



Mercedes-Benz

Informations de presse
22 octobre 2026

Mercedes-Benz France a lancé One Customer Unit ce 1er octobre : une organisation unifiée au service de l'expérience client

Montigny-le-Bretonneux, le 21 octobre 2026

Mercedes-Benz France a franchi une étape décisive dans sa transformation avec la mise en place de la One Customer Unit (1CU). Cette nouvelle organisation rapproche les activités Marketing & Ventes et Financial Services afin d'offrir une expérience client encore plus fluide, personnalisée et performante tout au long du parcours de mobilité.

Face à des attentes clients en constante évolution, Mercedes-Benz poursuit son ambition de proposer une expérience harmonisée entre l'achat, le financement, l'assurance et l'après-vente. En réunissant davantage ses expertises commerciales et financières, la marque se donne les moyens d'accompagner ses clients et son réseau de partenaires de manière plus cohérente et plus efficace.

Une organisation pensée autour du client

La One Customer Unit s'appuie sur les forces collectives des équipes Mercedes-Benz Cars, Vans et Mercedes-Benz Financial Services afin de créer davantage de valeur pour les clients, les distributeurs et l'entreprise.

Cette nouvelle organisation permet notamment de :

- Stimuler les ventes grâce à une expérience client plus personnalisée et plus homogène sur l'ensemble des points de contact ;
- Mieux cibler les actions commerciales grâce à des objectifs communs entre les activités de vente et de services financiers ;
- Tirer parti des forces combinées de Mercedes-Benz et Mercedes-Benz Financial Services pour accélérer la mise sur le marché d'offres intégrées ;
- Augmenter la rentabilité grâce à un modèle opérationnel simplifié et à des synergies renforcées ;
- Garantir une croissance durable en développant la valeur client sur le long terme et les revenus récurrents associés aux services de mobilité.

Une continuité totale pour les partenaires

Cette évolution organisationnelle s'effectue sans impact sur la continuité des activités.

- Les entités juridiques dédiées aux activités de vente de véhicules et aux services financiers sont maintenues conformément aux exigences réglementaires.
- Les produits et services proposés aujourd'hui continueront d'être assurés sans interruption.

- Les financements aux particuliers, les financements réseau, les solutions de leasing, les assurances et l'accompagnement des distributeurs restent pleinement opérationnels.
- Les interlocuteurs habituels des partenaires demeurent mobilisés afin d'assurer une transition fluide et transparente.

Le cas échéant, toute évolution concernant les processus ou les contacts sera communiquée de manière proactive.

Construire ensemble la mobilité de demain

Avec NLP4 et la One Customer Unit, Mercedes-Benz France renforce son modèle de collaboration autour d'une vision commune : placer le client au cœur de toutes les décisions et mobiliser l'ensemble des expertises du Groupe pour offrir une expérience toujours plus simple, personnalisée et performante.

Mercedes-Benz remercie ses partenaires pour leur confiance et leur engagement dans cette nouvelle étape de transformation et se réjouit de poursuivre, à leurs côtés, le développement d'une expérience client d'excellence.

Contact:

Gregory Delepine gregory.delepine@mercedes-benz.com

Toute l'actualité presse Mercedes-Benz Cars et Vans est disponible sur le site media international - <https://media.mercedes-benz.com/>, notre site media national - <https://media.mercedes-benz.fr/> et sur le canal @MB_Press X - https://twitter.com/MB_Press .

Mercedes-Benz en un coup d'œil

Mercedes-Benz AG fait partie du Mercedes-Benz Group AG et emploie environ 166 000 personnes dans le monde. Elle regroupe les activités mondiales de Mercedes-Benz Cars et Mercedes-Benz Vans. Ola Källenius est Président du Conseil d'Administration de Mercedes-Benz AG. L'entreprise se concentre sur le développement, la production et la vente de voitures particulières, de véhicules utilitaires et de services liés aux véhicules. Par ailleurs, elle aspire à devenir leader dans les domaines de la mobilité électrique et des logiciels pour véhicules. Le portefeuille de produits comprend la marque Mercedes-Benz avec les marques Mercedes-AMG, Mercedes-Maybach, et la Classe G avec leurs modèles tout électriques, ainsi que les produits de la marque smart. La marque Mercedes me donne accès aux services numériques de Mercedes-Benz. Mercedes-Benz AG est l'un des plus grands constructeurs mondiaux de voitures de luxe. En 2023, la marque a vendu environ deux millions de voitures particulières et 447 800 véhicules utilitaires. Dans ses deux secteurs d'activité, Mercedes-Benz AG développe continuellement son réseau de production mondial avec environ 30 sites de production sur quatre continents, tout en se préparant à répondre aux exigences de la mobilité électrique. Parallèlement, l'entreprise construit et étend son réseau mondial de production de batteries sur trois continents. La durabilité étant la ligne directrice de la stratégie de Mercedes-Benz et de l'entreprise elle-même. Il s'agit de créer une valeur durable pour toutes les parties prenantes : les clients, les employés, les investisseurs, les partenaires commerciaux et la société dans son ensemble. La stratégie d'entreprise durable du groupe Mercedes-Benz constitue la base de cette démarche. L'entreprise assume ainsi la responsabilité des effets économiques, écologiques et sociaux de ses activités commerciales et prend en compte l'ensemble de la chaîne de valeur.