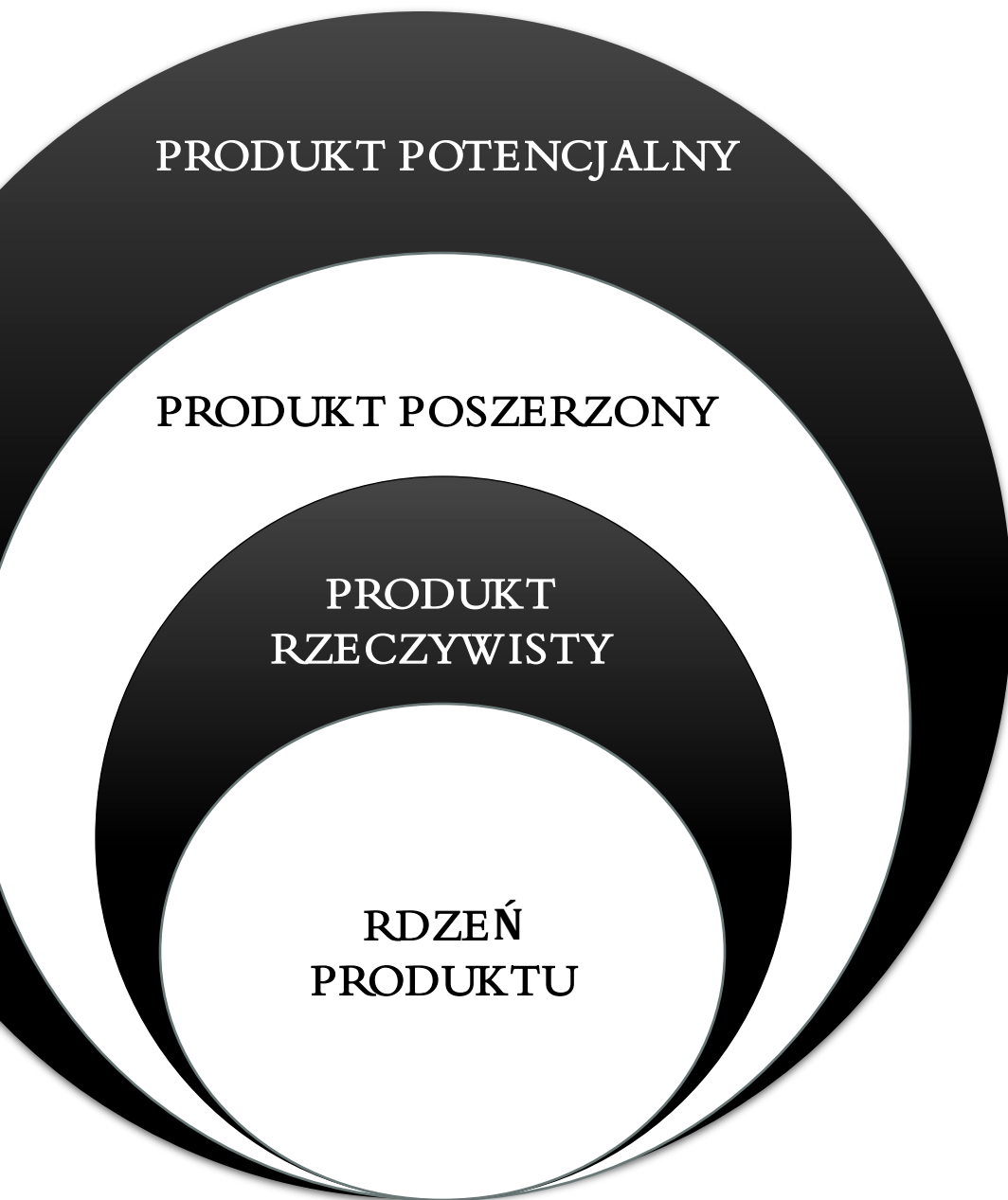
MERCEDES KLASA E

Klasa E plasuje się pomiędzy mniejszym Mercedesem klasy C i flagową klasą S. Pierwsza generacja zadebiutowała w 1993 roku i od początku zyskała uznanie klientów za swoją niezawodność. Obecna, piąta generacja, jest promowana jako najbardziej zaawansowany technicznie samochód ze stajni Mercedes-Benz.

MERCEDES KLASA C

Mercedes klasy C należy do grupy premium w segmencie D. Do prowadzenia modelu CLA był bazowym modelem Mercedes-Benz. Czwarta generacja (W205) została zaprezentowana w 2014 roku. Pod względem stylistycznym, klasa C nawiązuje do CLA jak i klasy S.





ANALIZA MARKETINGOWA SAMOCHODY OSOBOWE

PRODUKT POTENCJALNY

DODATKOWE AKTUALIZACJE OPROGRAMOWANIA
KOMPUTEROWEGO, DOPOSAŻENIE W DODATKOWE OPCJE, ZAKUP
DODATKOWYCH ELEMENTÓW WYSTROJU WNĘTRZA SAMOCHODU,
MODERNIZACJE SYSTEMOWE

PRODUKT POSZERZONY

PRZEDŁUŻONA GWARANCJA NA SAMOCHÓD, DODATKOWE CZĘŚCI
ZAPASOWE, ATRAKCYJNA OFERTA KREDYTU, CAŁODOBOWA LINIA OBSŁUGI
KLIENTA, MOŻLIWOŚĆ ZMIANY KOLORYSTYKI

PRODUKT RZECZYWISTY

NADWOZIE, PODWOZIE, SILNIK, UKŁAD HAMULCOWY, KIEROWNICA,
KAROSERIA, KOŁA, SZYBY, CENA, KOLORYSTYKA, LICZBA FOTELI, MODEL,
MARKA, KLIMATYZACJA, FUNKCJE ELEKTRYCZNE

RDZEŃ PRODUKTU

ŚRODEK TRANSPORTU, KOMFORT JAZDY, BEZPIECZEŃSTWO PODCZAS JAZDY,
INWESTYCJA FINANSOWA

STRATEGIA MARKETINGOWA SAMOCHODU OSOBOWEGO - NA PRZYKŁADZIE MARKI MERCEDES - BENZ



Strategia marketingowa produktu jakim jest samochód osobowy bazuje na podstawach marketingu mix zawierającego elementy 4P –

Produkt · Cena · Dystrybucja · Promocja.

Marketing-mix Mercedes Benz pokazuje, jak fantastyczną są firmą i jak według Business Week Magazine jest jedną z najbardziej znanych marek samochodowych na świecie. To głośne osiągnięcie jest wynikiem połączenia ciężkiej pracy, cierpliwości i doskonałej realizacji dobrze przemyślanego planu marketingowego.

POLITYKA ASORTYMENTOWA

The image shows a car configurator interface. On the left, a sidebar lists configuration options: Wersje silnikowe, Wersje, Nadwozie, Wnętrze, Pakiety, Multimedia i bezpieczeństwo, Napęd i układ jezdny, and Twoja konfiguracja. The main area displays three car models:

- Mercedes-AMG A 200:** Price 168 132 zł. Engine: 120 kW + 10 kW (163 KM + 14 KM). Transmission: Automatycznie. Features: Najczęściej kupowany.
- Mercedes-AMG A 35 4MATIC:** Price 233 232 zł. Engine: 225 kW + 10 kW (306 KM + 14 KM). Transmission: Automatycznie. Features: Najwyższa moc.
- Camry Comfort HYBRID:** Price 178 900 zł. Engine: 2,5 Hybrid Dynamic Force.
- Camry Prestige HYBRID:** Price 186 900 zł. Engine: 2,5 Hybrid Dynamic Force.
- Camry Executive HYBRID:** Price 199 900 zł. Engine: 2,5 Hybrid Dynamic Force.

Technical specifications for the Camry models are provided in a table below each model's name:

Model	Bezstopniowa automatyczna 4X2	Pojemność bagażnika	Emisja CO2	Średnie zużycie paliwa	Prędkość maks.	Moc maksymalna
Camry Comfort HYBRID	524 litrów	120 g/km	5.3 litry/a	180 km/h	218 KM	
Camry Prestige HYBRID	524 litrów	120 g/km	5.3 litry/a	180 km/h	218 KM	
Camry Executive HYBRID	524 litrów	120 g/km	5.3 litry/a	180 km/h	218 KM	

Firmy branży samochodowej wykorzystują hierarchie produktową. Oznacza to oferowanie swoim klientom co najmniej dwóch produktów tego samego rodzaju. Często klienci decydują się na zakup produktu na podstawie porównania innych produktów podobnego typu. Tworzenie hierarchii produktów pozwala potencjalnym konsumentom rozważyć zalety i wady każdej opcji, pomagając im sfinalizować decyzję o zakupie. Elementy, które mogą różnić się w każdym z modeli to pojemność i moc silnika, linie (rodzaje) wykończenia, dodatki, rodzaj napędu, personalizacja, rodzaj paliwa, rodzaj skrzyni itp.

PRODUKT

Mercedes Benz od zawsze kojarzony był ze światowej klasy marką samochodów, autobusów, autokarów, cenionych ze względu na swój luksusowy charakter.

Produkt jest najważniejszym "P" w marketingu mix Mercedes-Benz.

Napęd

Rodzaj napędu

Benzyna

Elektryczny

Hybrydowy
(benzyna)

Hybrydowy (olej
napędowy)

Olej napędowy

Moc (kW)

Od
100



Do
650

Model

CLA

CLS

EQC

EQE

EQS

GLB

GLC

GLE

GLS

Klasa A

Klasa C

Klasa E

Klasa S

Mercedes-AMG GT

SLC

Nadwozie



Coupé



Kombi



Kompaktowa
limuzyna



Limuzyna



Limuzyna dtuga



Roadster



Shooting Brake



SUV

RÓŻNICOWANIE PRODUKTU MARKI MERCEDES-BENZ

Dla marki Mercedes istotną rolę odgrywają materiały wysokiej jakości, jakość, najlepsze wykonanie, tradycyjne rzemiosło, najnowocześniejsze rozwiązania techniczne i przyszłościowe wzornictwo. Ta różnorodność odzwierciedlana jest poprzez wprowadzanie zróżnicowanych strategii tworzenia produktu i ich przydatności. Kilka przykładów:

- **Mercedes-AMG** - Modele AMG mają dynamiczny, sportowy charakter. Samochody te mają wyjątkowy w skali światowej charakter, który kierowany jest do każdego odbiorcy.
- **EQ** – nowa marka motoryzacji elektrycznej – Mercedes przedstawił nową markę motoryzacji elektrycznej – EQ (elektryczna inteligencja). Jest to nowa odsłona połączenia emocji i inteligencji – podstawowych wartości Mercedes-Benz. Model skupia w sobie wszystkie najważniejsze aspekty związane z mobilnością elektryczną uwzględniające wymagania klienta i wykraczające poza sam samochód.



