

Digital Business Development & E-Commerce

Initiatives to drive online sales

Prepared for Mercedes Benz Consulting
Prepared by Axel Ruebenhagen

Online meeting | 2021



„We rather need to compare ourselves to luxury fashion brands – and their advanced multi-channel digital service approach.“ Daimler AG



Common ground



Online Direct 2 Consumer

Premium

~ 39 K EUR



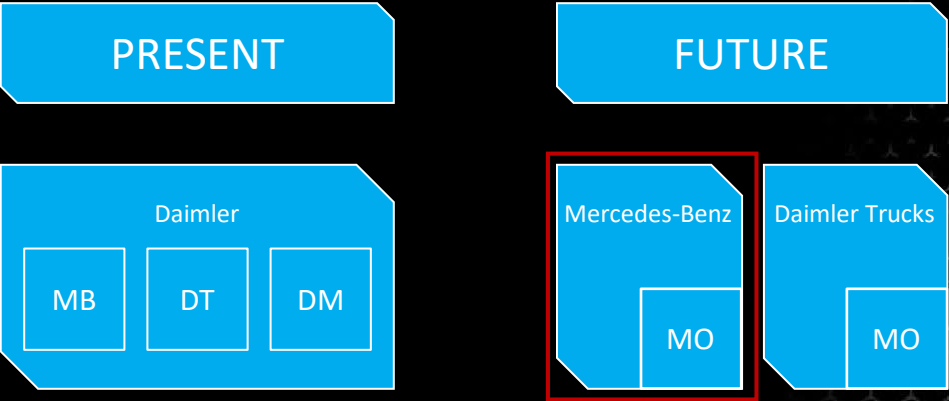
Online Direct 2 Consumer

Luxury

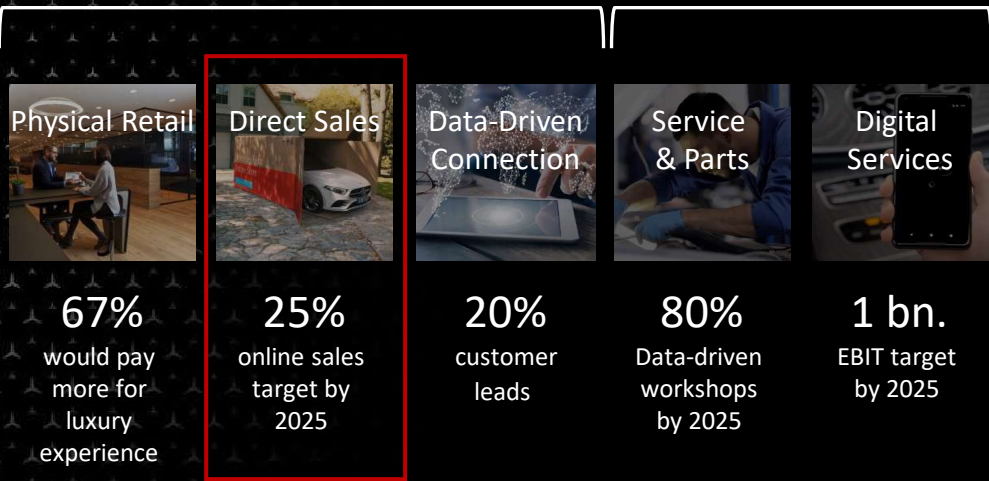
~ 55 K EUR

Point of departure of today's presentation

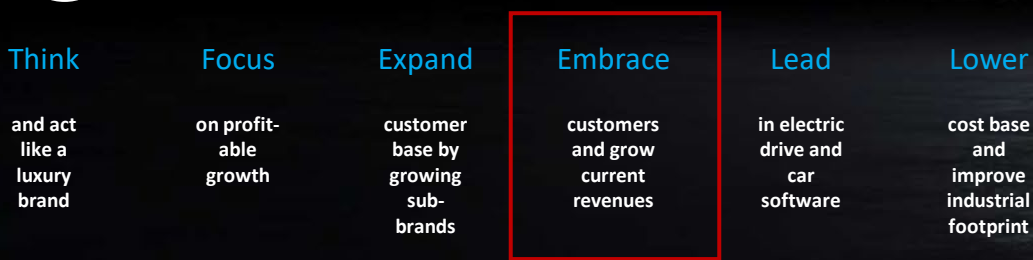
1 Organizational transformation ahead



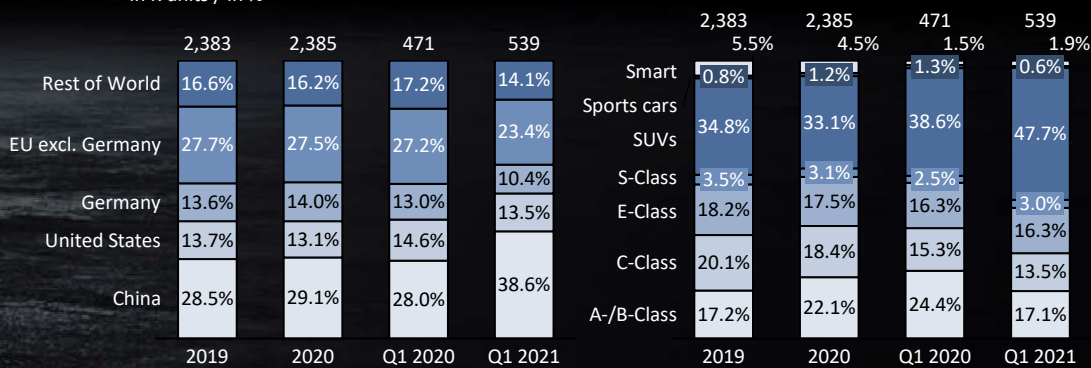
3 Embrace customers and grow current revenues



2 Refocused strategy



4 Mercedes-Benz cars: unit sales by regions/models



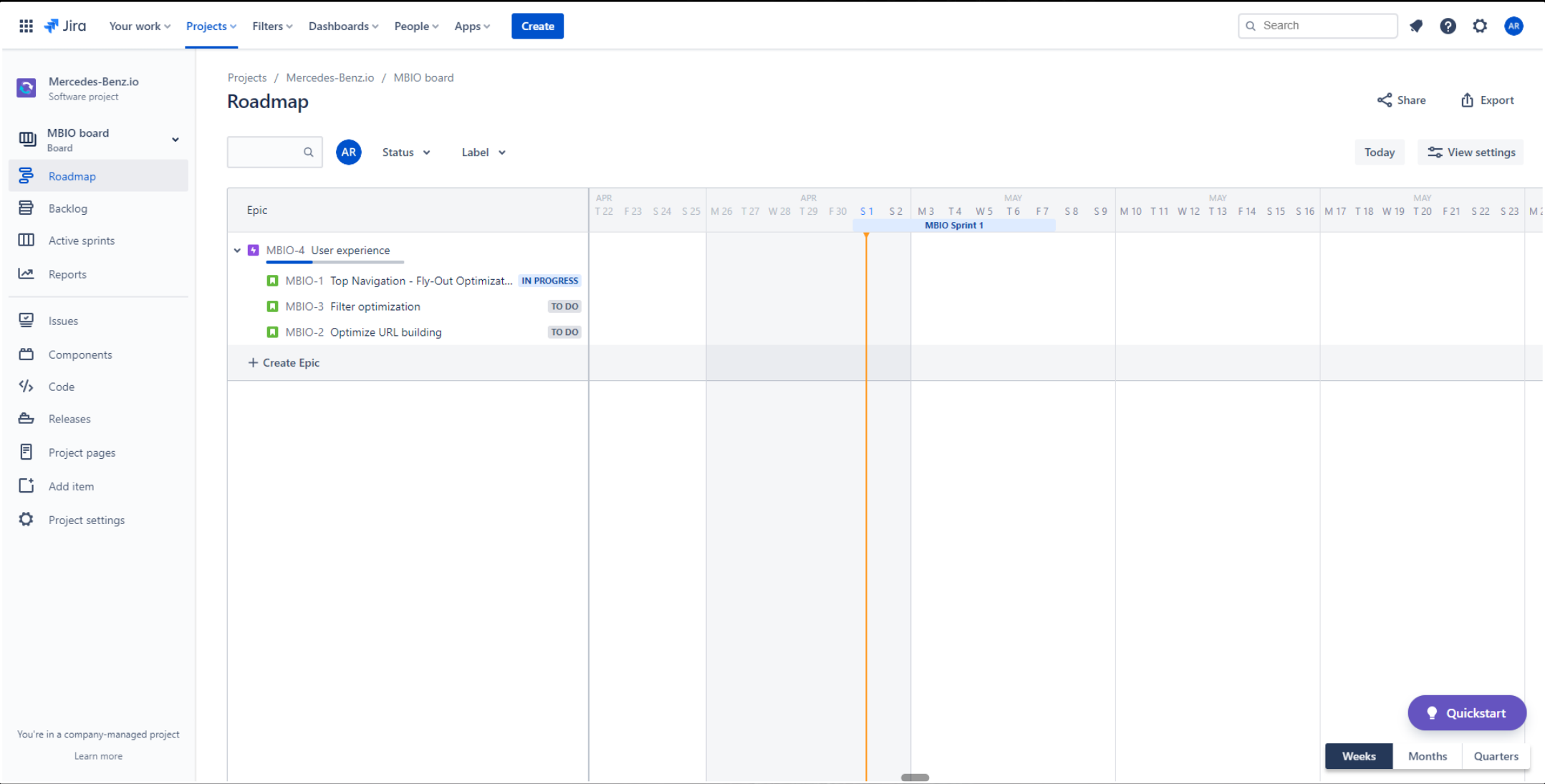
Digital Business Development & E-Commerce initiatives at a glance



Digital initiative proposal for discussion

Initiative	Observation	Recommendation	Impact
Deliver luxury user experience	Complex check-out process, filters: models vs. sub-brands, clickable fly-out, product detail page: services below the fold, product presentation: more (image) pictures, content: from engineers for engineers, delivery address: no autofill function, t.b.c.	Initiate user experience program (e.g. product detail page: bring core services above the fold store locator, sales advisory 18/7, offline availability – own retail, appointment: test drive, sales, finance), clear separation of Mercedes-Benz sub-brands w./ dedicated shopping landing pages,...)	Short-Term
Execute one Mercedes-Benz online shopping portal hub	Multiple stand alone online shops (here: reference DE as requested) available (e.g. new cars, used cars, parts & services, digital services ..)	Consolidation of each online store into one centralized shopping platform	Medium-term
Balance commerce and brand image	Brand driven website with focus on image not sale	Initiate commercial driven content calendar: online exclusives, car of the month, recommended by ...	Medium-Term
Implement marketplace strategy	Currently no own retail activities on key marketplaces with Mercedes-Benz cars (cars.com, mobile.de, autoscout24.de, tmall.cn, zalando.de, farfetch.de)	Kick-off pilot marketplace program with selected key platforms (EU/US/CN) to gain market knowledge	Medium-Term
Define omni-channel strategy	No retail availability feature, no appointment booking with dedicated DOS selection near by the customer	Create omni-channel services as easy to book as amazon orders	Medium-Term
Outline merchandise strategy	No clear merchandise strategy visible	Standardized buying and merchandising processes with clear accountability and responsibility to drive top- and bottom line results	Medium-Term
Step into social commerce	Fashion and Lifestyle accessories only	Online Exclusive, special occasion e-commerce channel, e.g. G Class; AMG	Medium-Term
Develop business-to-business strategy	Wholesale/franchise integration for online sales activities unclear	Develop a wholesale/franchise online integration program to digitally transform B2B business, e.g. selective retail online guidelines for 3 rd party dealers	Long-Term

Initiative „User Experience Optimization“: JIRA roadmap definition



Initiative „User Experience Optimization“: JIRA backlog definition

The screenshot displays the JIRA interface for the 'Mercedes-Benz.io' project, specifically the 'Backlog' view. The left sidebar shows the project navigation menu with options like 'Mercedes-Benz.io', 'MBIO board', 'Roadmap', 'Backlog', 'Active sprints', 'Reports', 'Issues', 'Components', 'Code', 'Releases', 'Project pages', 'Add item', and 'Project settings'. The main area shows the 'Backlog' for the 'MBIO board'. It includes a search bar, filters for 'Only My Issues' and 'Recently Updated', and a 'Create epic' button. The backlog is organized into a 'Sprint' and a 'Backlog' section. The 'Sprint' section shows a single issue: 'Top Navigation - Fly-Out Optimization' with a story point of 15. The 'Backlog' section shows two issues: 'Filter optimization' (10 points) and 'Optimize URL building' (10 points). The right sidebar displays the issue details for 'Top Navigation - Fly-Out Optimization', including the description, assignee, reporter, labels, story points, epic link, sprint, and priority.

Backlog

Projects / Mercedes-Benz.io / MBIO board

Search [AR] Only My Issues Recently Updated

EPICS Create epic x

All issues

VERSIONS

MBIO Sprint 1 1 issue

Focus on on-site user experience

01/May/21 7:23 PM • 07/May/21 7:09 PM

Top Navigation - Fly-Out Optimization User experience enhan... MBIO-1 ↑ 15

Backlog 2 issues Create sprint

Filter optimization User experience enhan... MBIO-3 ↑ 10

Optimize URL building User experience enhan... MBIO-2 ↑ 10

+ Create issue

Issues without epics

Top Navigation - Fly-Out Optimization

To Do

Description

As a customer I want to have an appealing fly-out, so that the user experience will be increase during the on-site shopping journey ...

Assignee Unassigned

Reporter AR Axel Ruebenhagen

Labels UX

Story Points 15

Epic Link User experience enhancem...

Sprint MBIO Sprint 1

Priority ↑ Medium

AR Add a comment...

Pro tip: press M to comment

Initiative „User Experience Optimization“: JIRA sprint definition

The screenshot displays the JIRA interface for the 'Mercedes-Benz.io' project, specifically the 'MBIO board'. The main view is 'MBIO Sprint 1', which has a focus on 'on-site user experience'. The sprint is currently in progress, with 4 days remaining. The board is organized into three columns: 'TO DO', 'IN PROGRESS', and 'DONE'. A single issue, 'Top Navigation - Fly-Out Optimization', is currently in the 'IN PROGRESS' column. This issue is labeled with a 'User experience enhancement' tag and has a priority of 15. The issue is assigned to a user named 'AR'. The left sidebar shows the project navigation menu, including 'Mercedes-Benz.io Software project', 'MBIO board', 'Roadmap', 'Backlog', 'Active sprints', 'Reports', 'Issues', 'Components', 'Code', 'Releases', 'Project pages', 'Add item', and 'Project settings'. The bottom right corner features a 'Quickstart' button.

Projects / Mercedes-Benz.io / MBIO board

MBIO Sprint 1

Focus on on-site user experience

4 days remaining Complete sprint

TO DO

IN PROGRESS

Top Navigation - Fly-Out Optimization

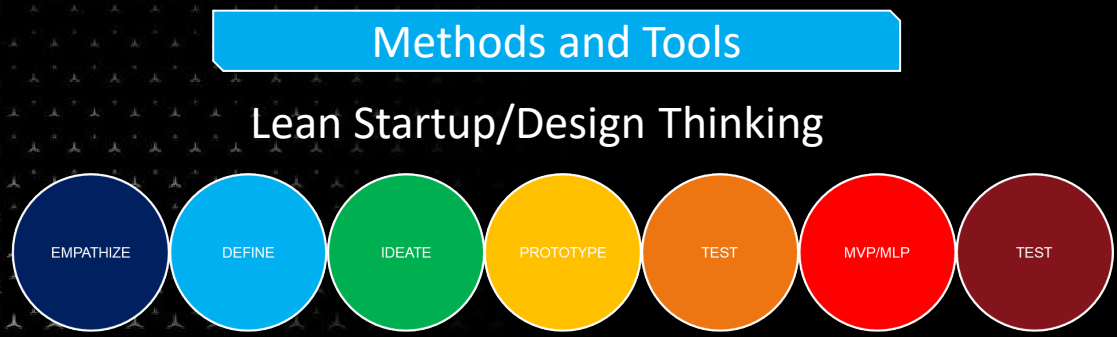
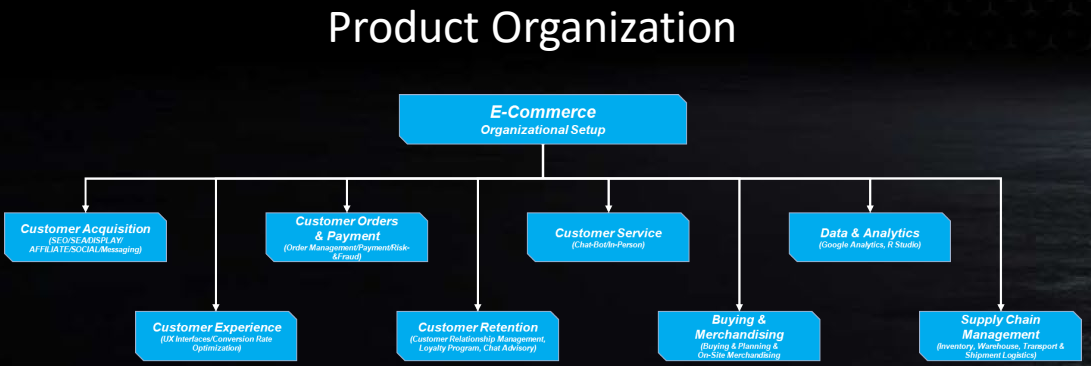
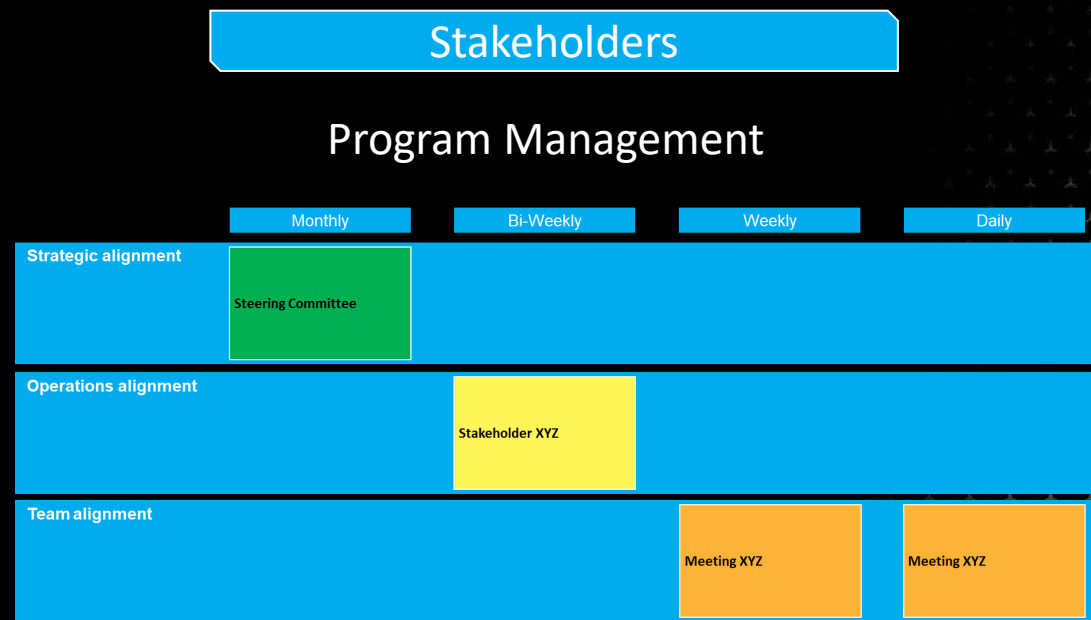
User experience enhancement

15 MBIO-1

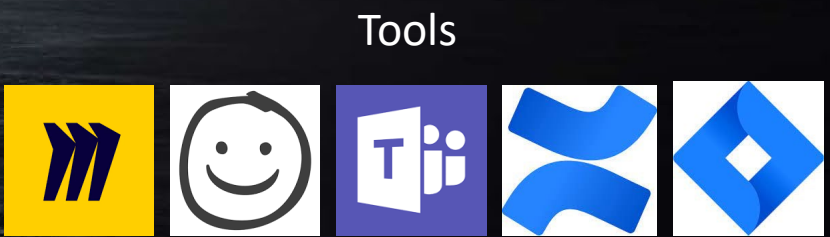
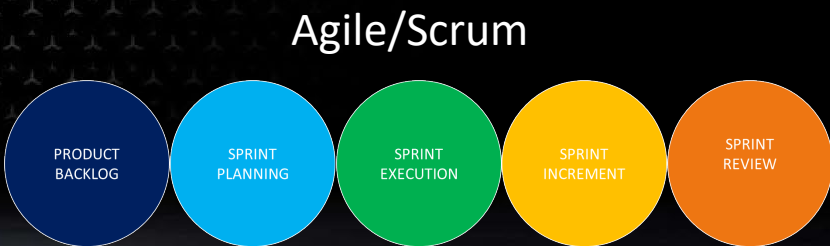
DONE

Quickstart

Stakeholder management



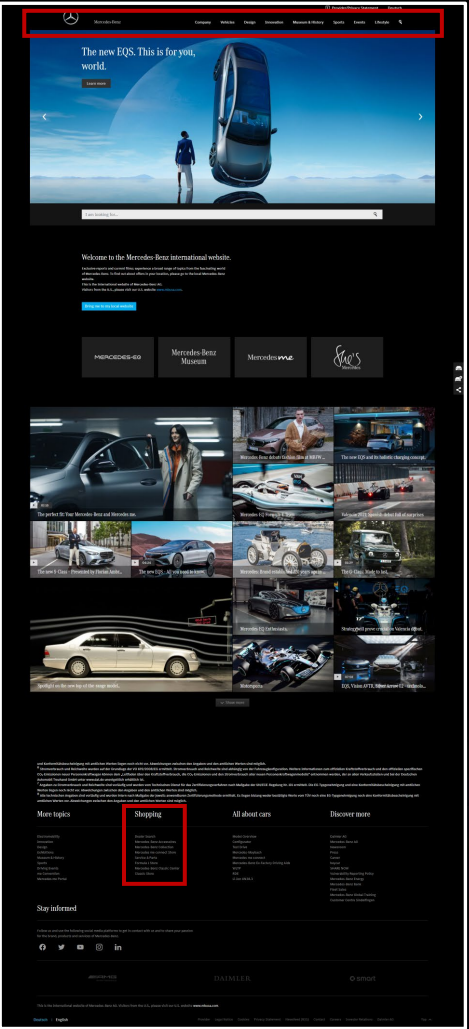
- Interviews
- Customer/User Journey Maps
- Personas
- Jobs-To-Be-Done
- Pains/Gains
- Brainstorming
- Opposite thinking
- "Yes and" thinking
- Mock-ups
- Storyboards
- Digital prototyping
- UX Testing
- A/B Testing
- Understand impediments
- Business Model Canvas
- Value Proposition Canvas
- MVP



