

Выполнил ст. группы 7ЭН01
Вашуркин Евгений



Возникновение компании

- Mercedes-Benz — торговая марка и одноимённая компания-производитель легковых автомобилей премиального класса, автобусов, грузовых автомобилей, и других транспортных средств, входящая в состав немецкого концерна «Daimler AG». Является одним из самых узнаваемых автомобильных брендов во всём мире. Штаб-квартира Mercedes-Benz находится в Штутгарте, Баден-Вюртемберг, Германия..

Наименование торговой марки было принято в 1926 году в результате слияния двух конкурирующих фирм, Benz & Cie. (основана Карлом Бенцем) и Daimler-Motoren-Gesellschaft (основана Готлибом Даймлером), в единый концерн — Daimler-Benz. Название бренда образовано от двух наиболее значимых автомобилей объединённых компаний — Mercedes 1901 года и Benz Patent-Motorwagen 1886 года.



- В 2016 году бренд Mercedes-Benz оценивается в 43,490 млрд. долларов, удерживая второе место (после Toyota) среди компаний-производителей автомобилей и девятое место среди всех брендов мира. По оценке BrandZ в 2016 году марка занимает 39 место среди наиболее дорогих брендов со стоимостью в 22,708 млрд. долларов.



Mercedes-Benz
The best or nothing.

- Слоган «The best or nothing» (Лучшее или ничего) бренда Mercedes-Benz пришёл на смену нынешнему слогану «Unlike Any Other» (Как никто другой).

Новый слоган стал частью новой маркетинговой стратегии Mercedes-Benz, отражающей стремление бренда быть лучшим на рынке, а также ценности бренда — безукоризненность, притягательность и ответственность.

Слоган «The best or nothing» был девизом Готтлиба Даймлера, основателя концерна Daimler, которому и принадлежит бренд Mercedes-Benz. Рекламная кампания с новым слоганом стартовала 11 июня 2010 года, предваряя представление 16 новых моделей бренда в 2011 году.



Самые популярные модели

Технические характеристики

Свойства

Безопасность

Средства передвижения

Специальные предложения

Самые интересные

Новый GLE купе – спортивный внедорожник от «Мерседес-Бенц»

[Подобрать](#)

Бить лучшем на любой дороге!

Средства передвижения с доставкой по всей России от официального дилера Mercedes-Benz

GLE купе 4MATIC

ТОП-ТЕМЫ



Спецпредложения

для приобретения Mercedes-Benz



Заявка на тест-драйв



Академия вождения



Модельный ряд



Полный модельный ряд внедорожников

designo

Индивидуальность по стандарту



Благодаря эксклюзивности программы designo, Mercedes-Benz – это не только автомобиль

OMEGA

Официальный дилер Mercedes-Benz

Адрес: г. Москва, ул. Кузнецкая, д. 187

Телефон: 8 (800) 100-44-77



Подробнее о салоне

Guard

Автомобили Mercedes-Benz со специальными защитными пакетами для максимальной безопасности

Финансовые услуги

от производителя. Без риска.



Подробнее

AMG

Включая «Мерседес-AMG» – это значит спортивные машины, способные выжать максимальную скорость из любой ситуации.

Фирменный стиль сайта

- Элементы фирменного стиля сайта официального автодилера «mercedes-omega.ru» имеют трогий и выдержанный дизайн с элементами темных и серых тонов и, конечно же, фирменного стального оттенка. К элементам фирменного стиля относятся: 1) Товарный знак; 2) Логотип; 3) Фирменная гамма цветов; 4) Фирменный комплекс шрифтов. Фирменный стиль «Mercedes-omega.ru». Главный элемент фирменного стиля сайта, а именно логотип, а он совпадает с логотипом автомобиля Мерседес, смотрите в приложении
- Цветовые решения сайта «Mercedes-omega.ru». При выборе цветового тона создатели сайта, решили не «изобретать велосипед», а воспользоваться традиционным набором тонов присущих фирменному стилю данной марки автомобилей, а именно: темные, серые, и самое главное, классические стальные оттенки. При анализе преимуществ и недостатков, можно выделить то, что к преимуществам относятся цветовая гамма фирменного стиля. Создатели решили использовать традиционные тона и оттенки.
- К положительным моментам можно отнести присутствие слогана, который совсем недавно изменили, а звучит он «the best or nothing», если переводить на русский язык, то это будет звучать как «имей лучшее или ничего». К отрицательным моментам можно присвоить, такой элемент как наличие вкладок и различных рубрик, они, к сожалению, чересчур перегружены. Стоит отметить, что огромное количество анимирующих окон, начинает отрицательно действовать на зрение пользователя, и чересчур перегруженные глаза, возможно будущего владельца автомобиля, который бы он купил, в автоцентре ООО «Омега», требует расслабления. Поэтому следует учесть, что человек при не очень длительном визуальном контакте с сайтом, может просто покинуть его в связи с дискомфортом. Структура системы маркетинговых коммуникаций предприятия. Структура это очень обширна и включает в себя многих различных операций и манипуляций. Например, туда входит реклама на телевидение, которая выполнена на очень качественном уровне. В рекламе на телевидение всегда присутствует понятие «качество», и оно всегда дополняется множеством микро-факторов, большая часть которых -- это искусственно стимулируемые эмоции (счастье, радость, свобода и др.)

