
Deutschland-Vertrieb sieht neues Zeitalter anbrechen

Nun haben alle 98 Handelspartner von Mercedes-Benz Deutschland sich für das Agenturmodell entschieden. Der Vertrag ist unterschrieben, 2023 soll die neue Art der Zusammenarbeit starten. „Wir sind erfreut und dankbar über die große Zustimmung unserer Partner zu unserem Agenturmodell“, so Jörg Heinermann, Leiter Mercedes-Benz Cars Vertrieb Deutschland (MBD). „Wir beschreiten mit dem Agenturmodell in der Branche einen zeitgemäßen Weg, der einen wichtigen Meilenstein in ein neues Zeitalter des Vertriebs markiert.“

Beim Mercedes-Benz Agenturmodell steht die Vernetzung aller Vertriebsformen und Kontaktpunkte im Fokus. Die Kunden und Kundinnen haben künftig die Freiheit, sich für einen Vertriebskanal zu entscheiden, ganz gleich, ob sie sich im Autohaus mit Produktexperten austauschen, sich online informieren und im Netz den Kaufvertrag abschließen oder sowohl digital als auch physisch mit dem Handel in Kontakt treten wollen. Die Händler übernehmen dabei eine zentrale Rolle für die sogenannte „Customer Experience“ und ermöglichen eine nahtlose „Customer Journey“ – von der Recherchephase über den Kauf bis hin zur Fahrzeugübergabe. Zu den weiteren Vorteilen für die Kunden zählen die erhöhte Transparenz und die größere Auswahl der Fahrzeuge, weil er künftig das landesweite Fahrzeugangebot im Blick hat. (aum)

Bilder zum Artikel



Unternehmenszentrale für den Mercedes-Benz Vertrieb
Deutschland in Berlin.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler
