

Full-Service-Angebot: Mazda Administration and Communication System (MACS)

## *MAZDA SOFTWARE FÜR PERFEKTEN SERVICE IM AUTOHAUS*

- **Ideale IT-Lösung für Mazda Händler: Von der Zentrale für den Handel entwickelt**
- **Branchenweit einzigartiges System auch für Mehrmarkenhändler geeignet**
- **Neuer Teile-Pool für erweiterte Ersatzteil-Bestellroutine**

Leverkusen, 28. September 2009: Perfekter Kundenservice im Autohaus erfordert auch die entsprechenden technischen Voraussetzungen. Die Mazda Motors (Deutschland) GmbH bietet ihren Händlern in Deutschland mit dem Mazda Administration and Communication System (MACS) eine Mazda eigene IT-Lösung und damit ein ideales Instrumentarium für hervorragende Kundenbetreuung an. Das bereits 1985 eingeführte und permanent weiterentwickelte Dealer Management System überzeugt im Hinblick auf Funktionsvielfalt, Einbindungsmöglichkeiten und Anwenderfreundlichkeit. Seine Einzigartigkeit innerhalb der deutschen Automobilbranche macht jedoch die volle Integrität in die Mazda IT-Welt aus: Das ganzheitliche Konzept des Managementsystems verhindert Doppelerfassungen von Kunden- und Absatzdaten, vermeidet Datenverluste und steigert die Datenqualität. Und dies nicht nur im Kontakt der einzelnen Bereiche des Autohauses untereinander, sondern auch an der Schnittstelle zwischen dem Autohaus und der Zentrale von Mazda Deutschland mit den Mazda Systemen für Fahrzeug-, Teile- und Garantie-Abwicklung. Zusätzlich unterstützt MACS mit einem Fahrzeug-Pool die Disposition.

MACS bietet den deutschen Mazda Partnern eine komplette Software-Lösung für alle Geschäftsprozesse im Autohaus sowie für den Datenaustausch zwischen den Betrieben und der Mazda Zentrale in Leverkusen. Daher ist selbstverständlich, dass MACS auch die Plattform für das Mazda Projekt „Fokus Kunde“ liefert. Das Projekt hat das Ziel, die Kundenloyalität und Neukundengewinnung zu steigern, indem über die Nutzung eines Kundenbeziehungsmanagements (CRM) der strategische Verkauf im Autohaus aufgebaut wird. Die hierfür erforderlichen Module sind alle in MACS eingebettet, so dass keine zusätzliche externe Software benötigt wird und damit keine Mehrkosten entstehen. Andere Module von MACS ermöglichen dem Geschäftsführer des Autohauses eine bessere Steuerung des Verkaufspersonals und eine Analyse aller Daten aus dem operativen Verkaufsgeschäft.

Des Weiteren ist MACS mit Partner-Anwendungen wie etwa von der Santander Consumer Bank und von DAT und Schwacke für die Gebrauchtwagen-Bewertungen und Instandsetzungskalkulation kompatibel. So können beispielsweise die einmal eingegebenen Kundendaten auch für Finanzierungs- und Leasinganfragen verwendet werden. Auch existieren Schnittstellen zur CarGarantie für Garantieverlängerungen sowie zu Buchhaltungssystemen wie XBA und Datev. Natürlich besteht auch eine direkte Verlinkung zu Gebrauchtwagen-Börsen wie Modix, Auto-Scout24 oder mobile.de. Zudem kann MACS für andere Fabrikate eingesetzt werden und eignet sich damit auch für Mehrmarkenhändler.

„Unsere Händler haben die Vorteile von MACS erkannt. Der Händler-Alltag wird mit unserer Inhouse-Lösung vereinfacht und optimiert“, erläutert Jürgen Zander, Manager Dealer Information Services bei Mazda Motors (Deutschland) GmbH. „Umso wichtiger ist es in Zeiten eines hartumkämpften Automobilmarkts, die vorhandenen Instrumente stetig zu verbessern und auszubauen. Nun wird ein neues MACS Modul entwickelt. In Vorbereitung ist eine Erweiterung der Ersatzteil-Bestellroutine durch einen Teile-Pool. Dieser erweitert die Teile-Verfügbarkeit und hilft Ersatzteil-Überbestände abzubauen.“

Die Umsetzung des technischen Service-Konzepts von MACS übernimmt ein deutschlandweit agierender Service-Provider. Gerade zu Beginn begleitet Mazda seine Händler intensiv durch Schulungen und Beratungen im Autohaus, um die Mitarbeiter mit den vielfältigen Funktionen des MACS vertraut zu machen. Zum Full-Service-Angebot gehören auch ein MACS-Außendienst und eine Telefon-Hotline.

Rund 95 Prozent der deutschen Mazda Partner nutzen die Vorteile von MACS, das System ist an etwa 5.000 Arbeitsplätzen eingerichtet. Das in Deutschland entwickelte und branchenweit einmalige System hat bereits den Sprung über die Landesgrenzen vollzogen: Österreich setzt seit einiger Zeit auf die Mazda eigene IT-Lösung. Und die Integration der Software in weitere europäische Mazda Vertriebsgesellschaften ist geplant.

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