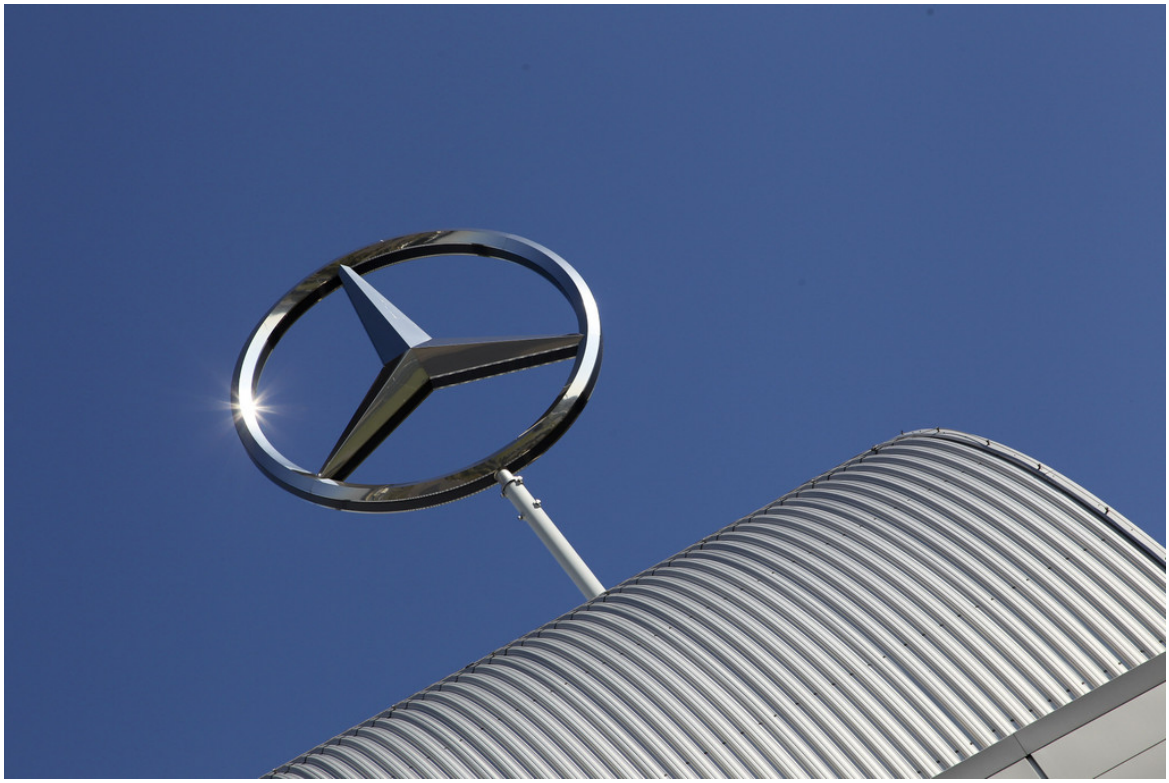
Mercedes-Benz investiert in digitale Experten

Mercedes-Benz investiert im Rahmen seiner Marketing- und Vertriebsstrategie „Best Customer Experience“ massiv in den Ausbau seiner digitalen Kompetenz. Ziel ist es, in einer bereichsübergreifenden, gemeinsamen Initiative von Marketing und IT in kurzer Zeit eine „Digital Unit“ unter der Leitung von Sabine Scheunert aufzubauen. Diese bündelt und verstärkt die personelle und digitale Infrastruktur für den Kundendialog von morgen. Mehr als 100 neu geschaffene Stellen werden dafür in den nächsten Monaten mit Experten besetzt. Damit will Mercedes-Benz vor allem „Mercedes me“ weiter ausbauen und stärken.

Die Umsetzung der neuen Aufgaben hat Sabine Scheunert (41) zum 1. Juli 2016 als Leiterin Digital und IT für Marketing & Sales Mercedes-Benz PKW übernommen. Sie verfügt über langjährige Erfahrungen im Bereich des digitalen Marketings und Vertriebs. Seit 1998 in der Automobilindustrie war sie General Manager Marketing Central Eastern Europe bei BMW. 2010 wechselte sie zur PSA Peugeot Citroën Group als Leiterin des weltweiten Customer Relationship Managements aller Konzern Marken. Zuletzt verantwortete Scheunert seit Anfang 2015 als erste weibliche CEO in diesem Land das China-Geschäft der Marke Citroën. (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel



Mercedes-Benz.