POLITYKA CENOWA



NOWE SANDERO

już od 59 900 zł

[odkryj](#)

[konfiguruj](#)

Corolla Sedan



OD 89 900 ZŁ

Klasa A Limuzyna

od 164 800 zł ^[a]

Dostępne hybrydy



Panamera



Cena bazowa: 452 000 PLN

Firmy branży samochodowej wykorzystują hierarchie cenową. Ustalanie punktów cenowych i przedziałów cenowych dla produktów firmy jest głównym problemem w tym aspekcie marketingu mix. Ceny wpływają na postrzeganą wartość marek i produktów oraz sprzedaż na rynkach wrażliwych na ceny.

Możemy zaklasyfikować producentów samochodów ze względu na widełki cenowe samochodów dostępnych na rynku

CENA

Mercedes Benz to luksusowa marka samochodów premium. Będąc w segmencie luksusowym, przeznaczony jest dla segmentu niszowego, który ceni jakość bardziej niż cenę. Strategia cenowa marketingu mix Mercedes Benz polega na ustalaniu cen w oparciu o jego cechy i konkurencję. Każdy model samochodu marki Mercedes może mieć inną cenę w zależności od zastosowanych zmian.

ZRÓŻNICOWANIE CEN W ZALEŻNOŚCI OD MODELU (\$ NAJNIŻSZA/NAJWYŻSZA)

Klasa T
od 131 537 zł [a]



Mercedes-Maybach Klasa S
od 917 300 zł [a]



ZRÓŻNICOWANIE CEN TYLKO KLASY C - KONFIGURATOR

Wybrano ★ Najczęściej kupowany

C 180
198 000 zł

125 kW + 15 kW (170 KM + 20 KM) [4] super

Automatycznie

Przyspieszenie od 0 do 100 km/h	8,6 s
Rodzaj napędu	Napęd na tylną oś
Średnie zużycie paliwa [2]	6,3 l/100km
Średnia emisja CO ₂ [2]	143 g/km

C 200
208 400 zł

150 kW + 15 kW (204 KM + 20 KM) [4] super

Automatycznie

Przyspieszenie od 0 do 100 km/h	7,3 s
Rodzaj napędu	Napęd na tylną oś
Średnie zużycie paliwa [2]	6,3 l/100km
Średnia emisja CO ₂ [2]	144 g/km

Wybierz

★ Najniższe zużycie

C 300 de
296 500 zł

145 kW + 95 kW (197 KM + 129 KM) [4]

Hybridowy (Olej napędowy) Automatycznie

Przyspieszenie od 0 do 100 km/h	6,2 s
Rodzaj napędu	Napęd na tylną oś
Zasięg elektryczny (EAER) [2]	111 km
Zużycie energii średnio [2]	18,4 kWh/100km
Średnie zużycie paliwa [2]	0,4 l/100km
Średnia emisja CO ₂ [2]	12 g/km

Wybierz

★ Najwyższa moc

AMG
Mercedes-AMG C 43 4MATIC
376 100 zł

300 kW + 10 kW (408 KM + 14 KM) [4] super plus

Automatycznie

Przyspieszenie od 0 do 100 km/h	4,6 s
Rodzaj napędu	Napęd na wszystkie koła
Średnie zużycie paliwa [2]	8,7 l/100km
Średnia emisja CO ₂ [2]	197 g/km

Wybierz

RÓŻNICOWANIE STRATEGII DYSTRYBUCJI

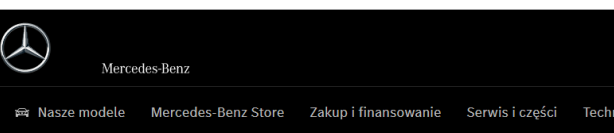
Strategia dystrybucji to szereg sposobów dostarczenia produktu do konsumenta oraz metod za pomocą których faktycznie sprzedawany jest produkt lub usługa. Jest to o tyle ważne, że umożliwiają one firmie dotarcie do docelowych klientów na określonych rynkach i obszarach. Dla samochodów osobowych może być to:

1. **Witryna internetowa:** Dzięki niej klienci mogą uzyskać dostęp do informacji o danych modelach, cenach, wariantach konfiguracji w aspekcie wizualnym jak i konstrukcyjnym. Dodatkowo, można w łatwy sposób porównać kilka egzemplarzy oraz zlokalizować najbliższy salon sprzedaży.
2. **Salony autoryzowanej sprzedaży:** tutaj klient może fizycznie zobaczyć produkt, uzyskać pomoc oraz informacje na nurtujące pytania, odbyć jazdę próbną i złożyć zamówienie, a także poznać techniki finansowania oferowane przez firmę.
3. **Sprzedaż na rynku wtórnym:** możliwość zakupu samochodu osobowego jest dostępna również na rynku wtórnym, zarówno online, jak u prywatnych sprzedawców i autoryzowanych sprzedawców oferujących sprzedaż samochodów używanych swoich marek spod swoich skrzydeł

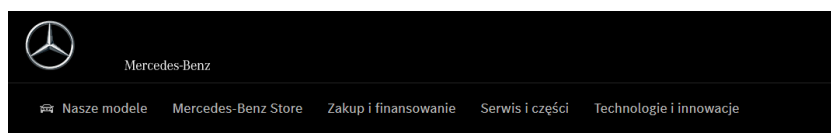
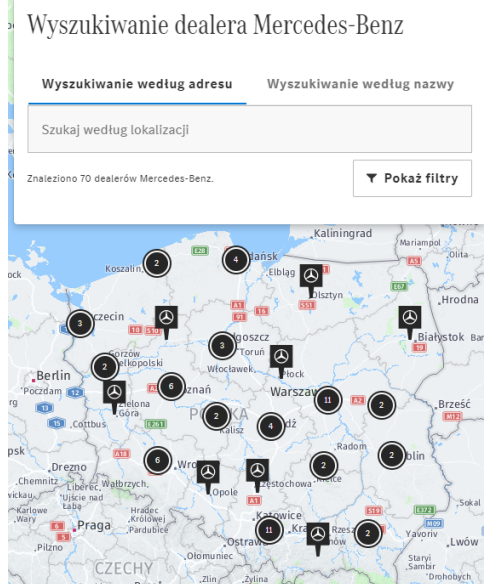
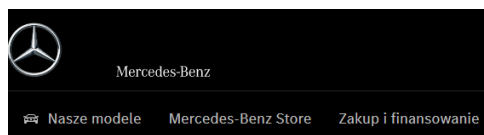
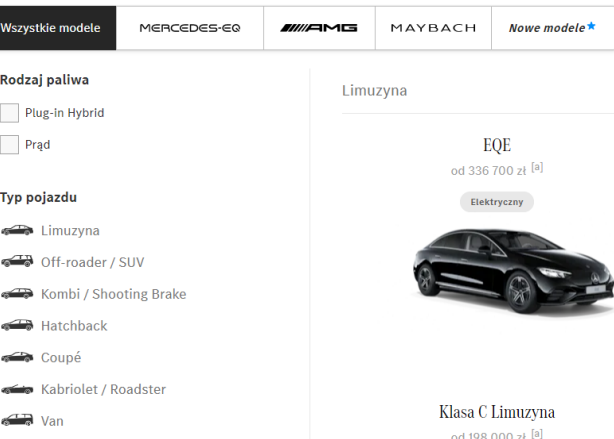
DYSTRYBUCJA

Samochody marki Mercedes-Benz są obecne na całym świecie. Główne rynki to Chiny, Azja i kraje Pacyfiku, Europa, Niemcy, Ameryka Północna itd. Globalny zasięg pokazuje silne miejsce i strategię dystrybucji w marketingu mix. Mercedes ma setki dealerów w największych metropoliach i miastach na całym świecie. Ma swoje fabryki i zakłady w Azji, Ameryce Północnej, Ameryce Południowej, Afryce oraz Europie

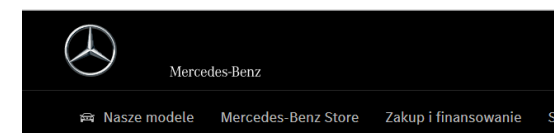
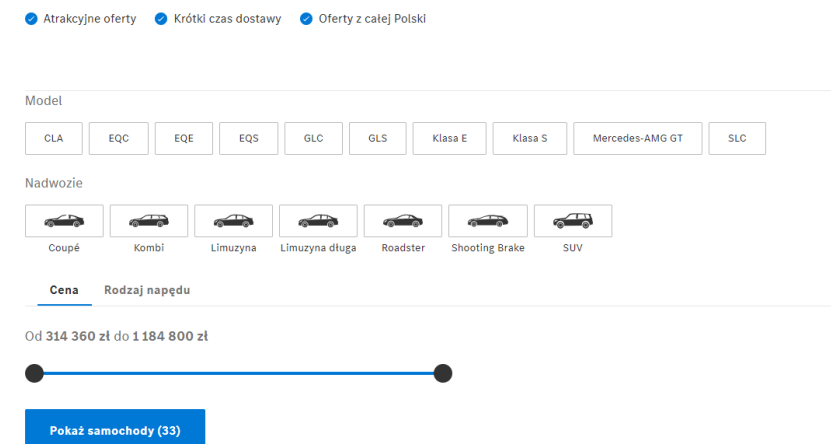
STRONA INTERNETOWA – KONFIGURATOR /MAPA PUNKTÓW /SKLEP ONLINE SAMOCHODÓW /REZERWACJA ONLINE JAZDY PRÓBNEJ



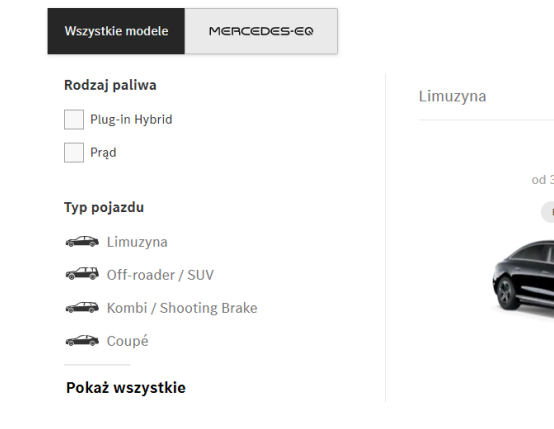
Konfigurator samochodów



Poznaj nasze nowe samochody dostępne od ręki.