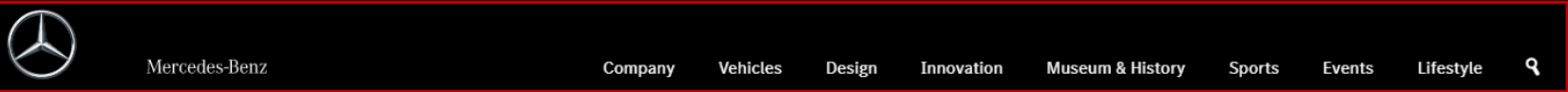


Thank you for your kind participation!

Deliver luxury user experience: Mercedes-Benz International



Header



Welcome to the Mercedes-Benz international website.

Exclusive reports and current films: experience a broad range of topics from the fascinating world of Mercedes-Benz. To find out about offers in your location, please go to the local Mercedes-Benz website.
This is the International website of Mercedes-Benz AG.
Visitors from the U.S., please visit our U.S. website www.mbusa.com.

[Bring me to my local website](#)

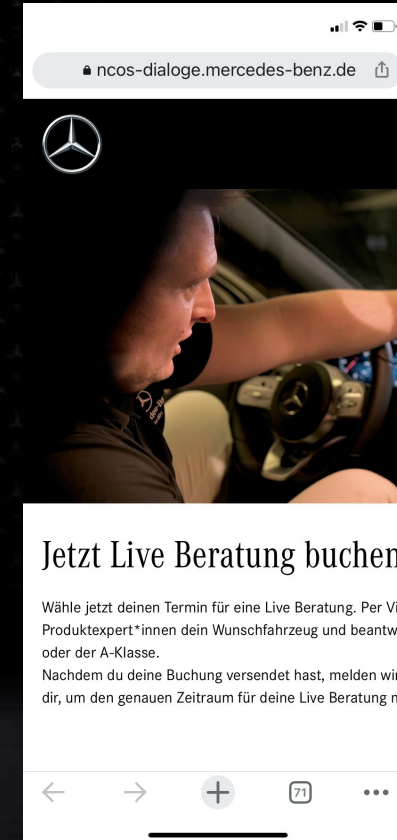
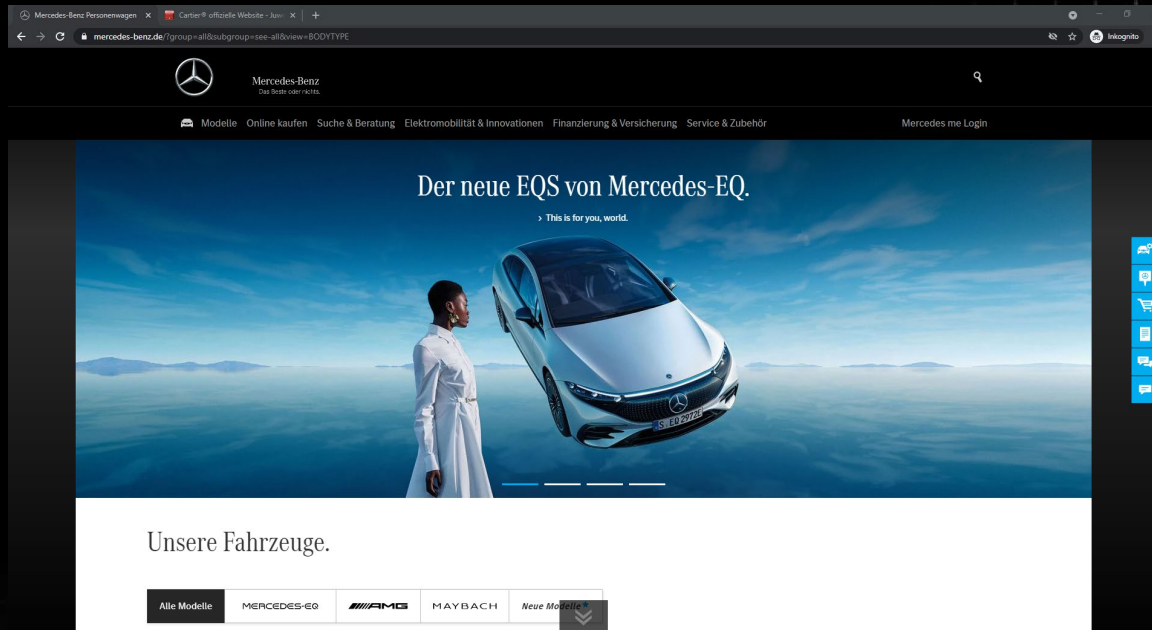
Footer

More topics	Shopping	All about cars	Discover more
Electromobility Innovation Design Exhibitions Museum & History Sports Driving Events me Convention Mercedes me Portal	Dealer Search Mercedes-Benz Accessoires Mercedes-Benz Collection Mercedes me connect Store Service & Parts Formula 1 Store Mercedes-Benz Classic Center Classic Store	Model Overview Configurator Test Drive Mercedes-Maybach Mercedes me connect Mercedes-Benz Ex-Factory Driving Aids WLTP RDE Li-Ion UN38.3	Daimler AG Mercedes-Benz AG Newsroom Press Career heycar SHARE NOW Vulnerability Reporting Policy Mercedes-Benz Energy Mercedes-Benz Bank Fleet Sales Mercedes-Benz Global Training Customer Centre Sindelfingen

