



PRESSE-INFORMATION

Die digitale Fahrzeugbörse FindMyMazda wird umfangreich erneuert

- Deutschlands größte Mazda Fahrzeugbörse mit mehr als 28.000 Fahrzeugen bietet diverse neue Funktionen wie Online-Fahrzeugreservierung
- Überarbeitetes Layout steigert Nutzerfreundlichkeit und ermöglicht eine schnellere Kontaktmöglichkeit zum Handel
- Erleichterung der Contentpflege für die Mazda Händler durch Darstellung von Top-Angeboten und Foto-App zur einfachen Erstellung der Fahrzeuginserate

Leverkusen, 15. September 2020: Mazda verpasst seiner Fahrzeugbörse ein großes Update. Als einer der ersten Automobilhersteller startete Mazda Motors Deutschland im Juli 2015 mit der markeneigenen digitalen Fahrzeugbörse „[FindMyMazda](#)“, um den gesamten Fahrzeugbestand der deutschen Mazda Händler den Kunden zu präsentieren. Dieser enthält Neuwagen, zugelassene Bestände und seit dem letzten Jahr auch Gebrauchtwagen. So bietet FindMyMazda mit derzeit über 28.000 Fahrzeugen Deutschlands größte Auswahl an Mazda Modellen im Internet. Neben dem aktuellen Fahrzeugbestand zeigt FindMyMazda den Nutzern auch den Fahrzeug-Bestellvorlauf der Mazda Händler an. Dieses Alleinstellungsmerkmal grenzt die Plattform von anderen Fahrzeugbörsen ab und unterstreicht die Attraktivität von FindMyMazda für alle Interessenten. Jetzt hat Mazda die Benutzerfreundlichkeit nochmals deutlich verbessert und die Plattform um neue Funktionen ergänzt.

Das neue Layout ist nun moderner und aufgeräumter, damit sich die Nutzer noch schneller zurecht finden. Es werden weniger Klicks benötigt, um das Wunschfahrzeug zu finden und eine Händleranfrage zu stellen. Im Mittelpunkt der Überarbeitung stand eine intuitive User-Experience - auch auf mobilen Endgeräten. Weiterhin können Nutzer ab sofort eine Reservierungsanfrage für ein Fahrzeug bequem über die Online-Plattform an den anbietenden Mazda Händler stellen.

Neben der gestiegenen Nutzerfreundlichkeit war es Mazda Deutschland wichtig, auch die Angebotspflege für die Mazda Händler zu optimieren. So können die Händler nun ausgewählte Fahrzeuge als „Top Angebot“ kennzeichnen, die auf der Plattform besonders hervorgehoben werden. Des Weiteren bietet FindMyMazda den Händlern weitere Individualisierungsmöglichkeiten wie die Darstellung von individuellen Nachlässen, die Angabe von Öffnungszeiten und Verkäuferinformationen oder die Erstellung von individuellen Fahrzeugfotos.

Um den Mazda Händlern das Einstellen der Inserate zu vereinfachen und die Anmutung der angebotenen Fahrzeuge zu vereinheitlichen, hat Mazda bereits im letzten Jahr eine Foto-App gelauncht. Um den Upload-Prozess für Händler möglichst einfach zu gestalten, setzt die Anwendung schon bei der Erstellung professioneller und einheitlicher Bilder an: Mithilfe von Schablonen lassen sich Fahrzeuge einfach im richtigen Winkel fotografieren. Die Integration der Fahrzeugdaten erfolgt dann direkt über den Scan der VIN oder die Auswahl des Modells aus einer Bestandsliste. Anschließend lassen sich Fotos sowie Fahrzeuginformationen aus der App direkt an das Mazda eigene Dealermanagementsystem MACS, die Vertriebsplattform FindMyMazda und externe Fahrzeugbörsen übertragen. Das Resultat ist neben einer enormen Zeitersparnis für die Händler eine effiziente Professionalisierung des Bildmaterials.



PRESSE-INFORMATION

Im Jahr 2020 verzeichnet die Plattform bereits über sechs Millionen Seitenaufrufe, die auf der Mazda Kundenwebseite [mazda.de](https://www.mazda.de) sowie den zentral zur Verfügung gestellten Händlerwebseiten voll umfänglich eingebunden ist. „Mit FindMyMazda bringen wir Kunden und Händler näher zusammen, indem wir die Online- mit der Offline-Welt verbinden. Mit dem Relaunch ist es uns gelungen, diese Verbindung noch einmal zu intensivieren und die Digitalisierung im Mazda Kosmos weiter voranzutreiben“, sagt Bernhard Kaplan, Geschäftsführer der Mazda Motors Deutschland GmbH.

Teil des Relaunchs war eine vorangegangene Wettbewerberanalyse, die neben dem Automotive Bereich vor allem digitale eCommerce-Plattformen umfasste. Georg Schulte, Senior Manager Digital Business, hebt in diesem Zusammenhang die konstruktive Zusammenarbeit während des Covid-19-bedingten Lock-Downs hervor: „Das Projektteam hat während der Kontaktbeschränkungen ausschließlich aus dem Home-Office agiert und mittels digitaler Tools in kreativen Brainstormings und virtuellen Projektmeetings ein hochwertiges Produkt gelauncht, das sowohl die Bedürfnisse unserer Kunden sowie unserer Händler bedient. Durch die gestiegene Nutzerfreundlichkeit versprechen wir uns steigende Online-Leads für unsere Händler.“

FindMyMazda wird durch das Digital Business Team bei Mazda betreut, das vor zwei Jahren geschaffen wurde, um die Digitalisierung im Unternehmen und im Mazda Handel weiter voranzutreiben. Das Team entwickelt darüber hinaus die Mazda Webseite in enger Absprache mit den Kollegen von Mazda Europa weiter, verantwortet die zentral zur Verfügung gestellten Händler-Webseiten und betreut digitale Innovationsprojekte in crossfunktionalen Teams. Auf Agenturseite ist Demodern für die FindMyMazda Plattform zuständig, die in Zusammenarbeit mit dem Agenturpartnern Carix, auch die Foto-App entwickelt hat. Seit April 2020 ist auch das hauseigende Dealermanagementsystem MACS in das Digitalteam integriert. Alle Digitalprojekte werden dadurch von der Online-Welt bis zum physischen Händlerkontakt vor Ort durchdacht und implementiert.

Ihre Ansprechpartner

für Kundenanfragen:
Mazda Kundeninformationszentrum
+49 (0)2173 - 943 121
[Zum Kontaktformular](#)

für Journalistenanfragen:
Annika Heisler, Supervisor Produkt- und Unternehmenskommunikation
+49 (0)2173 - 943 303
aheisler@mazda.de