Rezerwacja online jazdy testowej



DYSTRYBUCJA

Samochody marki Mercedes-Benz są obecne na całym świecie. Główne rynki to Chiny, Azja i kraje Pacyfiku, Europa, Niemcy, Ameryka Północna itd. Globalny zasięg pokazuje silne miejsce i strategię dystrybucji w marketingu mix. Mercedes ma setki dealerów w największych metropoliach i miastach na całym świecie. Ma swoje fabryki i zakłady w Azji, Ameryce Północnej, Ameryce Południowej, Afryce oraz Europie

SALONY AUTORYZOWANEJ SPRZEDAŻY

Spain	Germany	Slovakia	Hungary	United States
Netherlands	Sweden	France	Portugal	Mexico
Russian Federation	Luxembourg	Switzerland	South Africa	Canada
United Kingdom	Czech Republic	Austria	Egypt	Argentina
Greece	Italy	Belgium	New Zealand	Brazil
Denmark	Romania	Poland	Australia	

Obecnie Mercedes-Benz obsługuje na całym świecie około 6500 punktów sprzedaży i serwisu Mercedes, z czego około 1000 w Niemczech.



DYSTRYBUCJA

Samochody marki Mercedes-Benz są obecne na całym świecie. Główne rynki to Chiny, Azja i kraje Pacyfiku, Europa, Niemcy, Ameryka Północna itd. Globalny zasięg pokazuje silne miejsce i strategię dystrybucji w marketingu mix. Mercedes ma setki dealerów w największych metropoliach i miastach na całym świecie. Ma swoje fabryki i zakłady w Azji, Ameryce Północnej, Ameryce Południowej, Afryce oraz Europie

SPRZEDAŻ SAMOCHODÓW UŻYWANYCH

Mercedes-Benz Certified: nasza gwarancja jakości.

- [Na pierwszy rzut oka](#) >
- [Minimum 24 miesiące gwarancji](#) >
- [Gwarancja mobilności](#) >
- [Kontrola stanu technicznego](#) >
- [3 miesiące / 3 000 km bez przeglądów](#) >
- [Mercedes me connect](#) >
- [Sprawdzony przebieg](#) >
- [Odkup samochodu](#) >
- [Finansowanie](#) >
- [Pakiety serwisowe](#) >
- [Jazda testowa w przeciągu 24 godzin](#) >

Mercedes-Benz Certified: certyfikowane samochody używane.

Oferta obejmuje maksymalnie 6-letnie samochody osobowe Mercedes-Benz o przebiegu do 150 000 kilometrów. Tylko samochody, które pomyślnie przeszły kontrolę stanu technicznego, mogą uzyskać nasz certyfikat.

Nasze używane samochody Mercedes-Benz Certified wyróżniają się również dodatkowymi obietnicami oraz dalszymi atrakcyjnymi zaletami. Nie ważne czy wybierzesz samochód tradycyjny, hybrydę plug-in czy elektryka – każdy certyfikowany Mercedes jest dopasowany do Ciebie.

[Przejdź do wyszukiwarki samochodów używanych](#)



Sobiesław Zasada Automotive Sp. z o.o. Sp. j.

- [Jazda próbna](#)
- [Wizyty Serwisowej](#)
- [Kontakt](#)
- [Samochody używane](#)



[ul. Armii Krajowej 17](#)
30-150 Kraków

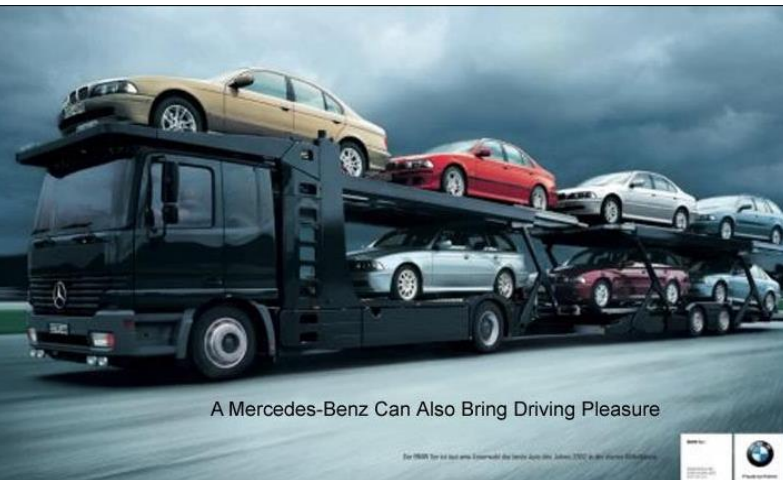
info-krakow@zasadaauto.mercedes-benz.pl

<https://www.zasadaauto.mercedes-benz.pl>

+48 12 639 55 00

+48 12 639 55 11

STRATEGIA PROMOCYJNA - REKLAMA



WYPRZEDAŻ 2022

ATRAKCYJNY RABAT BONUS NA DOWOLNIE WYBRANE AKCESORIA 1 000 ZŁ KORZYŚCI NA ZABEZPIECZENIACH ANTYKRADEŻOWYCH DO 2 800 ZŁ EKONOMUS DLA HYBRID 1,5% LUB 7,3%

DOSTĘPNE OD REKI W WYPRZEDAŻY 2022 → **COROLLA SEDAN** AYGO X YARIS YARIS CROSS COROLLA HATCHBACK COROLLA TS KOMBI TOYOTA C-HR TOYOTA BZ4X LAND CRUISER

POZOSTAŁE MODELE → COROLLA CROSS CAMRY RAV4 HILUX PROACE PROACE VERSO PROACE CITY PROACE CITY VERSO

COROLLA SEDAN DOSTĘPNE OD REKI

ZOBACZ CENNIK 2022 SZCZEGÓŁY OFERTY > CENA OD: 89 900 ZŁ KORZYŚĆ DO: 7 500 ZŁ

BEZPIECZEŃSTWO I MOBILNOŚĆ DLA WSZYSTKICH RENAULT

KONKURS!
"TWÓJ POMYSŁ...
TWÓJA INICJATYWA"

SZKOŁA

SZKOŁNE KLUBY BEZPIECZEŃSTWA

PKCETY ENRADO JNE

E-LEARNING

WYGRAJ I ZABIERZ SWOICH UCZNIÓW W MAGICZNE MIEJSCE. DISNEYLAND W PARYŻU CZEKA!

MIĘDZYNARODOWY PROGRAM EDUKACYJNY DLA SZKÓŁ PODSTAWOWYCH.

SZCZEGÓŁY NA STRONIE WWW.BEZPIECZENSTWO.RENAULT.PL

DRIVE THE CHANGE

Firmy branży samochodowej, w strategii promocyjnej marketingu mix wykorzystują wszystkie kanały medialne, takie jak telewizja, prasa, Internet, billboardy, twarz marki itp. Sposoby te nazywane są również działaniami komunikacji marketingowej. Dodatkowo używanym narzędziem jest też obniżka cen raz w roku często hucznie ogłaszana. Ponadto, ważną rolę odgrywa również szeroko pojęte Public Relations: Firma może wzmacniać swój wizerunek, angażując się w działalność charytatywną, sponsoring oraz przestrzegając CSR (społecznej odpowiedzialności biznesu). Równie ważna jest też sprzedaż osobista: produkty można promować za pomocą sprzedaży osobistej wysokiej jakości w salonach dealerskich.

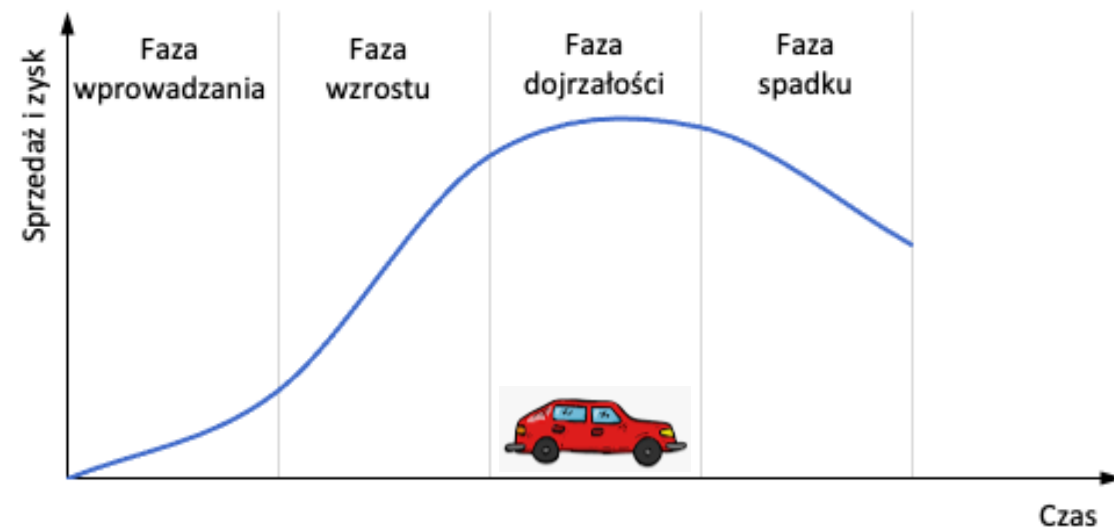
PRZEBIEG CYKLU ŻYCIA SAMOCHODÓW OSOBOWYCH

Wszystkie produkty mają określony cykl życia. W tym procesie wyróżnia się przede wszystkim **cztery** główne fazy:

- wprowadzenie produktu na rynek;
- zwiększenie wielkości sprzedaży produktu;
- nasycenie rynku i osiągnięcie dojrzałości rynkowej;
- schyłek zainteresowania produktem i jego wycofanie z rynku.

