



Nowa spółka – Mercedes-Benz Trucks Polska

2 stycznia 2019 roku oficjalnie rozpoczął działalność Mercedes-Benz Trucks Polska, nowa spółka Daimler AG w Polsce. Jej utworzenie to kolejny krok drodze do coraz lepszego rozpoznawania i spełniania potrzeb tego sektora rynku. Decyzja koncernu o utworzeniu podmiotu dedykowanego wyłącznie klientom samochodów ciężarowych ma charakter globalny. W naszym kraju nowa spółka została wydzielona ze struktur dotychczasowej Mercedes-Benz Polska.

Celem strategicznym Mercedes-Benz Trucks Polska jest wyłączna koncentracja na realizacji potrzeb rynku pojazdów ciężarowych we wszystkich obszarach działalności – sprzedaży, serwisie, marketingu i PR oraz innych niezbędnych usług.

- Ta zmiana jest w istocie rzeczą efektem procesu, który rozpoczął kilka lat temu program Customer Dedication – wyjaśnia Przemysław Rajewski, Prezes Zarządu Mercedes-Benz Trucks Polska. – Dostrzeżliśmy wówczas, że klienci samochodów osobowych i dostawczych oraz ciężarowych wymagają coraz dokładniejszego dostosowania pod kątem różnych potrzeb, a nie działań skoncentrowanych jedynie na wspólnej marce Mercedes-Benz. Oczywiście sprzedaż pojazdów zawsze była rozłączna, ale wiele innych obszarów – takich jak serwis, obsługa posprzedażna, PR, marketing oraz inne usługi – działało wspólnie.

Nowa spółka jest efektem zmian zachodzących również w koncernie Daimler AG, o których decyzja zapadła jeszcze w połowie 2018 roku: było nią wydzielenie trzech głównych sektorów działalności: samochody osobowe i dostawcze, usługi finansowe oraz właśnie pojazdy ciężarowe i autobusy.

– To naturalne i zdrowe rozwiązanie, jeśli przyjrzeć się takim zagadnieniom jak np. serwis – mówi Przemysław Rajewski. – W przypadku pojazdów osobowych i dostawczych klienci poruszają się głównie w mieście, łatwo też zapewnić samochód zastępczy lub taksówkę w razie awarii. Tymczasem w transporcie międzynarodowym stacje dealerskie i serwisowe powinny leżeć poza miastami, bo potrzebują więcej przestrzeni, żeby pomieścić wszystkie potrzebne usługi. Poza tym ciężarówka nie może stać, musi pracować, a ze względu na specyfikę branży – zezwolenia, ładunki, dane pojazdu – podstawienie zastępczego ciągnika nie jest rozwiązaniem.

W efekcie zmiany nowa spółka Mercedes-Benz Trucks Polska zyska większą samodzielność i elastyczność. Nowa spółka nie stawia sobie za cel rewolucyjnych zmian, jest to raczej potwierdzenie kontynuacji i deklaracja pogłębienia obranego kierunku działań na poziomie strukturalnym.

Na jakie nowości mogą liczyć klienci Mercedes-Benz Trucks Polska?

– Dzięki tej zmianie będziemy bliżej naszych klientów, a drogi decyzyjne wewnątrz firmy będą krótsze i bardziej efektywne – wyjaśnia Magdalena Konarska, Wiceprezes Zarządu Mercedes-Benz Trucks Polska. – Klienci otrzymają szybciej lepiej dopasowane do ich potrzeb produkty i usługi. Jest to również odpowiedź Daimler AG na trendy biznesowe, takie jak digitalizacja, usieciowienie: chcemy dostarczać nie tylko pojazd, ale kompleksowe usługi

mobilne, finansowanie – wszystko dopasowane do potrzeb przedsiębiorcy transportowego. Polska jest obecnie czwartym rynkiem w Europie, jeśli chodzi o jego wielkość. Rośnie ilość zleceń transportowych – ale z drugiej strony narastają problemy z brakiem kierowców. Dlatego tak istotne jest, żeby producent samochodów ciężarowych był dla swoich klientów partnerem. Uważamy, że naszym zadaniem jako marki premium jest przygotowanie kompleksowej oferty skrojonej na miarę klienta, a do tego niezbędne jest pełne zrozumienie wszystkiego, co wiąże się z branżą, w której działa. Po to właśnie powstał Mercedes-Benz Trucks Polska – podsumowuje Magdalena Konarska.

W skład Zarządu Mercedes-Benz Trucks wchodzi
Przemysław Rajewski – Prezes Zarządu oraz Magdalena Konarska –
Wiceprezes Zarządu Mercedes-Benz Trucks.

Kontakt:

Piotr Głowacki Tel. +48 22 312 75 08 mobile: +48 698 697 508

piotr.glowacki@daimler.com

Dział Marketingu & PR Mercedes-Benz Trucks