Source: <https://www.mercedes-benz.com/en/>

Deliver luxury user experience: Speaking URLs

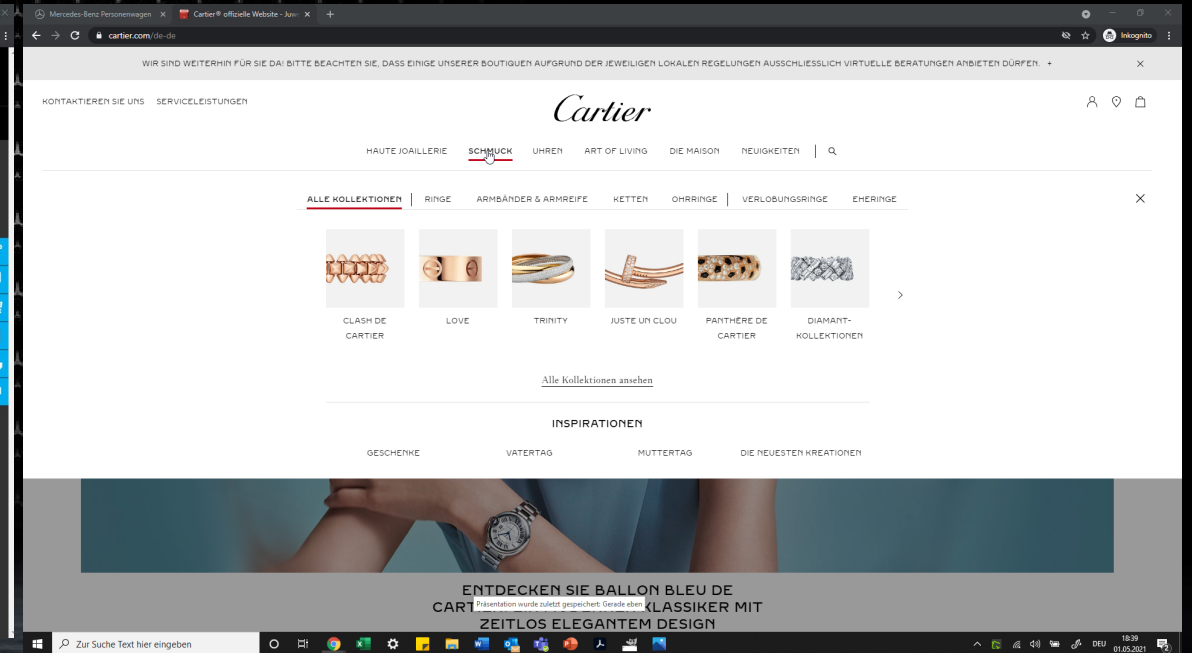
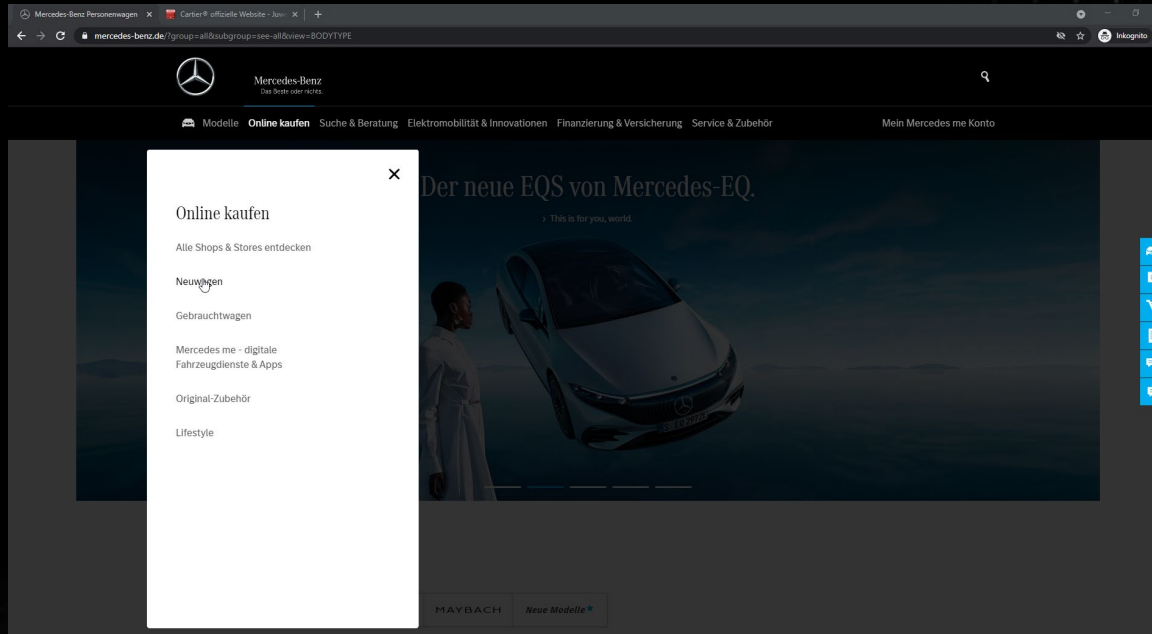
<https://www.mercedes-benz.de/?group=all&subgroup=see-all&view=BODYTYPE>



Deliver luxury user experience: Top navigation and flyout

from (clickable) flyout ...

to luxury flyout

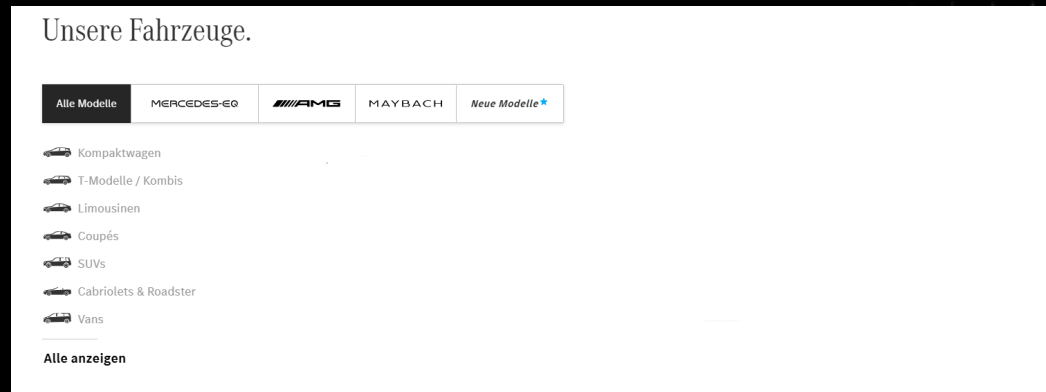


- Fly-out experience ...

Deliver luxury user experience: Filter

from online shopping filters ...

... to brand experience



“Brands need to light the fire we can gather around...”

- no luxury experience

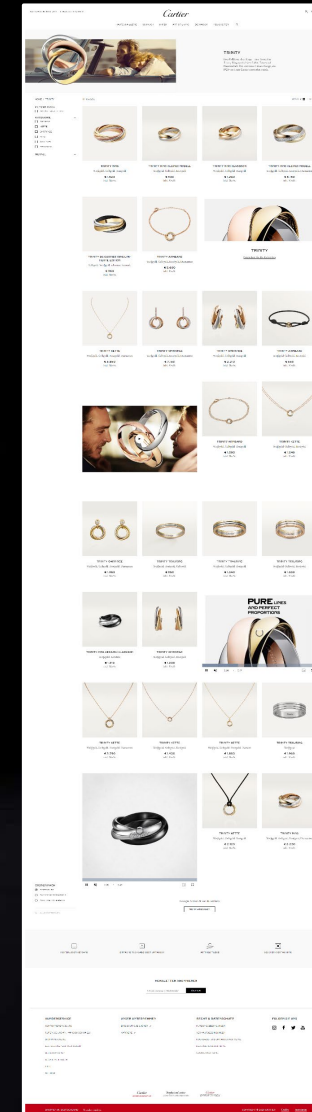
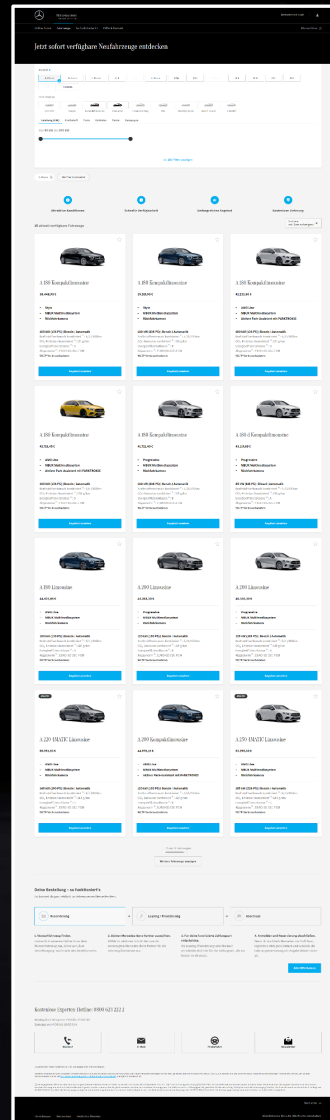
JP Kuehlwein | Ueber-Brands Consulting

Deliver luxury user experience: Product list page

from product information ...