Długość cyklu zależy od specyfiki towaru, popytu na rynku oraz potrzeb konsumentów. Może to być proces kilkutygodniowy, kilkudniowy, a czasem nawet wieloletni. Ponadto każdy produkt przeżywa różne fazy swojego istnienia.

W przypadku poszczególnych modeli samochodów trwa on średnio 5-6 lat.



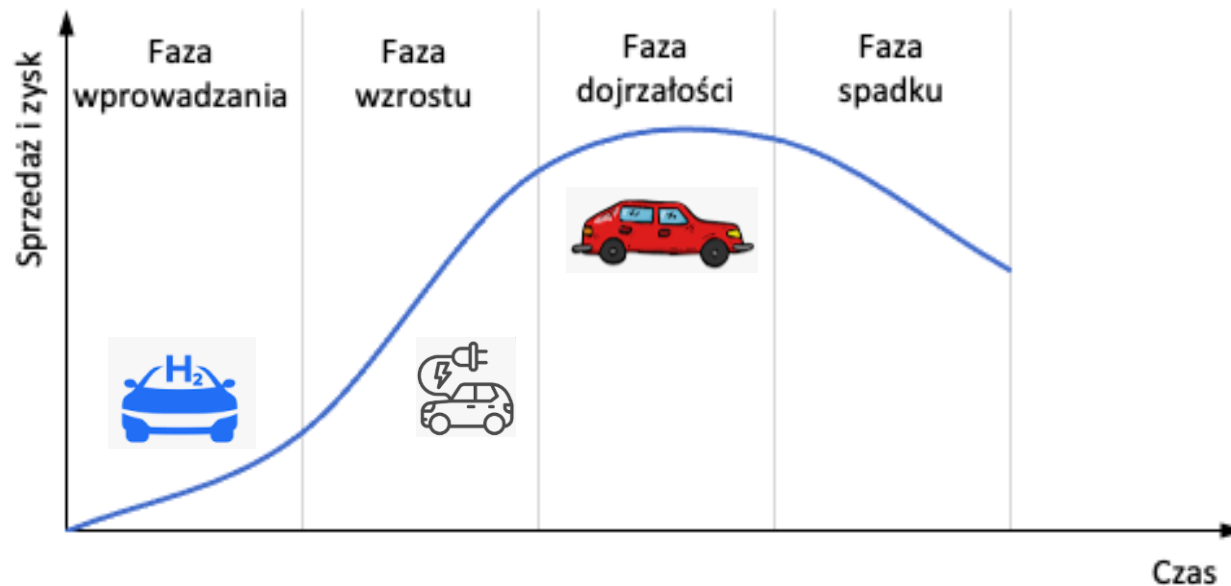
Samochód osobowy traktowany ogólnie jako produkt osiągnął już fazę dojrzałości

PRZEBIEG CYKLU ŻYCIA SAMOCHODÓW OSOBOWYCH

Samochód osobowy traktowany ogólnie jako produkt osiągnął już fazę dojrzałości

Samochody z napędem elektrycznym wciąż znajdują się w fazie wzrostu – z racji mocnego trendu oraz procesów legislacyjnych wpływających na zmianę wykorzystania energii zamiast paliw kopalnianych na energię elektryczną - trend ten będzie rosnąć a "zielone" samochody osiągną w niedługim czasie fazę dojrzałości

Samochody wodorowe – to wciąż dość nieznaną i jedynie częściowo eksplorowaną gałąź motoryzacji – firmy wciąż pracują nad wymyśleniem odpowiedniego produktu, który będzie odpowiedzią na potrzeby rynku. Produkt ten wciąż rozpoczyna swój cykl życia - faza wprowadzania



PRZEBIEG CYKLU ŻYCIA SAMOCHODÓW OSOBOWYCH

W przypadku poszczególnych modeli samochodów trwa on średnio 5-6 lat. Dla odświeżenia pamięci o danym modelu i przedłużenia jego cyklu życia, producenci samochodów stosują tzw. "face lifting".

Lifting jest także elementem komunikacji modelu, a to pozwala na utrzymanie lub zwiększenie trendu sprzedaży.

W szybko zmieniającym się i dynamicznym środowisku rynkowym lifting jest stosowany również jako odpowiedź na pojawiające się w tym samym czasie nowe modele konkurencji



1. Klasa S W108 (1965-1972)



2. Klasa S W116 (1972-1980)



3. Klasa S W220 (1998-2005)



4. Klasa S W222 (2013-2020)



5. Klasa S W223 (2020-)

PERSPEKTYWY ROZWOJU SAMOCHODÓW OSOBOWYCH

Niezaprzeczalnie najbliższa perspektywa rozwoju samochodów osobowych to ciągły rozwój elektro mobilności. Samochody elektryczne w dużej mierze są bardzo wdzięcznym elementem idei Przemysłu 4.0, według której zarządzanie przedsiębiorstwem opiera się na integracji ludzi oraz sterowanych cyfrowo maszyn z Internetem i technologiami informacyjnymi. Unia Europejska dąży do ograniczenia do 2050 r. emisji gazów cieplarnianych z transportu o 90% w porównaniu z poziomem z 1990 r. Całkowite wyłączenie z obiegu pojazdów z napędem spalinowym ma nastąpić w 2035 roku

Dodatkowo, producenci samochodów osobowych przenoszą swoje wizje rozwoju motoryzacji tworząc samochody koncepcyjne, które w teorii powinny w przyszłości zrewolucjonizować tę gałąź przemysłu. Dla przykładu:



Model Concept EQA - elektryczny atleta

Elektryczna inicjatywa Mercedes-Benz demonstruje, w jaki sposób strategia EQ może zostać przeniesiona do klasy kompaktowej, a jednocześnie jest kolejnym przykładem systematycznej ewolucji designu.

PERSPEKTYWY ROZWOJU SAMOCHODÓW OSOBOWYCH



BMW iX Flow – samochody zmieniające kolor

Za naciśnięciem jednego przycisku iX Flow może całkowicie zmienić kolor. Lakier zawiera miliony mikrokapsułek z ujemnie naładowanymi białymi pigmentami i dodatnio naładowanymi czarnymi pigmentami. W zależności od ustawienia samochód może być czarny, biały lub szary. Istnieje również możliwość stworzenia wzoru na powierzchni auta.



Meta Materials - Heads Up Displays (HUD)

Technologia wykorzystująca hologramy do pokazania kluczowych informacji bezpośrednio w oczach kierowcy. Meta Materials twierdzi, że pomogłoby to kierowcy skupić się na drodze bez patrzenia na konsole wyświetlacza w samochodzie. Oczywiście kierowcy nie musiałyby dostosowywać się do różnych jasności (ekran vs. Droga)



Wizja przeszłości - latające samochody

Już w 1940 roku Henry Ford powiedział, że „nadchodzi połączenie samolotu i samochodu, możesz się uśmiechać, ale to nadejdzie”. Słowacka firma projektowo-rozwojowa AeroMobil zainwestowała już 350 000 godzin w projektowanie i testy, aby stworzyć swój najnowszy dwumiejscowy statek zdolny do latania ponad 460 mil z prędkością 99 mil na godzinę. Koszt – 1.6m \$.



Autonomiczne samochody – Google Waymo One™

Firma Google rozpoczęła projekt autonomicznego samochodu w 2009 roku i przejechała ponad 20 miliardów kilometrów w świecie rzeczywistym i symulacji, dążąc do stworzenia tytułu „Najbardziej doświadczony kierowca na świecie”. W rzeczywistości Waymo One™ oferuje już w pełni autonomiczne przejazdy taksówkami w Arizonie, gdzie klienci pobierają aplikację i zamawiają taką taksówkę.



Mercedes-Benz

GENEZA MARKI MERCEDES-BENZ

Historia marki Mercedes-Benz rozpoczęła się w 1883 roku, kiedy to **Karl Benz** założył w Mannheim przedsiębiorstwo o nazwie Benz & Co. rozpoczynając tym samym prace nad stworzeniem samochodu. Kilka lat później, bo w 1890 roku Gottlieb Daimler zarejestrował inną firmę, która nosiła nazwę Daimler-Motor-Gesellschaft, w skrócie DMG. Oba przedsiębiorstwa funkcjonowały w pełni niezależnie, dając podwaliny przyszłej marce.



Zmiany w gospodarce Niemiec związane z wybuchem I wojny światowej sprawiły, że oba przedsiębiorstwa rozpoczęły stałą współpracę, która wraz z rozwojem w 1926 roku połączyła siły. Spółka rozpoczęła produkcję samochodów pod marką **Mercedes-Benz**.



IDEA MARKI MERCEDES - BENZ

Mercedes – Benz jest obecnie jedną z najlepiej rozpoznawalnych marek samochodów na świecie. Produkowane przez nią pojazdy słyną z niezawodności, imponujących osiągnięć i innowacji oraz ze staranności wykonania.

To samochody luksusowe i kosztowne, a marka jest ikoną motoryzacji, która przeniknęła również do popkultury i z łatwością zajęła w niej należne sobie miejsce.

Firma koncentruje się na rozwoju, produkcji i sprzedaży samochodów osobowych, dostawczych oraz usług.

Ponadto firma aspiruje do bycia liderem w dziedzinie łączności, zautomatyzowanej jazdy i napędów alternatywnych dzięki swoim przyszłościowym innowacjom.

Mercedes-Benz jest jednym z wiodących światowych dostawców samochodów premium i luksusowych. W 2021 roku sprzedał blisko 2,3 mln pojazdów. Mercedes-Benz stale rozwija swoją światową sieć produkcyjną z ponad 40 zakładami produkcyjnymi na czterech kontynentach dostosowując się do wymagań mobilności elektrycznej. Jednocześnie firma rozwija globalną sieć produkcji akumulatorów na trzech kontynentach. Zrównoważone działania odgrywają decydującą rolę w obu działach biznesowych.

