

Gewinner des Mazda Service Wettbewerbs 2007 ausgezeichnet

Erfolgreiche Mazda Techniker auf ungewohntem Terrain

- 406 deutsche Händler beteiligen sich am Mazda Service Wettbewerb 2007
- 35 Teams gewinnen Abenteuerwochenende in Salzburg
- Deutliche Steigerung von Kundenzufriedenheit und Händlermotivation

Leverkusen, 6. Juni 2008: Die permanente Steigerung der Kundenzufriedenheit ist eines der höchsten Unternehmensziele von Mazda. Daher setzt das japanische Unternehmen bereits das siebte Jahr in Folge mit dem Mazda Service Wettbewerb den Schwerpunkt auf die Erreichung eines bestmöglichen Kundenservices. Der Wettbewerb richtet sich an alle Mazda Händler mit eigenem Werkstattservice, die jeweils mit einem zweiköpfigen Team, bestehend aus Serviceberater und dem Leiter Teile / Zubehör, an der Aktion teilnehmen können. In dem sechs- oder neunmonatigen Beurteilungszeitraum messen sich die Händler in den Bereichen Marketing und Kundenzufriedenheit sowie im Verkauf von Teilen und Zubehör. Es handelt sich also nicht um eine Momentaufnahme, sondern um die Dokumentation der Arbeit über einen vergleichsweise langen Zeitraum. Im jüngsten Bewertungszeitraum (Juli bis Dezember 2007) gelang es 35 von 406 teilnehmenden Teams, sich für das dreitägige Gewinnerwochenende zu qualifizieren, das Ende Mai in Salzburg stattgefunden hat.

Die Ergebnisse der bisherigen Mazda Servicewettbewerbe sprechen eine deutliche Sprache: So konnte bei den teilnehmenden Händlern nicht nur eine signifikante Steigerung der Mitarbeitermotivation, sondern im gleichen Zuge auch eine höhere Kundenzufriedenheit erreicht werden. Auf diesen und weitere Zusammenhänge weist auch Andreas Schmidt, Direktor Kundenservice von Mazda Motors Deutschland, hin:





„Wer im Service-Wettbewerb vorne liegt, verzeichnet nicht nur die zu erwartende höhere Kundenloyalität, sondern auch einen signifikant höheren Teile- und Zubehör-Umsatz als der Durchschnitt. Auch das ist logisch: Wo die Kunden sich verstanden und gut betreut fühlen, da lassen sie Ihr Fahrzeug warten und kaufen ein.“ Spitzenplätze in allen wesentlichen Studien (z.B. TÜV-Report, ADAC Pannenstatistik, J.D. Power Report) sind daher nicht nur das Ergebnis der sprichwörtlichen Mazda Produktqualität: Sie sind auch das Verdienst der Arbeit der Mazda Partner, deren Ablauf von strikter Kundenorientierung gekennzeichnet ist.

Eine extra Portion Motivation brachte den 70 Gewinnern des jüngsten Servicewettbewerbs natürlich auch das diesjährige dreitägige Erlebniswochenende in Salzburg. So warteten Team-Aktivitäten und spannende Outdoor-Wettbewerbe auf die Sieger, die viel Spaß daran hatten, Aufgaben auch auf schwierigem Gelände zu meistern.

Auskunft erteilt:
KatrIn Wolfsperger
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 0 21 73/9 43-2 19
E-mail: kwolfsperger@mazda.de

ZOOM-ZOOM