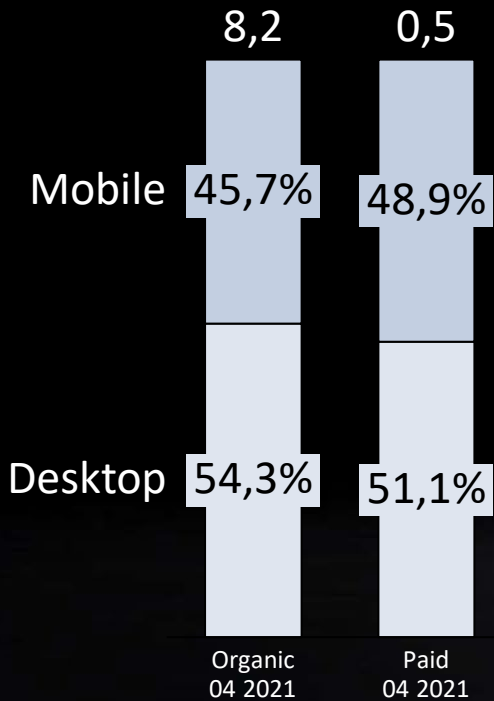
to product inspiration

- E.g. product video integration, image information ...

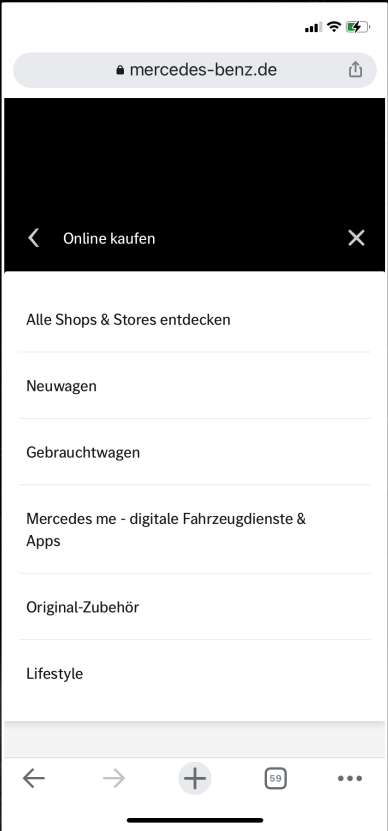


Deliver luxury user experience: “Online store” & “service & consulting” integration into MERCEDES ME, streamline APP universe ...

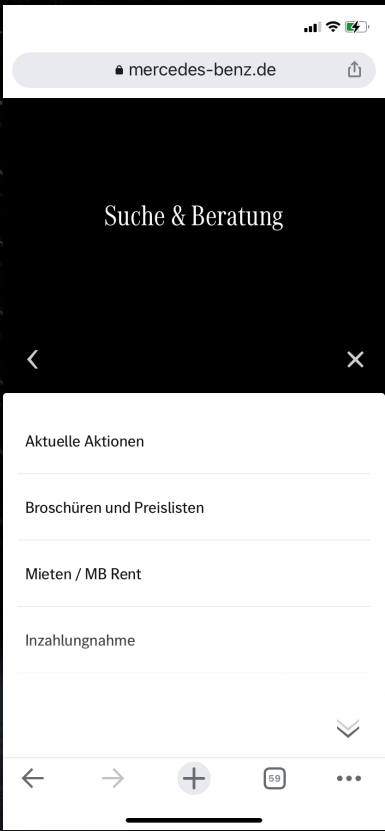
Traffic snapshot as of April 2021
for “mercedes-benz.de”



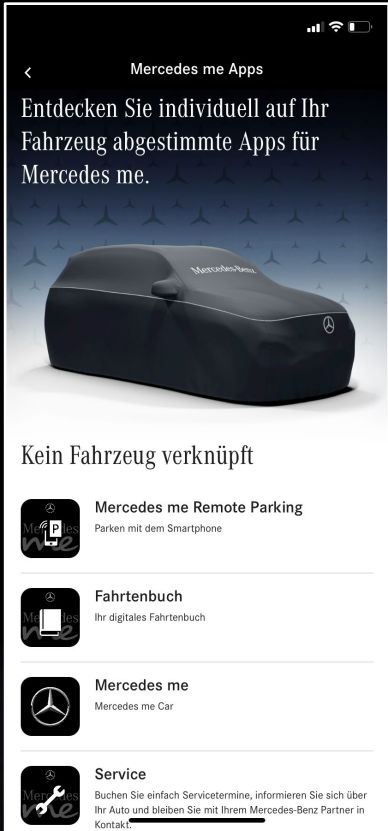
- Online shop integration into APP and generally check the MB APP universe ...



iOS Chrome



iOS Chrome

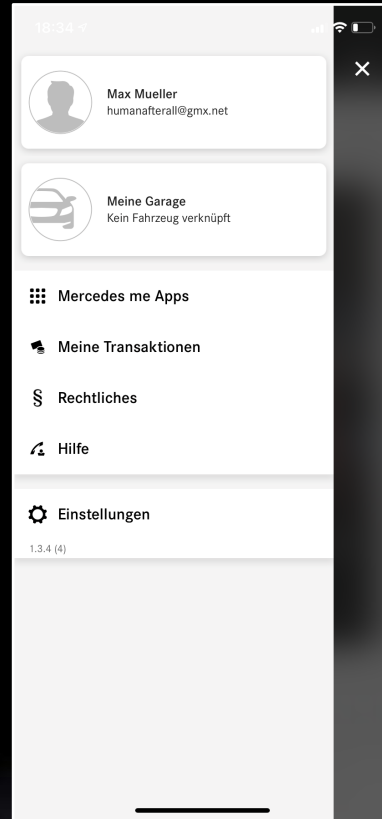


iOS APP

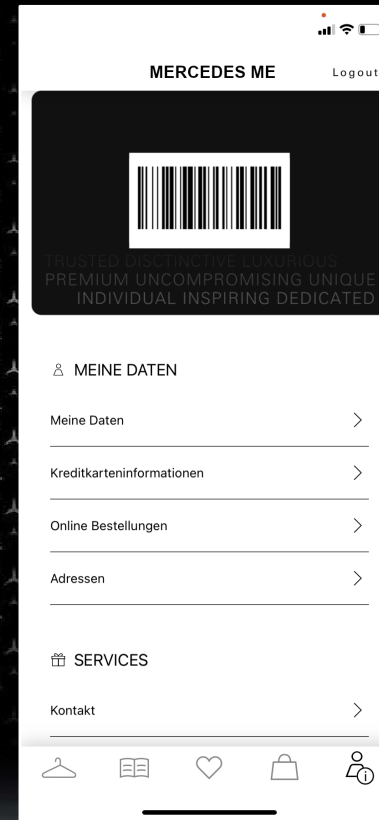
Deliver luxury user experience: Mercedes Me Experience Program