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ

- Наиболее обостренная борьба традиционно происходит между производителями «большой немецкой тройки» — Audi, BMW и Mercedes-Benz, — в которой лидерство из года в год удается захватить то одной, то другой компании. Тем временем на пятки немцам уже наступают производители премиумных автомобилей из Японии. По данным Ассоциации европейского бизнеса в РФ, за три квартала 2007 года в России в общей сложности было продано 1 137 238 автомобилей. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года рост составил около 31%. При этом на продажи автомобилей класса премиум пришлось не более 5% рынка в штучном выражении.
- На «большую тройку» по итогам девяти месяцев пришлось 33 943 автомобиля. Первое место у прошлогоднего лидера Audi перехватил Mercedes-Benz – 11 702 автомобиля против 11 608. BMW по традиции замыкает тройку лидеров с продажами 10 633. Вплотную к немцам приблизился Lexus (10 355), рост продаж за три квартала у которого составил 41,8%. А премиумное подразделение компании Nissan — Infiniti – очень быстро догоняет конкурентов, демонстрируя самый высокий рост в сегменте — за первые девять месяцев работы в России компания уже продала здесь 3789 машин. Третий участник со стороны Японии — Acura (подразделение Honda) — пока не ведет официальных продаж автомобилей в России.
- В Сибири доля премиума также находится на уровне 5% от общего объема. А рост продаж повторяет темпы всего сибирского рынка — около 70–75%.



Легковые автомобили	2012	2013	2014	2015	2016	1 кв. 2017
Продажи, тыс. штук	1 452	1 566	1 723	2 001	2 198	568
<i>Изменение, %</i>	<i>5,1%</i>	<i>7,9%</i>	<i>10,0%</i>	<i>16,2%</i>	<i>9,8%</i>	<i>14,4%</i>
Средняя цена за проданный автомобиль, евро	42 478	41 076	42 718	41 874	40 621	40 000
<i>Изменение, %</i>	<i>2,2%</i>	<i>-3,3%</i>	<i>4,0%</i>	<i>-2,0%</i>	<i>-3,0%</i>	<i>-0,5%</i>
Выручка, млн евро	61 660	64 307	73 584	83 809	89 284	22 723
<i>Изменение, %</i>	<i>7,4%</i>	<i>4,3%</i>	<i>14,4%</i>	<i>13,9%</i>	<i>6,5%</i>	<i>13,7%</i>
Операционная прибыль, млн евро	4 391	4 006	5 853	7 926	8 112	2 234
<i>Рентабельность, %</i>	<i>7,1%</i>	<i>6,2%</i>	<i>8,0%</i>	<i>9,5%</i>	<i>9,1%</i>	<i>9,8%</i>

Источник: данные компании, расчет УК «АрсАгера»

Легковые автомобили, тыс. штук	1 кв. 2016	1 кв. 2017	Изменение, %
A-/B-Class	107	102	-5
C-Class	108	125	16
E-Class	61	95	56
S-Class	21	18	-14
SUVs	158	188	19
Sports Cars	7	6	-14
smart	35	34	-3
Всего:	497	568	14

Источник: данные компании

В 2015 ГОДУ MERCEDES-BENZ ПРОДАЛ РЕКОРДНОЕ КОЛИЧЕСТВО АВТОМОБИЛЕЙ

- ◎ Продажи автомобилей немецкой компании Mercedes-Benz на первичном рынке в 2015 году выросли на 13,4% до 1 871 511 экземпляров. Таким образом, компания установила собственный рекорд по объему продаж и заняла второе место в «большой немецкой тройке» сразу после BMW, вытеснив компанию Audi. В годовом отношении объем продаж автомобилей Mercedes-Benz в Китае увеличился на 32,6% до 373 259 автомобилей.