LOGO MARKI

Charakterystyczne logo z trójramienną gwiazdą w okręgu pojawiło się na autach wiele lat temu. Emil Jellinek, europejski przedsiębiorca motoryzacyjny, który współpracował z DMG, zarejestrował znak towarowy nazywając model z 1901 roku na cześć swojej córki – **Mercedes**.



1902



1909



1909



1916



1926



Mercedes-Benz

2008



Mercedes-Benz

2009



Mercedes-Benz

Current Logo



MISJA

Zainspirowanie i stworzenie wyjątkowego miejsca do pracy i prowadzenia biznesu. Dzięki przejrzystej atmosferze, inwentaryzacji samochodów premium i zindywidualizowanej obsłudze klienta, tworzą luksusowe zakupy, na które klienci naprawdę zasługują.

Firma chce również ustanowić przejrzyste i uczciwe działania wewnątrz firmy oraz z klientami.

Firma zamierza wprowadzać innowacje do przemysłu samochodowego i zapewniać każdemu klientowi luksusowe wrażenia, których poszukuje.

Oferują doskonałą obsługę klienta, w której każdy klient jest traktowany jak „królewska osoba”, a wszystkie jego pytania i problemy są załatwiane.

Luksusowe doświadczenie: Firma chce zapewnić luksusowe wrażenia każdemu klientowi, który zwróci się do niego z pragnieniem posiadania luksusowego i bogatego w funkcje samochodu.

WIZJA

Główną wizją firmy jest wprowadzanie zmian w przemyśle motoryzacyjnym poprzez projektowanie szybkich samochodów, wspaniałych silników z przekładniami samochodowymi i nie tylko. Z wizji tej firmy samochodowej wynikają następujące kluczowe aspekty.





WARTOŚCI MARKI MERCEDÉS-BENZ

Pasja – Firma ma pasję do projektowania samochodów najwyższej klasy, które są symbolem doskonałego wzornictwa i technologii.

Szacunek – Wzajemny szacunek i akceptacja różnorodności są obecne w organizacji, zapewniając pozytywne i zdrowe środowisko pracy.

Uczciwość – firma sprzyja tworzeniu pozytywnego środowiska, obejmującego różnorodne idee i ideologie.

Dyscyplina – Kierowanie się dyscyplinarnym podejściem w metodologii pracy sprawiło, że marka wyprzedziła ligę.

Doskonałość – nic poza tym, co najlepsze, jest tym, co oznacza Mercedes.

CHARAKTERYSTYKA SAMOCHODÓW MERCEDES-BENZ

Mercedes-Benz, to marka samochodów osobowych, produkowanych przez niemiecki koncern Daimler AG. Mercedes to marka, pod którą produkowane są samochody osobowe, dostawcze, ciężarowe i użytkowe oraz autobusy. Wśród samochodów osobowych, Mercedes postrzegany jest jako jedna z najbardziej prestiżowych marek świata.



KLASYCZNE MODELE SAMOCHODÓW MERCEDES-BENZ

Mercedes-Benz 500K – model K to jeden z najstarszych w historii marki pojazdów. Produkowany był w latach 1934 – 1936. Był bardzo luksusowym pojazdem dostępnym wyłącznie w wersji dwudrzwiowego kabrioletu, powstało jedynie 324 jego egzemplarzy.

Mercedes-Benz 190 SL – był sportowym modelem, którego produkcja rozpoczęła się w 1955 roku, a zakończyła w 1963r. Produkowany był jako dwudrzwiowy samochód o nadwoziu typu coupe lub roadster z silnikiem czterocylindrowym o pojemności 1,9 litra, który pozwalał. Fabrykę opuściło 25881 egzemplarzy tego modelu.

Jedną z najpopularniejszych w historii motoryzacji była klasa S Mercedesa, a pierwszym spośród wielu modeli stworzonych w jej ramach – model W116, którego nawet dziś jeszcze można podziwiać na polskich drogach.



PODZIAŁ SAMOCHODÓW MERCEDES-BENZ - OSOBOWE



KLASA A



KLASA B



KLASA C



KLASA E



KLASA S



CLA

PODZIAŁ SAMOCHODÓW MERCEDES-BENZ - OSOBOWE



CLS



GLA



GLB



GLC



GLE



KLASA G

PODZIAŁ SAMOCHODÓW MERCEDES-BENZ - CIEŻAROWE, DOSTAWCZE, AUTOBUSY



ACTROS



KLASA V



CONNECTO

Marka Mercedes – Benz oprócz samochodów osobowych zapewnia również flotę samochodów dostawczych, ciężarowych oraz autobusów.

PODZIAŁ SAMOCHODÓW MERCEDES-BENZ - ELEKTRYCZNE



EQA/EQC



EQB



EQE



EQS

MERCEDES-AMG PETRONAS FORMULA 1 TEAM

2022



F1 W13 E Performance



F1 M13 E Performance

Najbardziej wartościowe marki motoryzacyjne według raportu Best Global Brands 2022 firmy Interbrand

Miejsce w Top 100	Marka	Wartość marki (mld USD)
6	Toyota	59,757
8	Mercedes-Benz	56,103
12	Tesla	48,002
13	BMW	46,331
26	Honda	22,837
35	Hyundai	17,314
46	Audi	14,976
48	Volkswagen	14,819
50	Ford	14,431
53	Porsche	13,504

Najbardziej wartościowe marki na świecie wg raportu Best Global Brands 2022 firmy Interbrand

Miejsce	Marka	Sektor	Wartość marki (mld USD)
1	Apple	Technologie	482,215
2	Microsoft	Technologie	278,228
3	Amazon	Sprzedaż	274,819
4	Google	Technologie	251,751
5	Samsung	Technologie	87,689
6	Toyota	Motoryzacja	59,757
7	Coca-Cola	Napoje	57,535
8	Mercedes-Benz	Motoryzacja	56,103
9	Disney	Media	50,325
10	Nike	Produkty sportowe	50,289

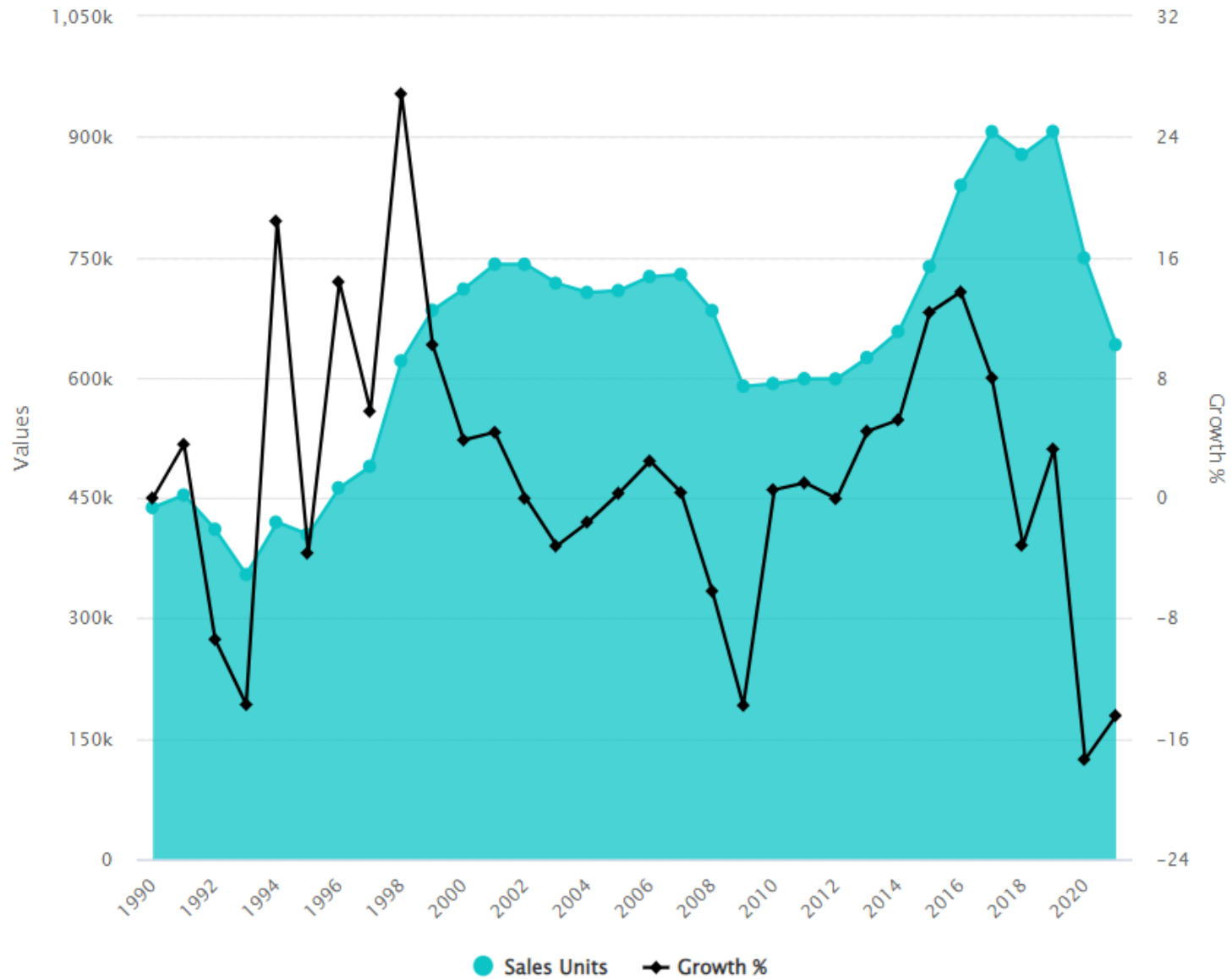
W rankingu najbardziej wartościowych marek na świecie firmy Interbrand Mercedes-Benz zajął ósme miejsce. W raporcie Best Global Brands 2022 marka została wyceniona na 56,1 miliardów dolarów.

MERCEDES-BENZ WŚRÓD MAREK NIEMIECKICH



Z wartością marki wynoszącą 52,4 miliarda euro, Mercedes-Benz jest najcenniejszą niemiecką marką.