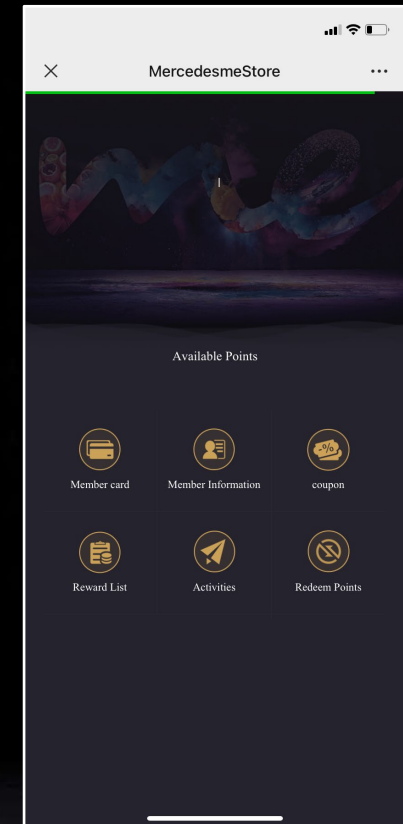
Personalization



Loyalty Card



Loyalty Card
Inspiration EU

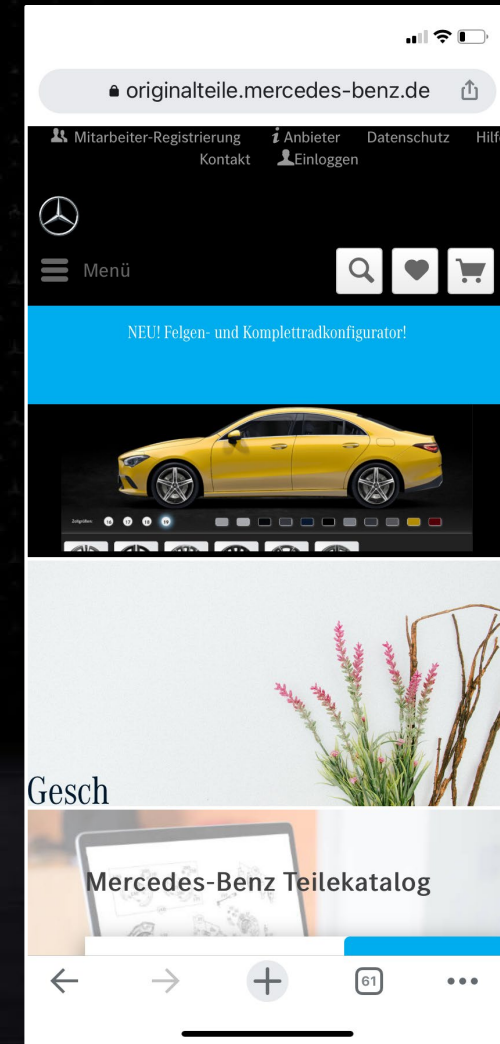
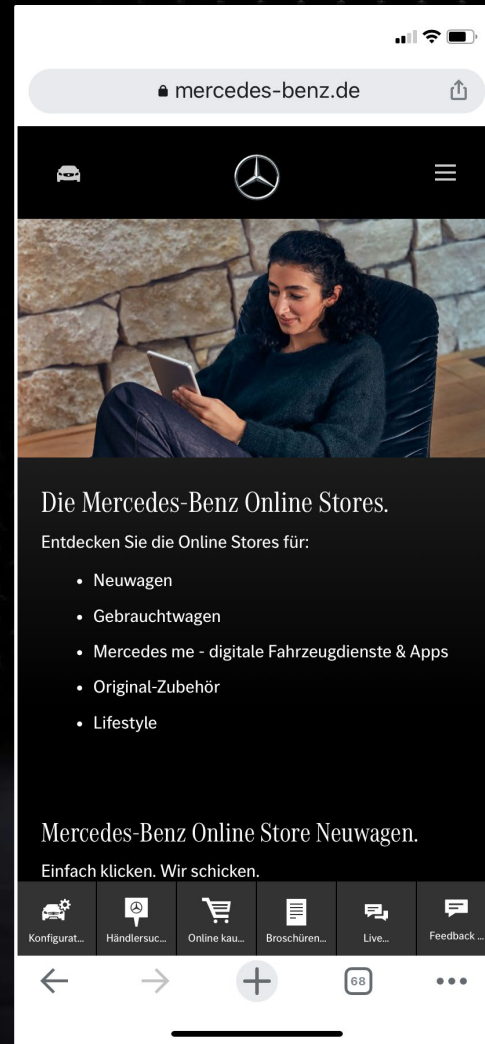


Loyalty Card
Inspiration CN

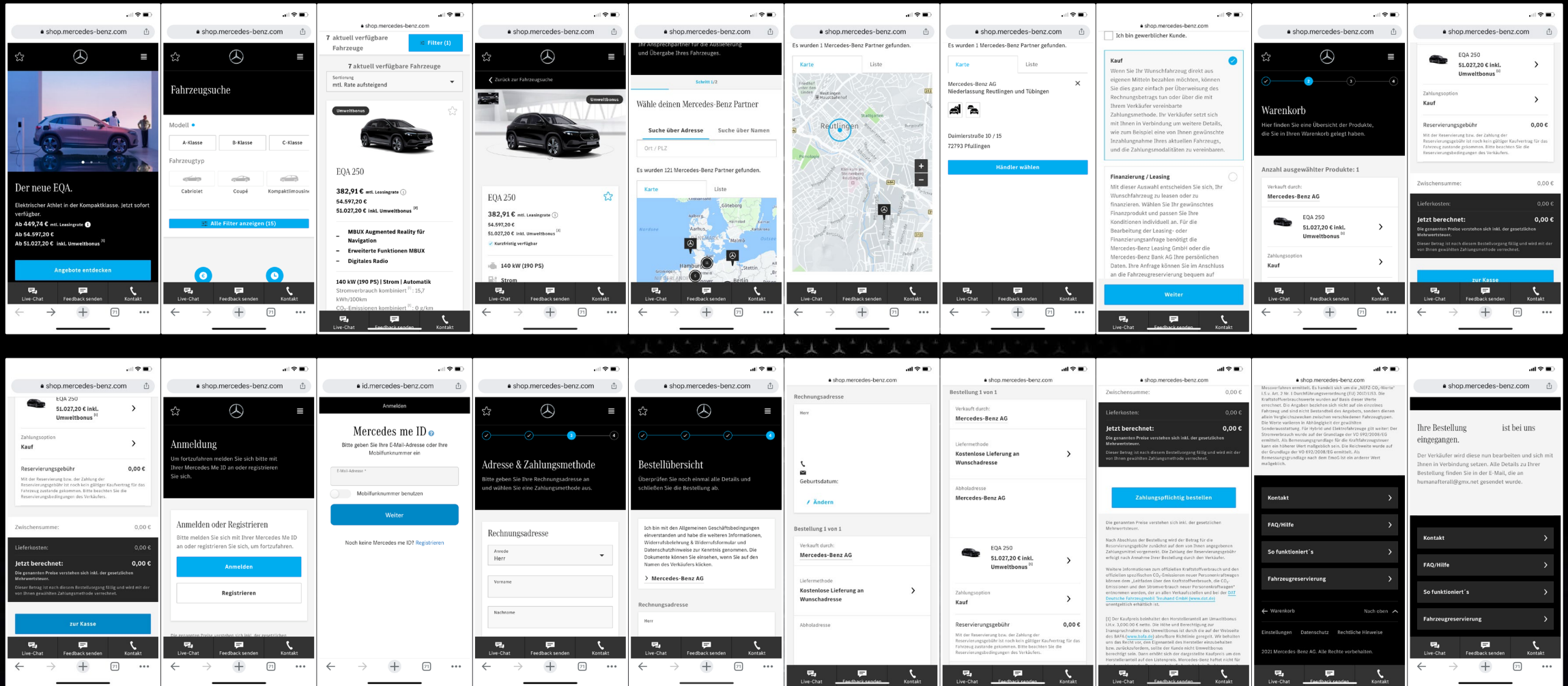
- Loyalty feature planned for Germany (?)

