



Mazda: nuovo design premium per la rete vendita.

- Il nuovo volto delle Concessionarie Europee contribuirà ad arricchire ulteriormente l'esperienza di acquisto dei clienti.
- Nuova atmosfera in tutti gli showroom, in cui le auto sono le vere star.

Leverkusen, Giugno 2015. I modelli Mazda di nuova generazione sono stati applauditi e apprezzati in tutto il mondo, così gli showroom saranno riprogettati con l'obiettivo di consegnare un'immagine coerente, un look premium ed attraente, anche attraverso un ambiente moderno ed accogliente.

L'obiettivo finale è quello di migliorare l'esperienza di chi entra in contatto con il marchio Mazda superandone le aspettative. La Compagnia sta cogliendo l'opportunità di questo restyling anche per armonizzare l'aspetto estetico della rete vendita in Europa.

Un cambiamento epocale in questo senso è l'utilizzo del logo ridisegnato a sfondo nero – coerente con la direzione premium del marchio giapponese.

Il progetto ha avuto inizio lo scorso anno, quando Mazda ha iniziato a lanciare una nuova identità visiva in tutta Europa, con particolare attenzione a tre elementi. Il primo è stato quello di collocare i veicoli sotto i riflettori all'interno di un ambiente pulito, ordinato, creando uno showroom con un tocco di alta classe - come una galleria dove le vetture sono le opere d'arte. Il secondo è stato creare un legame spontaneo con i clienti in un'atmosfera piacevole e positiva che incoraggia il contatto e l'interazione. Ciò prevede anche l'aggiunta di elementi digitali per rendere più particolare l'esperienza di scoprire modelli come la nuova Mazda CX-3, già nei Saloni di tutta Europa entro fine

Mazda Corporation è stata fondata nel 1920, Sede in Hiroshima, Giappone; possiede unità produttive e di assemblaggio in 13 Paesi del mondo (oltre al Giappone, in USA e Thailandia). Esporta i suoi prodotti in 148 Paesi. Mazda Corporation è quotata allo Stock Exchange di Tokyo. La Filiale Italiana – Mazda Motor Italia -- ha iniziato la sua attività nel 2000.

Marilù Granieri
Press & PR Director
Tel. +39 06 60 297 800



Giugno. Infine, un design che colleghi l'interno e l'esterno della concessionaria in modo che l'aspetto esteriore sia definito dagli stessi concetti che animano la parte interna.

“Ad oggi la risposta alla nuova identità delle nostre concessionarie è stata incredibilmente positiva” ha detto Martijn ten Brink, Vice President Sales di Mazda Motor Europe “Questo sforzo è il passo inevitabile nella nostra strategia di costruire e creare una grande esperienza di acquisto per il cliente, proprio come stiamo facendo con i nostri prodotti.”

Circa il 15% dei 1.500 Concessionari Europei in 19 Paesi hanno già completato questa interessante operazione di “facelift”, come anche in Italia, in città come Milano, Roma, Firenze. Mazda prevede che la “trasformazione” venga completata entro la metà del 2017.

“Mazda è in un momento di grande fermento, e l'Italia non fa eccezione, con vendite in crescita del 25% nel mese di Maggio rispetto allo stesso periodo dello scorso anno”, dice Andrea Fiaschetti, Amministratore Delegato di Mazda in Italia. “Il nuovo look delle nostre concessionarie riflette questo successo, e ci aspettiamo che il 50% dei nostri concessionari completi il passaggio entro la fine dell'anno fiscale. Allo stesso tempo in Italia stiamo aggiungendo a questa rivoluzionaria operazione una ancor più approfondita attenzione ai processi. Penso ad esempio alla SensActional Experience, che conferisce un nuovo aspetto all'esperienza di vendita rendendola un vero e proprio percorso sensoriale. L'obiettivo è quello di creare un'esperienza memorabile da regalare ai nostri clienti.”

Mazda Corporation è stata fondata nel 1920, Sede in Hiroshima, Giappone; possiede unità produttive e di assemblaggio in 13 Paesi del mondo (oltre al Giappone, in USA e Thailandia). Esporta i suoi prodotti in 148 Paesi. Mazda Corporation è quotata allo Stock Exchange di Tokyo. La Filiale Italiana – Mazda Motor Italia -- ha iniziato la sua attività nel 2000.

Marilù Granieri
Press & PR Director
Tel. +39 06 60 297 800

Mazda Informa 29_2015