

Mercedes supera los 5,5 millones de compactos vendidos en todo el mundo y reduce la edad media del cliente



La empresa automovilística alemana Mercedes-Benz, perteneciente al consorcio germano Daimler, ha vendido más de 5,5 millones de vehículos del segmento compacto desde el lanzamiento del Clase A en 1997. Al tiempo, ha reducido la edad media de sus clientes.

Hasta hace 20 años, Mercedes-Benz vendía y comercializaba principalmente turismos de gama alta en segmentos igualmente altos por lo que al tipo de carrocerías se refiere. Berlinas medias, de lujo y grandes todoterrenos eran sus principales atractivos, y sus clientes se correspondían sobre todo a clases altas y de edades claramente por encima de los 50 años.

Pero un cambio en la visión del negocio de la marca llevó a los responsables a abrir nuevos caminos que le permitieran aumentar de manera notable los volúmenes de ventas en todo el mundo. Y ese camino apuntaba directamente al segmento más relevante por ventas, el de los compactos. Un segmento que además permitía abrir la marca a un cliente más joven y al que poder fidelizar dentro de la marca.

Nació así el primer compacto de la marca, el Clase A, que abrió la puerta al desarrollo de una nueva gama de modelos estructurada en ese segmento tan competitivo como voluminoso en matriculaciones. Una gama de modelos en la que además del Clase A original se enmarcaron a posteriori el Clase B, el CLA, el CLA Shooting Brake o el GLA.



El Clase A de 1997 fue el primer compacto de Mercedes.

Una nueva generación de vehículos compactos que inició su comercialización en 2011 estableciendo un nuevo “estilo de mercado carácter deportivo”, como ha señalado la marca. Una política que ha llevado a rejuvenecer en gran medida la edad media de los clientes de la marca.

Así, en Europa, la edad media del conductor de un Clase A es hoy 13 años menor que en 2011. Y en uno de los grandes mercados de la marca como es China, en 2016 uno de cada tres de los conductores de este tipo de vehículos tenían menos de 30 años.

En España también se produjo un notable descenso en la edad media del cliente de los modelos compactos de la marca, que ha pasado de los 57 años en 2011 a los 46 años en 2014, una edad

media que, según Mercedes-Benz, se ha mantenido en la actualidad.

Fuente: vozpopuli.com