

Digitales Mazda Vertriebs-Tool

## **„FIND MY MAZDA“: SO GEHT NEUWAGEN-SUCHE HEUTE**

- **Deutschlands größte Online-Plattform für Mazda Neuwagen-Suche**
- **99 Prozent aller Mazda Händler nehmen teil**
- **Knapp 20.000 Mazda Fahrzeuge online verfügbar, über 100.000 Zugriffe pro Monat**

Leverkusen, 11. Februar 2016: Als einer der ersten Automobilhersteller startete Mazda Motors Deutschland im Juli 2015 mit der neuen Vertriebsplattform „FindMyMazda“, um die Mazda Neuwagen-Suche für Kaufinteressenten im Internet zu vereinfachen. Seitdem bündelt die Deutschland-Zentrale die Neuwagen-Angebote seiner Vertragshändler auf der herstellereigenen Online-Plattform [www.mazda.de/FindMyMazda](http://www.mazda.de/FindMyMazda). Entstanden ist Deutschlands größter Online-Marktplatz für Mazda Neuwagen mit aktuellen Händlerangeboten, transparenten Preisen und den bewährten Serviceleistungen der Vertragspartner. Nach sechs Monaten Laufzeit zieht Mazda nun eine erste Bilanz.

„Im Zeitalter des Internetgeschäftes ist die Online-Plattform FindMyMazda ein wichtiger Kontaktpunkt innerhalb der Customer Journey und die perfekte Verbindung vom virtuellen zum realen Autohaus“, weiß Felix Gebhart, Direktor Netzstrategie und Kundenerlebnis bei Mazda Deutschland. „Die nahezu 100-prozentige Teilnahmequote der Händler sowie die hohen Zugriffszahlen zeigen, dass FindMyMazda sowohl bei den Kaufinteressenten als auch im Handel sehr gut ankommt.“

Derzeit nehmen 447 Händler und somit 99 Prozent der gesamten Mazda Händlerschaft an der Plattform teil und bieten knapp 20.000 Mazda Fahrzeuge in ihrem Händlerbestand oder Händlervorlauf zu individuellen Angebotspreisen an. Dem gegenüber stehen mehr als 100.000 Zugriffe (Unique Visits) von Kaufinteressenten pro Monat, die durch den Filtermechanismus zu ihrem Wunschfahrzeug gelangen und anschließend direkt eine Anfrage an den entsprechenden Händler stellen können.

Potenzielle Käufer müssen nun nicht mehr herstellerübergreifende Portale aufsuchen, sondern finden aktuelle und vor allem lokale Angebote von autorisierten Mazda Händlern auf ei-

ner zentralen Plattform. Und sollten sie noch unentschlossen sein, welches Mazda Modell zu ihnen passt, liefert der Modellfinder durch eine spielerische Bedarfsanalyse das zu dem Nutzer passende Modell. In der nahtlosen Überführung zu den tatsächlichen Ergebnissen findet er direkt passende Angebote mit Fotos und einer exakten Kostenübersicht; auch monatliche Finanzierungsraten sind sofort ersichtlich und können durch den Nutzer angepasst werden. Gebhart weiter: „Für unsere Mazda Händler liegen die Vorteile klar auf der Hand. Wir stellen ihre lokalen Händler-Angebote und Verfügbarkeiten auf unsere zentrale Mazda Kundenwebseite [www.mazda.de](http://www.mazda.de) und leiten die User somit aus der digitalen Internetwelt in die reale Welt ins Autohaus mit individueller Beratung durch einen autorisierten Mazda Händler und realen Probefahrten.“

Die hohe Händler-Teilnahmequote erklärt Projektverantwortlicher Georg Schulte: „Durch Schnittstellen zu Mazda-eigenen IT-Systemen ist der Aufwand für den Händler zur Eingabe von neuen Fahrzeugen oder Angeboten sehr gering. Gleichzeitig bleiben diese Daten und alle Daten von Kaufinteressenten innerhalb der Mazda Organisation. Für den Handel ist die Teilnahme an FindMyMazda absolut kostenlos und der Erfolg kommt auch nicht von ungefähr, denn der Handel war von Anfang an in das Projekt eingebunden und hat es durch konstruktives Feedback maßgeblich mitgestaltet.“

Dazu Mazda Vertragshändler Achim Hansmann, Geschäftsführer Hansmann Automobile GmbH in Kassel: „Für uns als Mazda Händler ist die Vertriebsplattform FindMyMazda eine wichtige Initiative unseres Importeurs als Reaktion auf das sich ändernde Interessentenverhalten. Denn immer mehr Interessenten informieren sich vor dem Fahrzeugkauf im Internet und es ist somit enorm wichtig, dass Informationen zu Fahrzeug-Verfügbarkeiten und Angebotspreisen auch auf [www.mazda.de](http://www.mazda.de) zu finden sind und der Interessent ohne Umwege zum Vertragshändler weitergeleitet wird.“

Nach umfassenden Auswertungen kennt Mazda Deutschland nun auch das Nutzerverhalten der potenziellen Käufer auf FindMyMazda. „Interessant ist beispielsweise, dass lediglich sechs Prozent aller potenziellen Käufer die Ergebnisliste nach dem Preis sortieren, oder dass mehr als 90 Prozent aller Interessenten ihren Traumwagen im Umkreis von 100 Kilometern suchen“ führt Schulte weiter aus. „Gleichzeitig konnten wir in den vergangenen sechs Monaten auch

weiteres Feedback aus dem Handel sammeln. Erkenntnisse aus beiden Quellen fließen nun in Anpassungen und Erweiterungen des Tools ein.“

Diese Weiterentwicklung wird gemeinsam mit dem Handel fortgesetzt. In einem nächsten Schritt werden die attraktiven Angebote für Vorführwagen und Tageszulassungen stärker in den Vordergrund gerückt. Auch soll die Bedienbarkeit klarer und somit einfacher für den Handel und die Interessenten werden. Hierfür wird das Layout angepasst und auch eine Suchmaschinen-Optimierung der FindMyMazda Plattform steht für 2016 auf der Agenda. In Planung ist auch, FindMyMazda in die individuellen Händler-Websites einzubinden oder auch als Touchscreen-Anwendung in die Händlerschauräume zu integrieren.

Anwender-Video zu finden auf: [www.youtube.com/watch?v=zQt2MI1Qevg](http://www.youtube.com/watch?v=zQt2MI1Qevg) oder als Download zu dieser Meldung im Mazda Presseportal.

Auskunft erteilt:  
Karin Lindel  
Supervisor  
Produkt- und Unternehmenskommunikation  
Tel.: 02173.943.303  
E-mail: [klindel@mazda.de](mailto:klindel@mazda.de)