

Projekt „ServicePlus“: Kooperation zwischen Mazda Motors Deutschland und DEKRA

DEKRA Qualitätssiegel für Mazda Autohäuser

- Erster Mazda Händler mit offiziellem DEKRA Qualitätssiegel ausgezeichnet
- Fokus liegt auf Kundenbetreuung
- 130 Mazda Autohäuser nehmen aktuell an „ServicePlus“ teil

Leverkusen, 21. August 2008: Guter Service wird belohnt: Als erster Mazda Händler erhält das Mazda Autohaus S & R Automobile GmbH in Diez für seine hohe Servicequalität das DEKRA Qualitätssiegel. Das Zertifikat wird an Mazda Händler verliehen, die das Servicequalifizierungsprojekt „ServicePlus“ der Mazda Motors (Deutschland) GmbH mit Auszeichnung bestanden haben. Mit der Qualitätsmaßnahme will der Automobilhersteller die Servicequalität nachhaltig steigern, das Autohaus noch stärker auf den Kunden ausrichten und die internen Abläufe des Betriebes verbessern.

Seit einem guten Jahr kooperiert Mazda mit Deutschlands größter Prüfgesellschaft im Bereich Kraftfahrzeuge und technischer Anlagen. Die konkrete Zusammenarbeit mit der DEKRA und dem Mazda Autohaus S & R Automobile GmbH begann im Oktober 2007 und konnte nun erfolgreich abgeschlossen werden: „Der Service des Autohauses ist vorbildlich“, lautet das Fazit von Michael Legrand, Experte der DEKRA Consulting. „Der Betrieb zeichnet sich durch hohe Kompetenz und Nähe zum Kunden aus.“ Das Projekt habe nicht nur die Leistungen für den Kunden verbessert, sondern auch die Abläufe im Autohaus effizienter gestaltet. Sigrid Spies, Geschäftsführer des Mazda Autohauses ergänzt: „Die Auszeichnung bestätigt unsere Philosophie: Bei uns steht der Kunde in jeder Hinsicht im Mittelpunkt. Daher setzen wir alles daran, ihn mit Bestleistungen zu überzeugen. Der erfolgreiche Abschluss des Projektes zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“





Im Rahmen des Projektes hatten Berater der DEKRA Consulting das Autohaus analysiert und anschließend gemeinsam mit den Mazda Mitarbeitern detaillierte Maßnahmen zur Verbesserung der Serviceabläufe erarbeitet. Anschließend überprüften die Experten den Erfolg des Projekts mit einem versteckten Werkstatttest, bei dem ein Autofahrer ein mit mehreren Mängeln präpariertes Auto zum Kundendienst brachte. Das Autohaus fand alle Mängel, reparierte sie fachgerecht und überzeugte auch in der Kundenbetreuung. Der Testkunde war von der Servicequalität so angetan, dass er die Werkstatt weiter empfehlen würde.

Aktuell nehmen fast 130 Mazda Autohäuser an dem Servicequalifizierungsprojekt „ServicePlus“ teil. Auf den direkten Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Ertragssteigerung weist Andreas Schmidt, Direktor Kundenservice von Mazda Motors Deutschland hin: „Wer im Service vorne liegt, verzeichnet nicht nur die zu erwartende höhere Kundenloyalität, sondern auch einen signifikant höheren Teile- und Zubehör-Umsatz als der Durchschnitt. Und wo sich Kunden verstanden und gut betreut fühlen, da lassen sie ihr Auto nicht nur warten, sondern kaufen sehr wahrscheinlich auch ihr nächstes Fahrzeug.“

Auskunft erteilt:
Katrin Wolfsperger
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 0 21 73/9 43-219
E-mail: kwolfsperger@mazda.de

The Mazda slogan 'ZOOM-ZOOM' written in a bold, yellow, stylized font with a horizontal motion blur effect behind it.