◎ Основной рынок сбыта по странам

	Страны	Продажи в 2016 году	Продажи в 2015 году	Динамика
1	China	25,525,730	22,359,585	+14.2%
2	USA	17,553,448	17,475,066	+0.4%
3	Japan	4,897,072	4,975,791	-1.6%
4	Germany	3,604,582	3,439,768	+4.8%
5	India	3,317,572	3,061,541	+8.4%
6	UK	3,068,473	3,005,333	+2.1%
7	France	2,420,820	2,294,265	+5.5%
8	Italy	2,019,887	1,709,396	+18.2%
9	Brazil	1,986,436	2,476,965	-19.8%
10	Canada	1,961,662	1,903,173	+3.1%
11	Korea	1,785,512	1,799,578	-0.8%
12	Mexico	1,607,420	1,354,096	+18.7%
13	Russia	1,353,463	1,392,878	-2.8%
14	Spain	1,316,233	1,184,947	+11.1%
15	Australia	1,144,410	1,122,515	+2.0%
16	Indonesia	985,401	934,933	+5.4%
17	Turkey	978,489	959,824	+1.9%
18	Thailand	740,486	772,517	-4.1%
19	Argentina	681,381	630,920	+8.0%
20	Belgium	607,700	562,275	+8.1%
21	Malaysia	562,590	649,002	-13.3%
22	South Africa	520,404	587,202	-11.4%
23	Poland	475,908	408,207	+16.6%
24	Netherlands	454,848	509,326	-10.7%
25	Sweden	423,987	389,906	+8.7%
26	Taiwan	411,909	393,862	+4.6%
27	Austria	367,289	343,275	+7.0%
28	Switzerland	349,147	355,797	-1.9%
29	Chile	302,866	281,676	+7.5%
30	Israel	286,728	254,748	+12.6%
31	Czech Rep.	279,089	248,509	+12.3%
32	Denmark	259,568	240,035	+8.1%
33	Portugal	242,220	209,361	+15.7%
34	Vietnam	228,478	179,717	+27.1%
35	Norway	190,611	183,940	+3.6%
36	Ireland	174,456	148,383	+17.6%
37	New Zealand	141,829	129,085	+9.9%
38	Finland	132,491	120,286	+10.1%
39	Hungary	118,050	94,919	+24.4%
40	Romania	109,158	92,492	+18.0%
41	Singapore	98,752	66,644	+48.2%
42	Slovakia	95,324	84,450	+12.9%
43	Puerto Rico	86,046	81,353	+5.8%
44	Greece	84,399	80,987	+4.2%
45	Slovenia	73,633	66,903	+10.1%
46	Luxembourg	55,110	50,420	+9.3%
47	Croatia	51,188	41,556	+23.2%
48	Estonia	27,350	24,930	+9.7%
49	Serbia	26,842	22,685	+18.3%
50	Lithuania	23,075	19,440	+18.7%
51	Latvia	18,575	16,114	+15.3%
52	Cyprus	12,485	10,611	+17.7%

Размещение рекламы

- Компания Мерседес в 2013 году потратила 627,80 млн рублей с учетом НДС п

Because cat-like reflexes aren't fast enough.
The PRE-SAFE brake.



Mercedes-Benz

Ваш автомобиль «Мерседес-Бенц»

в дилерском центре «АвтоМАШ-МБ»

за 11 000 руб. в месяц*



*Подробности уточняйте у специалистов дилерского центра «АвтоМАШ-МБ»

SWOT

SWOT-анализ

метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы).

Strengths

- ◎ Мировой лидер в области автомобилей премиум-класса;
Наличие необходимых финансовых ресурсов;
Лидер в области инноваций (1-ми ввели дизельные двигатели и тп);
Более \$ 12 млрд, выделенных на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы;
Производство и сборка в более чем 20 странах мира;
Mercedes имеет патенты на большинство функций безопасности.

Weaknesses

- ◎ Высокая стоимость обслуживания автомобилей Mercedes Benz.

Opportunities

- ◎ Разработка гибридных автомобилей и экономичных автомобилей на будущее;
Охват развивающихся рынков по всему миру и построение глобального бренда;
Быстро растущий рынок автомобилей класса люкс и увеличение доходов.

Threats

- ◎ осударственная политика в области автомобильного сектора во всем мире;
Увеличение цен на топливо;
Интенсивная конкуренция со стороны глобальных автомобильных брендов, таких как BMW, Porsche, Audi и др.