



Mercedes-Benz



Tržište

Više od jednog veka Mercedes-Benz je neprikosnoveni lider u svojoj klasi, sinonim za luksuz, kvalitet i pouzdanost. Od 2000. godine tržište automobila u Srbiji beleži godišnji rast od 15 do 20 odsto, a samo 2005. godine uvezeno je više od 30.000 vozila a Mercedes-Benz je, u tom periodu, ostvario porast prodaje od prosečno 30 procenata godišnje. U takozvanoj kompetitivne klasi Mercedes-Benz ima udeo na tržištu od preko 50 procenata, dok drugu polovinu zajednički pokrivaju konkurentski brendovi iste, visoke klase. Ono što Mercedes-Benz izdvaja od drugih, između ostalog, jeste i veoma razvijena i razrađena mreža dilera i servisa, kojom je pokrivena čitava Srbija.

Dostignuća

Skoro sve što je ikada izmišljeno u industriji automobila potiče upravo iz Mercedesovih fabrika, počevši od samog automobila, preko prvog motocikla, prvog transportera (kombija), prvog kamiona, pa do modernih sistema, koji su postali standard i za druge proizvođače: kočionog sistema ABS (Anti Blocking System), ESP- sistema protiv proklizavanja vozila, *air-bagova*...

Mercedes-Benz ima sopstveni muzej. Godine 2006. otvoren je novi objekat u sklopu muzeja, pravo arhitektonsko čudo na pet nivoa koje zauzima nekoliko hiljada kvadrata. Tu je prikazana celokupna istorija Mercedesovih vozila, od prvog automobila, do današnjih modela, a čitav jedan nivo posvećen je automobilima s pričom, sopstvenom istorijom i legendom. Tu se, između ostalih, nalazi i Srebrna strela, sportski model nastao 1928. godine. Neposredno uoči trke za koju je i bio pripremljen ustanovljeno je da je automobil osam stotina grama teži od



propisane mase vozila, a jedini način da se svede na zahtevanu težinu bio je da se s njega oljušti farba. Ostao je samo donji, aluminijumski sloj, po kome je automobil i dobio ime Srebrna strela. Da li je potrebno naglašavati da je upravo on bio pobednik trke?

Istorijat

Da bi se u potpunosti razumeo ovaj brend, potrebno je upoznati se s istorijom obe, podjednako važne, komponente: Mercedes i Benz, kojima su dušu udahnuili njihovi tvorci: Karl Benc (Karl Benz) i Gotlib Dajmler (Gottlieb Daimler). Rođen u siromašnoj porodici, Karl Benc imao je svega dve godine, kada mu je otac, mašinovođa, nastradao u teškoj železničkoj nesreći. Karl je čitav život posvetio stvaranju vozila, poput onog kojim je njegov otac upravljao, ali koje se ne bi kretalo na šinama, već po ulicama i ne bi ga pokretali konji. Nakon mnogo godina i bezbroj neuspeha 1886. godine Benc je patentirao svoj izum – prvi automobil na svetu, na tri točka, koji je pokretao motor smešten u njegovoj unutrašnjosti - nazvan Benz. Godine 1891. Benc je predstavio svoj prvi automobil na četiri točka a do 1900. njegova kompanija Benz & Cie postala je najveći proizvođač automobila na svetu.

Iste godine kada je Benc izumeo svoj automobil, Gotlib Dajmler je, zajedno sa svojim poslovnim partnerom i suosnivačem kompanije DMG Vilhelmom Majbahom (Wilhelm Maybach) napravio slično vozilo (ali umnogome jednostavnije i ne toliko kompletno), ugradivši motor u kočiju. Međutim, već 1889. izumeli su prvi automobil na četiri točka, koji je pokretao četvorotaktni motor a u naredne tri godine DMG je počeo s komercijalnom proizvodnjom automobila.

Ljuti rivali tokom prve dve decenije prošlog veka kompanije DMG i Benz & Cie bile su prinuđene da počnu da sarađuju 1924. godine, zbog velike krize koja je zahvatila nemačku ekonomiju nakon završetka Prvog svetskog rata, da bi se, konačno, 1926. spojile u jednu kompaniju, nazvanu Daimler-Benz AG. Inicijatori spajanja bili su sam Karl Benc i deca Gotliba Dajmlera (umro 1900), a zanimljivo je da se očevi automobila nikada nisu čak ni upoznali.

Neke od legendi koje su povezivane s brendom tiču se i samog imena, kao i zaštitnog znaka (logoa) brenda. Godinama su postojale nedoumice i različite verzije o poreklu imena Mercedes u nazivu, pa se čak dugo vremena smatralo da je to bilo ime ćerke Gotliba Dajmlera. Međutim, Mercedes je bila ćerka najvećeg Dajmlerovog dilera, Emila Jeleneka (Emil Jellinek), bogatog zaludenika za automobile i automobilizam. On je živeo u Austriji, gde je, između ostalog, učestvovao i u auto-trkama kao vozač, a automobile koje je vozio, nazivao je po svojoj ćerki. Prilikom sklapanja jednog dogovora s Dajmlerom, Jelenek mu je obećao da će rasprodati čitavu godišnju proizvodnju automobila, ukoliko ih Dajmler nazove Mercedes.