Deliver luxury user experience: Online shop landing page

- Call to action



Deliver luxury user experience: Check-out process



- Feature: Address auto verification
- Feature: Mercedes-Benz Pay (also for all other shops ...!)

The customer journey towards shopping:



So erreichen Sie uns

Bei individuellen Fragen und Wünschen wenden Sie sich bitte direkt an unseren Kundenservice:

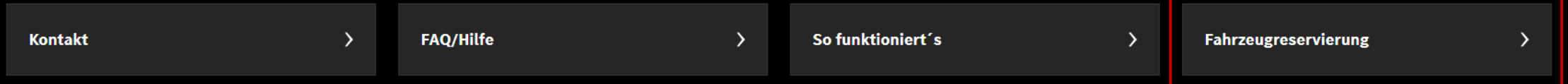
Wir sind per E-Mail (marktplatz@daimler.com) und Telefon (0800 623 222 2) für Sie da.

Sie erreichen uns von Montag bis Freitag von 9:00 bis 21:00 Uhr sowie Samstag von 9:00 bis 18:00 Uhr.

- Email address marktplatz@daimler.com trustfull (?)

Deliver luxury user experience: Check-out process “Fahrzeugreservierung”

- From legal unit for legal people – not customer centric



Fahrzeugreservierung

Am Ende des Bestellprozesses starten Sie mit Klick auf den Button „**Zahlungspflichtig bestellen**“ eine **Reservierungsanfrage** für das von Ihnen ausgewählte Fahrzeug.

Bezieht sich Ihre **Reservierungsanfrage** auf ein Gebrauchtfahrzeug?

Mit Abschluss des **Reservierungsvertrags** und der Zahlung der **Reservierungsgebühr** verpflichtet sich der **Mercedes-Benz Partner**, das Fahrzeug gemäß seiner individuellen **Reservierungsbedingungen**, beginnend mit seiner **Annahmeerklärung**, **nicht anderweitig zu verkaufen und den im Mercedes-Benz Online Store angegebenen Kaufpreis nicht zu erhöhen**. Bitte beachten Sie die **Reservierungsbedingungen** des Mercedes-Benz Partners.

Nach Abschluss der Bestellung wird der Betrag für **Reservierungsgebühr** und Mercedes-Benz Original-Zubehör zunächst auf dem von Ihnen angegebenen Zahlungsmittel vorgemerkt. Die Zahlung der **Reservierungsgebühr** und von Mercedes-Benz Original-Zubehör erfolgt nach **Annahme Ihrer Bestellung durch den Mercedes-Benz Partner**. Die Zahlung erfolgt über das von Ihnen ausgewählte Zahlungsmittel.

Sofern Sie das Fahrzeug leasen oder finanzieren möchten, stellt der Mercedes-Benz Partner gerne den Kontakt zu einer Leasing- oder Finanzierungsgesellschaft her.

Bezieht sich Ihre **Reservierungsanfrage** auf ein Neufahrzeug?

Mit Abschluss des **Reservierungsvertrags** und der Zahlung der Reservierungsgebühr verpflichtet sich die Mercedes-Benz AG, das Fahrzeug gemäß ihrer **Reservierungsbedingungen**, beginnend mit ihrer **Annahmeerklärung**, **nicht anderweitig zu verkaufen und den im Mercedes-Benz Online Store angegebenen Kaufpreis nicht zu erhöhen**. Es gelten die **Reservierungsbedingungen** der **Mercedes-Benz AG**.

Nach Abschluss der Bestellung wird der Betrag für die **Reservierungsgebühr** zunächst auf dem von Ihnen angegebenen Zahlungsmittel vorgemerkt. Die Zahlung der Reservierungsgebühr erfolgt nach Annahme Ihrer Bestellung durch die **Mercedes-Benz AG**, welche Sie über unseren Kundenservice erhalten. Die Zahlung erfolgt über das von Ihnen ausgewählte Zahlungsmittel.

Sofern Sie das Fahrzeug leasen oder finanzieren möchten, stellt unser Kundenservice gerne den Kontakt zu einer Leasing- oder Finanzierungsgesellschaft her.

Deliver luxury user experience: LiveChat, dated May 1st

Herzlich Willkommen im Mercedes-Benz Online Store.

Liebe Kund*innen,

Der Mercedes-Benz Online Store ist weiter für dich da.

Um dich in der aktuellen Situation bestmöglich zu betreuen, liefern wir alle im Online Store angebotenen Neufahrzeuge kostenlos an deine Wunschadresse innerhalb Deutschlands. Bei der Übergabe nehmen wir weitreichende Hygienemaßnahmen vor.

Bitte beachte, dass es aufgrund der aktuellen Einschränkungen durch die COVID-19 Pandemie in bestimmten Fällen zu Verzögerungen bei der Bearbeitung deiner Bestellung kommen kann.

Unser Kundenservice berät dich hierzu gern unter 0800 623 222 2

(Montag bis Freitag von 9:00 bis 21:00 Uhr, Samstag von 9:00 bis 18:00 Uhr).

Bleib gesund.

Wir möchten dir zu Beginn die Möglichkeit geben, deinen Chatpartner selbst auszuwählen:

Du kannst einerseits dein Anliegen mit einem menschlichen Kundenberater im Livechat besprechen. Wahlweise steht dir auch gern unser junger Chatbot zur Verfügung.

Mit wem möchtest du chatten?

LiveChat mit Kundenbetreuer

Chat mit Chatbot

»Our chatbot buddy makes sure customers are satisfied.«

XYZ on the project AI / Chatbots

LiveChat

Ihr Chat wurde erfolgreich weitergeleitet. Mercedes berät Sie gerne bei Ihren weiteren Fragen.

Ich bin ein Chatbot. Meine menschlichen Kollegen sind derzeit abwesend. Gern helfe ich Dir weiter. Ein Hinweis in eigener Sache: Ich bin noch jung und lerne noch, deshalb verstehe ich noch nicht alle Fragen und kann noch nicht alles beantworten.

Liebe Kund*innen und Freund*innen von Mercedes-Benz,

die Gesundheit und Sicherheit unserer Kund*innen, Besucher*innen und Mitarbeiter*innen haben weiterhin höchste Priorität. Wir halten uns daher selbstverständlich an alle Schutzmaßnahmen und geltenden behördlichen Anordnungen. Zu den aktuellen News:

[Link: Informationen zur aktuellen Situation](#)

Der Mercedes-Benz Service bleibt geöffnet.

Aufgrund von regionalen Unterschieden, rate ich Dir Deinen Mercedes-Benz Partner zu kontaktieren, ob eine Beratung/Verkauf vor Ort möglich ist. Mercedes-Benz Partner in Deiner Nähe suchen:

Meine Kollegen sind Montag-Freitag **von 8:00 - 21:00 Uhr** und **samstags von 9:00 - 18:00 Uhr unter 0800 623 222 7** oder **ihre-chatanfrage@daimler.com** erreichbar.

Wenn ich einen Kontakt zu unserer Kundenbetreuung für dich herstellen soll, schreibe einfach "Kontakt".

Kontakt

Welche Fragen hast du sonst noch?

Herzlich Willkommen im Mercedes-Benz Online Store.