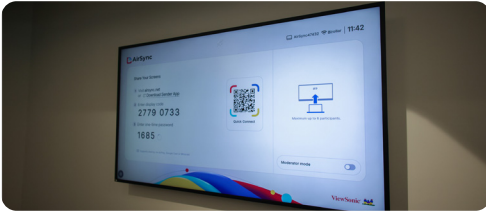




ViewSonic | Case Study

MERCEDES-BENZ BİROLLAR OTOMOTİV'DE PREMIUM SHOWROOM DENEYİMİNİN DİJİTAL TEKNOLOJİYLE DÖNÜŞÜMÜ



"Bu yatırım bizim için yalnızca bir ekran yatırımı değil, showroom deneyimini baştan tanımlayan, modern ve güçlü bir dijital dönüşüm adımı oldu. Görsel etki ve müşteri deneyimi anlamında büyük katkı sağladı."

— Tarkan Birol / Birollar Otomotiv Genel Müdürü



Mercedes-Benz
Birollar Otomotiv

Mercedes-Benz | Birollar Otomotiv

Konum

Mercedes-Benz Birollar Otomotiv
Bahçeşehir Gölet - Dropoff Deneyim
Noktası

Görüşülen Kişi

1. Tarkan Birol / Birollar Otomotiv
Genel Müdürü
2. Serkan Uzbiçer – Kullanılmış
Otomobil Satış Müdürü

Sektör

Premium Otomotiv Perakendesi /
Showroom

Zorluk

1. Mercedes-Benz'in premium global standartlarına uygun showroom deneyimi oluşturmak
2. Araç detaylarını, teknolojilerini ve seçeneklerini gerçekçi biçimde sunmak
3. Alan kullanımını, operasyonel verimliliği ve satış süreçlerini geliştirmek

Özet

Birollar Otomotiv, Mercedes-Benz showroom deneyimini global premium marka standartlarına uygun şekilde dönüştürmek amacıyla kapsamlı bir dijital dönüşüm projesi gerçekleştirdi. Türkiye'nin ilk Mercedes-Benz Dropoff noktasına ev sahipliği yapan ve müşteri deneyimini destekleyen bir kafeyi de bünyesinde barındıran showroom, ziyaretçilere araç satışının ötesine geçen bir deneyim sunuyordu. ViewSonic ve Design Sign iş birliğiyle yürütülen proje kapsamında LED, interaktif ve kurumsal ekranlardan oluşan bütünlüklü bir görüntüleme altyapısı kuruldu. ViewSonic LDM136-151, IFP7550, CDE5530 ve IFP6550 çözümleriyle marka iletişimi, araç sunumu ve etkileşimli satış deneyimi tek bir dijital yapı altında buluşturuldu.

Zorluk

Mercedes-Benz gibi global ve premium bir otomotiv markasının showroom deneyiminin, markanın kalite, yenilik ve tasarım anlayışını yansıtan modern bir dijital altyapıyla desteklenmesi gerekiyordu. Showroomun, ziyaretçilerin ilk temas anından itibaren güçlü bir izlenim oluşturmaları ve premium marka kimliğini güçlendirmesi hedeflendi.

Araçların tasarım detayları ve teknolojik özelliklerinin etkileyici biçimde sunulması, müşterilerin farklı modelleri ve donanım seçeneklerini kolayca karşılaştırabileceği etkileşimli bir satış deneyimi sunulması amaçlandı. Ayrıca showroom alanlarının daha verimli kullanılması, içerik yönetiminin kolaylaştırılması ve satış ekiplerinin ihtiyaç duydukları bilgilere hızlı erişebilmesi projenin temel gereksinimleri arasında yer aldı.



MERCEDES-BENZ BİROLLAR OTOMOTİV'DE PREMIUM SHOWROOM DENEYİMİNİN DİJİTAL TEKNOLOJİYLE DÖNÜŞÜMÜ

Çözüm

1. Güçlü Mercedes-Benz marka iletişimi için 136 inç kesintisiz LED ekran
2. Araç inceleme ve donanım karşılaştırmalarını destekleyen interaktif ekranlar
3. Merkezi ve esnek kurumsal içerik yönetimi sağlayan kurumsal ekranlar

Sonuç

1. Maksimum görsel etki sağlayan 136 inç kesintisiz dijital vitrin
2. Showroomun farklı ihtiyaçlarını karşılayan dört bütünleşik ekran çözümü
3. Farklı alanlara uygun ölçeklenebilir altyapı