ROCZNY WYKRES SPRZEDAŻY POJAZDÓW



MERCEDES-BENZ CARS – SPRZEDAŻ JEDNOSTEK WEDŁUG REGIONÓW

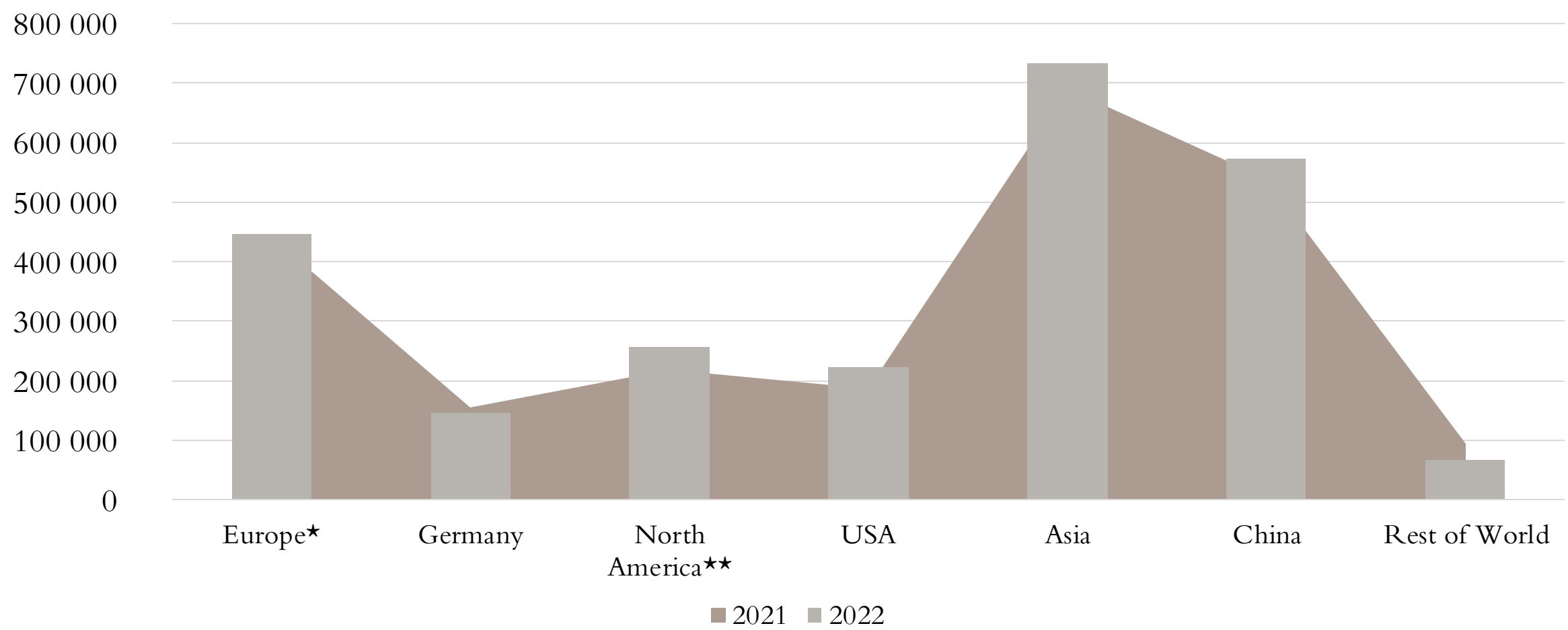
Mercedes-Benz Cars – Units Sales by Region

(in units)	Q3 2021	Q4 2021	Q1 2022	Q2 2022	Q3 2022	Q3 : Q3 Change
Wholesales (including smart)	383,450	500,421	487,008	487,116	530,414	+38%
Europe*	120,087	161,228	151,343	149,909	146,138	+22%
Germany	45,074	63,791	49,992	47,616	48,364	+7%
North America**	56,336	73,308	74,188	96,232	86,239	+53%
USA	46,198	64,181	64,723	83,249	74,932	+62%
Asia	180,674	241,040	239,443	217,403	277,329	+53%
China	132,579	194,809	186,087	164,611	222,641	+68%
of which locally produced vehicles	89,390	155,618	142,246	124,657	181,200	+103%
Rest of World	26,353	24,845	22,034	23,572	20,708	-21%

* European Union, United Kingdom, Switzerland and Norway.

** USA, Canada and Mexico.

MERCEDES-BENZ CARS SPRZEDAŻ JEDNOSTEK WEDŁUG REGIONÓW



*EU, UK, Switzerland, Norway
**USA, Canada, Mexico

STATYSTYKI SPRZEDAŻY SAMOCHODÓW MARKI MERCEDES - POLSKA 2021

W 2021 r. Mercedes-Benz dostarczył polskim klientom 20 025 nowych samochodów.

Polska okazała się w 2021 r. czternastym co do wielkości rynkiem zbytu nowych Mercedesów na świecie

W 2021 r. Mercedes-Benz umacniał się w najbardziej ekskluzywnych segmentach polskiego rynku motoryzacyjnego.

Najlepiej sprzedającym się Mercedesem w 2021 r. w Polsce był SUV klasy wyższej GLE, który znalazł 3181 nabywców i osiągnął blisko 16-procentowy udział w sprzedaży marki.

W 2021 r. nowe Mercedesy z napędami alternatywnymi (całkowicie elektryczne oraz hybrydy typu Plug-in) stanowiły aż 13,4% całkowitej sprzedaży marki w Polsce.

Roczna sprzedaż sportowych modeli przekroczyła ponad 2000 sztuk. Oznacza to, że co dziewiąty nowy Mercedes rejestrowany w Polsce to właśnie model AMG.



RÓŻNICOWANIE STRATEGII

#Desire: Mercedes-Benz twierdzi, że buduje najbardziej pożądane samochody na świecie i konsekwentnie rozwija swoją luksusową pozycję.

#SensualPurity: Filozofia projektowania Sensual Purity w wyjątkowy sposób łączy piękno z niezwykłością, aby tworzyć nieoczekiwane i pożądane doświadczenia, które przekraczają oczekiwania klientów.

#UnexpectedMoments: Zmieniając pozycję luksusowej marki, Mercedes-Benz zmienia swoją komunikację i marketing. Nacisk kładziony jest na tworzenie niezapomnianych i wyjątkowych chwil, które zapewniają spójne doświadczenia marki we wszystkich punktach kontaktu z klientami na całym świecie - a tym samym budują zainteresowanie markami z gwiazdą.

#DigitalArt: Cyfrowy luksus ma kluczowe znaczenie, jeśli chodzi o tworzenie pożądanego luksusu jutra. Dlatego w przyszłości sztuka cyfrowa będzie odgrywać ważną rolę w Mercedes-Benz. Firma jest jedynym producentem samochodów, który dołączył do konsorcjum luksusowych marek Aura Blockchain jako członek-założyciel - aby przenieść cyfrowe doświadczenie luksusu na wyższy poziom.

SEGMENTY KONSUMENTÓW

- Samochody marki Mercedes-Benz są kupowane przez klasę średnią, wyższą i osoby zamożne.
- Przeciętny właściciel Mercedesa ma średni dochód w gospodarstwie domowym w wysokości 250 tys. dolarów.
- Mercedes-Benz, jako marka samochodów wysokiej klasy i luksusu, przyciąga do swoich pojazdów wysoko opłacanych klientów, którzy chcą samochodu najlepszej jakości
- Klienci Mercedes-Benz są zwykle stabilni finansowo i dobrze opłacani, kupują najnowsze modele, bo chcą tylko tego, co najlepsze.

Klienci Mercedes-Benz to:

- Ludzie w średnim wieku
- Głównie mężczyźni
- Osoby posiadające wykształcenie wyższe

Klienci Mercedes-Benz oczekują:

- Wysokiej jakości wnętrza
- Profesjonalnej obsługi klienta
- Wyrafinowanego wyglądu zewnętrznego
- Dobrej jakości silnika



STRATEGIA MARKETINGOWA MERCEDES-BENZ

Mercedes zbudował świadomość marki poprzez różne działania zorientowane na klienta. Strategia ta łączy nowe działania w zakresie marketingu, sprzedaży i obsługi posprzedażnej, a jej głównym celem jest zaoferowanie klientowi obsługi najwyższej jakości.

Mercedes dba o to by kontakt z marką był jeszcze bardziej atrakcyjny, zwłaszcza dla nowych, młodszych grup nabywców – wprowadza rozwiązania bezpośrednio wpływające na dbałość o środowisko, oparte na innowacyjnych, zróżnicowanych formach sprzedaży m.in. możliwość kontaktu z klientem on-line oraz internetowe rozwiązania komunikacyjne dla dealerów.



Designed for the
wilderness. Enjoyed
in the city.

The new GLA.

