

Trainingskonzept „Move21“

MAZDA UNTERSTÜTZT WEITERE QUALIFIZIERUNG DES HANDELS

- **Neues Programm „Move21“ folgt auf „Fokus Kunde“**
- **Gemeinsames Erarbeiten individueller Lösungen für den Verkaufsprozess**
- **Schwerpunkt liegt auf regionalen Schulungen in Kleingruppen**

Leverkusen, 4. März 2011: Mazda geht in Deutschland den nächsten Schritt der Verkäufer-schulung und hat mit „Move21“ ein neues Programm zur weiteren Qualifizierung des Ver-kaufspersonals ins Leben gerufen. Ziel des neuen Projekts Move21 ist es, die methodische, fachliche und persönliche Kompetenz der Verkäufer in den Mazda Autohäusern bundesweit zu steigern und sie fit für die Zukunft zu machen. Dabei soll im Rahmen des Mazda Kundenbezie-hungsmanagements (CRM) die Kundenbindung erhöht und eine noch höhere Beratungsqualität geboten werden, um auf die Wünsche der Kunden eingehen und ihnen angemessene Angebote unterbreiten zu können. Mittels Optimierung der Beratungs - und Verkaufsqualität zielt das neue Konzept somit auch auf die Steigerung der Neukundengewinnung und der Verkaufsab-schlüsse.

Das neue Programm Move21 folgt auf das bisherige Konzept „Fokus Kunde“, das 2008 ge-startet und kürzlich erfolgreich abgeschlossen wurde. Einer der Hauptbestandteile des ehe-maligen Programms war die Schulung der Verkäufer für die Steuerung des Verkaufsprozesses mit der Händler-IT-Lösung Mazda Administration and Communication System (MACS) mit Hil-fe eines individuellen Coachings im Autohaus.

Mit Move21 geht Mazda nun den logischen nächsten Schritt, indem der Verkaufsprozess noch detaillierter unter die Lupe genommen wird. Der Schwerpunkt liegt auf regionalen Schulungen in Kleingruppen, bei denen individuelle Lösungen für den Verkaufsprozess gemeinsam erarbei-tet werden. Dazu gehören der Austausch von Erfahrungen und Erfolgsfaktoren, die Entwick-lung von Netzwerken innerhalb der Gruppe und der Vergleich von Verkaufskennzahlen inner-halb und zwischen den Gruppen. Im Rahmen einer persönlichen Standortbestimmung werden zudem die Stärken und Schwächen der einzelnen Verkäufer analysiert und diskutiert. Darüber

hinaus werden den Teilnehmern Grundlagen zu neuen Vertriebswegen wie eBusiness und sozialen Netzwerken vermittelt.

Das Programm richtet sich an Verkäufer mit Berufserfahrung. „Unser Ziel ist es, die Guten noch besser zu machen“, so Bernhard Kaplan, Leiter Händlernetzorganisation, Mazda Motors Deutschland GmbH. „Wir wenden uns gezielt an die Verkäufer, da sie eine wesentliche Stütze eines jeden Händlerbetriebes sind. Die Schulungen mit maximal zwölf Teilnehmern pro Gruppe bestehen aus zehn Trainingseinheiten mit insgesamt 18 Monaten Laufzeit. Aktuell nehmen bereits rund 140 Verkäufer aus dem deutschen Mazda Vertriebsnetz an den Schulungen teil. Da wir bei Mazda in Leverkusen die Trainingsbudgets erheblich aufgestockt haben, liegt die Händlerbeteiligung bei lediglich 760 Euro für dieses hochwertige Trainingskonzept.“

Auskunft erteilt:
Karin Lindel
Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 02173.943.303
E-mail: klindel@mazda.de