LDM136-151



IFP7550



CDE5530



IFP6550

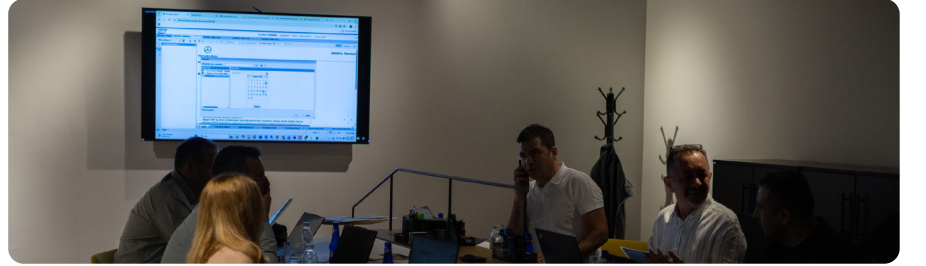
Videoyu izleyin



Çözüm

Showroomun farklı kullanım alanları için ViewSonic LED, interaktif ve kurumsal ekran çözümlerinden oluşan bütünleşik bir görüntüleme altyapısı kuruldu. 136 inç ViewSonic LDM136-151 All-in-One Direct View LED ekran, showroomun ana dijital vitrini olarak konumlandırılarak Mercedes-Benz içeriklerinin yüksek görüntü kalitesiyle sunulmasını sağladı. Kesintisiz ekran yapısı ve güçlü görsel performansı sayesinde showroom girişinde dikkat çeken bir odak noktası oluşturularak premium marka algısı desteklendi.

ViewSonic IFP7550 ve IFP6550 interaktif ekranlar, müşterilerin araç modellerini detaylı şekilde inceleyebileceği, özellikleri değerlendirebileceği ve donanım seçeneklerini kolayca karşılaştırabileceği etkileşimli bir satış deneyimi sundu. ViewSonic CDE5530 kurumsal ekran ise kurumsal bilgilendirme, kampanya iletişimi ve marka içeriklerinin farklı showroom alanlarında etkili biçimde paylaşılmasını destekledi. Merkezi içerik yönetimi ve yüksek görüntü kalitesiyle günlük operasyonlar kolaylaşırken, marka iletişimi, araç sunumu ve müşteri etkileşimi tek bir bütünleşik dijital yapı altında bir araya getirildi.



Sonuç

Proje sonucunda Mercedes-Benz Birollar Otomotiv showroomu daha modern, görsel açıdan etkileyici ve dijital olarak bütünleşik bir müşteri deneyimine kavuştu. 136 inç ViewSonic LED ekran, showroomun ana dijital vitrini hâline gelerek güçlü bir görsel etki oluşturdu ve premium marka algısını destekledi. LED, interaktif ve kurumsal ekranlardan oluşan çözüm yapısı, marka iletişimini, araç sunumlarını ve müşteri etkileşimini tek bir dijital altyapıda buluşturdu.

Ölçeklenebilir ekran altyapısı, showroomun farklı alanlarına uygun çözümler sunarken müşterilerin araç modellerini ve donanım seçeneklerini daha etkileşimli biçimde incelemesini sağladı. Merkezi içerik yönetimi sayesinde operasyonel süreçler kolaylaşırken satış ekipleri görsel içeriklere daha hızlı erişebildi. Farklı kullanım senaryolarına uyum sağlayan bu yapı, showroomun dijital iletişim kapasitesini önemli ölçüde artırdı. Böylece showroom deneyimi güçlendirildi ve satış süreçleri daha verimli bir yapıya kavuşturuldu.



Kaliforniya'da kurulan ViewSonic, dünya genelinde 100'den fazla ülkede faaliyet gösteren, görsel çözümler alanında lider küresel bir teknoloji sağlayıcısıdır. Yenilikçi ve vizyoner yaklaşımıyla ViewSonic; monitörler, projeksiyon cihazları, kalemli ekranlar, ticari ekranlar, Hepsİ Bir Arada (All-in-One) LED ekranlar, ViewBoard interaktif ekranlar ve myViewBoard yazılım ekosistemini kapsayan kapsamlı donanım ve yazılım çözümleri sunmaktadır. Görsel ekran teknolojilerindeki 35 yılı aşkın uzmanlığıyla ViewSonic, eğitim, kurumsal, bireysel ve profesyonel pazarlar için yenilikçi ve güvenilir çözümler sunarak müşterilerinin "See the Difference" deneyimini yaşamasına yardımcı olmaktadır. ViewSonic hakkında daha fazla bilgi edinmek için web sitemizi ziyaret edebilirsiniz. www.viewsonic.com.