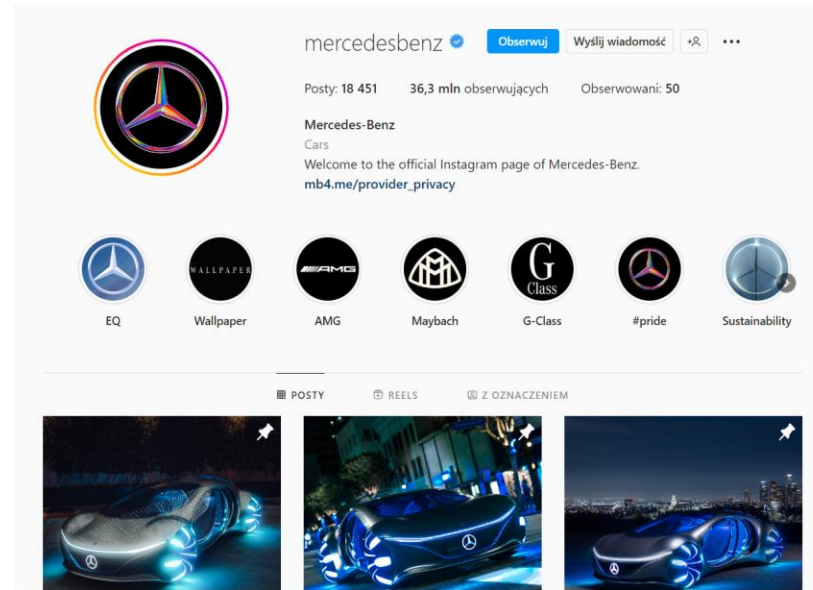


STRATEGIA MARKETINGOWA

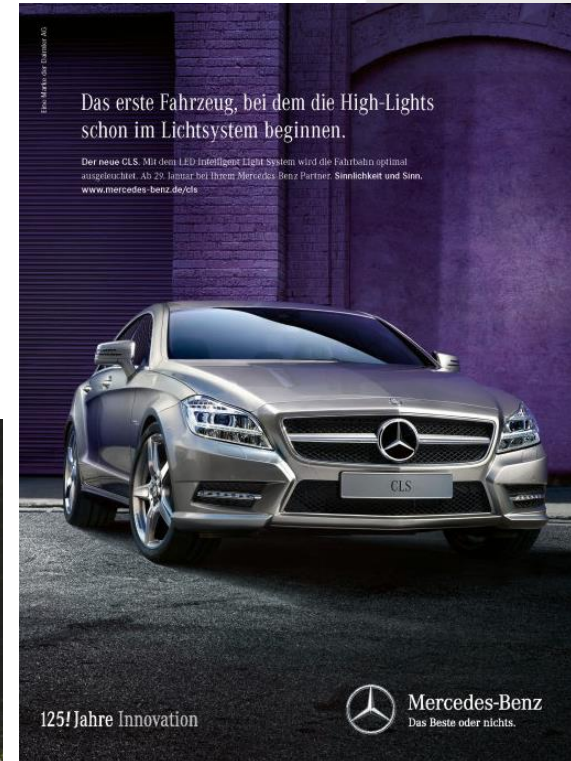
Strategia promocyjna marketingu mix Mercedes Benz wykorzystuje wszystkie kanały medialne, takie jak telewizja, prasa, Internet, billboardy itp. Strategia marketingowa Mercedesa zawsze koncentrowała się na produktach, technologii itp., ale wraz ze zmieniającymi się czasami i nastawieniem klientów firma zdecydowała się również na zwiększenie komunikacji z konsumentami na całym świecie za pośrednictwem marketingu internetowego, obecności w mediach społecznościowych, prasie itp.



REKLAMA WIZUALNA – BANER REKLAMOWY



INSTAGRAM MERCEDES – BENZ



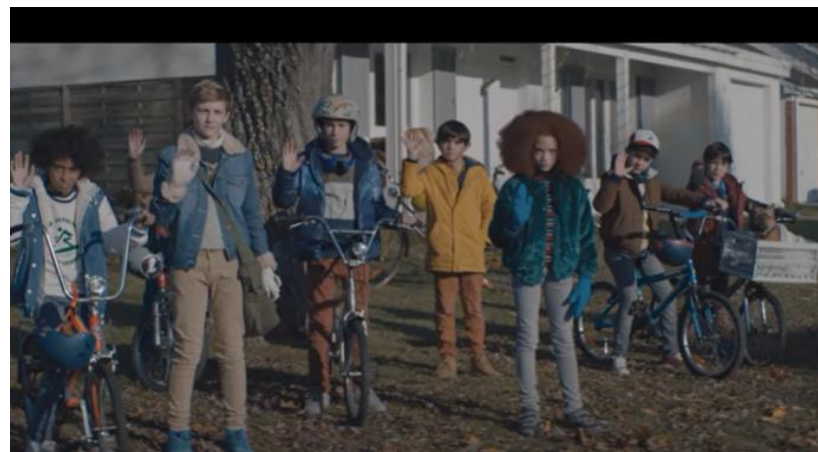
JUBILEUSZOWA REKLAMA
PLAKAT / PRASA



REKLAMA W METRZE – HONG KONG



MAYBACH ATELIER



W przypadku nowego w pełni elektrycznego SUVa EQC, Mercedes - Benz stworzył kampanię reklamową z udziałem piosenkarza **The Weeknd** oraz z wykorzystaniem jego utworu "Blinding Lights"

<https://www.youtube.com/watch?v=g7eZHGbAGZO>

Mocno zainspirowany hitem **Netflix „Stranger Things”**, Mercedes-Benz odważnie reklamuje swoją funkcję parkowania z wykorzystaniem „Pilota zdalnego parkowania” w Mercedes Me. Funkcja ta jest dla grupy dzieci na rowerach dziwnym i nieodkrytym zjawiskiem – jak w serialu.

<https://www.youtube.com/watch?v=noeauu9sq4>



Pierwsza w Polsce reklama aktywowana głosem. Chcąc podkreślić kluczowe rozwiązanie CLA (Mercedes User Experience) oraz nasilający się trend takich rozwiązań, **stworzono reklamę, którą tak jak nowego Mercedesa CLA, można sterować głosem.** Użytkownik mógł sam zdecydować – i oznajmić to za pomocą sterowania głosowego – którą część auta chce zobaczyć (zarówno wnętrze jak i nadwozie, a także ofertę finansowania).

FORMY BUDOWANIA ŚWIADOMOŚCI MARKI

- **MercedesTrophy 2022** - międzynarodowy amatorski turniej golfowy, w którym rywalizują golfiści z całego świata
- **Luxe drive Experience** - przejażdżki, w trakcie których miłośnicy motoryzacji mają okazję jeździć samochodami marki Mercedes w trudnych lokalizacjach.
- Mercedes-Benz zaprezentował technologię **Digital Light**, która ma na celu poprawę bezpieczeństwa i komunikacji z innymi kierowcami i pieszymi poprzez wyświetlanie sygnałów na drodze



SKLEP INTERNETOWY VOYAGER GROUP MERCEDES-BENZ

Menu KOLEKCJA GADŻETY ODZIEŻ AMG MOTOSPORT MODELKI AKCESORIA POLECANE PRODUKT SEZONU GIFT CARDS BLOG

Kolekcja TRAVEL

Nowa klasa podróży z gadżetami i akcesoriami Mercedes-Benz.

Sprawdź



Kolekcja modeli



Zegarki



ZEGAREK DAMSKI GLAMOUR

646,00 zł

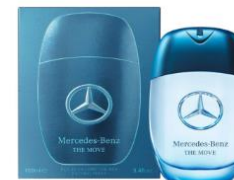
Do koszyka



MERCEDES-BENZ POP EDITION 60ML

293,00 zł

Do koszyka

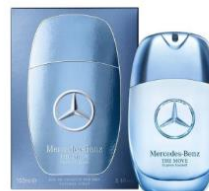


MERCEDES-BENZ THE MOVE 100ml

351,00 zł

Do koszyka

NOWOŚĆ



MERCEDES-BENZ THE MOVE EXPRESS YOU...

322,00 zł



DEKIELEK FELGI MERCEDES-BENZ CZARNY ...

361,00 zł



CZAPKA Z DASZKIEM KLASYCZNE LOGO

117,00 zł

Voyager Group współpracuje z marką Mercedes-Benz w zakresie prowadzenia autoryzowanego serwisu samochodów tej marki jak i sprzedaży oryginalnych części zamiennych, akcesoriów i gadżetów Mercedes-Benz. W ofercie można znaleźć m.in. etui do kluczyków, perfumy Mercedes, zegarki czy nawet odzież tej marki.

STRONA INTERNETOWA MARKI MERCEDES - BENZ

The screenshot shows the Mercedes-Benz website homepage. At the top left is the Mercedes-Benz logo and the text "Mercedes-Benz". On the right side of the top navigation bar, there are links for "Dostawca serwisu / Polityka prywatności" and a search icon. Below this is a secondary navigation bar with links for "Modele", "Mercedes-Benz Store", "Zakup i finansowanie", "Serwis i części", and "Technologie i innowacje". On the far right of this bar is a link for "Logowanie do Mercedes me".

The main content area features a large image of a silver Mercedes-Benz EQ SUV being charged at a station. A woman in a white top and black skirt is standing by the open rear door of the car, holding a light-colored coat. The text "Aktualne oferty." is prominently displayed on the left, with the subtext "Korzystaj z naszych atrakcyjnych propozycji." below it. A blue button with a right-pointing arrow contains the text "Samochody dostępne od ręki".

On the right side of the image, there is a vertical stack of five blue icons: a speech bubble, a gear, a steering wheel with a cross, a calendar, and a telephone. At the bottom right, there is a white chat bubble with a Mercedes-Benz logo icon, containing the text "Zespół wsparcia" and "Cześć, w czym mogę Ci pomóc?". A small black chat icon is also visible in the bottom right corner of the page.

Salon Online

Witamy w Salonie Online.

Wejdź w ekscytujący świat Mercedes-Benz, nie ruszając się z domu.



Witamy! 🙌

Jesteśmy tu dla Ciebie i czekamy na Twoje pytania lub opinie.

Ochrona danych

Poprzednie rozmowy >

Rozpocznij nową rozmowę

Mercedes me

Salon Online

W pełni elektryczne modele od Mercedes-EQ.

Kompaktowy EQA, przestronny EQC, a może EQS z zasięgiem do 770 km.



Marka Mercedes na stronie internetowej prezentuje wiele możliwości i usprawnień dla konsumentów, na przykład wirtualny czat, gdzie klient może zadać pytanie bądź wyrazić opinię na temat produktu. Dodatkowo Mercedes oferuje Salon Online, gdzie nabywca bez wychodzenia z domu może sprawdzić dostępne modele samochodów. Strona internetowa jest również wzbogacona o opis nowoczesnych, elektrycznych modeli aby zachęcić konsumentów do przedstawionej oferty.

MERCEDES ME CONNECT - APLIKACJA DO ZARZĄDZANIA SAMOCHODEM ZE SMARTFONA LUB KOMPUTERA

Poziom paliwa

Status **46%**



Zużycie (na 100 km)

Od rozruchu **14,9^l**






Od resetu **16,6 l**



Przebieg

Aktualnie **8 494^{km}**





Systemy i stan


-  Płyn chłodzący **OK**
-  Płyn do spryskiwaczy **OK**
-  Lampka ostrzeg. opon **OK**

Hamulce

-  Okładzina hamulc. **OK**
-  Płyn hamulcowy **OK**

Ciśnienie opon **OK**

-  Przód z lewej strony **203 kPa (2,0 bar)**
-  Przód z prawej strony **205 kPa (2,1 bar)**
-  Tył z lewej strony **193 kPa (1,9 bar)**
-  Tył z prawej strony **195 kPa (2,0 bar)**

 Przegląd za **11530 km**

Mercedes **me**

Witamy w Państwa pojeździe
Dostęp live do Mercedes me



WW754XE

Podróż
46%

Blokowanie drzwi

Lokalizacja pojazdu

Przegląd **Śledzenie**

Zadaniem aplikacji jest zwiększenie komfortu użytkowania, a także pomoc w razie problemów ze znalezieniem samochodu np. na parkingu.