Čuveni znak Mercedes-Benz je u upotrebi od 1937. godine a nastao je preklapanjem znaka Daimlera i Benza. Naime, Bencov zaštitni znak bio je lovorov venac, dok je Dajmler imao trokraku zvezdu, kao simbol neprikosnovenosti



njegove kompanije na zemlji, u vazduhu i vodi. Postoji još jedna, romantična priča o nastanku znaka Daimlera: na jednom poslovnom putovanju Dajmler je svojoj ženi poslao razglednicu Štutgarta na kojoj je dočrtao zvezdu na mestu na kojem će podići svoju prvu fabriku i dopisao: „Na ovom mestu će stajati zvezda koja će osvetljavati čitav ovaj kraj i od nje će živeti hiljade ljudi i njihovih porodica.“

Iako se proslavilo proizvodnjom automobila, Daimler-Benz je, takođe, proizvodio i brodove, avione (za civilno i ratno vazduhoplovstvo), pa čak i cepeline, svrstane pod brend Mercedes-Benz. Jedini period kada proizvodnja bila obustavljena je za vreme Drugog svetskog rata, kada je fabrika kod Štutgarta bila u potpunosti srušena sa zemljom. Međutim, sama proizvodnja izbegla je uništenje, pošto su radnici rasklopili čitavu fabričku traku i odneli svojim kućama da bi je nakon završetka rata vratili u fabriku, ponovo sklopili i nastavili proizvodnju.

Daimler-Benz se 1998. godine ujedinio s kompanijom Chrysler u poduhvatu poznatom pod nazivom spajanje jednakih i od tada posluje pod nazivom DaimlerChrysler.





Proizvodi/usluge

Mercedes-Benz je tokom godina poneo laskavu titulu najboljeg automobila na svetu a prati ga zavidna reputacija, zaslužena kvalitetom i pouzdanošću, kojom se malo koja kompanija na svetu može pohvaliti. Jedan od razloga za ovakav uspeh je i veoma široka gama proizvoda, kojom se kompanija ponosi. Samo grupa putničkih vozila obuhvata 26 modela, svrstanih u različite klase (A, B, C, CLK, SLK, E, CLS, R, M, S, CL, SL, GL i G), a nosioci prodaje su modeli iz klasa A, B, C, E, M i S. Interesantno je da se do početka masovne proizvodnje A klase nikada nije dogodilo da budu proizvedena dva u potpunosti ista automobila; postojao je visok stepen individualizacije vozila, a razlika se ogledala u detaljima: dizajnu unutrašnjosti, upravljačke konzole, širokom spektru boja, različitim materijalima za presvlake...

Promocija

Iako DaimlerChrysler koristi marketinške strategije koje razvija centrala kompanije, puno se radi na njihovom prilagođavanju tržištu Srbije a paralelno se odvijaju različiti vidovi promocije i komunikacije s potrošačima.

Promocija brenda povezuje se s kulturom, istorijom i predanjima s ovih prostora. U saradnji s Narodnim muzejom u Beogradu 2004. godine organizovana je izložba slikara-impresionista pod nazivom Impresivno! Mercedes-Benz. Specijalno za tu priliku iz Stuttgarta je dopremljen prvi automobil koji je bio izložen na ulazu u Muzej.

Ova izložba trajala je deset dana i samo u tom periodu posetilo ju je više od četrdeset hiljada ljubitelja umetnosti (inače, prosečna godišnja poseta Narodnog muzeja je dvadeset hiljada ljudi). Naredne godine za Sajam automobila u Beogradu promovisana je kampanja Fascinantno!



Mercedes-Benz izbor za najbolju fotografiju koja prikazuje fascinaciju. Odziv je bio neverovatan, a na konkurs pristiglo je preko dve i po hiljade radova.

Paralelno je sprovedena i tzv. retail kampanja, gde je svakoj klasi automobila dodeljena jedna osobina: tako je A klasa dobila epitet jedinstvena, B klasa inovativna, E klasa savršen balans... Tra-

dicionalno, Mercedes-Benz je i sponzor manifestacije Noć muzeja, kao i arheološkog nalazišta Viminacijum.

Najnoviji poduhvati

Trudeći se da svojim kupcima približi budućnost, Mercedes-Benz je prvi tržištu predstavio inovacije, poput direktnog ubrizgavanja goriva i ABS-a. Najnoviji izum Mercedesovih inženjera je Pro-safe sistem, zahvaljujući kojem automobil prepoznaje kritičnu situaciju u kojoj može doći do udesa i u tom trenutku postavlja prozore, šiber, sedišta, pojaseve... u najoptimalniji položaj po bezbednost putnika.

Vrednost brenda

Oba brenda, i Mercedes i Benz u brak su uneli svoje najbolje osobine: prvi - inovativnost, takmičarski duh i fokusiranost na kupce a drugi - autentičnost, jednostavnost i sadržajnost. Danas, Mercedes-Benz je jedan od najmoćnijih brendova na svetskom tržištu a njegov logo, trokraka zvezda, simbol koji je prepoznatljiviji čak i od hrišćanskog krsta. On je mnogo više od automobila - svojevrsni fenomen, prava

kulturološka i sociološka ikona, i sa sobom nosi niz značenja i asocijacija koji mu daju jedinstveno mesto u životima svih nas.

U 2004. tržišna vrednost brenda je procenjena na preko 21 milijardu dolara, što predstavlja trećinu ukupne vrednosti kompanije.

www.mercedes-benz.co.yu

ONO ŠTO NISTE ZNALI

Mercedes-Benz

- Prvi automobil, Bencova motorna kola, nisu ulivala previše poverenja ljudima naviklim na kočije s konjima. U želji da pokaže da su kola apsolutno bezbedna, Bencova supruga Berta je u njima sama prešla put od Majnhema do Forchajma, dug 120 kilometara. U istoriji automobilizma taj put upamćen je kao prva vožnja na duge staze.
- Najbrži automobil s automatskim menjačem na svetu je Mercedes SLR McLaren, koji postiže maksimalnu brzinu od neverovatnih 334 kilometara na čas.
- Prvi kancelar Savezne Republike Nemačke Konrad Adenauer izabrao je Mercedes-Benc 300d za svoje zvanično vozilo.