Mercedes me connect umożliwia sprawdzenie podstawowych informacji na temat samochodu jak np. ilości paliwa w baku, aktualnej liczbie przejechanych kilometrów, średnim zużyciu paliwa, stanie płynu do spryskiwaczy, płynu chłodzącego, hamulcowego.

MUZEUM HISTORII MOTORYZACJI MARKI MERCEDES-BENZ

Muzeum Mercedes-Benz znajduje się w Stuttgarcie. Wyposażone jest w restaurację oraz sklep z pamiątkami i centrum sprzedaży (salonem). W muzeum znajduje się ponad 1500 eksponatów ustawionych na dwóch szlakach, które poświęcone są 125-letniej historii marki.

W Muzeum znajdują się m.in. modele używane przez najważniejsze osobistości na świecie.



FUNDACJA DAIMLERA I BENZA

Celem fundacji Daimler and Benz Foundation, instytucji charytatywnej, jest promowanie nauki i badań w celu lepszego zrozumienia wzajemnych relacji między człowiekiem, środowiskiem i technologią.

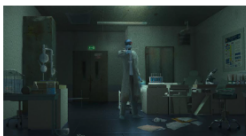
- Jest fundacją prawa cywilnego i dysponuje majątkiem fundacji o wartości około 125 mln EUR.
- Fundacja przyznaje granty naukowcom, których celem jest wzmacnianie autonomii i kreatywności kolejnego pokolenia naukowców.
- Fundacja podejmuje ważne problemy społeczne, które omawia z perspektywy naukowej w różnych programach promocyjnych „Wolność i samostanowienie w cyfrowym świecie”, „Roboty służby zdrowia” czy „Internet a zdrowie psychiczne”.
- Fundacja promuje społeczne postrzeganie nauki - organizuje imprezy masowe w Stuttgarcie, Berlinie i Bremie

Daimler and
Benz Foundation



current research promote experience Foundation **Press Room**

Press Releases



Psychology investigates anxiety and fear with virtual reality

November 21, 2022

Daimler and Benz Foundation funding project honoured with the XR Science Award 2022.

[Press information](#) [Image material](#)



Which is why walking is worth exploring.

October 5, 2022

Interview with Dr. Sandra Dinter, Associate Professor for British Studies, at University of Hamburg and Daimler and Benz Foundation Fellow

[Press information](#) [Image material](#)



Do gut bacteria determine whether a drug works?

July 6, 2022

Interview mit Dr. Michael Zimmermann, Biochemiker am EMBL und Stipendiat der Daimler und Benz Stiftung.

Daimler and Benz Foundation

PROGNOZY ROZWOJU MARKI

Podwyższone ceny, rentowność oraz spadek liczby wyprodukowanych aut mogą powodować zmniejszenie gamy modeli samochodów Mercedes z niższej półki cenowej. Celem będzie zdobycie pozycji najcenniejszej marki luksusowej na świecie. Mercedes określił **nowy kierunek rozwoju, który zdecydowanie zmierza w stronę luksusu**. Mercedes podzieli swoje modele na trzy kategorie: luksus bazowy, luksus podstawowy i luksus klasy najwyższej. A to oznacza też niestety wyższe ceny modeli. W przyszłości ponad 75 proc. wszystkich inwestycji będzie przeznaczonych na rozwój modeli luksusowych. Według producenta jest to odpowiedź na rosnący popyt w tym segmencie.

Jako kolejny filar najwyższej kategorii, Mercedes planuje limitowane i ultra-ekskluzywne modele specjalne dla lojalnych klientów i kolekcjonerów pod nazwą "Seria Mythos". Oczekuje się, że do 2026 roku udział w sprzedaży modeli z najwyższej półki wzrośnie o około 60 procent.



PROGNOZY ROZWOJU MARKI



Model Vision AMG, całkowicie elektryczna Klasa G, Mercedes-AMG SL służą jako wskazówka, w jakim kierunku zmierza Mercedes. Plan przejścia na napęd w pełni elektryczny do 2030 r. ma być realizowany wszędzie tam, gdzie będą na to pozwalały warunki rynkowe.

Nowa strategia oznacza prawdopodobny koniec Klasy A i B.

Restrukturyzacja jest planowana z powodu chęci wyższych zysków. Oprócz redukcji kosztów stałych Mercedes stawia też na wzrost rentowności oraz zamierza zmniejszyć liczbę dealerów na całym świecie o około 10 proc. Według prognoz 80 procent sprzedaży aut ma odbywać się za pośrednictwem sprzedaży bezpośredniej.

Zamiast klasycznych salonów samochodowych Mercedes przewiduje butiki, salony flagowe i centra doświadczeń jako fizyczne punkty kontaktu z klientem. Mercedes chce w przyszłości jeszcze mocniej łączyć opcje wyposażenia poszczególnych modeli w pakiety.

GŁÓWNI KONKURENCI MARKI MERCEDES-BENZ

Głównym konkurentem Mercedesa jest Audi. Dekadę temu głównym konkurentem Mercedesa było BMW. Innym bliskim konkurentem Mercedesa jest Porsche ze swoimi doskonale zaprojektowanymi samochodami.

Mercedes-Benz jest uważany za najlepszą markę samochodów luksusowych ze względu na komfortową jazdę, mocny silnik, najwyższej klasy funkcje bezpieczeństwa i doskonałe osiągi.



CHARAKTERYSTYKA MARKI KONKURENCYJNEJ - MARKA AUDI

CECHA	MARKA
DESIGN	Zarówno Audi, jak i Mercedes-Benz mają jedno z najlepiej wyglądających modeli samochodów na rynku. Jeśli chodzi o wygląd zewnętrzny, modele samochodów Audi w większości swoich modeli posiadają masywną kratę, która nadaje im unikalny wygląd. Nowsze modele Mercedesa stanowią doskonałe połączenie linii i zaokrągleń, które podobają się nabywcom. Jeśli chodzi o wnętrze, Mercedes Benz przewyższa dzięki skórzanemu wykończeniu.
WYDAJNOŚĆ	Zaletą marki Audi jest wydajność i technologia. Posiada ono napęd na wszystkie koła w standardzie, podczas gdy w Mercedesie jest on opcjonalny
NIEZAWODNOŚĆ	Zarówno Audi, jak i Mercedes Benz są pojazdami niezawodnymi i mogą służyć przez wiele lat. Jednak według różnych badań ustalono, że samochody Mercedes Benz są bardziej niezawodne niż Audi.
BEZPIECZEŃSTWO	Mercedes jest bezpieczniejszym samochodem dzięki swojej wysoce zaawansowanej technologii PRE-SAFE, która może automatycznie zatrzymać samochód, gdy wyczuje wypadek. Niezależnie od tego, Audi jest również bezpieczne, ponieważ jest wyposażone w pakiet Audi Driver Assistance Package.
CENA	Obie luksusowe marki samochodów są dość drogie, natomiast posiadają w swojej ofercie kilka przystępnych modeli samochodów. Modele samochodów Audi są tańsze niż modele Mercedes-Benz. W dłuższej perspektywie, samochody Audi są drogie w utrzymaniu z kosztownymi częściami zamiennymi.

CO CIEKAWE



Papież Benedykt XVI oraz Jan Paweł II jeździli papamobilem marki Mercedes-Benz.

W 1982 roku w samochodach marki Mercedes-Benz wprowadzono po raz pierwszy na świecie poduszki powietrzne i napinacze pasów.

Logo Mercedesa symbolizuje powietrze, ziemię i wodę.

Na pierwszą próbną jazdę Carl Benz zabrał żonę. Niestety podróż zakończyła się po uderzeniu w ścianę warsztatu z którego próbował wyjechać. Była to pierwsza i najkrótsza jazda próbna w historii.

Paliwo do pierwszych pojazdów skonstruowanych przez Carla Benza kupowane było w aptekach.

Od 1990 roku Mercedes-Benz jest generalnym sponsorem Niemieckiego Związku Piłki Nożnej i reprezentacji.

ŹRÓDŁA

- <https://mubi.pl/poradniki/klasy-samochodow/>
- <https://www.mbaskool.com/marketing-mix/products/16988-mercedes-benz.html>
- <https://writohub.com/marketing-mix-of-mercedes-benz/>
- <https://www.studocu.com/in/document/jamia-millia-islamia/balb-hons/abc-marketing-mix/10081775>
- <https://www.intotheminds.com/blog/en/marketing-mix-example-rimac/>
- <https://www.mercedes-benz.pl/passengercars/mercedes-benz-cars/dealer-locator.html/krakow/sobies%C5%82aw-zasada-automotive-sp-z-oo-sp-j/GS0030392>
- <https://menadzerfloty.pl/eko-flota/najpopularniejsze-hybrydy-polsce-wedlug-segmentow/>
- <https://ignition.altran.com/en/article/what-will-the-car-of-the-future-look-like/>
- <https://www.sciencefocus.com/future-technology/the-future-of-cars/>
- <https://www.novunavehiclesolutions.co.uk/news-and-insights/driving-tips/the-car-of-the-future-what-will-you-be-driving-in-2050/>
- https://magazynprzedsiębiorcy.pl/cykl-zycia-produktu#Faza_III_-_dojrzalosc_i_powolny_spadek_sprzedazy
- <https://www.daimler-benz-stiftung.de/cms/de/>
- <https://carsalesbase.com/europe-mercedes-benz/>
- <https://sklepmercedes.voyagergroup.pl/kategoria/kolekcja-gadzety-mercedes-benz>
- [https://pl.wikipedia.org/wiki/Mercedes_\(Formuła_1\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Mercedes_(Formuła_1))
- <https://group.mercedes-benz.com/dokumente/investoren/berichte/zwischenberichte/q3/mercedes-benz-ir-factsheet-q3-2022.pdf>